



جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم العالي

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن

كلية الخدمة الاجتماعية

بحث بعنوان

أساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية

في ضوء رؤية 2030

ودور الخدمة الاجتماعية في العمل معه

إعداد

الدكتورة / شروق عبد العزيز الخليف

أستاذ خدمة الجماعة المشارك بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن

ملخص البحث

أساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030 ودور الخدمة الاجتماعية في العمل معه

يهدف البحث الي التعرف على العوامل المؤدية لسلوك الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية، والأثار المترتبة على ضعف الوعي الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية، والتعرف على أساليب الادخار لدى الأسرة السعودية، والوصول إلى آليات زيادة أساليب الادخار للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف، اتبعت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بطريقة العينة وكان حجم العينة ٣٠٠ فرداً، وتم استخدام الاستبيان كوسيلة لجمع المعلومات والبيانات.

وتوصلت الدراسة إلى أن أعلى وزن مرجح للعوامل المؤدية لسلوك الاستهلاكي كان 2,58 للعبارة (سهولة التسوق من المواقع الالكترونية زادت من سلوكي الاستهلاكي)، وأعلى وزن مرجح للأثار المترتبة على ضعف الوعي الاستهلاكي كان 2,17 للعبارة (انتشار ظاهرة الاستهلاك البذخي والعادات السيئة في المجتمع)، وكان أعلى وزن مرجح لأساليب الادخار لدى الأسرة السعودية 2,65 للعبارة (اتجه للمنتجات الأقل تكلفة وبنفس الجودة)، وأعلى وزن لأليات زيادة أساليب الادخار للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030 كان 2,65 للعبارة مرجح (أبذل ما بوسعي للابتعاد عن القروض والدين).

Research Summary

Methods of saving and consumption behavior of the Saudi family in light of Vision 2030 and the role of social service in dealing with it

The research aims to identify the factors that lead to consumer behavior in the Saudi family, the effects of weak consumer awareness in the Saudi family, identify the saving methods of the Saudi family, and reach mechanisms for increasing the saving methods of the Saudi family in light of Vision 2030, and in order to achieve these goals, The researcher followed the social survey approach using the sample method. The sample size was 300 individuals, and the questionnaire was used as a means of collecting information and data.

The study found that the highest weighted weight for the factors leading to consumer behavior was 2.58 for the statement (the ease of shopping on websites increased my consumption behavior), and the highest weighted weight for the effects of weak consumer awareness was 2.17 for the statement (the spread of the phenomenon of lavish consumption and bad habits in Society), and the highest weighted weight for the Saudi family's saving methods was 2.65 for the phrase (I go for less expensive products with the same quality), and the highest weighted weight for the mechanisms to increase the Saudi family's saving methods in light of Vision 2030 was 2.65 for the weighted phrase (I do my best to stay away from loans. parents).

تمهيد

إن المتأمل في سلوك المجتمع الاستهلاكي والادخاري في المملكة العربية السعودية لا بد أن يلحظ غياب أي استراتيجية ادخارية أو استهلاكية عند شريحة كبيرة في المجتمع وذلك لأسباب كثيرة، ومما لا شك فيه أن مفهوم الادخار والاستهلاك يعتبر من المفاهيم الأساسية والتي لها دورا كبيرا وواضحا في حياة الأفراد، فالتغيرات التي حدثت للمجتمع السعودي في كافة المجالات كان لها الأثر في انتشار القيم الاستهلاكية، وبذلك تأتي الدراسة الحالية لتتناول أساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030 وتبرز أهمية دراستنا هذه بكونها موضوعا معاصرا يشغل المهتمين في مجال الادخار والاستهلاك، أيضا تحاول الدراسة تسليط الضوء على التغيير الذي يجب أن يحدث في هذا السلوك في ظل التغيير الاقتصادي المتسارع لرؤية ٢٠٣٠ والتي تمثل استراتيجيات اقتصادية جديدة يجب أن يتماشى معها السلوك الاقتصادي للمجتمع، وهذا التغيير الذي سوف يحدث في السلوك بما يتواءم مع الرؤية هو مفتاح الرفاهية في المجتمع.

أولاً: مشكلة الدراسة

تعد الثقافة الاستهلاكية ظاهرة اقتصادية ذات جذور تاريخية عرفت المجتمعات عبر العصور وقد اتخذت أشكال واضحة المعالم وبالغة التأثير في العصر الحالي أو ما يعرف بعصر العولمة وأصبحت من المواضيع ذات الأهمية في البحوث العلمية في العديد من المجالات خاصة علم الاقتصاد والعلوم الاجتماعية باعتبارها وسيلة لتنميط ثقافات الشعوب وتحقيق الهيمنة الثقافية للدول الغربية وتشكيل النموذج الثقافي الاستهلاكي العالمي الموحد (مزراق بعين، 2019).

ومن هذا المنطلق أيضا غزت الثقافة الاستهلاكية دول العالم الثالث ومنها الجزائر وهي في أسوأ ظروفها وأقل استعدادا لها خاصة في ظل الانهيار الكبير لمؤسسات التنشئة الاجتماعية، وهشاشة المنظومة القيمية لدى الشباب ومن صور تأثيرها على الفرد الجزائري وخاصة الشباب، التقليد الواسع للماركات العالمية في اللباس الغذاء، قصات الشعر، الكلام، استهلاك الأطعمة الحديثة، والسعي للمتعة اللامحدودة، والاستهلاك اللاواعي للمنتجات غير الضرورية وفي إطار إشباع الكماليات. أي المبالغة في تعظيم كل ما هو مادي غريزي في مقابل تهميش وإهمال كل ما هو روحي، قيمي اجتماعي، ثقافي (مزراق، بعين، 2019).

إذ يعد من أهم وأبرز التحولات التي شهدتها المجتمع العربي في الآونة الحالية زيادة الاستهلاك وتغير نمطه وزيادة السلوك الاستهلاكي، صاحب ذلك ثورة تكنولوجية، وكثير من وسائل التواصل الاجتماعي جعلت المواطن أكثر انفتاحاً على نمط الاستهلاك العالمي، ومن ثم تزايد الميل للمحاكاة. وهو الأمر الذي تعاني منه دول العالم الثالث على وجه العموم، ولذلك نجد هناك حاجة ماسة إلى تشجيع الأفراد على ترشيد الاستهلاك والميل نحو الادخار بدلاً من الاتجاه نحو السلوك الاستهلاكي. (عبد الحميد، 2021)

وفي هذا الإطار فإن للضوابط والقواعد التي يفرضها الاقتصاد الإسلامي على السلوك الاستهلاكي والادخاري والاستثماري دوراً هاماً في توفير التمويل اللازم للتنمية. ففي مجال الاستهلاك فإن ترشيد الاستهلاك يعمل على المحافظة على الموارد وعدم تبديدها وإهدارها ومن شأن ذلك أن يحول الفائض في الدخل إلى استثمار وزيادة الإنتاج أما في مجال الادخار فقد بين البحث بأن ضوابط الاقتصاد الإسلامي تشجع على الادخار الإيجابي وليس على الاكتناز، والادخار يكون بهدف استثمار المال وتنميته. وبين البحث أن ضوابط الاقتصاد الإسلامي تحث على الاستثمار الملتزم بالقيم والمعايير التي تعمل على خدمة الإنسان وإعمار الأرض. (جرادات، عبادة 2018)

كما يتضح أن قضية الاستهلاك تمثل قضية مجتمعية متشابكة وذات أبعاد وجوانب كثيرة، كما أنها اتضحت أنها تشكل خطراً على مستوى الاقتصاد القومي.

ومن جانب آخر، فهي ليست قضية اقتصادية فحسب، ولكنها فضلاً عن ذلك تمثل قضية اجتماعية ثقافية. ومن ثم فإن مواجهتها والحد من خطورتها يتطلب تضامناً من جهود متعددة للأسرة والمؤسسات التعليمية والإعلامية والدينية (الدوي، 2018)

ومما لا شك فيه أن المملكة تمر حالياً بتحولات اقتصادية كبيرة، فقد أعلنت في وقت سابق من العام الحالي عن رؤية مستقبلية "رؤية 2030" التي تهدف إلى تحويل الاقتصاد إلى اقتصاد استثماري عالمي، لا يكون النفط محركاً الوحيد، خاصة بعد أن هبطت إيراداته إلى أكثر من النصف. (الانسي 2020)

استناداً إلى ما سبق فتبنت المملكة العربية السعودية رؤية طموحة (رؤية 2030) لتكون منهاجاً وخارطة للعمل الاقتصادي والتنموي في المملكة، فقد حباها الله الملكة العربية السعودية مقومات جغرافية وحضارية وديموغرافية واقتصادية عديدة، جعلتها تتبوأ مكانة رفيعة

بين الدول القيادية على مستوى العالم، فمكانة المملكة في العالم الإسلامي سيكون لها القوة الاستثمارية والمفتاح المحرك لتنويع اقتصادها وتحقيق استدامته (الحازمي، 2020)

ووفقا لصحيفة Gazette Saudi ينفق السعوديون سنويا على السياحة الخارجية ما يتراوح بين 7 و10 بليون دولار وهو ما يفوق الميزانية السنوية لبعض الدول العربية - حيث يقدر متوسط إنفاق الفرد السعودي على هذه السياحة بثلاثة أضعاف المعدل العالمي. (البخاري، الجهني، 2021).

وقد أوضحت نتائج المسح الذي أجرته وأصدرته الهيئة العامة للإحصاء أن دخل وانفاق الأسرة في المملكة العربية السعودية لعام 2018 واطهرت النتائج أن: بلغ متوسط دخل الأسرة الشهري على مستوى المملكة (11,984) احد عشر الفا وتسعمائة وأربعة وثمانون ريالاً، وبلغ للفرد (2,485) ألفان وأربعمائة وخمسة وثمانون ريالاً، وبلغ متوسط دخل الأسرة السعودية (14,823) أربعة عشر الفا وثمانمائة وثلاثة وعشرون ريالاً، بزيادة بلغت نسبتها (8,9) مقارنة بعام 2013م، وبلغ متوسط دخل الفرد السعودي (2,741) الفين وسبعمائة وواحداً وأربعين ريالاً شهرياً بزيادة بلغت نسبتها ب (21) مقارنة بعام 2013.

في حين بلغ متوسط الانفاق الشهري العام للأسرة على مستوى المملكة (12,818) اثنا عشر الفا وثمانمائة وثمانية عشر ريالاً، وبلغ للفرد (2,521) ألفين وخمسمائة وواحد وعشرون ريالاً، وبلغ متوسط انفاق الأسرة السعودية (16,125) ستة عشر ألفاً ومائة وخمسة وعشرون ريالاً، ولل فرد السعودي بلغ (2,857) الفين وثمانمائة وسبعة وخمسين ريالاً، وزاد متوسط الانفاق للفرد السعودي الشهري بمعدل (11,9%) مقارنة بعام 2013.

وتبين لنا أن أعلى مستوى انفاق شهري للأسرة السعودية كان في المنطقة الشرقية حيث بلغ (18,691) ثمانية عشر الفا وستمائة وواحداً وتسعين ريالاً شهرياً، تليها منطقة الرياض حيث بلغ (17,856) سبعة عشر ألفاً وثمانمائة وستة وخمسين ريالاً شهرياً، وبلغ أقل متوسط انفاق للأسرة السعودية (11,466) أحد عشر ألفاً وأربعمائة وستة وستين ريالاً شهرياً في منطقة تبوك. وتظهر لنا نتائج المسح ايضاً أنه كلما زاد حجم الأسرة زاد دخلها، وكلما زادت مساحة المسكن كلما ارتفع دخل الأسرة. (الهيئة العامة للإحصاء)

وفي هذا السياق تعرض الباحثة لأهم الدراسات التي ترتبط وتتسق مع هذا الطرح .

فقد أفادت دراسة ال رشود بأن أهم الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفيهي للأسرة السعودية تمثلت في تبذير الأطفال وضعف إحساسهم بقيمة المال واستنزاف موارد ودخل الأسرة

دون عائد، وتحول الاستهلاك الترفي إلى نوع من الإدمان وأيضاً الاستهلاك إلى حالة مرضية وكذلك تحول الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته وليس تلبية لحاجات فعلية للأسرة، وشعور أصحاب الدخل المحدود بالإحباط وفقدان الثقة بالمجتمع. (ال رشود، وآخرون 2018)

وأظهرت نتائج دراسة مليباري وجود علاقة طردية بين الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية وبين المتغيرات التالية: الدخل الإجمالي الحقيقي المتاح، الثروة، تطور النظام المالي، سعر الفائدة على الريال، وبالمقابل جاءت علاقة عكسية مع التضخم. (مليباري، 2021)

وهذا يتفق مع دراسة (المشاري، 2021)، والتي هدفت إلى التعرف على دور برامج التواصل الاجتماعي في انتشار السلوك الاستهلاكي التفاخري لدى الشابات من وجهة نظر طالبات جامعة امملك سعود، ومعرفة مدى استخدامهن للبرامج، وأسباب انتشار السلوك الاستهلاكي التفاخري بين الشابات وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن متابعة الطالبات لبرنامج السناپ شات جاءت بنسبة (52%) ومدة المشاهدة ما بين 4 ساعات بنسبة (38.8%) و3 ساعات بنسبة بلغت (17%) وحققت المتابعة لبرنامج السناپ شات المعرفة بالعامل الخارجي بنسبة (88.8%) والتسوق والترفيه عن النفس (85.8%) كما أن من أسباب انتشار السلوك الاستهلاكي سهولة التسوق عن طريق سناپ شات بمتوسط بلغ (4.2%) والشعور بالاعتزاز عند تصوير هن لاجتماعاتهن في سناپ شات أما عن دور برنامج السناپ شات في انتشار السلوك الاستهلاكي بلغ اقتناء أدوات التجميل بالمرتبة الأولى بمتوسط بلغ (3.92%) وإقامة الحفلات والذهاب للمطاعم بمتوسط بلغ (3.89%).

بينما اشارت دراسة (الخضر 2021) إلى التعرف على دور الأسرة في التربية الاقتصادية للأولاد في ضوء تداعيات العولمة، وفقاً للمجالات التالية الإنتاج، ترشيد الاستهلاك الادخار واستخدمت المنهج الوصفي المسحي، وتم تطوير وبناء استبانة لقياس دور الأسرة في التربية الاقتصادية للأولاد في ضوء تداعيات العولمة يتضمن (3) مجالات، و(24) عبارة. توصلت الدراسة إلى حصول مجال (الإنتاج) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقدار (4,68)، وانحراف معياري مقداره (0.41)، وبدرجة تقدير (موافق بشدة). حصل مجال الادخار على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مقداره (4,25) وانحراف معياري مقدار (0.61)، وبدرجة تقدير (موافق بشدة)، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة الاحصائية ($0.05 > a$) بين متوسطات استجابات الأمهات حول واقع دور الأسرة في التربية الاقتصادية للأولاد تعزى لمتغير المستوى التعليمي على مجالات الإنتاج ترشيد الاستهلاك، الادخار.

بينما هدفت دراسة (شكري، 2021)، الي تحديد "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع" وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها: المساهمة في توعية المؤسسات المختلفة مثل الأسرة والمدارس وغيرها.

وأوضحت دراسة (بدير، 2021)، "المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة" توصلت الدراسة إلى نتائج منها: النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة البحث الأساسية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الاسرية تبعا لمتغيرات البحث.

بينما أوضحت دراسة (مليباري، 2021) العوامل المؤثرة على سلوك الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية" وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية بين الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية وبين المتغيرات التالية الدخل الإجمالي الحقيقي المتاح، الثروة، تطور النظام المالي، سعر الفائدة على الريال، وبالمقابل جاءت العلاقة عكسية مع التضخم، وكانت جميع المتغيرات مطابقة لفروض الدراسة والنظرية الاقتصادية ولكن وجدنا ان التضخم غير معنوي لذلك تم حذفه من النموذج المقدر. كما يشير الاختبار إلى ان جميع المرونة للمتغيرات التفسيرية بعد حذف متغير التضخم أصبحت ذات معنوية إحصائية عند مستوى معنوية 5% وتشير مرونة الناتج المحلي الإجمالي المتاح المرتفعة أن للدخل أهمية قصوى بالإضافة إلى تأثيره القوي على سلوك الادخار العائلي السعودي.

بينما هدفت دراسة (مختار، 2020)، الي "التخطيط الاستراتيجي للدخل وانعكاسه على الاستقرار الاسري في ضوء رؤية المملكة" وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى وعي ربات الأسر بالتخطيط للدخل المالي.

وأوضحت دراسة (عفاف، 2020)، "أثر إيقاف البدلات والعلوة السنوية في تغيير السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية" وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباط عكسية بين عدد أفراد الأسرة والاهتمام بكل من الانفاق على السلع الغذائية والاثاث مما يشير إلى أن توجه الأسر كبيرة الحجم إلى التقنين في شراء السلع الغذائية والاثاث والمشتریات الاستهلاكية.

واظهرت دراسة (الجهني، 2020) أهمية الدراسة في ان المواطن اليوم مطالب بأن يكون أكثر رشداً في سلوكه وقراراته الاستهلاكية، وأعلى مقدره على توجيه إنفاقه الاستهلاكي للأغراض الأكثر إنتاجية. وهدفت إلى تحليل طبيعة الاستهلاك المظهري لسلع الرفاهية في المملكة العربية

السعودية والخروج بأهم دوافع هذا النوع من الاستهلاك. وظهرت نتائج الدراسة في ان الدخل الشخصي المتاح هو محدداً رئيسياً لاستهلاك سلع الرفاهية مما يشير إلى ان سلع الرفاهية بالنسبة للمستهلك السعودي تعد سلعاً ضرورية وليست كمالية، والرشد الاقتصادي يتطلب مزيداً من الوعي الاجتماعي بالتفرقة بين ما هو ضروري وكمالي من جهة وبين الاستهلاك المنتج والاستهلاك المظهري غير المقنن من الجانب الآخر.

وأشارت دراسة (العيبان، 2020) الي "واقع السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية: دراسة ميدانية مطبقة على النساء في السعودية" وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج المهمة منها ان للعمر أثر على السلوك الاستهلاكي وهو ما بين 20 (إلى اقل من 40) كما ان هناك عوامل اجتماعية وثقافية مؤثرة من اهمها خروج المرأة للعمل، واهتمامها بالتجميل، كذلك من أهم العوامل التسويقية سهولة الشراء الالكتروني، وكثرة محلات البضائع المخفضة، كما ان من أهم الآثار السلبية كثرة الديون، وظهور المشكلات الأسرية كما أظهرت الدراسة أهم أساليب الادخار وهي الوعي أساليب الادخار وهي الوعي بأن ليس كل ما يعلن عنه يناسبني وجيد، كما تمثل الوعي الاستهلاكي لدى المرأة في احوال تكوين عادات استهلاكية سليمة، معرفة الإعلانات المضللة.

وأشارت ايضاً دراسة (مختار، 2019)، إلى دراسة العلاقة بين مستوى وعي الأسرة بالتخطيط الاستراتيجي للدخل المالي وانعكاسه على استقرارها في ظل رؤية المملكة 2030. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى وهي ربات الأسر بالتخطيط الاستراتيجي للدخل المالي.

وأكدت دراسة (الأنصاري، 2019) "اتجاهات الزوجة نحو ادارة الازمات وانعكاسها على النمط الاستهلاكي" وتوصلت هذه الدراسة إلى التنبيه والتأكيد على تبني الأسرة للنمط الاستهلاكي الواعي والرشيد والمساهمة في تقديم حلول لمواجهة الأزمات الاقتصادية.

كما تهدف دراسة اللويش، 2023 إلى تحديد نمط السلوك الاستهلاكي للأسرة الفقيرة وصولاً لآليات إدارة تلك الانماط، من خلال تحديد احتياجات تلك الأسر الفقيرة، وأولويات الإنفاق الاستهلاكي لديها، والآثار السلبية المترتبة على نمط استهلاكها، وأهم المعوقات التي تحد من إشباع احتياجاتها. باستخدام منهج المسح الاجتماعي، والاستبانة أداة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة الذي مثلته عينة عشوائية منتظمة حجمها (٣٤٨). وتوصلت لنتائج أهمها أن أعلى احتياجات الأسر الفقيرة تمثلت في احتياجات اقتصادية وصحية واجتماعية، وأن أهم أولويات الإنفاق الاستهلاكي لديها يتمثل في شراء المواد الغذائية والإنفاق على السكن والتعليم والخدمات، وأن أهم الآثار السلبية المترتبة على النمط الاستهلاكي لديها يتمثل في الخوف على أبناء الأسر

الفقيرة من أن يكونوا فريسة سهلة لأعداء المجتمع، والتمرد على المجتمع وانتشار ظاهرة التسول، بينما تتلخص أهم المعوقات التي تواجه تلبية احتياجاتها في ارتفاع عدد أفرادها، وارتفاع عدد غير المتعلمين فيها، وعدم عمل رب الأسرة، وفي ضوءها تم وضع عدد من التوصيات المناسبة.

في ضوء ما سبق يمثل موضوع الاستهلاك في الخدمة الاجتماعية ، أهمية كبيرة كونه من المواضيع الحديثة، حيث تهدف الدراسة الحالية الى معرفة ثقافة الاستهلاك واثراها في المجتمع، وكيفية ترشيد الاستهلاك والحد من الهدر والاسراف غير الضروري، وكذلك الكشف عن أنماط السلوك الاستهلاكي في ظل التغيير الاجتماعي، لذا تسعى الي تحديد أساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030 ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معه

ثانياً: أهمية الدراسة :

الأهمية النظرية: تبرز أهمية هذه الدراسة بكونها موضوعا يشغل المهتمين في مجال الادخار والاستهلاك والخدمة الاجتماعية، بحيث تلقي الدراسة الضوء على هذه الظاهرة في المجتمعات عامة والأسرة السعودية خاصة وعلى أهم أسباب السلوك الاستهلاكي في الأسرة السعودية و المعوقات والأسباب التي تحول دون الادخار، وجدير بالذكر ان الأسرة السعودية اتجهت بشكل مبالغ فيه نحو ظاهرة الاستهلاك مما يتحتم علينا القيام بهذه الدراسة للتعرف على أسبابها من ناحية واثارها على المستقبل البعيد من ناحية أخرى، ومن هذا المنطلق تأتي أهمية الدراسة من خلال رؤية 2030 التي تهدف إلى رفع نسبة الادخار عن طريق غرس ثقافة الادخار في المجتمع عامة والفرد خاصة، وفضلا عن ذلك توجه هذه الدراسة نظر الباحثين نحو الاهتمام بقضايا الادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية، وإبراز أهمية الادخار وتأثيره على الأسرة من جوانب متعددة، واستنادا إلى ما سبق، تساهم هذه الدراسة أيضا في اثراء المكتبة وفي اثراء الجانب المعرفي فيما يتعلق بالادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030، والمساهمة في تقديم حلول لمواجهة ظاهرة الاستهلاك في حياة الأسرة السعودية.

الأهمية العملية (التطبيقية): تأتي الأهمية العلمية في أن رؤية المملكة العربية السعودية (رؤية 2030) أولت اهتماما كبيرا لتحفيز الادخار حيث قامت الدولة بجهود كبيرة في التوعية ووضع برامج تهدف إلى خلق ثقافة الادخار، وتكمن أهمية دراستنا في التعرف على مظاهر الادخار والسلوك الاستهلاكي في الأسرة السعودية، والسعي للكشف عن أبرز السلبيات المترتبة على السلوك الاستهلاكي والتي يغفل عنه الكثيرون، والمعوقات التي تحول عن الادخار، ومن المتوقع أن تسهم النتائج والتوصيات التي ستتوصل لها دراستنا إلى زيادة الادخار في الأسرة

السعودية والتقليل من الاستهلاك، ونأمل ان تكون الدراسة الحالية اداة يُسترشد بها في التوعية بأساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي، ولابد من الاشارة إلى ان نتائج وتوصيات هذه الدراسة أيضا تساهم في مساعدة المختصين والمهتمين بإعداد البرامج التي تعمل على زيادة وتشجيع الادخار والتقليل من الاستهلاك، وتماشيا مع ما تم ذكره والسلوك، تعد هذه الدراسة مرجع للباحثين المهتمين بشؤون الادخار والسلوك الاستهلاكي.

ثالثاً: أهداف الدراسة :

- 1- تحديد العوامل المؤدية للسلوك الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية.
- 2- تحديد الآثار المترتبة على ضعف الوعي الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية.
- 3- تحديد أساليب الادخار لدى الأسرة السعودية.
- 4- التوصل إلى اليات زيادة أساليب الادخار للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030.

رابعاً تساؤلات الدراسة :

- 1- ما هي العوامل المؤدية للسلوك الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية؟
- 2- ماهي الآثار المترتبة على ضعف الوعي الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية؟
- 3- ما هي أساليب الادخار لدى الأسرة السعودية؟
- 4- ما هو الدور الذي يمكن ان تقوم به مهنة الخدمة الاجتماعية في العمل مع السلوك الاستهلاكي ؟

خامساً: مفاهيم الدراسة :

1- الادخار:

لغة : اصلها افتخار فقلب كل من الذال والتاء دالا مع الادغام فتحولت الكلمة إلى ادخار وهو الاحتفاظ بجزء من الدخل للمستقبل والاحتفاظ بالشيء لوقت الحاجة.

اصطلاحاً: هو التوقف عن الانفاق العشوائي وهو امر واجب وحتمي من اجل تحقيق التنمية وهو تأخير الانفاق إلى اجل معين (العبيدي (2011)

أيضا هو الاحتفاظ بجزء من الدخل الحالي للاستخدام في المستقبل. (المتيم، المخزنجي، (2020).

والادخار ما هو الا شكل من أشكال الإنفاق فهو إنفاق على شراء السلع والخدمات الاستثمارية كما يعرف بأنه عدم استهلاك جزء من الدخل حاليا وتوظيفه في مجال آخر للحصول على مردود وهو ما يعرف بمعدل الفائدة فلا يمكن للمدخرين زيادة حجم الادخار في إطار الدخل الجاري الا إذا ارتفع معدل الفائدة، فالعلاقة بين عرض الادخار ومعدل الفائدة طردية لكون المدخرين لن يتنازلوا عن أموالهم في الحاضر الا إذا درت عليهم دخول صافية في المستقبل وهو ما يعرف بـ "معدل الفائدة". (حميدة، 2017).

وتعرفه الباحثة بهذه الدراسة بأنه الجزء من الدخل غير المخصص للاستهلاك و الذي يودع عادة في حسابات بنكية جارية و يستخدم على المدى القصير.

2-الاستهلاك:

هو انفاق الدخل على السلع والخدمات التي يمكن استعمالها في فترة قصيرة، أيضا هو ذلك الجزء المستقطع من الدخل الكلي والذي يتم انفاقه من قبل المجتمع. (علي، 2014)

وتعرفه الباحثة بهذه الدراسة بأنه عملية استخدام السلع والخدمات بشكل نهائي أو جزئي بهدف اشباع الاحتياجات بصورة مباشرة او غير مباشرة ، وتختلف طريقة الاشباع من مجتمع الي آخر.

3-السلوك:

يمكن تعريف نوعين من سلوك الأفراد السلوك الفردي والسلوك الاجتماعي، والسلوك الفردي هو السلوك الخاص بفرد معين، أما السلوك الاجتماعي فهو السلوك الذي يتمثل في علاقة الفرد بغيره من الجماعة.

أيضا هو تراكمات تربوية تبدأ مع النفس مرورا بجميع المراحل التي تمر بها في جميع مساراتها البشرية المختلفة. (حلاق، 2020).

ويعرف السلوك بهذه الدراسة بكونه هو ما يصدر عن الإنسان أو ما يتخذه الإنسان من أفعال أو نشاطات واستجابات ليتفاعل مع من حوله.

السلوك الاستهلاكي:

هو جميع الأفعال والتصرفات المباشرة والغير مباشرة التي يأتيها ويقوم بها الأفراد في سبيل الحصول على سلعة أو خدمة معينة من مكان معين وفي وقت محدد، فهو كل أنواع التصرفات

التي يمارسها الإنسان في حياته وذلك من اجل ان يتكيف مع متطلبات البيئة والحياة المحيطة به. (علي، 2014) .

وتعرفه الباحثة بأنه مجموعة التصرفات التي تصدر عن الأفراد مرتبطة بشراء السلع والخدمات وعملية اتخاذ القرار .

5- رؤية 2030:

هي رؤية تبنتها المملكة تحت مسمى (رؤية المملكة العربية السعودية 2030) لتكون

منهجاً وخارطة طريق للعمل الاقتصادي والتنموي في المملكة. (الخرشة، 2019)

وتعرفها الباحثة بأنها هي رؤية اطلقها سمو ولي العهد (محمد بن سلمان) تسعى للتقليل من الاعتماد الكلي على النفط والتنويع في الاقتصاد.

المنطلق النظري للدراسة :

يتحدد المنطلق النظري لهذه الدراسة في نظرية أساسية تشكل الموجه النظري للدراسة وهي :

نظرية التقليد والمحاكاة :

تحدث (الزهراني، 2017) عن الفيلسوف الاجتماعي "جبريل تارد" Tarde Gabriel الذي يشار إليه بأبي علم النفس الاجتماعي، قدم "تارد" من خلاله نظريته عن السلوك الاجتماعي المسماة (نظرية التقليد) مرجعاً لانتقال السلوك من فرد إلى آخر عن طريق (المحاكاة والتقليد)، وعلى الرغم أن النظرية استخدمت على نطاق واسع من قبل علماء الجريمة لتفسر السلوك الإجرامي، فإن السلوك الإنساني عموماً تتسحب عليه نظرية تارد والاستهلاك بلا جدل أحدها، إذ يرى (تارد) أن التقليد ظاهرة حدثت بتأثر العادة والذاكرة، واختلاط الأشخاص بعضهم ببعض، وأن ذلك يحدث وفق قوانين محددة وثابتة يشترك في الخضوع لها كل أفراد المجتمع، وفي الغالب - كما يرى تارد - أن عادات المجتمع تتشكل من خلال التقليد، سواء كانت حميدة أو عكس ذلك، وتنتقل من جيل إلى جيل عبر الزمن حتى تصبح عرفاً يقتدى به ويمارس من كل أفراد المجتمع، ويحدث التقليد كما اشرنا وفق قوانين محددة وثابتة وضعها (تارد):

١- أنه يتم بشكل أكبر عندما تكون صلات الأفراد فيما بينهم أكبر، ويبرز الاختلاط والتقليد في المدن أكثر منه في الريف.

٢- يكون التقليد من الأدنى إلى أعلى؛ فالفقير يقلد الغني والصغير يقلد الكبير.

كذلك تشير نظرية المحاكاة إلى تأثير التقليد على الاستهلاك، وهو أمر أيضا تدعمه المشاهدة اليومية، فالكثير منا يعلم أنه يتأثر في نمط استهلاكه بالمحيط الذي يعيش فيه، بل إنه قد يضطر أحيانا لانفاق ما هو أكثر من دخله من خلال الاقتراض للوصول إلى النمط الاستهلاكي للبيئة التي يعيش فيها، هذه البيئة قد تكون أصدقاء العمل أو الجيران أو العائلة أو غيره. (قندوز، 2019)

وحاول (تارد) تفسير عملية المحاكاة، فالمجتمع عنده هو جماعة من الأفراد لديهم القدرة على محاكاة بعضهم ويوجد بينهم سمات مشتركة تعد نسخا متكررة لنموذج واحد، كما انها النموذج السائد، بينما في وقت اخر يعيش الأفراد في الحاضر فقط وتسمى (محاكاة النماذج الجديدة) أي انتشار الموضة.

وذكر أن ظاهرة التقليد تحدث بتأثير العادة والذاكرة واختلاط واتصال الأشخاص بعضهم ببعض وفق القوانين ثابتة يخضع لها جميع أفراد المجتمع، وأن هذه العادات والسلوكيات حسنة كانت أو غير حسنة، تكونت نتيجة للتقليد وانتقلت من جيل إلى جيل حتى أصبحت عرفا يقتدى به، ومن هذا التقليد تناول الكثير من أوجه النشاطات الاجتماعية وأن الحياة الاجتماعية تخضع لقانون المحاكاة العام، وأن التغيير الاجتماعي يعود إلى الفرد وابتكاراته وتتم المحاكاة عادة بطريقة لا شعورية، ولذلك نراه يشبه الحياة الاجتماعية بحالة التنويم المغناطيسي فهي حياة ترددية وتخديرية لا يشعر بها الأفراد لأنهم يحاكون بعضهم البعض بطريقة تلقائية غير شعورية.

ويشير (تارد) إلى أن عملية التقليد تعتمد على ثلاثة قوانين أساسية هي: يقلد الأفراد بعضهم البعض بدرجة متفاوتة طرديا وحسب شدة الاختلاف التقليد يكون من الأعلى إلى الأدنى طبقا ومهنيا ومن الحضر إلى الريف فالطبقات الاجتماعية الأدنى تقلد الطبقات الاجتماعية الأعلى منها في الرتبة والتصنيف على السلم الهرمي الاجتماعي والاقتصادي ويعد عامل التقليد والمحاكاة من العوامل المهمة التي تؤثر في انماط الاستهلاك حيث يتأثر أفراد المجتمع في سلوكهم الاستهلاكي التفاضلي بمن حولهم من أقارب وأصدقاء وجيران ومحاولة تقليدهم في أنماطهم الاستهلاكية، وقد يلجأ البعض إلى شراء سلع لا يحتاج إليها وليست ضرورية وتصنف من الكماليات أو شراء سلع لم يعد استخدامها سابقا ليس الا رغبة في محاكاة أصدقاء.

فالمحاكاة قد تكون نابعة من شعور بالدونية أمام الآخرين والاحساس بفقدان الثقة وعدم الاعتزاز بالثقافة المحلية والنظر للآخر بأنه الافضل والارقي وبالتالي فهو الأجدر بالاتباع والمحاكاة والتقليد، كما نكر ذلك (تارد) إن المحاكاة تحدث من الأدنى للأعلى (المشاري، ال الشيخ، 2021).

الإجراءات المنهجية :

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التحليلية التي تتجه إلى تقرير خصائص معينة وسلوكيات محددة وتعتمد على جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها من أجل الوصول إلى تقييمات بشأن الخصائص والسلوكيات والظواهر المدروسة، والأسلوب الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة المدروسة كما توجد في الواقع وتهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً.

منهج الدراسة المستخدم: تم استخدام المسح الاجتماعي عن طريق العينة القصدية (ربات المنازل)، ويقصد بالمسح هنا أسلوب يتم من خلال جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة ما وذلك بغرض التعرف على الظاهرة وتحديد الوضع الحالي لها، ومعرفة جوانب القوة والضعف.

أدوات الدراسة المستخدمة:

أداة الاستبيان، وهي أداة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، والذي يعد من أكثر أدوات البحث شيوعاً في مجال الدراسات والبحوث، وشمل الاستبيان على 4 محاور رئيسية، وعددها (300 استمارة).

مجالات الدراسة:

- **المجال البشري:** عينة من ربات المنازل عددها (300 مفردة).
- **المجال المكاني:** الرياض.
- **المجال الزمني:** الفصل الدراسي الثاني من الفترة 2 - 9 - 1443 إلى 4 - 9 - 1443.

نتائج الدراسة :

أولاً : النتائج المتعلقة بالعوامل المؤدية لسلوك المستهلك :

الجدول رقم (6)

جدول يوضح توزيع إجابات مفردات عينة الدراسة على العوامل المؤدية لسلوك المستهلك:

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق			
1	2.58	20	86	194	التكرار	سهولة التسوق من الموقع الإلكتروني زادت من سلوكي الاستهلاكي	1
		%6	%28	%64	النسبة		
8	2.10	78	112	110	التكرار	أفضل شراء الأجهزة بدلا من إصلاحها.	2
		%26	%37	%36	النسبة		
6	2.33	50	101	149	التكرار	الإعلانات التجارية ساهمت في زيادة سلوكي الاستهلاكي.	3
		165	%33	%49	النسبة		
9	2.00	87	125	88	التكرار	اسعى دائما لمواكبة جديد الموضة.	4
		%29	%41	%29	النسبة		
7	2.17	69	110	121	التكرار	لأصدقاء تأثير في زيادة السلوك الاستهلاكي.	5
		%23	%36	%40	النسبة		
2	2.55	12	81	197	التكرار	يزداد سلوكي الاستهلاكي في مواسم معين	6
		%4	%27	%65	النسبة		
3	2.53	23	94	183	التكرار	التطور التكنولوجي زاد من استهلاكي	7

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	النسبة		
10	1.9	98	124	78	التكرار	أبالغ دائما في شراء الهدايا في المناسبات	8
		%32	%41	%26	النسبة		
12	1.7	144	93	63	التكرار	سهولة الاقتراض يدفعني لزيادة الإنفاق	9
		%48	%31	%21	النسبة		
12	1.7	130	106	64	التكرار	اسعى دائما لتجربة المنتجات الجديدة في الأسواق.	10
		%43	%35	%21	النسبة		
5	2.3	61	99	140	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي زادت من استهلاكي للمكالمات	11
		%20	%33	%46	النسبة		
4	2.4	33	111	156	التكرار	المناسبات الاجتماعية تزيد من الاستهلاك بشكل مبالغ فيه.	12
		%11	%37	%52	النسبة		
11	1.8	135	94	71	التكرار	أشعر مكائتي الاجتماعية عندما امتلك سلعة ثمينة	13
		%45	%31	%23	النسبة		
13	1.4	207	56	37	التكرار	أقلد الآخرين في اقتناء بعض السلع الباهظة الثمن.	14
		%69	%18	%12	النسبة		
5	2.3	46	131	123	التكرار	العادات والتقاليد في المجتمع تزيد من الاستهلاك.	15
		%15	%43	41	النسبة		

يتم عرض أهم النتائج والمتعلقة بالعبارات الحاصلة علي المراتب السبع الأعلى في الترتيب وفق استجابات مفردات عينة الدراسة علي النحو التالي :

- العبارة رقم (1) سهولة التسوق من المواقع الإلكترونية زادت من سلوكي الاستهلاكي كانت في المرتبة الأولى ومتوسطها الحسابي بلغ 2,58، حيث ان 194 أجابوا بموافق بنسبة 64% و 86 أجابوا بموافق لحد ما بنسبة 28% و 20% بغير موافق بنسبة 6%، وهذا ما يتوافق مع دراسة (الزيادات (2019) حيث أشار إلى أن لتسوق الإلكتروني خاصية كبيرة في توفير الوقت والجهد فأصبح بالإمكان شراء أي سلعة من أي بلد دون الحاجة للسفر إليها.

- العبارة رقم (6) يزداد سلوكي الاستهلاكي في مواسم معينة احتلت الرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2,55 وهذا يتبين أن عينة الدراسة يوافقون اجمالاً بدرجة مرتفعة جداً حيث بلغ الذين أجابوا بموافق 197 بنسبة 65% وموافق إلى حد ما 81 بنسبة 27% وغير موافق 12% بنسبة 4%.

- العبارة رقم (7) التطور التكنولوجي زاد من استهلاكي جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2,5، وهذا يتبين أن عينة الدراسة يوافقون اجمالاً بدرجة مرتفعه مما بلغوا الذين أجابوا بموافق 183 بنسبة 61% وموافق إلى حد ما 94 بنسبة 31% وغير موافق 23% بنسبة 7% وهذا يتوافق مع دراسة (شكري، 2021) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع.

- العبارة رقم (12) المناسبات الاجتماعية تزيد من الاستهلاك بشكل مبالغ فيه، أتت بالمرتبة الرابعة وبلغ متوسطها الحسابي 2,4، وهذا يتبين أن عينة الدراسة يوافقون إجمالاً بدرجة مرتفعة مما بلغوا الذين أجابوا بموافق 156 بنسبة 52% وموافق إلى حد ما 111 بنسبة 37% وغير موافق 33 بنسبة 11% وهذا يتوافق مع دراسة (عقوب، 2021)، دوافع واثار الاستهلاك التقاخي " دراسة سيولوجيا " دراسة تطبيقية على عينة من الأسر بمدينة طبرق.

- العبارة رقم (11) تبين لنا عبارة مواقع التواصل الاجتماعي زادت من استهلاكي للكليات أتت بالرتبة الخامسة ومتوسطها الحسابي 2,3، وهذا يتبين أن عينة الدراسة يوافقون اجمالاً بدرجة مرتفعة مما بلغوا الذين أجابوا بموافق 140 بنسبة 46% وموافق إلى حد ما 99 بنسبة 33% وغير موافق 61 بنسبة 20% وهذا يتوافق مع دراسة (المشاري، 2021) دور برامج التواصل الاجتماعي (سناپ شات) في انتشار السلوك الاستهلاكي التقاخي لدى الشباب.

- العبارة رقم (15) العادات والتقاليد في المجتمع تزيد من الاستهلاك، أتت بالمرتبة ، الخامسة أيضا بمتوسط حسابي 2,3 وهذا يتبين أن عينة الدراسة يوافقون اجمالاً بدرجة مرتفعة مما بلغوا الذين أجابوا بموافق 123 بنسبة 41% وموافق إلى حد ما 131 بنسبة 43% وغير موافق 46% بنسبة 15% وهذا يتوافق مع دراسة. (عبد اللاوي 2019)، "ثقافة الادخار داخل الأسرة الجزائرية بين التقليد والحداثة: مقارنة سوسيو أنثروبولوجية".

- العبارة رقم (3) الإعلانات التجارية ساهمت في زيادة سلوكي الاستهلاكي كانت في المرتبة السادسة ومتوسطها الحسابي بلغ 2,33، حيث إن 149 أجابوا بموافق بنسبة 49% و 101 أجابوا بموافق لحد ما بنسبة 33% و 50 أجابوا بغير موافق بنسبة 16%، وهذا ما يتوافق مع دراسة (شكري, 2021) حيث أشار إلى ان الإعلانات ترغب بشراء سلع دون الحاجة إليها وأن يقوم بتجربة كل ما هو جديد مما يؤثر على سلوكه الاستهلاكي.

- العبارة رقم (5) للأصدقاء تأثير على زيادة سلوكي الاستهلاكي كانت بالمرتبة السابعة متوسطها الحسابي بلغ 2,17، وهذا يتبين أن عينة الدراسة يوافقون اجمالاً بدرجة مرتفعة 121 على تأثير اصدقاهم بسلوكهم بنسبة 40% وحيث ان الذين يوافقون إلى حد ما بلغو 110 بنسبة 36% وغير موافق بلغو 69 بنسبة 23% وهذا يتوافق مع دراسة (المشاري 2021) دور التواصل الاجتماعي (سناب شات) في انتشار السلوك الاستهلاكي لدى الشباب.

ثانيا : النتائج المتعلقة بالآثار المترتبة علي ضعف الوعي الاستهلاكي :

الجدول رقم (7)

جدول يوضح توزيع إجابات مفردات عينة الدراسة على الآثار المترتبة على ضعف الوعي الاستهلاكي:

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	التكرار	النسبة	
2	2.06	77	126	97	التكرار	1	
		%25	%42	%32	النسبة		اتعرض للضائقة المادية بشكل متكرر

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبرة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	التكرار	النسبة	
9	1.9	86	129	85	التكرار	بعض الكماليات هي من الأولويات بالنسبة لدي كالسفر	2
		%28	%43	%28	النسبة		
11	1.5	168	94	38	التكرار	أحرص على اقتناء الماركات العالمية	3
		%56	%31	%12	النسبة		
12	1.3	225	44	31	التكرار	اتجه للقروض دائما بسبب الاستهلاك الغير واعي	4
		%75	%14	%10	النسبة		
7	1.44	204	60	36	التكرار	أفضل الذهاب إلى المطاعم الفاخرة باستمرار	5
		%68	%20	%12	النسبة		
6	1.66	143	114	43	التكرار	دائما أرغب بالتجديد واقتناء كل ما هو جديد	6
		%47	%38	%14	النسبة		
8	1.32	227	48	25	التكرار	أبالغ في شراء الكماليات والسبب هو (التفاخر)	7
		%75	%16	%8	النسبة		
3	2.01	83	129	88	التكرار	عدم التخطيط المسبق لصرف ميزانية المنزل	8
		%27	%43	%29	النسبة		
1	2.17	41	59	164	التكرار	انتشرت ظاهرة الاستهلاك البذخي والعادات السيئة في مجتمعي	9
		%13	%19	%54	النسبة		
10	1.8	107	118	75	التكرار	أصبحت ذو طبع أكثر حدة نتيجة للضغوط المادية	10
		%35	%39	%25	النسبة		

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	التكرار	النسبة	
10	1.8	118	123	59	التكرار	اتعرض لأزمة اقتصادية دائما بسبب الصرف المبالغ فيه	11
		%39	%41	%19	النسبة		
5	1.69	151	91	58	التكرار	تحول استهلاكي للكماليات إلى نوع من الإدمان	12
		%50	%30	%19	النسبة		
6	1.66	153	94	53	التكرار	زاد التفكك الأسري في مجتمعي نتيجة لعدم تأمين الكماليات	13
		%51	%31	%17	النسبة		
4	1.91	100	125	75	التكرار	استهلاكي المفرط يحد من قدرتي على الادخار والاستثمار	14
		%33	%41	%25	النسبة		
6	1.66	156	90	54	التكرار	أصبح لدي لا مبالاة وعدم تقنين للأولويات	15
		%52	%30	%18	النسبة		

يتم عرض أهم النتائج والمتعلقة بالعبارات الحاصلة علي المراتب السبع الأعلى في الترتيب وفق استجابات مفردات عينة الدراسة علي النحو التالي :

- من الجدول السابق السابق يتضح أن أعلى عبارة كانت انتشرت ظاهرة الاستهلاك البذخي والعادات السيئة في المجتمع قد جاءت في المرتبة الأولى وذلك بمتوسط حسابي 2.17، فقد أجاب 164 بموافق بنسبة 54% وأجابوا 59 بموافق إلى حد ما بنسبة 19% وكان عدد الذين أجابوا بغير موافق 41 بنسبة 13%، هذا يتفق مع دراسة (شكري، 2021) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع، والتي تكمن أهميتها في إثراء الجانب المعرفي فيما يتعلق بتطور مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع اعداد مرتاديهما والتأثر بإعلاناتها وزيادة معدل الاستهلاك، وأيضا تتفق مع دراسة (الجهني، 2020) استهلاك سلع الرفاهية في

المملكة العربية السعودية والتي تكمن أهميتها في ان المواطن مطالب بالرشد في استهلاكه لسلع الرفاهية.

- يليها عبارة (اتعرض للضائقة المادية بشكل متكرر) قد أتت في الرتبة الثانية وذلك بمتوسط حسابي 2.06، فقد أجابوا 97 بموافق بنسبة 32% و126 بموافق إلى حد ما بنسبة 42 و77 أجابوا بغير موافق بنسبة 25، وهذا يتفق مع در دراسة (مختار، 2019) وعي الأسرة بالتخطيط للدخل المالي وانعكاسه على استقرارها وتكمن أهمية الدراسة في المشاركة في تنمية الوعي الاستثماري للأسرة والمساهمة في التنمية الاقتصادية للأسرة والمجتمع.

- يليها عبارة (عدم التخطيط المسبق لصرف ميزانية المنزل) قد أتت في المرتبة الثالثة وكان ذلك بمتوسط حسابي 2.01، بحيث أجابوا 88 بموافق بنسبة 29% وأجابوا 129 حد ما بنسبة 43، وأجابوا 83 بغير موافق بنسبة 27، والتي تتفق مع بموافق إلى دراسة (بدير، 2021) المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة، وتكمن أهميتها في التأكيد على أهمية المؤثرات الاستهلاكية والتبوء لها في احداث تغيرات متلاحقة مما قد يعرضها لمواجهة أزمات اقتصادية.

- أوضح لنا الجدول ان عبارة (استهلاكي المفرط يحد من قدرتي على الادخار والاستثمار) قد أخذ الرتبة الرابعة بمتوسط حسابي، 1.91 بحيث 75 أجابوا بموافق بنسبة 25% و125 أجابوا بموافق إلى حد ما بنسبة 41%، وأجابوا بغير موافق 100 بنسبة 33%، والتي تتفق مع دراسة (مختار، 2020) التخطيط الاستراتيجي للدخل وانعكاسه على الاستقرار الاسري ومن اهداف هذه الدراسة دراسة العلاقة بين. وعي الأسر بالتخطيط للدخل وانعكاسه وتأثيره على الاستقرار الأسري.

- أوضح لنا الجدول ان عبارة (تحول) استهلاكي للكاملات إلى نوع من الادمان قد أخذ الرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 1.69، بينما أجابوا بموافق 58 بنسبة 19% وبموافق إلى حد ما 91 بنسبة 30% وبغير موافق 151 بنسبة 50%، والتي تتفق مع دراسة (داود، 2021) السلوك الاستهلاكي للأسرة خلال فترة الحجر المنزلي حيث أوضحت نتائج هذه الدراسة ان أكثر معدل لقيام مفردات عينة الدراسة بالتسوق مرة كل أسبوع بنسبة 38%.

أوضح لنا الجدول ان عبارة (زاد التفكك الأسري في مجتمعي نتيجة لعدم تأمين الكماليات) قد أخذ الرتبة السادسة بمتوسط حسابي 1,66، بينما أجابوا 53 بموافق بنسبة 17% و94 بموافق إلى حد ما بنسبة 31% و153 بغير موافق بنسبة 51%، والتي تتفق مع دراسة (فرحات،

(2017) التخطيط المبكر لمرحلة التقاعد وعلاقته بالقلق المستقبلي لدى الزوجة حيث توصلت نتائجها إلى التزام الزوجة المعيلة بميزانية لتتبع النفقات بانتظام تشمل النفقات الرئيسية والاستفادة من كل خطة موضوعة للميزانية شهريا في صورة مفكرة صغيرة يتم تسجيل النفقات بها والاحتفاظ دائما بالإيصالات وخاصة للمدفوعات الكبيرة لتكون بمثابة تقييم للنفقة طوال الشهر.

- أوضح لنا الجدول ان عبارة (أصبح لدي لا مبالاة وعدم تقنين للأولويات) أخذ الرتبة السادسة أيضا بالمتوسط الحسابي 1.66 بحيث أجابوا بموافق 54 بنسبة 18% وموافق إلى حد ما 90 بنسبة 30% وغير موافق 156 بنسبة 52%، وتتفق هذه العبارة مع دراسة (الجهني، 2020) استهلاك سلع الرفاهية في المملكة العربية السعودية وظهرت أهمية الدراسة في ان المواطن اليوم مطالب بأن يكون أكثر رشداً في سلوكه وقراراته الاستهلاكية وأعلى مقدره على توجيه إنفاقه الاستهلاكي.

- أوضح لنا الجدول أن عبارة (دائماً ارغب بالتجديد واقتناء كل ما هو جديد) أخذت دائماً. الرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي 1.66، بحيث ان الذين أجابوا بموافق 43 بنسبة 14% وموافق إلى حد ما 114 بنسبة 38% وغير موافق 143 بنسبة 47%، واتفقت مع دراسة (المشاري، 2021) دور برامج التواصل الاجتماعي في انتشار السلوك الاستهلاكي التفاخري لدى الشباب وتبرز أهمية الموضوع بكونه موضوعاً معاصراً يشغل المهتمين في ميادين العلوم الاجتماعية والنفسية، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور برامج التواصل الاجتماعي في انتشار السلوك الاستهلاكي التفاخري.

- أوضح لنا الجدول ان عبارة (أفضل الذهاب إلى المطاعم الفاخرة باستمرار) أخذت الرتبة السابعة بمتوسط حسابي 1,44، بحيث الذين أجابوا بموافق 36 بنسبة 12% والذين أجابوا بموافق إلى حد ما 60 بنسبة 20% وغير موافق 204 بنسبة 68%، التي تتفق مع دراسة (الجهني، 2020) استهلاك سلع الرفاهية في المملكة العربية السعودية برزت أهمية الدراسة في ان المواطن اليوم مطالب بأن يكون أكثر رشداً في سلوكه وقراراته الاستهلاكية، وأعلى مقدره على توجيه إنفاقه وتهدف الدراسة إلى تحليل طبيعة الاستهلاك المظهري لسلع الرفاهية في المملكة العربية السعودية والخروج بأهم دوافع هذا النوع من الاستهلاك.

ثالثاً : النتائج المتعلقة بأساليب الادخار لدى الأسرة السعودية :

الجدول رقم (8)

جدول يوضح توزيع إجابات مفردات عينة الدراسة على أساليب الادخار لدى الأسرة السعودية:

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	التكرار	النسبة	
7	2.31	54	98	148	التكرار	استقطع مبلغ شهري من دخلي للادخار	1
		%18	%32.6	%49.3	النسبة		
4	2.52	13	118	169	التكرار	ابحث عن بدائل للسلع المرتفعة القيمة	2
		%4.3	%39.3	%56.3	النسبة		
3	2.60	12	95	193	التكرار	استغل العروض في المناسبات الموسمية	3
		%4	%31.6	64.35	النسبة		
1	2.65	11	82	207	التكرار	اتجه للمنتجات الأقل تكلفة وبنفس الجودة	4
		%3.6	%27.3	%69	النسبة		
14	1.85	107	115	73	التكرار	احرص على شراء الذهب لحفظ مالي	5
		%35.6	%38.3	%24.3	النسبة		
11	2.11	65	137	98	التكرار	أحدد ميزانية محددة للصرف الشهري	6
		%21.6	%45.6	32.65	النسبة		
123	2.09	69	134	97	التكرار	أرى أن من الأفضل إعادة تدوير بعض الأشياء بدلا من شراء الجديد منها	7
		%23	%44.6	%32.3	النسبة		
8	2.26	33	154	113	التكرار	استبدل طلبات الأكل الخارجية بالطبخ في المنزل	8
		%11	%51.3	%37.6	النسبة		

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	التكرار	النسبة	
2	2.63	7	96	197	التكرار	اهتم بالأولويات ثم الكماليات	9
		%2.3	%32	%65	النسبة		
5	2037	40	109	151	التكرار	أراقب نفقاتي الشهرية	10
		%13.3	%36.3	%50.3	النسبة		
9	2.23	63	105	132	التكرار	اخطط لعمل مشروع يزيد من دخلي	11
		%21	%35	%44	النسبة		
10	2.18	65	114	121	التكرار	استخدم القسائم الشرائية عند التسوق	12
		%21	%38	%40.3	النسبة		
15	1.78	133	100	67	التكرار	استخدم الدفع النقدي بدلا من بطاقات الائتمان	13
		%44.3	%33.3	%22.3	النسبة		
13	2.07	81	116	103	التكرار	اسعى دائما لتخصيص مبلغ للطوارئ ثابت بشكل شهري	14
		%27	%38.6	%34.3	النسبة		
6	2.32	51	100	149	التكرار	اكتب قائمة للتسوق قبل الخروج من المنزل	15
		%17	%33.3	%49.6	النسبة		

يتم عرض أهم النتائج والمتعلقة بالعبارات الحاصلة علي المراتب السبع الأعلى في الترتيب وفق استجابات مفردات عينة الدراسة علي النحو التالي :

- أوضح لنا الجدول أن عبارة (اتجه للمنتجات الأقل تكلفة وبنفس الجودة) قد أخذت الرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2,65، فقد أجابوا 207 بموافق بنسبة 69%، وقد أجابوا 82 بموافق إلى حد ما بنسبة 27,3%، بينما أجابوا 11 بغير موافق بنسبة 3,6%، وهذا يتوافق مع دراسة (ناشور، 2021) اذ تشير الدراسة إلى ان هناك مجموعة من العوامل السلوكية المؤثرة في

الادخار ومن بين هذه العوامل الحكمة والتبصر فالفرد الحكيم هو الذي يلاءم بين حاجاته وما لديه من أموال ويوازن بين دخلة ومتطلباته، وهذا ما جاء في نتائج دراستنا إذ ان اتجاه عدد كبير من أفراد العينة للمنتجات الأقل تكلفة وبنفس الجودة، يعتبر من الحكمة والتبصر.

- وتبين لنا أن عبارة اهتم بالأولويات ثم الكماليات احتلت الرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2,63، فقد أجابوا 197 بموافق بنسبة 65,6% بينما أجابوا 96 بموافق إلى حد ما بنسبة 32% وقد أجابوا 7 بغير موافق بنسبة 2,3%، فنسبة كبيرة من أفراد العينة أجابت بموافق وهذا يتوافق مع نتائج دراسة (الخضر، 2021) إذ ان عبارة "احث ابنائي على الادخار لشراء الاحتياجات الأساسية ثم الكمالية" قد جاءت في المرتبة الثانية وهذا يعني ان الأسرة تهتم على حث أبناءها على الادخار لشراء الاحتياجات الأساسية أولاً ثم الكماليات ثانياً.

- وفيما يتعلق بعبارة (استغل العروض في المناسبات الموسمية) فاحتلت الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2,60، فقد أجابوا 193 بموافق بنسبة 64,3%، بينما أجابوا 95 بموافق إلى حد ما بنسبة 31,6%، وقد أجابوا 12 بغير موافق بنسبة 4%، وهذا يبين لنا ان اغلب أفراد العينة أجابوا بموافق لعبارة استغل العروض في المناسبات الموسمية.

- ويتضح لنا أن عبارة (ابحث عن بدائل للسلع المرتفعة القيمة) قد أخذت الرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 2,52، فقد أجابوا 169 بموافق بنسبة 56,3%، وقد أجابوا 118 بموافق إلى حد ما بنسبة 39,3%، بينما أجابوا 13 بغير موافق بنسبة 4,3%، تبين لنا ان عدد كبير من أفراد العينة قد أجابوا بموافق وهذا يتفق مع دراسة (بخاري، 2021) إذ تبين ان الانفاق على السلع والخدمات في المملكة العربية السعودية كان بنسبة 20%.

- وأوضح لنا الجدول ان عبارة (اراقب نفقاتي الشهرية) احتلت الرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2,37، فقد أجابوا 151 بموافق بنسبة 50,3%، بينما أجابوا 109 بموافق إلى حد ما بنسبة 36,3%، وقد أجابوا 40 بغير موافق بنسبة 13,3%، وبذلك يتبين لنا أن اغلب أفراد العينة توافق على عبارة اراقب نفقاتي الشهرية وهذا يدل على أهميتها في زيادة الادخار والتقليل من الاستهلاك والتبذير.

- وفيما يتعلق بعبارة (اكتب قائمة للتسوق قبل الخروج من المنزل) فإنها قد احتلت الرتبة السادسة بمتوسط حسابي 2,32، فقد أجابوا 149 بموافق بنسبة 49,6%، بينما أجابوا 100 بموافق إلى حد ما بنسبة 33,3%، وقد أجابوا 51 بغير موافق بنسبة 17%، وهذا يبين لنا أهمية كتابة قائمة التسوق لما لها من اثر كبير على الادخار.

- جاءت عبارة (استقطع مبلغ شهري من دخلي للادخار) في الرتبة السابعة بمتوسط حسابي 2,31، فقد أجابوا 148 بموافق بنسبة 49,3%، بينما أجابوا 98 بموافق إلى حد ما بنسبة 32,6%، وقد أجابوا 54 بغير موافق بنسبة 18%، وهذا يتوافق مع دراسة (العودة، 2013) إذ تشير الدراسة إلى أهمية التخطيط للادخار تحسبا لاي مستجدات طارئة.

رابعا: النتائج المتعلقة بآليات زيادة أساليب الادخار للأسرة السعودية :

الجدول رقم (9)

جدول يوضح توزيع إجابات مفردات عينة الدراسة على آليات زيادة أساليب الادخار للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030:

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	التكرار	النسبة	
2	2.61	14	88	198	التكرار	أسعى للتقليل من الإنفاق على الكماليات والملابس ذات السعر الباهظ	1
		4.6%	29.3%	66%	النسبة		
8	2.32	42	120	138	التكرار	أسعى لاستثمار مدخراتي	2
		14%	40%	46%	النسبة		
5	2.43	26	119	155	التكرار	أحرص على تحديد قائمة بالاحتياجات الشهرية	3
		8.6%	39.6%	51.6%	النسبة		
12	2.4	83	90	127	التكرار	استغني عن مكملات الرفاهية (كالعاملة المنزلية) التي ترهق ميزانية أسرتي	4
		27%	30%	42.3%	النسبة		
7	2.35	40	112	146	التكرار	أسعى لعمل خطة مستقبلية ذات أهداف قائمة على الادخار	5
		13.3%	37.3%	48.6%	النسبة		
1	2.65	15	75	210	التكرار	أبذل ما يوسعي للابتعاد عن القروض والدين	6
		5%	25%	70%	النسبة		

الرتبة	المتوسط الوزني المرجح	درجة الموافقة			العبارة		م
		غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	التكرار	النسبة	
9	2.27	64	91	145	التكرار	أسعى للبحث عن عمل لوظيفة إضافية لزيادة دخلي	7
		%21.3	%30.3	%48.3	النسبة		
13	2.12	%11.6	%37.3	%51	التكرار	أرتب مع أسرتي قائمة بالأولويات المهمة والكماليات التي يمكن الاستغناء عنها	8
		73	117	110	النسبة		
13	2.12	73	117	110	التكرار	زيادة بوابة الفرص الاستثمارية الحقيقية لكثير من الشركات	9
		%24.3	%39	%36.6	النسبة		
14	1.9	110	102	88	التكرار	أسعى للمشاركة في الجمعيات التعاونية	10
		%36	%34	%29.3	النسبة		
10	2.26	59	103	138	التكرار	أسعى لتنوع مصادر دخلي ليزيد ادخاري	11
		%19.6	%34.3	%46	النسبة		
4	2.55	18	98	184	التكرار	أفكر دائما بما أريد أن أشتري وما الغرض منه	12
		%6	%32.6	%61.3	النسبة		
8	2.32	57	90	153	التكرار	أخطط لعمل مشروع يزيد من دخلي	13
		%19	%30	%51	النسبة		
11	2.16	55	140	105	التكرار	لا ألبى جميع رغبات أسرتي إلا بعد دراسة واعية	14
		%18.3	%46.6	%35	النسبة		
3	2.57	14	101	185	التكرار	اسعى دائما لتوعية وتشجيع أفراد أسرتي على الادخار	15
		%4.6	%33.6	%61.6	النسبة		

يتم عرض أهم النتائج والمتعلقة بالعبارات الحاصلة علي المراتب السبع الأعلى في الترتيب وفق استجابات مفردات عينة الدراسة علي النحو التالي :

- كما يوضح لنا الجدول ان العبارة أبذل ما بوسعي للابتعاد عن القروض والدين قد احتلت الرتبة الأولى بالمتوسط 2,65، فقد أجاب 210 بموافق بنسبة 70%، وقد أجاب 75 بموافق إلى حد ما بنسبة 25%، بينما أجاب 15 بغير موافق بنسبة 5، وهذا يتفق مع ما توصلت لها دراسة (أبو عبدة، 2012) بأن الإنفاق الاستهلاكي يتأثر بمجموعة من العوامل وهي مستوى التغير في الدخل والأحوال الاجتماعية والمحاكاة ومستوى الادخار وأوصى الباحث بضرورة ترشيد الإنفاق الاستهلاكي للقطاع العائلي من خلال إتباع مزيداً من نشرات التوعية وتقليل أثر التقليد والمحاكاة على الاستهلاك.

- ولقد وجدنا في الجدول أن العبارة "أسعى للتقليل من الانفاق على الكماليات والملابس ذات السعر الباهظ" قد احتلت الرتبة الثانية بالمتوسط 2.61، فقد أجاب 198 بموافق بنسبة 66%، وقد أجاب 88 بموافق إلى حد ما بنسبة 29.3%، بينما أجاب 14 بغير موافق بنسبة 4.6%، وهذا ما يتفق مع دراسة (مختار، 2020) التي تمكن أهميتها في المشاركة في تنمية الوعي الاستثماري للأسرة وإلقاء الضوء ت على أهمية التخطيط الاستراتيجي.

- وقد تبين في الجدول أن العبارة "أسعى دائماً لتوعية وتشجيع أفراد أسرتي على الادخار" قد احتلت الرتبة الثالثة بالمتوسط 2,57 فقد أجاب 185 بموافق بنسبة 61.6%، وقد أجاب 101 بموافق إلى حد ما بنسبة 33.6%، بينما أجاب 14 بغير موافق بنسبة 4.6% متوافقاً ذلك مع دراسة (عبد اللاوي (2019) حيث وصلت نتائجها إلى ان معظم الأسر تعمل على ترسيخ ثقافة الادخار من خلال التربية والتنشئة الاجتماعية.

- وبما يتعلق بالعبارة "أفكر دائماً بما أريد ان اشترى وما الغرض منه" قد احتلت الرتبة الرابعة بالمتوسط 2,55 فقد أجاب 184 بموافق بنسبة 61.3%، وقد أجاب 98 بموافق إلى حد ما بنسبة 32.6%، بينما أجاب 18 بغير موافق بنسبة 6%، يتبين لنا أن هناك تفاوت كبير في إجابات أفراد العينة على الرغم من أهمية ترشيد الاستهلاك، وهذا يتوافق مع دراسة (الجهني، 2020) التي تكمن أهميتها بان المواطن مطالب أن يكون أكثر رشداً في سلوكه وقراراته الاستهلاكية، ويكون أكثر مقدرة في توجيه انفاقه الاستهلاكي، فأشارت نتائج الدراسة بان الرشد الاقتصادي يتطلب مزيداً من الوعي الاجتماعي بالترفة بين ما هو ضروري وكمالي من جهة وبين استهلاك المنتج والاستهلاك المظهري غير المقنن من الجانب الآخر.

- وقد وضح لنا الجدول ان العبارة احرص على تحديد قائمة بالاحتياجات الشهرية قد احتلت الرتبة الخامسة بالمتوسط 2,43 فقد أجاب 155 بموافق بنسبة 51.6%، وقد أجاب 119 بموافق إلى حد ما بنسبة 39.6%، بينما أجاب 26 بغير موافق بنسبة 8.6%، حيث يتوافق مع ما ذكر دراسة (بدير، 2021) عن كيفية التوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة وكيفية تأثير التخطيط الاستراتيجي في مواجهة الازمات الاقتصادية التي قد تواجه الأسرة.

وقد جاءت العبارة أرتب مع أسرتي قائمة بالأولويات المهمة والكماليات التي يمكن الاستغناء عنها في الرتبة السادسة بالمتوسط 2,39، فقد أجاب 153 بموافق بنسبة 51%، وقد أجاب 112 بموافق إلى حد ما بنسبة 37.3%، بينما أجابوا 35 بغير موافق بنسبة 11.6%، ان معظم الأسر تعمل فعلا على ترسيخ ثقافة الادخار من خلال التربية والتنشئة الاجتماعية، ولكن هذه الأخيرة تقتصر فقط على مبادئ الادخار التقليدي. فهناك عددا كبير من معوقات الادخار بمفهومه الحديث، قناعة بعض الأفراد بأن الادخار المصرفي ربوي فتتخلص معاملاتهم البنكية وهذا في دراسة (عبد اللاوي، 2019).

- وكما يوضح لنا الجدول أن العبارة "أسعى لعمل خطة مستقبلية ذات أهداف قائمة على الادخار" قد احتلت الرتبة السابعة بالمتوسط 2,35 فقد أجاب 146 بموافق بنسبة 48.6% وقد أجاب 112 بموافق إلى حد ما بنسبة 37.3%، بينما أجابوا 40 بغير موافق بنسبة 13.3%، قد توصلت نتائج الدراسة (ناشور، 2021) إلى أن الاقتصاد السلوكي قدم تفسيرات منطقية عن سلوك الادخار والاستهلاك لدى الأفراد وان العوامل السلوكية لها تأثير فعال.

التصور المقترح لدور الخدمة الاجتماعية في تحديد أساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030

أولاً: أهداف التصور المقترح:

وفقاً للدراسة الحالية تتحدد أهداف التصور المقترح فيما يلي:

- 1- تحديد العوامل المؤدية للسلوك الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية.
- 2- تحديد الآثار المترتبة على ضعف الوعي الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية.
- 3- تحديد أساليب الادخار لدى الأسرة السعودية.
- 4- التوصل إلى اليات زيادة أساليب الادخار للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030.

ثانياً : الأسس التي يعتمد عليها التصور المقترح:

- 1- الرجوع لأدبيات مهنة الخدمة الاجتماعية وخاصة فيما يتعلق بمجالات (العوامل المؤدية للسلوك الاستهلاكي - أساليب الادخار لدى الأسرة).
- 2- نتائج البحوث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع أساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي.
- 3- المفاهيم التي يعتمد عليها البرنامج مثل (السلوك- الادخار - رؤية السعودية 2030).

ثالثاً: الأدوات المستخدمة في تحقيق الدور المقترح :

- 1- المقابلات: يتم استخدام المقابلات مع الأسر وتعريفهم بأساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي .
- 2- المحاضرات: يتم استخدامها للشرح والتوضيح لأساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي

رابعاً: استراتيجيات الدور المقترح :

- استراتيجية التعاون: تحقيق علاقات تعاونية مع الأسر الذين يعانون من عدم معرفة أساليب الادخار
- استراتيجية التمكين: تمكين الأسرة من خلال توفير أساليب ادخارية مختلفة لمواجهة الاحتياجات
- استراتيجية التفاعل الأسري: توجيه التفاعل داخل الاسرة بأهمية الادخار
- إستراتيجية التشبيك : من خلال ايجاد شبكة من العلاقات والاتصال والتنسيق بين الاسرة ومنظمات المجتمع المدني لتوفير أوجه الدعم المختلفة لإشباع الاحتياجات
- إستراتيجية الإقناع : التأثير الايجابي في أفراد الاسرة بأهمية تغيير المعتقدات والأفكار الخاطئة عن الادخار والسلوك الاستهلاكي .
- إستراتيجية المساندة : من خلال تلبية احتياجات الأسر ومساندتهم ومساعدتهم

للتخلص من السلوك الاستهلاكي .

خامساً: المهارات المستخدمة في التصور المقترح:

1-مهارة الحوار الهادف: وذلك مع الاسر لتحديد الاحتياجات التدريبية لتنمية السلوك الادخاري .

2-المهارة في الاستثمار الأمثل للموارد المتاحة: وذلك من خلال الاسر على استثمار كافة الموارد المتاحة.

3-المهارة في حل المشكلات: وذلك من خلال تدريبهم وتنمية وعيهم بذلك لتخطي الأزمات المستقبلية التي تواجههم.

سادساً: الأدوار المهنية المستخدمة في التصور المقترح:

1- دور الموجه: لأساليب وطرق العمل المناسبة للأسر في البرنامج.

2- دور المخطط: وذلك فيما يتعلق بالتخطيط للبرنامج اللازمة لتنفيذ الجهود المبذولة في التغلب على مشكلات السلوك الاستهلاكي.

3- دور الممكن: وذلك من خلال تمكين الاسر ؛ لتنمية قدراتهم والتغلب على مشكلاتهم في اشبع احتياجاتهم

4- دور الخبير: بهدف تزويد الاسر بالحقائق والمعلومات؛ لمساعدتهم على القيام بأدوارهم.

سابعاً : الأليات اللازمة لتنفيذ دور الخدمة الاجتماعية في تحديد أساليب الادخار والسلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030

1- غرس الرقابة الذاتية وتعزيزها لدى الأفراد من خلال غرس قيمة الخوف من الله.

2- زيادة ثقافة الوعي الادخاري لدى المجتمع السعودي عن طريق تقديم برامج توعوية تحت على الادخار .

3- تزويد الأسر السعودية بمعارف ومهارات تتعلق بترشيد الاستهلاك وأساليب الادخار .

4- رفع مستوى وعي الأفراد لأهمية نبذ ثقافة التفاخر الاستهلاكي.

5- الاهتمام بتوعية ربات الأسر نحو أساليب الادخار والاستهلاك الذكي وما يحققه من فوائد.

- 6- توعية الطالبة الجامعية بدورها المهم في توعية اسرتها ونشرها للسلوك الاستهلاكي الرشيد.
- 5- إقامة المحاضرات والندوات الارشادية لتوعية وتوجيه الطالبات نحو ثقافة الادخار.
- 6- نشر الوعي الاقتصادي حول السلوك الاستهلاكي الرشيد من خلال التوعية المبكرة منذ مرحلة الطفولة.
- 7- تكثيف الحملات التوعوية التي تساهم في نشر مفهوم ترشيد الاستهلاك.
- 10- اجراء المزيج من الدورات التدريبية الموجهة نحو الأسرة لرفع مستوى الوعي الادخاري.
- 11- ادراج الثقافة الادخارية في مناهج التعليم، للتوعية بأهمية الادخار ووسائل تعزيزها.
- 12- تفعيل دور وسائل الاعلام باختلاف أنواعها في ابراز مخاطر الاسراف والتبذير.
- 13- زيادة الوعي المجتمعي بأهمية الاستهلاك الرشيد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- 14 الاهتمام بتطوير المناهج التعليمية عن طريق ادراج ثقافة الادخار والسلوك الاستهلاكي الرشيد.
- 15- رفع مستوى الوعي الاجتماعي لدى المجتمع بضرورة ترشيد الاستهلاك عن طريق تبني أنماط استهلاكية رشيدة تتفق مع قيم ديننا الإسلامي.
- 16- تعزيز ثقافة الادخار وأساليب الاستهلاك الرشيدة من خلال وسائل الاعلام المختلفة.
- 17- قيام المؤسسات الإعلامية بتكثيف البرامج توعوية التي تتبنى توجهات قيمة تساعد على تكوين قيم ادخارية.
- 18- تعزيز ثقافة التخطيط المالي والادخاري لدى الأفراد وتدريبهم على مواجهة الازمات المالية.
- 19- تقنين الفرد لاحتياجاته ومصروفاته لمعرفة الفائض وتوفيره
- 20- زيادة الوعي المالي لدى الأسرة عن طريق تقديم برامج توعوية تحت على الادخار.

مراجع الدراسة :

- 1- أبو عيدة (2012): "نمط الإنفاق الاستهلاكي العائلي في فلسطين" فلسطين.
- 2- الانسي، عفاف محسن (2020): أثر إيقاف البدلات والعلاوة السنوية في تغيير السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية: دراسة وصفية مطبقة على عينة من ارباب الأسر في المملكة العربية السعودية مج 48، ع1.
- 3- البازعي، حصه الخضر، خلود (2020): واقع الدور التربوي للأسرة السعودية في تعزيز ثقافة الادخار لدى الطفل في ضوء المتغيرات المعاصرة. مجلة العلوم التربوية والنفسية م14. (ع1).
- 4- البياتي. فراس عباس فاضل (2016): "النمو السكاني وثقافة الاستهلاك دراسة ميدانية في مدينة اربيل". جامعة بغداد العراق، م8، (ع1).
- 5- الجهني، صفاء. (2020): استهلاك سلع الرفاهية في المملكة العربية السعودية". جامعة الملك عبد العزيز المملكة العربية السعودية.
- 6- الحازمي، خلود (2020): "دراسة السلوك الادخاري ومعوقاته للأسرة السعودية في ضوء رؤية 2030". المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية (ع11).
- 7- الحبشي، مایسة محمد احمد. (2011): أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية على التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي وعلاقته بالرضا عن الحياة مجلة بحوث التربية النوعية، (ع22) 474 - 516.
- 8- الحسن إحسان (2010): النظريات الاجتماعية المتقدمة. ط2. دار وائل للنشر. عمان، الأردن حلاق، بطرس (2020). السلوك التنظيمي. من منشورات الجامعة الافتراضية السورية. الجمهورية العربية السورية.
- 9- الخضر، خلود (2012): "واقع دور الأسرة السعودية في التربية الاقتصادية للأولاد في ظل تداعيات العولمة".

- 10- السيد، رجاب، ياسين امل (2021): دراسة مدى تأثير الحملات التوعوية الإعلامية على رفع وعي المرأة السعودية في ترشيد الانفاق وتطوير أساليب الادخار المجلة العربية للتربية النوعية م5 (17ع).
- 11- العبيدي، إبراهيم (2011): الادخار مشروعيته وثمراته. ط1. دائرة الشؤون الإسلامية والعمل، الامارات. الخيري بدبي. دبي.
- 12- العودة. (2013). "السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة وعلاقته بالتوافق الاسري". أستاذ مساعد بقسم السكن وإدارة المنزل كلية الاقتصاد المنزلي. جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.
- 13- المتيم، محمود المخزنجي امانى (2020) اثر الادخار على النمو الاقتصادي: حالة اقتصاد "نامي". المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية: م1 (1ع).
- 14- اللويش، بشير بن على 2023 : دراسة نمط السلوك الاستهلاكي للأسرة الفقيرة بمنطقة حائل وآليات إدارة أنماطها الاستهلاكية من منظور الخدمة الاجتماعية متاحة علي الرابط التالي <http://repository.hess.sa/xmlui/handle/123456789/55>
- 15- المشاري، وفاء، ال الشيخ نوف. (2021). "دور برامج التواصل الاجتماعي سناب شات) في انتشار السلوك الاستهلاكي التفاخري لدى الشباب" مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية م4 (2ع) .
- 16- الهاجري، فريال (2013): "التباين المكاني لأوجه الدخل والانفاق في المجتمع السعودي وابعاده الجغرافية: دراسة تطبيقية على سكان المنطقة الشرقية". بحوث جغرافية، جامعة الملك سعود، الرياض.
- 17- اليقين، خلادي. (2011): "دور الادخار العائلي في تمويل التنمية الاقتصادية حالة الجزائر"، الجزائر.
- 18- الهيئة العامة للإحصاء ، المملكة العربية السعودية.
- 19- بخاري عبلة، الجهني، صفاء (2021): "الاستهلاك المظهري لسلع الرفاهية في المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على مدينة جدة". مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية م5 (4ع).

- 20- بدوي، عبد الرحمن (2017): "المشكلات الأسرية التي تواجه الأسر السعودية المترددة على مراكز الاستشارات الاجتماعية دراسة مسحية على المستشارين الاجتماعيين بمراكز الاستشارات الاجتماعية بمدينة الرياض الفكر الشرطي: م 26 (ع102).
- 21- بدير، إيناس ماهر الحسيني، وآخرون، (2021): "المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة. المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي".
- 22- بو حيمد عبدالله (2018): "محددات الادخار المحلي في المملكة العربية السعودية في إطار نموذج ARDL". جامعة الملك سعود. كلية الاقتصاد السعودية.
- 23- جرادات محمود عبادة، إبراهيم (2018): ضوابط الاقتصاد الإسلامي المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي والادخاري والاستثماري ودورها في توفير التمويل اللازم للتنمية". المجلة العالمية للتسويق الإسلامي: م 7 (ع3).
- 24- حميدة، أوكيل (2017). "محاضرات في الاقتصاد الكلي". كلية العلوم الاقتصادية والتجارية. وعلوم التسيير. جامعة العقيد اكلي محند أولحاج. الجزائر.
- 25- شكري، (2021): "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع". المملكة العربية السعودية.
- 26- طه، الخرشة. (2019): "اتجاهات الشباب الجامعي نحو رؤية 2030 وعلاقتها بدافعيتهم للإنجاز". المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية: م 6 (ع3)، 387 - 398.
- 27- عبد الحميد، فوزية. (2021). قياس مؤشرات السلوك الاستهلاكي في الاقتصاد المصري دراسة تطبيقية على مجتمع جامعة القاهرة. مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية: م 22 (ع2).
- 28- عبد الرحمن بنين (2021). "السلوك الاستهلاكي للمستهلك الجزائري اتجاه المنتجات المقلدة - دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين -". مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات: م 10 (ع1).
- 29- عثمان إبراهيم ساري سالم. (2010): نظريات في علم الاجتماع ط1. الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات القاهرة مصر.
- 30- كركري، فيصل. (2016): رياضة الادخار. ط1. انجاز العالمية للنشر والتوزيع الكويت.

- 31- عز الدين نشاد (2018). "دراسة تحليلية لمحددات السلوك الشرائي خلال شهر رمضان المبارك نحو السلع الاستهلاكية". رسالة ماجستير. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير. جامعة الجيلاي بونعامة الجزائر.
- 32- علي، هبه. (2014). "محددات الانفاق الاستهلاكي الخاص في السودان في الفترة 1972م - 2011م". رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامعة السودان للعلوم ، السودان.
- 33- غيث، مجدي (2016). "أثر الدوافع العقدية والأخلاقية في تحقيق الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية". جامعة ال البيت كلية الاقتصاد الأردن.
- 34- قندوز، عبد الكريم (2019). "نظريات الاستهلاك في الفكر الاقتصادي: أيها تفسر نمط الاستهلاك في اقتصاد إسلامي". مجلة بيت المشورة (ع10) .
- 35- محمد، وفاء علي محمد (2012) "الأسرة وثقافة الاستهلاك: دراسة ميدانية في مدينة سوهاج" مجلة كلية الآداب، وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (ع62) ، ص 309-251.
- 36- مختار، علياء علي محمد عباس (2020). "التخطيط الاستراتيجي للدخل وانعكاسه على الاستقرار الأسري في ضوء رؤية المملكة 2030". مجلة الفنون والادب وعلوم الا والاجتماع، (ع62)، 92-111.
- 37- مرزاق، نوال، بعبين نادية (2019) "دراسة تحليلية لأثر الثقافة الاستهلاكية في تنامي ظاهرة الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري في ضوء العولمة مجلة البشائر الاقتصادية.
- 38- مليباري، لؤي. (2021). تحديد العوامل المؤثرة على سلوك الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية". المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات (ع38) .
- 39- ليندة، عبد الاوي. (2019). "ثقافة الادخار داخل الأسرة الجزائرية بين التقليد والحداثة. مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية: م2 (ع21) .