

AN ECONOMICAL STUDY ON CONSUMPTION PATTERNS OF SAUDI WOMAN IN AL EHSAA GOVERNORATE

Abd El Moneim, Salwa¹; Aisha Hassan²; Zohria Shanaa²; Bahia Al Khars²

¹ Agricultural Economics Dept . - Faculty of Agriculture- Ain Shams University.

² Department of Home Economics- Faculty of Agricultural Sciences & Food-King Faisal University.

دراسة اقتصادية لنمط السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية بمحافظة الأحساء

سلوى عبد المنعم^١

عائشة حسان و زهرية شناعه و بهية الخرس^٢

١ قسم الإقتصاد الزراعى ، كلية الزراعة جامعة عين شمس

٢ قسم الإقتصاد المنزلى ، كلية العلوم الزراعية و الأغذية ، جامعة الملك فيصل

الملخص

تعد دراسة السلوك الاستهلاكي من الدراسات الهامة التي تساعد على بناء استراتيجيات اقتصادية واضحة، ويشير السلوك الاستهلاكي إلى تصرفات الفرد التي تجعله يظهر بمظهر الباحث عن شراء أو استخدام السلع والخدمات التي تشبع حاجاته ومن ثم فإن سلوك المستهلك يعرف بأنه الطريقة التي يتصرف بها الفرد خلال عملية تبادل السلع والخدمات، بالإضافة إلى ان دراسة اتجاهات ودوافع المستهلكين يساعد في التعرف على سلوك المستهلك.

وتعد المرأة العنصر الأساسي في تحديد نمط الاستهلاك من خلال اتخاذها قرار الشراء وأدارتها للشئون المنزلية. وقد ساهمت سياسة زيادة نسبة المتعلمات في المملكة العربية السعودية وخروج المرأة للعمل في زيادة تحمل المرأة لمسئوليات إدارة المنزل واتخاذ قرارات الشراء وزيادة الدخل الأسرى. وتمثلت مشكلة البحث في نقص الدراسات الخاصة بالسلوك الاستهلاكي بالمملكة العربية السعودية وخاصة بالنسبة للمرأة السعودية، بالإضافة إلى التزايد المستمر والواضح في الاستهلاك لمختلف أنواع السلع مما يتعارض مع سياسة ترشيد استهلاك والحد من الإسراف والتي تؤدي إلى تحقيق سياسات تنموية شاملة.

واستهدف البحث التعرف على نمط السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية من خلال التعرف على دوافع الشراء لدى المرأة وكيفية الشراء وأهم بنود الأنفاق في الميزانية الأسرية للأسرة السعودية، بالإضافة إلى دراسة التأثيرات لأهم العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على كل من دوافع الشراء، وتخطيط الاستهلاك. ولتحقيق أهداف البحث تم تصميم استمارة استبيان تضمنت بيانات تتعلق بالخصائص الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للأفراد عينة البحث، بيانات عن السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية من خلال عبارات خاصة بدوافع الشراء، وتخطيط الاستهلاك وتم توزيع استمارة البحث عن عينة قوامها (٣٠٠) أسرة سعودية وتم استعادة (٢٣٣) استمارة وزعت على الأسر بمحافظة الأحساء بالمنطقة الشرقية بالمملكة وذلك بمدينتي الهفوف والمبرر.

وأشارت نتائج البحث إلى أن حوالي ٧٥% من عينة البحث تقع في الفئات العمرية بين ٢١-٤٠ سنة، وهي الفئة العمرية الأكثر استعداداً للاستماع للتوعية والترشيد للابتعاد عن العادات الاستهلاكية التي من شأنها الإسراف في الاستهلاك كما أظهرت النتائج أن حوالي ٥٦,٦% من افراد عينة البحث متعلمات تعليم ثانوي وجامعي فما فوق. وأمر هذا شأنه يساعد على إمكانية نشر الوعي الاستهلاكي بين الزوجات وتعريفهن بحقوق وواجبات المستهلك للسلع والانتفاع بالسلعة لأقصى حد ممكن مما يقلل الفاقد من تلك السلع ويحد من الإسراف. كما تبين من نتائج تحليل استمارة البحث أن حوالي ٥٧,٧% من افراد العينة لا يعملن خارج المنزل، كما أشارت النتائج إلى أن ٣٤,٣% من العينة يتراوح عدد افراد الأسرة بها بين (٥-٧) أفراد، وأن حوالي ٢٦,٦% من الأسر عدد أفرادها اقل من خمسة افراد، بينما نحو ٢٤,٥% من الأسر يتراوح عدد أفرادها بين (٨-١٠) أفراد، أما الأسر التي يزيد عدد أفرادها عن (١٠) أفراد فقدت نسبتها بالعينة بنحو ١٤,٦%. وفيما يتعلق بالدخل الشهري الأسرى فقد أظهرت النتائج أن نسبة الأسر التي يتراوح دخلها الشهري من (٥ إلى أقل من ١٠) آلاف ريال حوالي ٣٣,٥%، بينما الأسر التي يتراوح دخلها بين (٣ إلى أقل من ٥)

آلاف ريال، والتي يصل دخلها إلى (١٠ إلى أقل من ١٥) ألف ريال فقد بلغت نسبتها ٢١,٩% لكل منهما، في حين كانت نسبة الأسر التي يقل دخلها الشهري عن ثلاثة آلاف ريال نحو ١٧,٦%، وتلك التي يزيد دخلها عن ١٥ ألف ريال حوالي ٥,٢%، وهو ما يعني أن حوالي ٧٧,٣% من أسر عينة البحث تقع في فئات الدخل المتوسطة التي تتراوح بين ثلاثة إلى ١٥ ألف ريال شهرياً. وهي أسر لا تهتم بتخطيط هذا الدخل وترشيد الاستهلاك. غير أن المتغيرات الدولية الجديدة وارتفاع مستويات المعيشة وارتفاع أسعار العديد من السلع يجعل من الأهمية بمكان ضرورة توعية تلك الأسر نحو ترشيد الاستهلاك والاهتمام بالمستقبل من خلال زيادة المدخرات .

وفيما يتعلق بتخطيط الميزانية الأسرية وأهم بنود الأنفاق الرئيسية لتلك الميزانية. أوضحت نتائج البحث أن حوالي ٧٧,٣% من الأسر التي شملتها عينة البحث لا تقوم بأعداد ميزانية أسرية للدخل في حين أن ٢٢,٧% من العينة تقوم بأعداد تلك الميزانية. أظهرت النتائج أيضاً أن حوالي ٩٢% من الأسر التي تقوم بأعداد ميزانية من المتعلمات تعليم جامعي فما فوق، وأن ٨٨% منهن من ذوى الفئات الدخلية التي يتراوح دخلها بين (١٥-١٠) ألف ريال، كما أن ٩٠% من تلك الأسر تتراوح أعمارهن بين (٣١-٤٠ سنة). وأن حوالي ٨٥% ممن يقمن بأعداد ميزانية دخلية يتراوح عدد أفراد أسرتهن بين (٥-٧) أفراد.

والنتائج السابقة تشير إلى إمكانية الاستفادة بها في فتح أبواب التعليم والتدريب أمام المرأة لتوسيع مداركها وتنمية شخصيتها بما يمكنها من القيام بمسئولياتها تجاه الأسرة والمجتمع الذي تنتمي إليه. وتبين من حساب الأهمية النسبية لبنود الأنفاق الرئيسية أن الغذاء يأتي في المرتبة الأولى بنسبة تبلغ حوالي ٢٦,٣٤% من إجمالي المنفق من الدخل الأسري الشهري، بينما الملابس يأتي في المرتبة الثانية بنسبة تقدر بحوالي ١٩,١٢% والترفيه في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٥٣%، بينما تنخفض نسبة المنفق على كل من التعليم والإدخار والخدمات الطبية حيث قدرت النسبة بحوالي ٥,٢٧%، ٥,٢١%، ٤,٨% على الترتيب. وقد يرجع انخفاض نسبة المنفق على التعليم والخدمات الطبية إلى تقديم الحكومة السعودية لتلك الخدمات وتوفيرها لجميع المواطنين، أما المنفق على الإدخار يرجع انخفاض نسبته إلى عدم الاهتمام وانخفاض الوعي التخطيطي المستقبلي وعدم إدراك أهمية الإدخار في برامج التنمية التي تستهدفها الدولة.

وأظهر نتائج تحليل التباين للعلاقة بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية وبين دوافع الشراء أن هناك علاقة معنوية إحصائية بين دوافع الشراء الرشيدة وكل من عمر المرأة والمؤهل العلمي المرتفع بينما تبين أن هناك علاقة معنوية إحصائية بين دوافع الشراء العاطفية وكل من عدد أفراد الأسرة والدخل الأسري. في حين لم تظهر النتائج علاقة معنوية بين عمل المرأة ودوافع الشراء

أما فيما يتعلق بعلاقة المتغيرات السابقة وتخطيط الميزانية وترشيد الاستهلاك فقد تبين أن هناك علاقة معنوية إحصائية بين المستوى التعليمي للمرأة وترشيد الاستهلاك بينما هناك علاقة معنوية إحصائية بين الإسراف الاستهلاكي وعدم الترشيح وبين كل من تزايد عدد أفراد الأسرة، ارتفاع الدخل الأسري. في حين لم تظهر علاقة معنوية إحصائية بين ترشيد الاستهلاك وكل من عمر وعمل المرأة. مما سبق يتبين أن سلوك المرأة السعودية الاستهلاكي يتجه نحو عدم الترشيح الاستهلاكي وعدم الاهتمام بأعداد ميزانية دخلية وهو أمر قد يرجع إلى ارتفاع مستويات الدخل للأسرة السعودية بجانب انخفاض الوعي والإدراك بأهمية ترشيد الاستهلاك وأهمية الإدخار وأمر هذا شأنه يستلزم ضرورة الاهتمام بتوعية الأسر عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية عن أهمية التخطيط للفرد والأسرة والمجتمع، وضرورة إقامة الندوات والمؤتمرات العلمية التي من شأنها نشر الوعي بأهمية العملية الشرائية وكيفية إتباع عملية الشراء على أسس سليمة تحقق الفائدة للفرد والمجتمع، وضرورة زيادة توعية الأسرة السعودية وخاصة المرأة بأهمية التوازن بين الإمكانيات والموارد المتاحة للأسرة وبين احتياجات ورغبات الأسرة وذلك لزيادة مستوى المعيشة لجميع أفراد الأسرة، كما أنه يجب التركيز وخاصة في المقررات الدراسية على كيفية إدارة موارد الأسرة وأهمية الترشيح الاستهلاكي لضمان مستقبل أفضل لجميع أفراد الأسرة بالإضافة إلى التوعية بأهمية الإدخار للأسرة والمجتمع. بالإضافة إلى الارتقاء بمستوى كفاءة أفراد الأسرة ومهاراتهم وخبراتهم مما يساعد في ارتفاع الدخل الأسري ومن ثم ارتفاع الدخل القومي بما يحقق حجر الأساس في برامج التنمية التي تقوم بها الحكومة بما يحقق الرفاهية والتقدم للمملكة العربية السعودية.

مقدمة

تعد دراسة السلوك الاستهلاكي من الدراسات الهامة التي تساعد على بناء استراتيجية اقتصادية واضحة، وقد زاد من أهمية هذه الدراسات ارتفاع أدراك المستهلكين وبالتالي تعدد احتياجاتهم ورغباتهم نتيجة لتوافر العديد من بدائل السلع والخدمات والتي يتعين على المستهلك الاختيار من بينها. ويشير سلوك المستهلك إلى تصرفات الفرد التي تجعله يظهر بمظهر الباحث عن الشراء أو استخدام السلع والخدمات والتي تشبع حاجاته. لذلك فإن سلوك المستهلك يمثل الطريقة التي يتصرف بها الفرد خلال عملية تبادل السلع والخدمات، أيضاً تتضمن دراسة سلوك المستهلك التعرف على كيفية اتخاذ القرار وتحديد كيفية أنفاق موارده المتاحة.

كما أن دراسة اتجاهات، حاجات، ودوافع، وأدراك المستهلكين يلعب دور فعال في التعرف على سلوك المستهلك في الأسواق، ويساهم مساهمة إيجابية في تحقيق الأهداف التسويقية.

وتعتبر المرأة العنصر الأساسي لتحديد نمط الاستهلاك من خلال إدارتها المنزلية. وقد كان لزيادة نسبة تعليم الفتاة وخروج المرأة للعمل بالمملكة العربية السعودية أثر كبير في زيادة تحمل المرأة للمسؤوليات الخاصة بإدارة المنزل، بالإضافة إلى قيام المرأة بدور كبير في أنفاق شطر كبير من الدخل على مختلف السلع والخدمات نتيجة لميل المرأة إلى التجديد الدائم في حياتها العادية وتكون لديها رغبة دائمة في التصنيف والتغيير. وتعد محافظة الأحساء والتي أجريت بها الدراسة هي إحدى محافظات المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية وتبلغ مساحتها ٥٣٠ ألف كم^٢، تمثل نحو ٦٧% من المنطقة الشرقية وحوالي ٢٤% من مساحة المملكة العربية السعودية.

مشكلة البحث:

على الرغم من أهمية دراسة سلوك المستهلك لرسم سياسات تسويقية ناجحة ومن ثم نجاح السياسات الاقتصادية العامة للدولة وتطوير وتنمية المجتمع إلا أن هذه الدراسات لم تحظى بالاهتمام بالقدر الكافي، بالإضافة إلى التزايد المستمر والواضح في الاستهلاك لمختلف السلع والخدمات بالمملكة. الأمر الذي يستلزم ضرورة ترشيد الاستهلاك وزيادة المدخرات والاستثمارات لتحقيق التنمية الشاملة في المجتمع السعودي.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على نمط السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية، وأهم العوامل المؤثرة على الاستهلاك وهي الدخل، والمستوى التعليمي للمرأة، وعمل المرأة وعدد أفراد الأسرة. كما يهدف البحث إلى التعرف على دوافع الشراء لدى المرأة السعودية ومن ثم التعرف على إمكانية تحقيق ترشيد الاستهلاك والحد من الإسراف لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالمملكة.

الأسلوب البحثي :

تم استخدام الأسلوب الوصفي والكمي من خلال تجميع بيانات البحث باستخدام البحث الميداني عن طريق تصميم استمارة استبيان والتي ترتبط ارتباطاً مباشراً بأهداف البحث والمشكلة البحثية حيث تضمن الاستبيان ثلاث محاور أساسية هي بيانات عامة عن أفراد عينة البحث تتعلق بالخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، بيانات عن مدى قيام أفراد العينة بتخطيط الميزانية الأسرية، بينما تناول المحور الثالث بيانات عن السلوك الاستهلاكي ودوافع الشراء للمرأة السعودية وتم استخدام النسب المئوية والتكرارات واختبار "ت واختبار تحليل التباين كأساليب احصائية لتحقيق هدف البحث.

عينة البحث:

تم اختيار عينة عشوائية قوامها (٣٠٠) أسرة سعودية وذلك خلال العام ١٤١٩ / ١٤٢٠ هـ الموافق ١٩٩٩ / ٢٠٠٠ م وذلك بمحافظة الأحساء بمدينة الهفوف والمبرز وبعد توزيع الاستمارات على عينة البحث تم استعادة (٢٣٣) استمارة منها وفقد (٥٠) استمارة ويرجع سبب الفقد إلى عدم دراية البعض بأهمية إجراء مثل هذه البحوث واعتبار بيانات البحث بيانات شخصية. كما تم استبعاد الاستمارات التي ليس لها مدلولات محددة وواضحة أو لم تستكمل بعض متطلباتها الأساسية وعددها (١٧) استمارة.

أولاً : الخصائص الثقافية والاجتماعية والاقتصادية لعينة البحث

١- العمر : يعتبر العمر من الخصائص ذات الأهمية الاجتماعية والاقتصادية البالغة فهو يحدد كمية ونوع السلع والخدمات المنتجة والمستهلكة بالمجتمع، كما يؤثر على دوافع الشراء لدى كل أسرة .

ويتبين من جدول (١) والشكل (١) أن ٤٠,٤% من أفراد العينة تنحصر أعمارهن في الفئة العمرية (٢١-٣٠ سنة) وأن حوالي ٣٤,٣% تنحصر أعمارهن في الفئة (٣١-٤٠ سنة) ، وأن نحو ١٩,٧%

تقع أعمارهن في الفئة العمرية أكثر من ٤٠ سنة ، بينما ٥,٦% فقط من الفئة تقع في الفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة.

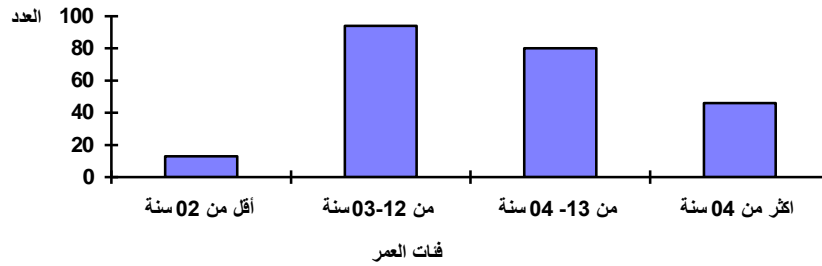
ويتبين مما سبق أن أغلبية الزوجات التي شملهن البحث تتراوح اعمارهن ما بين ٢١-٤٠ سنة وهذه الفئة العمرية تعد أكثر الفئات العمرية استعداداً للاستجابة للتوعية بضرورة ترشيد الاستهلاك وتخطيط الدخل الأسرى والابتعاد عن بعض العادات الاستهلاكية التي من شأنها زيادة الاستهلاك والبعد عن الترشيح الاستهلاكي .

جدول (١) : توزيع عينة البحث وفقاً لعمر الزوجة.

فئات العمر	العدد	%
أقل من ٢٠ سنة	١٣	٥,٦
من ٢١-٣٠ سنة	٩٤	٤٠,٤
من ٣١-٤٠ سنة	٨٠	٣٤,٣
أكثر من ٤٠ سنة	٤٦	١٩,٧
المجموع	٢٣٣	١٠٠

المصدر : استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث

شكل (١) توزيع أفراد العينة وفقاً للفئات العمرية



٢- المستوى التعليمي :

يعتبر التعليم من الدراسات الضرورية للفرد والتي تساعد على مواجهة الصعوبات التي يمكن ان تواجه الفرد، ولذلك فقد اهتمت الحكومة السعودية بمجال التعليم وأعطت اهتماماً كبيراً في عملية توعية وتوجيه الزوجات بما يتناسب مع مستوياتهن التعليمية.

ويتبين من جدول (٢) وشكل (٢) أن أعلى نسبة من أفراد العينة من الحاصلات على مؤهل جامعي حيث بلغت تلك النسبة حوالي ٣٥,٦%، في حين بلغت نسبة الحاصلات على مؤهل ابتدائي ومتوسط نحو ٢٣,٦%، بينما كانت نسبة الحاصلات على مؤهل ثانوي حوالي ٢١,١% أما الزوجات الأميات اللاتي لم يحصلن على مؤهل تعليمي فقد بلغت نسبتهن حوالي ١٩,٧%. ويتبين أن النسبة الأكبر من عينة البحث من الحاصلات على مؤهل تعليمي قد يؤثر على دوافع الشراء وترشيد استهلاك تأثيراً إيجابياً يساعد على الالتزام بدوافع شرائية أكثر رشداً ويمكنها القيام بإعداد ميزانية للدخل الأسرى .

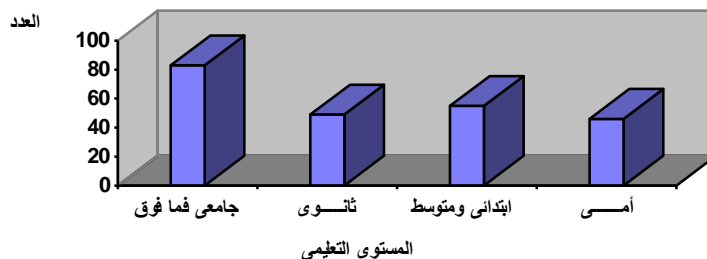
جدول (٢) : توزيع عينة البحث وفقاً للمستوى التعليمي

المؤهل الدراسي	العدد	%
جامعي فما فوق	٨٣	٣٥,٦
ثانوي	٤٩	٢١,١
ابتدائي ومتوسط	٥٥	٢٣,٦
أمي	٤٦	١٩,٧

١٠٠	٢٣٣	المجموع
-----	-----	---------

المصدر : استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث

شكل (٢) يبين توزيع العينة وفقاً للمستوى التعليمي



٣- عمل المرأة:

نتيجة لزيادة الاهتمام بتعليم الإناث، زاد بشكل ملحوظ عدد العاملات بالمملكة وهو أمر كان له أثر كبير في زيادة الدخل الأسرية ومن ثم زيادة الاستهلاك ولدراسة تأثير خروج المرأة للعمل تم توزيع الاستبيان على مجموعة من الزوجات اللاتي يعملن خارج المنزل، وأخرى لا تعمل وتبين أن نسبة اللاتي لا يعملن خارج المنزل بلغت في عينة البحث نحو ٥٧,٥% بينما كانت نسبة العاملات في العينة حوالي ٤٢,٥% .

جدول (٣): توزيع عينة البحث وفقاً لعمل الزوجة

الحالة المهنية	العدد	%
لا تعمل	١٣٤	٥٧,٥
تعمل	٩٩	٤٢,٥
المجموع	٢٣٣	١٠٠

المصدر : استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث

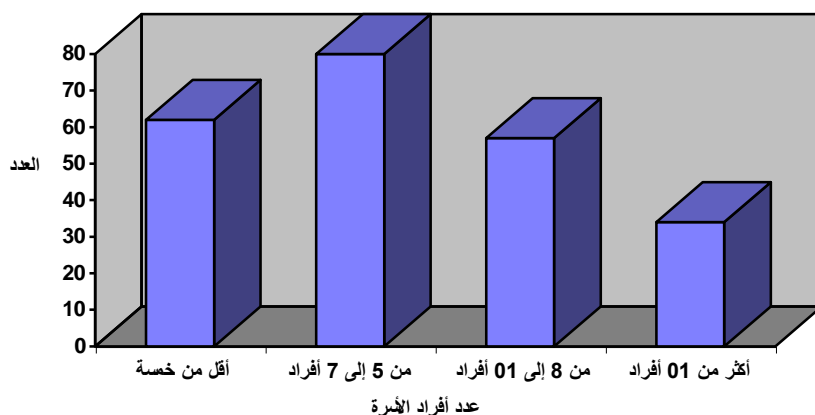
٤- عدد أفراد الأسرة:

يؤثر عدد أفراد الأسرة تأثيراً مباشراً على حجم الأنفاق وكمية الاستهلاك ومدى تقبل التوعية والترشيد الاستهلاكي، كما يؤثر أيضاً على دوافع الشراء. ويتبين من جدول (٤) والشكل (٣) أن نسبة الأسر في عينة البحث التي تتكون من (٥-٧) أفراد بلغت نحو ٣٤,٣% في حين كانت نسبة الأسر التي تتكون من أقل من خمسة أفراد حوالي ٢٦,٦%، أما الأسر التي تتكون من (٨-١٠) أفراد فقد بلغت نسبتها في عينة البحث نحو ٢٤,٥%، وكانت النسبة للأسر الأكثر من ١٠ أفراد حوالي ١٤,٦%.

جدول (٤): توزيع عينة البحث وفقاً لعدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	العدد	%
أقل من خمسة	٦٢	٢٦,٦
من ٥ إلى ٧ أفراد	٨٠	٣٤,٣
من ٨ إلى ١٠ أفراد	٥٧	٢٤,٥
أكثر من ١٠ أفراد	٣٤	١٤,٦
المجموع	٢٣٣	١٠٠

المصدر : استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث



شكل (3) توزيع العينة وفقاً لعدد أفراد الأسرة

٥- الدخل الشهري الأسرى

يعد الدخل الأسرى من أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة على كمية الاستهلاك وإمكانية ترشيد هذا الاستهلاك . ويلاحظ من جدول (٥) والشكل (٤) أن حوالي ٣٣,٥% من أفراد العينة التي شملها البحث يتراوح دخلها من (٥- ١٠) آلاف ريال شهرياً، في حين أن نحو ٢١,٩% من عينة البحث يتراوح دخلها بين (٣-٥) آلاف ريال، وبين (١٥-١٠) ألف ريال. في حين بلغت نسبة الأسر التي يقل دخلها عن (٣) آلاف ريال نحو ١٧,٦%، بينما بلغت نسبة الأسر التي يزيد دخلها عن (١٥) ألف ريال حوالي ٥,١% من عينة البحث.

جدول (٥): توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للدخل الأسرى الشهري .

فئة الدخل الأسرى الشهري (ألف ريال)	العدد	%
أقل من ٣	٤١	١٧,٦
من ٣ إلى أقل من ٥	٥١	٢١,٩
من ٥ إلى أقل من ١٠	٧٨	٣٣,٥
من ١٠ إلى أقل من ١٥	٥١	٢١,٩
من ١٥ فأكثر	١٢	٥,١
المجموع	٢٣٣	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث

٦- تخطيط الميزانية الأسرية والأهمية النسبية لأهم بنود الأنفاق لدى الأسرة السعودية.

بدراسة ما إذا كانت الأسرة السعودية تقوم بأعداد ميزانية لدخلها الأسرى أم لا، تبين من تحليل نتائج عينة البحث أن حوالي ٢٣% فقط ممن شملهم البحث يقمن بأعداد ميزانية أسرية، في حين ٧٧% لا يقمن بأعداد مثل هذه الميزانية وقد يرجع السبب الرئيسي في هذه النتيجة إلى ارتفاع الدخل للأسر السعودية ولذا ترى معظم الأسر عدم جدوى إعداد ميزانية لهذه الدخل. جدول (٦)

جدول (٦): توزيع عينة البحث وفقاً لأعداد ميزانية دخلية لفترة زمنية معينة.

البيان	العدد	%
تقوم بأعداد ميزانية	٥٣	٢٢,٧
لا تقوم بأعداد ميزانية	١٨٠	٧٧,٣
الإجمالي	٢٣٣	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث .

وبدراسة كيفية توزيع الميزانية لدى السيدات اللاتي يقمن بهذا الأجراء على بنود الأنفاق المختلفة أظهرت نتائج التحليل أن المنفق من الدخل على الغذاء يأتي في المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو ٢٦,٣٤%، في حين بلغت نسبة المنفق على الملابس حوالي ١٩,١% من الدخل المنفق شهرياً، أما نسبة المنفق من الدخل على كل من المسكن والترفيه فقدت بنحو ١٥,٨٧%، ١٥,٥٣% على الترتيب، وفي المرتبة الخامسة جاءت نسبة المنفق على المواصلات وبلغت حوالي ٧,٨٦%، وبلغت نسبة المنفق من الدخل على التعليم، الادخار والخدمات الطبية حوالي ٥,٢٧%، ٥,٢١%، ٤,٨٠% على الترتيب. من أجمالي المنفق على بنود الأنفاق الرئيسية. وأوضحت النتائج أن ٩٢% من السيدات اللاتي يقمن بأعداد ميزانية للدخل الأسرى هن من المتعلقات تعليم جامعي فما فوق، وأن ٨٨% منهن من ذوى الفئات الدخلية المتوسطة التي يتراوح دخلها بين (١٠-١٥) ألف ريال. كما أظهرت النتائج أن ٩٠% من السيدات اللاتي يقمن بأعداد ميزانية أسرية تقع أعمارهن في الفئة العمرية من ٣١-٤٠ سنة، كما تبين من التحليلات الإحصائية أن ٨٥% ممن يقمن بأعداد ميزانية للدخل الأسرى يتراوح عدد أفراد الأسرة بها من (٥-٧) أفراد، وأظهرت النتائج أن متوسط دخل الأسرة السعودية لعينة البحث بلغ نحو عشرة آلاف ريال شهرياً.

جدول (٧): نسبة المنفق من الدخل الشهري على بنود الأنفاق الرئيسية باستخدام عينة البحث.

بنود الأنفاق الرئيسية	نسبة المنفق من الدخل الأسرى
الغذاء	٢٦,٣٤
المسكن	١٥,٨٧
الملابس	١٩,١٢
خدمات طبية	٤,٨٠
مواصلات	٧,٨٦
تعليم	٥,٢٧
ترفيه	١٥,٥٣
ادخار	٥,٢١
الإجمالي	١٠٠

المصدر: استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

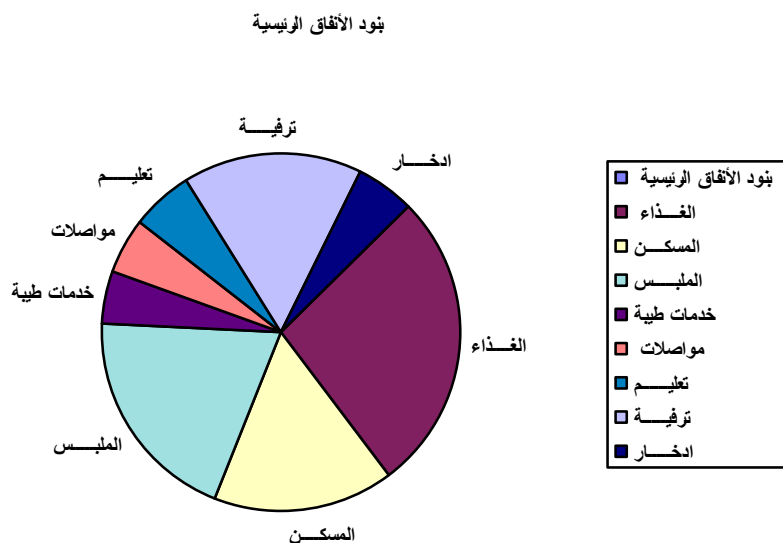
وتبين من التحليلات السابقة أن نسبة ضئيلة من الأسر السعودية هي التي تقوم بأعداد ميزانية وتخطيط الدخل الأسرى، وأن النسبة الأكبر من الدخل تتجه للغذاء، وأن الملابس والمسكن والترفيه تحتل المراتب الأولى من حيث الأنفاق بينما تتراجع أهمية كل من المواصلات، التعليم، الادخار والخدمات الطبية في تخطيط الميزانية وقد يرجع انخفاض نسبة المنفق على التعليم والخدمات الطبية في الميزانية الأسرية إلى أن الحكومة السعودية تقدم تلك الخدمات وتوفرها للمواطنين السعوديين بالمجان وبمستويات خدمة متميزة، الأمر الذي من شأنه تقليل نسبة ما ينفقه المواطن على هذه الخدمات. بينما انخفاض نسبة الموجه للادخار قد يرجع إلى انخفاض الوعي وعدم الاهتمام بالتخطيط للمستقبل. وارتفاع مستويات الدخل.

ثانياً: دوافع شراء السلع لدى المرأة السعودية :

تضمنت استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث إثننا عشرة عبارة تشير إلى دوافع الشراء للتعرف على ما إذا كانت دوافع الشراء للمرأة السعودية تنتمي إلى الدوافع العاطفية أم الدوافع الرشيدة ومن ثم يمكن التعرف على اتجاهات السلوك الاستهلاكي أظهرت نتائج البحث أن الدوافع الرشيدة في شراء السلع هي الأكثر ظهوراً لدى عينة البحث حيث تبين أن دافع شراء السلع عندما تكون المرأة بحاجة إليها تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نسبة اللاتي يشتريين السلعة لهذا الدافع نحو ٧١,٧%، يليه في المرتبة الثانية دافع شراء السلع في المناسبات الدينية والاجتماعية بنسبة ٤٣,٣% من عينة البحث، في حين جاء في الترتيب الثالث دافع شراء السلعة لتوفير المادة بنسبة بلغت حوالي ٣٧,٣% من العينة، أما دافع الشراء من المحلات المعروفة بانخفاض أسعارها فقد بلغت نسبة السيدات اللاتي تشتريين السلعة بهذا الدافع نحو ٢٩,٢%، ثم جاءت دوافع الشراء من أجل التمتع الشخصي بالسلعة، والشراء عندما يعجب المرأة شكل السلعة في المرتبة الخامسة والسادسة على الترتيب بنسبة بلغت نحو ٢٨,٣%، ٢٧,٩% من أفراد عينة البحث. أما دافع الشراء في أوقات التخفيض فقد جاء في الترتيب السابع بنسبة بلغت حوالي ٢١% من أفراد عينة البحث، بينما بلغت نسبة أفراد العينة اللاتي يشتريين السلعة بدافع الشراء من متجر مشهور، شراء السلعة حتى إذا لم تكن بحاجة إليها، حتى تكون مثل زميلاتهن،

حتى تلفت نظر الآخرين، وعندما تكون السلعة غالبية الثمن بلغت نحو ٦,٩%، ٣,٤%، ٢,٦%، ٢,١%، ١,٧%، ١,٧% على الترتيب من افراد عينة البحث جدول (٨).

شكل (٤)



جدول (٨): توزيع عينة البحث وفقاً لدوافع الشراء

دوافع الشراء	العدد	%
اشترى السلعة عندما أكون بحاجة إليها	١٦٧	٧١,٧
اشترى السلعة لأكون مثل زميلاتي	٦	٢,٦
لفت نظر الآخرين	٥	٢,١
عندما تكون عالية الثمن	٤	١,٧
من متجر مشهور	١٦	٦,٩
في أوقات التخفيض	٤٩	٢١
للمتعة الشخصي بها	٦٦	٢٨,٣
في المناسبات الدينية والاجتماعية	١٠١	٤٣,٣
لتوفر المادة	٨٧	٣٧,٣
في المحلات منخفضة السعر	٦٨	٢٩,٢
حتى إذا كانت بحاجة إليها	٨	٣,٤
عندما يعجبني شكلها	٦٥	٢٧,٩

المصدر : استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث

ويتبين من التحليل السابق أن دوافع الشراء الرشيدة تحتل المراتب الأولى في الأولويات لدى المرأة السعودية. وهو ما يعنى زيادة الوعي لدى المرأة خاصة مع تزايد الاهتمام بالتعليم وتوفير فرص العمل للمرأة السعودية

ثالثاً: تخطيط عملية الشراء وترشيد الاستهلاك لدى المرأة السعودية:

تضمنت استمارة البحث ثلاثة عشر عبارة خاصة بالتعرف على ما اذا كانت المرأة تقوم بتخطيط عملية شراء السلع وترشيد الاستهلاك السلعي أم لا. وضحت هذه العبارات السلوك الشرائي والاستهلاكي للمرأة، أظهرت نتائج تحليل هذه العبارات أن نحو ٦٧,٨% من افراد عينة البحث يقررن ماذا يشترون قبل الشراء، بينما ٥٥,٨% من العينة يقمن بالمساومة على سعر السلعة قبل الشراء، أما نسبة اللاتي يحرصن على البحث عن معلومات عن السلعة مثل البطاقة الإرشادية و طريقة الاستعمال فقد بلغت حوالي ٥٠,٢%، بينما

كانت نسبة السيدات اللاتي يقررن متى يشترين السلعة نحو ٤٨,٩%، وهي نفس النسبة التي تقرر كم تشتري قبل شراء السلعة، في حين كانت نسبة السيدات من أفراد عينة البحث اللاتي يستفدن من الخدمات التي تقدمها الدولة من خدمات صحية وتعليمية. تمثل نحو ٤٣,٣%، وكانت نسبة السيدات اللاتي يقمن بزيارة أكثر من محل تجارى قبل شراء السلعة حوالى ٤٢,١%، كما اوضحت النتائج أن حوالى ٤١,٦% من عينة البحث يضعن أهداف وأولويات للشراء قبل القيام بعملية الشراء، ونحو ٣٨,٦% من العينة تحرص على البحث عن معلومات ما بعد الشراء مثل الضمان، أظهرت التحليلات أن ٣٧,٨% من عينة البحث والبالغة ٢٣٣ زوجة تحصل على معلومات إضافية من السلعة قبل شرائها، وأن حوالى ٩٠% من هذه النسبة تحصل على تلك المعلومات من الأصدقاء والأهل، في حين كانت نسبة السيدات اللاتي يقمن بعملية الشراء بأنفسهن حوالى ٣٦,١% من عينة البحث، بينما انخفضت نسبة السيدات اللاتي يطلبن فاتورة الشراء ويحتفظن بها، ونسبة اللاتي يحرصن على الإطلاع عما تصدره الدولة عن حقوق المستهلك حوالى ١٩,٧%، ١٧,٦% على الترتيب في عينة البحث جدول (٩).

جدول (٩): توزيع عينة البحث وفقاً لتخطيط عملية الشراء

العدد	%	اسس شراء السلعة
٩٧	٤١,٦	اضع اهداف وأولويات للشراء
٨٤	٣٦,١	اقوم بنفسى بعملية الشراء
١٥٨	٦٧,٨	اقرر ماذا اشترى
١١٤	٤٨,٩	اقرر متى اشترى
١١٤	٤٨,٩	اقرر كم اشترى
١٣٠	٥٥,٨	اقوم بالمساومة على سعر السلعة قبل الشراء
٨٨	٣٨,٨	احصل على معلومات إضافية عن السلعة
١٠١	٤٣,٣	استفيد من الخدمات التي تقدمها الدولة
٩٨	٤٢,١	اقوم بزيارة أكثر من محل تجارى قبل الشراء
٤٦	١٩,٧	اطلب فاتورة الشراء واحتفظ بها لمراجعة المشتريات
١١٧	٥٠,٢	احرص على البحث عن معلومات عن السلعة عند الشراء
٩٠	٣٨,٦	احرص على البحث عن معلومات ما بعد الشراء
٤١	١٧,٦	احرص على الإطلاع على ما تصدره الدولة عن حقوق المستهلك ومواصفات السلع

المصدر: استمارة الاستبيان بعينة البحث .

وقد يرجع انخفاض نسب أفراد العينة اللاتي يقمن بعمل تخطيط لعملية الشراء إلى إرتفاع دخول الأسر السعودية، وإلى قيام الرجل في كثير من الأسر بعملية الشراء خاصة لغير العاملات خاصة أن عدد غير العاملات بعينة البحث يمثل الجزء الأكبر من العينة حيث بلغ عدد العاملات بعينة البحث ٩٩ سيدة، بينما عدد غير العاملات بلغ ١٣٤.

رابعاً : العلاقات الإحصائية بين العوامل الاجتماعية والاقتصادية ودوافع الشراء:

لدراسة تأثير بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية على دوافع الشراء تم استخدام أسلوب تحليل التباين لقياس تلك التأثيرات وكانت نتائج التحليل كما يلي:

العلاقة بين العمر ودوافع الشراء:

تبين من خلال نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٥.٠ بين عمر المرأة وبين دوافع الشراء الرشيدة وقد ترجع هذه العلاقة الموجبة إلى أن معظم أفراد عينة البحث تقع في العينة العمرية (٢١-٤٠) سنة وهي الفئة التي يمكنها تقبل التوعية وتغيير بعض العادات الاستهلاكية التي من شأنها زيادة الاستهلاك أو اللجوء إلى الدوافع العاطفية في الشراء.

جدول (١٠) نتائج تحليل التباين للعلاقة بين عمر المرأة ودوافع الشراء الرشيدة .

مصدر التباين	مجموع المبيعات	درجات الحرية	متوسط المبيعات	قيمة (ف)
بين المجموعات	١٣٥,٧١١	٣	٤٥,٢٣٧	
داخل المجموعات	٣٧٠٣,٢٣٤	٢٢٩	١٦,١٧١	٢,٧٩٧
التباين الكلى	٣٨٣٨,٩٤٥	٢٣٢		

المصدر: حسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

العلاقة بين المؤهل العلمي ودوافع الشراء.

بحساب قيمة (ف) تبين وجود علاقة معنوية إحصائياً بين ارتفاع المؤهل العلمي والدوافع الرشيدة للشراء عند مستويات المعنوية المألوفة وهو ما يؤكد على أهمية التعليم للمرأة حيث يساعد على تفهم المرأة لأهمية استخدام الدوافع الرشيدة والابتعاد عن الدوافع العاطفية والتي من شأنها زيادة الاستهلاك

جدول (١١): نتائج تحليل التباين للعلاقة بين المؤهل العلمي (المستوى التعليمي) وبين دوافع الشراء الرشيدة.

مصدر التباين	مجموع المبيعات	درجات الحرية	متوسط المبيعات	قيمة (ف)
بين المجموعات	١٥١,٨١٩	٣	٥٠,٦٠٦	
داخل المجموعات	٣٦٨٧,١٢٦	٢٢٩	١٦,١٠١	٣,١٤
التباين الكلي	٣٨٣٨,٩٤٥	٢٣٢		

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

العلاقة بين عدد أفراد الأسرة ودوافع الشراء.

بدراسة العلاقة الإحصائية بين عدد أفراد الأسرة ودوافع الشراء باستخدام جدول تحليل التباين تبين وجود علاقة معنوية إحصائياً ولكنها في الاتجاه العكسي بين المتغيرين بمعنى بازدياد عدد أفراد الأسرة يزداد الاتجاه نحو الدوافع العاطفية وقد يرجع ذلك لاختلاف التركيب العمري لأفراد الأسرة ومن ثم اختلاف الاتجاهات والعادات الاستهلاكية ومدى تقبل أو رفض الاتجاهات الحديثة التي من شأنها الاتجاه نحو الدوافع الرشيدة في شراء السلع الاستهلاكية.

جدول (١٢) نتائج التباين للعلاقة بين عدد أفراد الأسرة ودوافع الشراء

مصدر التباين	مجموع المبيعات	درجات الحرية	متوسط المبيعات	قيمة (ف)
بين المجموعات	٢٤٠,٥٤١	٣	٨٠,١٨٠	
داخل المجموعات	٣٥٩٨,٤٠٤	٢٢٩	١٥,٧١٣	٥,١٠٢
التباين الكلي	٣٨٣٨,٩٤٥	٢٣٢		

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

العلاقة بين الدخل الأسري ودوافع الشراء:

بدراسة العلاقة بين الدخل الأسري ودوافع الشراء لدى المرأة السعودية تبين وجود علاقة معنوية إحصائياً بين الدخل الأسري ودوافع الشراء العاطفية حيث تتجه المرأة نحو الشراء بدوافع غير رشيدة بزيادة الدخل الأسري وقد يرجع ذلك لارتفاع الدخل الأسري في السنوات الأخيرة خاصة بعد خروج المرأة للعمل.

جدول (١٣) نتائج تحليل التباين للعلاقة بين الدخل الأسري ودوافع الشراء.

مصدر التباين	مجموع المبيعات	درجات الحرية	متوسط المبيعات	قيمة (ف)
بين المجموعات	٣٠٢,٩٧٣	٤	٧٥,٧٤٣	
داخل المجموعات	٣٥٣٥,٩٧٢	٢٢٨	١٥,٥٠٨	٤,٨
التباين الكلي	٣٨٣٨,٩٤٥			

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

خامساً : العلاقات الإحصائية بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية وبين تخطيط عملية الشراء وترشيد الاستهلاك.

العلاقة بين عمل المرأة وترشيد الاستهلاك:

بدراسة العلاقة بين ما اذا كانت المرأة تعمل أو لا تعمل وعملية تخطيط وترشيد الاستهلاك تبين عدم وجود علاقة معنوية إحصائياً بين عمل المرأة وبين تخطيط الدخل وترشيد الاستهلاك.

العلاقة بين عمر المرأة و ترشيد الاستهلاك:

بدراسة العلاقة الإحصائية بين عمر المرأة وعملية التخطيط وترشيد الاستهلاك ثم تثبت معنوية العلاقة بما يوضح عدم وجود تأثير معنوي لعمر المرأة على ترشيد الاستهلاك .

العلاقة بين المؤهل العلمي وترشيد الاستهلاك:

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي للعلاقة بين المؤهل العلمي (المستوى التعليمي) للمرأة وعملية التخطيط أن هناك علاقة معنوية إحصائية عند مستويات المعنوية المألوفة بين المتغيرين، الأمر الذي يعني أن ارتفاع المستوى التعليمي للمرأة يتجه بها نحو السلوك الإيجابي في تخطيط عملية الشراء وترشيد الاستهلاك .

جدول (١٤): نتائج تحليل التباين للعلاقة بين المؤهل العلمي (المستوى التعليمي للمرأة) وترشيد الاستهلاك

مصدر التباين	مجموع المبيعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
بين المجموعات	٤٢٦,٤٨٥	٣	١٤٢,١٦٢	
داخل المجموعات	١٠٣٩٢,٣٨٢	٢٢٩	٤٥,٣٨٢	٣,١٣
التباين الكلى	١٠٨١٨,٨٦٧			

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

العلاقة بين عدد أفراد الأسرة وترشيد الاستهلاك:

بدراسة العلاقة بين عدد أفراد الأسرة وترشيد الاستهلاك تبين أنه توجد علاقة معنوية إحصائية بين زيادة عدد أفراد الأسرة والاتجاه نحو الإسراف في الاستهلاك وعدم القيام بتخطيط الميزانية وعملية الشراء تصبح عشوائية.

جدول (١٥): نتائج تحليل التباين للعلاقة بين عدد أفراد الأسرة وترشيد الاستهلاك.

مصدر التباين	مجموع المبيعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
بين المجموعات	٤٩٠,٣١٦	٣	١٦٣,٤٣٩	
داخل المجموعات	١٠٣٢٨,٥٥١	٢٢٩	٤٥,١٠٣	٣,٦٢٤
التباين الكلى	١٠٨١٨,٨٦٧			

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

العلاقة بين الدخل الأسرى وترشيد الاستهلاك:

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي للعلاقة بين الدخل الأسرى للأسرة السعودية وبين تخطيط الشراء وترشيد الاستهلاك وجود علاقة معنوية إحصائية بين زيادة الدخل الأسرى وبين الإسراف الاستهلاكي بمعنى أن زيادة الدخل تتجه بالمرأة نحو الشراء والاستهلاك بطرق غير رشيدة وتتجه نحو عدم تخطيط عملية الشراء الأمر الذى يعنى الزيادة المستمرة فى الاستهلاك والإسراف المتزايد فى استهلاك السلع .

جدول (١٦): نتائج تحليل التباين للعلاقة بين الدخل الأسرى وترشيد الاستهلاك

مصدر التباين	مجموع المبيعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
بين المجموعات	٧٣٧,٩٤٨	٤	١٨٤,٤٨٧	
داخل المجموعات	١٠٠٨٠,٩١٩	٢٢٨	٤٤,٢١٥	٤,١٧
التباين الكلى	١٠٨١٨,٨٦٧			

المصدر: حسب من استمارة الاستبيان الخاصة بعينة البحث.

ويتبين من النتائج السابقة أن السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية يتجه نحو الإسراف وعدم الترشيح الاستهلاكي غير أن دوافع الشراء الرشيدة هي التي تتحكم في شراء المرأة السعودية للسلع المختلفة مما يعنى أن هناك وعى لدى المرأة يمكن تنميته من قبل الجهات المسؤولة، خاصة أن المستوى التعليمي للمرأة وعمر المرأة لهما تأثير

معنوي على إمكانية ترشيد وتخطيط الاستهلاك والدخل الأسرى والاتجاه نحو زيادة المدخرات الأمر الذي يساعد على تحقيق خطط الدولة التنموية وتحقيق معدلات مرتفعة للنمو الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع السعودي. ويمكن تحقيق ذلك بالاهتمام بالمرأة بصورة أكبر وتوعيتها وتزويدها بالمعلومات الصحيحة عن كيفية الشراء وإدارة الدخل والميزانية وتدريب الزوجات من خلال دورات تدريبية متخصصة عن كيفية العناية والمحافظة على الأجهزة المنزلية نتيجة لأهمية ذلك في ترشيد الاستهلاك، بالإضافة إلى ضرورة توفير البيانات والمعلومات اللازمة عن كافة السلع بطريقة مبسطة وواضحة حتى يمكن للمستهلك اختيار السلع على أسس سليمة. مع الاهتمام بصورة أكبر بالبرامج الإرشادية الخاصة بترشيد الاستهلاك وأهمية للفرد والأسرة والمجتمع.

المراجع

- ١- باسم فياض (دكتور)، " دراسة أنماط الاستهلاك من الحبوب والبقوليات في ريف وحضر مصر " مجلة المنصورة للبحوث الزراعية، مارس ١٩٩٩م.
- ٢- خالد عبد الرحمن الحمودي (دكتور) وآخرون " تحليل اقتصادي للعلاقة بين التغيرات في الدخل ونمط الأنفاق الغذائي بالمملكة العربية السعودية " السلسلة العلمية لجمعية الاقتصاد السعودية، ١٤١٩ هـ.
- ٣- سمير محمد مصطفى (دكتور) " استهلاك الغذاء في مصر ، أبعاده - أسبابه - نتائجه معهد التخطيط القومي، مذكرة داخلية، ١٩٨١ .
- ٤- سيد محمد حجازي (دكتور) " حق الغذاء في المجتمع المصري " مركز البحوث الاجتماعية والجنائية، برنامج حقوق الإنسان القاهرة ١٩٩٣ .
- ٥- ماجدة ابراهيم (دكتورة) " تقدير دالة الاستهلاك للقطاع العائلي " معهد التخطيط القومي، مذكرة خارجية ١٩٨٨ .
- 6- Salvator ,Dominick, " Microeconomic Theory " McGraw - Hill Book company , sohaum·s out - line series . New yourk.
- 7- William J. Baumol " Economic Theory and operations analysis" , prentice Hall of India, private limited New delhi - 1980.

**AN ECONOMICAL STUDY ON CONSUMPTION PATTERNS
OF SAUDI WOMAN IN AL EHSA'A GOVERNORATE**
Abd El Moneim, Salwa¹; Aisha Hassan²; Zohria Shanaa²; and Bahia Al Khars²

¹ Agricultural Economics Dept . - Faculty of Agriculture- Ain Shams University.

² Department of Home Economics- Faculty of Agricultural Sciences & Food-King Faisal University.

ABSTRACT

Studying the consumption patterns is quite helpful in setting up a well defined economical strategies. The consumption patterns cast some light on the characteristics of a person looking for buying or utilizing commodities or services to satisfy his own needs. Therefore, behaviour of consumer is defined as the way through which the individual get into commodities & services exchange . Besides, studying of consumer's trends & motivations seem to be helpful in identifying the consumer's behaviour.

Woman is the key factor in setting up the consumption pattern as the decision taker of buying and household management. The growing number of educated & working females in the kingdom of Saudia Arabia has led to more responsibilities shouldered by women in household affairs.

The problem of the study revolves around shortage of studies on patterns of consumption in Saudia Arabia Kingdom plus the escalating rate of various commodities consumption in contradiction with rationalization programs seeking for the achievement of comprehensive development policies.

The study aims at identifying consumption patterns of Saudia woman based on buying motivations, methods of buying, major items of expenditure of Saudi household. Besides, it aims at studying impacts of major socio - economic factors affecting both buying motivations .

To fulfill the objectives of the study, a questionnaire including data pertaining cultural & socio-economic characteristics of the examined individuals has been designed. The questionnaire has been circulated among a300 Saudi households' sample.

233 questionnaires have been brought back from household in AL Hofof & Mobras towns, AL Ehsa'a governorate in the Eastern district of the Kingdom.

Results of the study indicate that about 75% of the examined sample lie in the age category of 21-40 years old. This age category is more responsive to austerity & rationalization campaigns & policies.

Results also revealed that 56.6%of the examined sample are educated (secondary school up to post graduate level). This is very helpful in raising housewives awareness concerning buying rationalization and waste minimization.

Analysis of questionnaires indicate that 57.5% of the sample are jobless, 34.3% belong to families ranging from 5 to 7 persons; 26.6% less than 5 persons in a family; 24.5% populated 8-10 persons in a family, families including more than 10 persons are estimated at 14.6% of the examined sample.

Concerning household monthly income, the results show that 33.5% of the examined households get 10 thousand SR monthly. Meanwhile, households getting 3-5 thousands & 10-15 thousands SR constitute 21.9% for each of them. Households, the monthly income of which is less than 3 thousand SR constitute 17.6% and those of monthly income exceeds 15 thousand SR constitute 5.2% indicating that 77.3% of households of the examined sample belong to middle income category (3-15 thousand SR). The last household category does not care about expenditure planning and consumption rationalization. However, recent the growing standard of living aimed prices make raising awareness on its issue and raising savings a must.

Results of the study also show that 77.3% of the examined households' used not to pursue an expenditure budget and 27.7% only care about this point.

Results also indicate that 92% of households adapting budget plan, belong to university and post graduate education level and that 88% out of hem of them of an income ranging 10-15 thousand SR . Also, 90% of households adopting a budget plan, belong to university and post graduate education level and that 88% out of them of an income ranging 10-15 thousand SR. Also, 90% of households age range between 31 to 40 years old.

The previously mentioned results could scientifically be utilized in expanding education chances for women to raise awareness about family & society affairs.

Reviewing the comparative importance of key items of expenditure shows that food in ranked first 26.34% of total monthly income. Whereas, clothing comes next 19.12%, recreation is the third 15.53%. Items of education, saving and health care are 5.27%, 5.21% and 4.8% respectively. The low rate of expenditure on education and health care is attributed to subsidy served by the government . Whereas, the low rate of saving is due to lack of public awareness and poor planning.

Analysis of variance of relationship among socio-economic variables and buying motivations indicated the existence of statistical significance between poor planned buying motivations and number of persons in each family and income. Results indicated no significant relationship between working woman and buying motivation.

Relationship between previous variables and budget planning & consumption rationalization show significant relationship between woman's level of education and consumption rationalization. Meanwhile, there is significant relationship between over- consumption and number of persons in each family and high income. but no statistical relationship shown between consumption rationalization . and woman's age and employment .

The lesson learned from the results is that trend of saudi woman's pattern of consumption is not governed by rationalization or budget planning. The reasons behind such trend are attributed to the high rate of income, lack of awareness concerning saving requirement. So, the study reaches a set of recommendation that put much emphasis on raising public awareness on the

need for planning at individual, household and society levels, conduction of symposiums & seminars on rationalization of consumption and saving issues. Besides, upgrading different skills of all persons in the society to put the foundation stone for development programs launched by the government to attain a great deal of progress and welfare for the people of Saudi Arabia kingdom .