

Globalization and Its Impact on the Consumption Pattern of Female University Students: An Applied Study on University of Hail Female Students

Dr. Afaf Ali Al-Sayed, Lecturer \ Fathia Mohammed Al-Siddiq, Lecturer \ Lamia Saud Al-Aqili*

College of Arts and Arts | University of Hail | KSA

Received:
20/01/2025

Revised:
04/02/2025

Accepted:
15/02/2025

Published:
28/02/2025

* Corresponding author:
asm.a-2009@hotmail.com

Citation: Al-Sayed, A. A., Al-Siddiq, F. M., & Al-Aqili, L. S. (2025). Globalization and Its Impact on the Consumption Pattern of Female University Students: An Applied Study on University of Hail Female Students. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 9(2), 90 – 112. <https://doi.org/10.26389/AJSRP.S220125>

2025 © AISRP • Arab Institute of Sciences & Research Publishing (AISRP), Palestine, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) [license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract: This study aims to specify the indicators that highlight consumption pattern and trends of female university students, considering the economic circumstances that are undergone by society and the extent to which it was affected by globalization of economy and world trade. The study also aims to determine the economic and social dimensions that influence consumption pattern of university students, and the nature of differences in consumption patterns among various age categories, in addition to dealing with verifying the existence of a correlation between consumption pattern and conversion from family values into individual values. The researcher adopted the analytical descriptive approach and employed the questionnaire as a tool for gathering the data of the study sample that consisted of University of Hail female students. The most prominent results that were concluded by the study were as follows: conversion from family values into individual values related to consumption pattern options, and conversion from traditional values into values of modernity. The benefits of the study can include recognizing the extent of study sample turnout towards goods and merchandize, which aids to setting strategies of promotion and marketing for domestic products.

Keywords: Consumption Trend, Economic Globalization, Electronic Applications, Values of Modernity.

العولمة وتأثيرها في تغيير نمط الاستهلاك لدى الطالبة الجامعية: دراسة تطبيقية على طالبات جامعة حائل

الدكتورة / عفاف علي السيد، المحاضرة / فتحية محمد الصديق، المحاضرة / لمياء سعود العقيلي*
كلية الآداب والفنون | جامعة حائل | المملكة العربية السعودية

المستخلص: تهدف هذه الدراسة إلى تحديد المؤشرات التي تبرز اتجاهات ونمط الاستهلاك لدى الطالبة الجامعية، مع الوضع في الاعتبار الظروف الاقتصادية التي يمر بها المجتمع، ومدى تأثيره بعولمة الاقتصاد والتجارة العالمية. كما تهدف الدراسة إلى تحديد الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على نمط الاستهلاك لدى الطالبة الجامعية وطبيعة الفروق في أنماط الاستهلاك بين الفئات العمرية المختلفة، كما تناولت التحقق من مدى وجود علاقة بين نمط الاستهلاك والتحول من القيم الأسرية إلى القيم الفردية. كما تطبق الباحثات المنهج الوصفي التحليلي، كما طبقت الاستبانة أداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة التي تكوّنت من طالبات جامعة حائل. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: التحول من القيم الأسرية إلى القيم الفردية المتعلقة بخيارات نمط الاستهلاك، والتحول من القيم التقليدية إلى قيم الحداثة، ويستفاد من هذه الدراسة في معرفة مدى الإقبال لدى عينة الدراسة نحو البضائع والسلع مما يساعد على وضع استراتيجيات الترويج والتسويق للمنتج المحلي.

الكلمات المفتاحية: اتجاه الاستهلاك، العولمة الاقتصادية، التطبيقات الإلكترونية، قيم الحداثة.

المقدمة:

يعد الاستهلاك نمطاً متنوعاً بتنوع الثقافات، وهذه التعددية المرتبطة بالأسس الثقافية التي تؤثر في التركيبة الاقتصادية، وخاصة الجانب الاستهلاكي، وعلى الرغم من هذا التعدد إلا أن التأثير بالعمولة جعل هنالك أموراً مشتركة في طبيعة الاستهلاك المرتبط بثورة التكنولوجيا والمعلومات مما صنع نوعاً من الاستهلاك المرتبط بظاهرة العمولة وتداعياتها.

وللعمولة جوانب عديدة، ومن ذلك عمولة الأسواق وعمولة الإنتاج، ومع تطور العمولة، فإنها تسهم في تحول الصناعات وخلق القلق عند أولئك الذين يعتقدون أن وظائفهم محمية من المنافسة الأجنبية (Okoro, Ogochukwu, & Okoro, 2017, p. 104). وتعدُّ العمولة عملية لا رجعة فيها وتتميز بتزايد بين الاقتصادات الوطنية، ونمو في الاستثمار الدولي والتدفقات التجارية، وزيادة تكامل الأسواق المالية، وزيادة في حركة العمالة الدولية (Ioan, 2023, p. 30). وأدت هذه الزيادة في الاعتماد المتبادل بين البلدان والمناطق أيضاً إلى تسارع وتيرة التغيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية على الصعيد العالمي (Ioan, 2023, p. 30). وبما أن العمولة هي تضائل للمسافات بين الأمم سواء فيما يتعلق بالسلع والخدمات أو تزايد الاتصال والترابط بين مختلف الأسواق مما أسهم في انتشار طرائق جديدة للتواصل والوصول إلى ما يُشبه السوق العالمي الكبير (حماد، 2016، ص. 82)، فلقد أصبح شعار الكونية السوقية التأكيد على قيم السلع والربح، وفتح الشبهة لاستهلاك السلع الأجنبية، بل وتسليح كثير من قيم الحياة، مع تجاوز قيم المعاني الدينية والخلقية والإنسانية، والمهم في جميع الأحوال هو السعي إلى تشكيل نمط الشخصية الكونية منفصلة عن جذورها وهمومها الوطنية التي قد تتعارض مع خصائص ذلك النمط (حامد عمار، 2000، ص. 37) ويتعلق نمط الاستهلاك (بأساليب المستهلكين في توجيه دخلهم بين الإنفاق والادخار، كما يوضح توزيع الإنفاق على البنود المختلفة (غذاء، كساء، سكن، تأثيث، أجهزة كهربائية، تعليم، علاج، ترفيه، كما ترتبط دراسة نمط الاستهلاك بتحديد النسب المئوية للإنفاق منسوبة إلى الدخل (الأنسي، 2020).

ومن الملاحظ اتجاه العالم في الآونة الأخيرة إلى عملية الاستهلاك في ظل بروز ظاهرة العمولة باعتبارها إحدى الظواهر التي لها آثار سلبية وإيجابية على العمليات الاقتصادية، مما أدى إلى الوقوف عندها ودراستها لتفسيرها وتحليلها من خلال هذه الدراسة التي جعلت هدفها الأساسي معرفة ما إذا كانت قد حدثت تغيرات على نمط الاستهلاك لها علاقة بالعمولة لدى الطالبة الجامعية، لذا يعد تغير نمط الاستهلاك من الموضوعات ذات الأهمية في الرصد المعيشي لواقع المجتمع المعاصر والتغيرات المستقبلية المرتبطة بعمولة الاقتصاد.

مشكلة الدراسة:

تواجه الطالبة الجامعية حركة ديناميكية تتعلق بمتغيرات الدخل والتكوين الأسري، وهما يخضعان لمتغيرات ترتبط بعمولة الاقتصاد مما يجعل أنماط الاستهلاك تسير في اتجاهات قد تكون إيجابية أو سلبية. فيما يتعلق بمتغير الدخل، أوضح الدوسري (2019) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري وترشيد السلوك الاستهلاكي أو تقنينه والسلع الكمالية عند مستوى الدالة 0.104 أي أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية، بينما أشار عبد العال (2022) أن الدخل الشهري لا يرتبط بثقافة ترشيد السلوك الاستهلاكي أو تقنينه، بينما أشار عبد العال (2022) أن مستوى الدخل المرتفع للأسرة له تأثير كبير على الاستهلاك المظهري. وكذلك أشار الجزولي (2015) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للعوامل الاجتماعية وأثرها على القرار الشرائي للمستهلك في السودان طبقاً لمتغيرات عدة، منها: الدخل. بالإضافة إلى ذلك، أفاد دورماز وغوندوز (2021) بأن هناك خمسة عوامل لها تأثير قوي على النمط الاستهلاكي للأسرة، وهي: الدخل، والمكانة الاجتماعية، والثقافة، والطبقة الاجتماعية، والجماعات المرجعية. كما أوضح سارانجي (2023) في دراسته أنه تُوجد علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى دخل الأسرة ونمط استهلاك الأسرة. فمن الواضح أن متغير الدخل والتكوين الأسري على الأغلب لهما تأثير واضح في النمط الاستهلاكي للأسرة. ولقد أوضحت الثقفي (2022) أن 55% من المبحوثات في دراستها -المتمثلين في عدد من الإناث في المملكة العربية السعودية- أعربن عن تأثرهن بالإعلانات التجارية لما لها من تأثير قوي على الثقافة الاستهلاكية لديهن في عصر العمولة. فمن الواضح أن المتغيرات الاجتماعية -مثل متغير الدخل والتكوين الأسري- على الأغلب لها تأثير واضح في النمط الاستهلاكي للأسرة في ظل العمولة. وبناءً على ذلك فإن هدف الدراسة هو رصد نمط الاستهلاك، وقد يعطي صورة عن رغبات المستهلكين الحالية والمستقبلية باعتبار التغيرات التي تحدث في الدخل والتكوين الأسري مرتبطة بحركة التغيرات العالمية في الاقتصاد.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من كونها تتناول أحد المتغيرات الاقتصادية (نمط الاستهلاك) المرتبط بالقيم الاجتماعية، والتي تؤثر على تماسك المجتمع في بنيتها الاقتصادية، وفي محاولة لفهم طبيعة هذا الاستهلاك وعلاقته بالاقتصاد والمتغيرات الاقتصادية الدولية تنطلق هذه الدراسة لتحليل المتغيرات المؤثرة على نمط الاستهلاك ونوعه لدى الطالبة الجامعية.

أسئلة الدراسة:

السؤال الأساسي هو: إلى أي مدى أثرت عولمة الاقتصاد في نمط الاستهلاك وسلوكياته لدى الطلبة الجامعية؟ ومنه تنبثق عدة

أسئلة فرعية هي:

- 1- ما الخصائص الاجتماعية والاقتصادية العامة لنمط الاستهلاك لدى الطلبة الجامعية؟
- 2- هل تتفق اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو نمط معين من الاستهلاك؟
- 3- هل حدث تغير في نمط الاستهلاك لدى الطلبة الجامعية؟ وهل لهذا التغير علاقة بالعولمة؟
- 4- ما المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي أدت إلى هذا النمط من الاستهلاك؟

أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة في الآتي:

- 1- تحديد المؤشرات التي تبرز اتجاهات ونمط الاستهلاك لدى الطلبة الجامعية، مع الوضع في الاعتبار الظروف الاقتصادية التي يمر بها المجتمع، ومدى تأثيره بعولمة الاقتصاد والتجارة العالمية.
- 2- التعرف على الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على نمط الاستهلاك لدى الطلبة الجامعية، وطبيعة الفروق في أنماط الاستهلاك بين الفئات العمرية المختلفة.
- 3- التحقق من مدى وجود علاقة بين نمط الاستهلاك والتحول من القيم الأسرية إلى قيم الفردانية.

الإطار النظري (الدراسات السابقة):

دراسة الحضري (2006) بعنوان (انعكاسات العولمة الثقافية على جماعات الشباب الجامعي ودور خدمة الجماعة في الوقاية من سلبياتها، والتي تمثلت في انتشار القيم الغربية المضادة للقيم الإسلامية، كما أنه توجد آثار على الجوانب الاجتماعية والتي حددها الأخصائيون الاجتماعيون في شيوع السلبية واللامبالاة عند الشباب تجاه مجتمعه، كما حددت من وجهة نظر الشباب الجامعي فتمثلت في شيوع التقليد الأعلى لنمط الحياة الغربي المنافي للمجتمع، كذلك أوضحت الدراسة وجود أدوات وعوامل ثقافية استخدمت للتأثير السلبى علي جماعات الشباب الجامعي، كالأدوات المرتبطة بالإعلام كالفضائيات، وأدوات مرتبطة بالاتصال كالإنترنت.

دراسة كلارك (Clarke,2008,p254) التي هدفت إلى معرفة مستوي وعي وإدراك طلاب جامعة ولاية نيويورك بظاهرة العولمة وتحديد العلاقة بين مستوي الوعي بتحديات العولمة والقدرة علي التوافق بين ثقافتهم الأصلية والثقافات العالمية، وقد بلغت عينة الدراسة من (701) طالبًا جامعيًا وطبق عليهم السؤال المفتوح الذي يدور حول ماهية العولمة لديهم، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة تلخصت في وجود مفاهيم ومعتقدات مختلفة حول مفهوم العولمة، كما توصلت إلى وجود متعقدات لدى أفراد العينة تشير الوجود معايير دولية سوف تحدد مستقبل التعليم في مختلف بلاد العالم.

دراسة (2009م، درويش، ص13) بعنوان (العولمة وتغير أنساق القيم) حيث إنها تري أن العولمة تؤدي إلى تغير أنساق القيم على المستوي العالمي بصفة عامة، وعلى المستوي المحلي (المجتمع المصري) بوجه خاص، وركزت الدراسة على المنهج التحليلي الاستنباطي الذي يعتمد على عدة مستويات تحليلية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تزايد الاهتمام بتطور المجتمع المعلوماتي في مصر، وقد أثر ذلك في ارتفاع وعي المواطنين ونوعية الحياة، ونمو القيم الاستهلاكية نتيجة لتغير النسق القيمي الخاص بالتمايز الاجتماعي، والتأثير بالغزو الإعلامي ونمو الاتجاه لتبني القيم الغربية في أسلوب الحياة والتخاطب ونوعية التعلم (الأجنبي) وطراز المسكن ونمط الحياة بوجه عام.

دراسة (الأحمد وزملائه، 2009م، ص73-101) وقد هدفت الدراسة إلى معرفة إدراك ووعي الطالب الجامعي في الأردن بظاهرة العولمة، كما هدفت إلى تحديد العلاقة بين إدراك الطلاب بظاهرة العولمة بالهوية الثقافية والانتماء، وقد بلغت عينة الدراسة (323) من طلبة الجامعات بالأردن، وقد طبق الباحث أداة الاستبانة التي تم وضعها لقياس المتغيرات التالية (العولمة – الانتماء والهوية الثقافية) وقد توصلت الدراسة إلى وجود نسبة عالية من الإدراك لمفهوم العولمة لدى الطلبة بالجامعات الأردنية ووجود اتجاه موجب للانتماء للوطن والدين. ولا توجد فروق لمستوي الإدراك لمفهوم العولمة ومفهوم الهوية الثقافية والانتماء من حيث نوع التعليم.

دراسة فولوب (Fulop,2011,p155-174)، وقد سعت إلى الكشف عن مستوي فهم تصورات الشباب الجامعي لظاهرة العولمة في البلدان ما بعد الاشتراكية، وقد بلغت عينة الدراسة (103) طالبًا من الجامعة المجرية، وقد أعد الباحث مقياسًا اشتمل علي العوامل (الاقتصادية والاجتماعية والثقافية،... الخ) كما أن الدراسة سعت إلى تحديد محاسن ومساوئ العولمة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجود إدراك ووعي لدى أفراد العينة لمكونات العولمة وآثارها علي المجتمع، سواء كان بالسلب أو الايجاب، كذلك وجود إدراك ووعي لدى الطلاب

بأن أخطار تطبيق العولمة تفوق محاسنها بدرجة كبيرة، ومن أهم الأخطار السلبية هيمنة الثقافة الأمريكية، أما التصورات الإيجابية عن العولمة فقد تمثلت في تعددية الثقافة.

دراسة سليمان وبيميد (Solome&Pemedede2011,P80-110) التي هدفت إلى معرفة وعي طلاب الجامعات في نيجيريا بظاهرة العولمة وعلاقته بتبني الثقافات الأجنبية، وبلغت عينة الدراسة (972) طالبًا جامعيًا في مختلف المستويات الدراسية من خمس جامعات في جنوب غرب نيجيريا، وقد قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة الدراسة، وخلصت الدراسة إلى وجود اتجاه موجب من حيث تطبيق الثقافة الأجنبية بالنسبة لتناول المأكولات والمشروبات وغيرها من أنماط الاستهلاك في حين كشفت الدراسة عن وجود اتجاهات سلبية نحو الفنون الغربية والتبعية حيث إنهم يفضلون ثقافة مجتمعهم علي الثقافات الغربية.

دراسة (هاني العنزي، 2023م) التي سعت إلى التعرف على أهمية التربية الاستهلاكية وتأثيرها في سلوك المستهلك وترشيد الوعي الاستهلاكي وأهميته لدى الأفراد كما حددها الإسلام من أجل المحافظة على الموارد البيئية، كما هدفت إلى معرفة المتغيرات المعاصرة ومدى تأثيرها على السلوك والوعي الاستهلاكي داخل الأسرة، وقد طبقت الدراسة المنهج الوصفي الاستقرائي، وقد توصلت إلى عدة نتائج منها: أنه يجب على الأسرة الالتزام بواجباتها تجاه ترسيخ مفهوم ترشيد الاستهلاك الذي يضبط سلوك المستهلك ونشاطه وتعليمية الاعتدال، كذلك توصلت إلى أن المتغيرات المعاصرة من عوامل اقتصادية وثقافية وأسعار سلع وخدمات أثرت تأثيرًا كبيرًا على سلوك المستهلك من حيث زيادة نوع وكمية استهلاك السلع والخدمات عن الاستهلاك سابقًا.

دراسة (عنتر لطفي وآخرين، 2023م، ص 241) والتي هدفت إلى تحديد الآثار الثقافية السلبية للعولمة والثورة المعلوماتية على طلاب الجامعة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن ظاهرة العولمة هي ظاهرة عالمية صنعت من أجل السيطرة على كل جوانب الحياة لكل الدول وطمس هويات الشعوب، كذلك توصلت إلى أن للعولمة أنماطًا متعددة في مقدمتها العولمة الثقافية والعولمة الاقتصادية والسياسية. كذلك للثورة المعلوماتية تأثير كبير على ثقافة طلاب الجامعة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرضنا للدراسات السابقة وجدنا أنه يوجد اتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في أن جميع الدراسات السابقة استخدمت المنهج الوصفي باعتباره الأنسب لوصف ظاهرة العولمة، أما الاختلاف والتباين فقد ظهر في أن الدراسة الحالية تناولت ظاهرة العولمة وتأثيرها في تغير اتجاه نمط الاستهلاك لدى الطالبات بجامعة حائل، قد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في وضع الأسئلة والإطار النظري وتفسير النتائج.

أدبيات الدراسة:

المبحث الأول: مفهوم العولمة:

يوجد تباين في الآراء حول مفهوم العولمة نظرًا لتشعب المحتوى الفكري للمفهوم وامتداده من ناحية مجالات التطبيق إلى العديد من الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية والتكنولوجية والمعلوماتية (عمران، 2008م، ص 64). إذن فإن العولمة ليست نظرية ولكنها ظاهرة تعبر عن واقع جديد تكوّن في العقود الأخيرة؛ والذي يتمثل في الشركات عابرة القارات؛ وتهيئة اقتصاديات الدول للمنافسة وفتح الحدود أمام الأفراد والتقنيات ورؤوس الأموال ومنظمة التجارة العالمية وشروطها التي يجب أن تتبعها الدول التي تريد دخول الأسواق الكوكبية؛ وثورة الاتصالات والمعلومات وشبكة الإنترنت والقنوات الفضائية؛ وأخيرًا وجود قوة واحدة مسيطرة ومهيمنة على العالم، وهي الولايات المتحدة الأمريكية.

العولمة: (Globalization) كمصطلح يعني طريقة للتباعد وامتداد العلاقات الاجتماعية عبر المكان والزمان ثم تنتقل على خطى متزايدة سمة الانعكاسية (احجيج، 2020، ص. 438)، كما عُرِّفت بأنها: نظام عالمي جديد يقوم على العقل الإلكتروني، والثورة المعلوماتية القائمة على الإبداع دون الاعتبار للأنظمة والحضارات والثقافات والقيم والحدود الجغرافية في العالم (محمد سعيد، 2004م، ص 165)، وأيضًا تشير إلى تحول العالم لمنظومة من العلاقات الاقتصادية المتشابكة من خلال تحرير التجارة الدولية وتدفقات رؤوس الأموال؛ وتيارات هجرة العمالة عبر الحدود؛ وانتشار استخدام التكنولوجيا وشبكات المعلومات والتيارات الثقافية العابرة للحدود والتمويل للقطاع الخاص (سياسة الخصخصة).....، وهذه التحولات تستهدف تسويد نظام اجتماعي واحد في العالم كله حيث تتبادل كل أجزاء العالم الاعتماد بعضها على بعض فيما يتعلق بكلٍ من الخامات والسلع المصنعة والأسواق ورؤوس الأموال والعمالة والخبرة الفنية فلا قيمة دون استثمارات وخبرة متطورة وعمالة؛ ولا قيمة للسلع دون أسواق لاستهلاكها. كما يرى البعض أنها فرض هيمنة سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية من الولايات المتحدة الأمريكية على العالم وبالأخص لعالم الإسلامي، كما تعني فرض ثقافتها الخاصة التي تقوم على فلسفة المادية والنفعية وتبرير الحرية إلى حد الإباحية (الرامخ، 2008م، ص 14)، وتؤكد ذلك نتائج دراسة (Fulop,2011,p155) حيث إنه توصل إلى أنه توجد درجة كبيرة من الأخطار لتطبيق

العولمة تفوق محاسنها، ومن أهم الأخطار السلبية هيمنة الثقافة الأمريكية، ويضيف سليمان وبيميد (Solome&Pemedede2011,p80)، وتشتمل العولمة على عدد من المؤشرات والتي تتمثل في التبادل غير المتكافئ من السلع والخدمات والاتصالات الدولية الكثيفة، ومنها أيضاً هجرة العقول والمعلومات ونقل التكنولوجيا بين البلدان المتقدمة والنامية، ويعد الغرض من طرح العولمة التوسع في نطاق السوق الرأسمالية العالمية، ودمج اقتصاديات الدول النامية في منظومة الاقتصاد الرأسمالي بالاستفادة من التطور الذي يحدث لوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات. والتطورات الدولية الراهنة تبرز ما يسمى بظاهرة العولمة وزوال الحدود الجغرافية وسياسات الحماية، وظهور منظمات التجارة العالمية، إلى جانب التحولات المتسارعة نحو التجارة الإلكترونية ومن ذلك إدراك مدى تعقيد البيئة المطلوبة لمواجهتها (ابوصالح، 2006م، ص 294)، وخاصة أن قيم الاستهلاك في المجتمعات أصبحت ترتبط بتداعيات العولمة ومساراتها والذي يظهر أثره على نمط الاستهلاك وخصائصه. وفي المجتمع المعاصر إذا ما تمت المقارنة بين توجهات العولمة في مجال الاستهلاك والنمط الأساسي لطابع الأسرة نجد أن هنالك تناقضاً؛ حيث إن العولمة استطاعت أن تزج بعضاً من القيم الأسرية ذات الطابع الجماعي في الاستهلاك، لذا أصبح من المهم معرفة الاتجاهات والرغبات الفردانية الحديثة المؤثرة على قيم الاستهلاك ونمطه في المجتمع المعاصر وقد توصلت دراسة (نهلة درويش، 2009م، ص 4) إلى أن تطبيق العولمة يؤدي إلى نمو القيم الاستهلاكية نتيجة لتغير النسق القيمي الخاص بالتمايز الاجتماعي، والتأثير بالغزو الإعلامي ونمو الاتجاه لتبني القيم الغربية في أسلوب الحياة ونمط الحياة بوجه عام، وتؤكد دراسة صلاح الدين (2011م، ص 393) أن العولمة ظاهرة اقتصادية، وتعني السيطرة على الاقتصاد الرأسمالي بمفاهيمه ونشره في العالم، وأن الثقافة الغربية بمحتواها العلمي والأدبي والصناعي تهدف إلى خدمة الإنسان الغربي وحده قبل غيره؛ وعلى حساب غيره، وليس إلى خدمة الإنسان بصفة عامة من حيث هو من البشر. ولقد تأثرت الكثير من مجتمعات العالم بالفكر الغربي في عدة مظاهر أولها الانهيار بالثقافة الغربية وتجسيد ذلك في أنماط السلوك، واستخدام المفاهيم الغربية؛ ونتج من ذلك أن طرحت أدبيات العلوم الاجتماعية والاقتصادية عدة تصورات لمفهوم العولمة؛ ويشير (2008، عمران عيسى، ص 65) إلى بروز ثلاث تصورات لهذا المفهوم، وهي:

أولاً: العولمة كأيدولوجيا: وتعني الطرح المذهبي لفكرة انتصار الحضارة الغربية التي تؤسس لحضارة إنسانية جديدة أو حضارة تكنولوجية لقيادة العالم. **ثانياً: العولمة كظاهرة:** وهي التي تشير إلى مجموعة من الإجراءات والممارسات والسياسات الصادرة من قوى كبرى في العالم وردود الأفعال التي المصاحبة لها. **ثالثاً: وأخيراً العولمة كعملية:** وهي تشير إلى المرحلة التاريخية أو هي بمنزلة التطور التاريخي الذي له جذوره. وقد أشار دونالد روبرتسون في كتابه (العولمة) إلى أن العولمة هي توجه تاريخي نحو انكماش العالم وزيادة وعي الأفراد والمجتمعات بهذا الانكماش؛ وأصبحت المحصلة التأثير على المجتمعات بسيادة الرأسمالية الغربية، والتي اجتاحت العالم أجمع وقامت بالسيطرة على الأسواق المالية (النصار، 2023، ص 549). وبناءً على ما سبق فقد تأثرت المجتمعات البشرية بتداعيات العولمة بكل جوانبها الاجتماعية والتكنولوجية والسياسية والاقتصادية، ولعل أبرز تجلياتها كانت في مجال: أ/ سرعة انتشار المعلومات (ثورة الاتصالات والمعلومات)، ب/ وفي الاقتصاد بعناصره المختلفة (الإنتاج التوزيع والاستهلاك).

المبحث الثاني: مفهوم الاستهلاك:

يعد مفهوم الاستهلاك من أعقد المفاهيم في العلوم الاجتماعية، لأن الاستهلاك عملية جماعية لها جوانبها الاجتماعية المهمة، فأغلب ما يستهلكه الفرد هو نتيجة تلقائية لما يستهلكه الآخرون. ويقصد بمفهوم الاستهلاك الفعل الذي يتم به استجلاب (المنفعة) من خلال الاستخدام الجاري للسلع أو الخدمات (حسن بد الحميد، 2010م، 199)، كما عرفه برادلي (Schiller Bradly, 2001:252) بأنه الإنفاق من قبل المستهلك للسلع والخدمات، كما يشار إليه بأنه الهدف أو الغاية الأساسية لكل النشاطات الاقتصادية بمعنى أنه الفعل المتحقق من قبل الفرد عند شراء أو استخدام أو الانتفاع من منتج أو خدمة متضمنة وفقاً لعدد من العمليات الذهنية والاجتماعية التي تقود إلى تحقيق ذلك الفعل (www.mawdoo.com, 2018). كما يُعرّف الاستهلاك من الناحية الاقتصادية بأنه: استخدام الخدمات والسلع استخداماً نهائياً ومباشراً كي يتم إشباع حاجات الفرد الاقتصادية والثقافية والاجتماعية (شحاته، 2018، ص 389)، ويختلف الأفراد من الناحية الاقتصادية في الاستهلاك من فرد لآخر، ومن فئة عمرية لأخرى، ومن نوع لآخر، ومن فئة اجتماعية لأخرى (الداقل، 2023، ص 246). وبذا يصبح الاستهلاك هو (الفعل الذي يتم به استجلاب المنفعة من خلال الاستخدام الجاري للسلع والخدمات)، وأيضاً يشار إليه باعتباره (ذلك الجزء الناتج أو الدخل الذي يستخدم في تلبية احتياجات الفرد من السلع والخدمات النهائية وقد يكون فرداً أو خاصاً أو عائلياً أو استهلاكياً عاماً؛ وهو ما تستخدمه الحكومة والهيئات العامة من السلع والخدمات في الأغراض الاستهلاكية لتيسير أعمالها الجارية (البكري كامل، د.ت، ص 11) أما الاستهلاك الشخصي فهو نقود تنفقها العائلات على ما تحتاجه من سلع وخدمات، ويرتبط المبلغ الذي تصرفه هذه العائلات بشكل رئيس بالدخل المتاح أو الدخل بعد الحسم الضريبي؛ ومن العوامل الأخرى التي تؤثر على الاستهلاك الشخصي تكلفة الإيداعات المصرفية ومعدل التضخم المالي اللذان يؤثران في نزعة الناس للتوفير (ويكيبيديا الموسوعة الحرة، 2018م). وترتبط بهذا المفهوم عدة مفاهيم وثيقة الصلة تعمل على رسم وتحديد مسار الاستهلاك للفرد أو الجماعة الاجتماعية مثل مفهومي ثقافة الاستهلاك ونمط الاستهلاك:

ثقافة الاستهلاك: consumer culture :

عرفت بأنها مجموعة من المبادئ التي تعتمد على الأفكار الفردية والاجتماعية في تحديد طبيعة الاستهلاك للفرد الواحد أو الأسرة كاملة، وتعرف أيضًا بأنها المفاهيم والأفكار السائدة في مجتمع ما والمرتبطة بمجموعة من المنتجات التي تتناسب مع طبيعة الاستهلاك البشري ضمن منظومة فكرية ومعتمدة على نقاط واضحة ومفهومة تؤدي إلى ظهور فكر ثقافي مؤثر على القطاع الاقتصادي في المجتمع المحلي؛ كما تعني ترابط الأنشطة مع الممارسات الاقتصادية الثقافية، أي أنها تتضمن العلامات والإشارات والطقوس والقيم المرتبطة بالسلع والمنتجات وعملية الشراء، ويرى (الجوهري وآخرون، 2009م، ص377) إنَّ ثقافة الاستهلاك أمر مشترك بين جميع طبقات المجتمعات، وقد يرجع ذلك للمتغيرات التي حدثت بأنظمة الإنتاج وبين أنظمة البناء الداخلي للمجتمعات، وقد أدت هذه التغيرات في استحداث أنماط استهلاكية جديدة أسهمت على تلاشي الفروق بين الطبقات، فالأسلوب الاستهلاكي لم يعد معيارًا لقياس الفروق بين الطبقات والفئات الاجتماعية، التي تخضع للمؤثرات الاستهلاكية نفسها والتي تطبع العالم كله من خلالها بطابع واحد بالرغم من الاختلاف في مستواهم الاجتماعي والاقتصادي وميولهم واستعداداتهم، إلا أنهم أصبحت تربطهم أنماط ثقافية واستهلاكية واحدة. وبناءً على ذلك فالاستهلاك يعني تنوع المعاني والرموز المصاحبة لعملية الاستهلاك بدءًا من الرغبة الاستهلاكية مرورًا بالاستهلاك الفعلي وانتهاءً بما بعد عملية الاستهلاك.

أنماط الاستهلاك:

نمط الاستهلاك هو patterns of consumption "مجموعة من الأساليب التي تحدد طبيعة الثقافة السائدة في المجتمع، وهذا يعني أن الفرد ضمن نطاق معرفة ما يلزمه من السلع والخدّمات يقوم باختيار البديل المناسب الذي يرى أنه الأقدر على الوفاء بتوقعاته الاستهلاكية، لذلك فهو يختار البديل السلعي المناسب بناءً على جمع المعلومات اللازمة لقراره الشرائي. كما يعني بالأساليب التي ينفق بها الأفراد والأسر نقودهم لمواجهة حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية أي أنه يشير إلى الطرق والأساليب التي تنفق بها النقود بشكل عام (www.mogate,2017) وفي هذه الدراسة نقصد بالاستهلاك هو استهلاك الفرد في الوحدة المعيشية عند الشراء والانتفاع بسلعة أو خدمة مع ارتباط ذلك بمجموعة من القيم والمعاني والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك. وتنقسم أنماط الاستهلاك (www.mawagte.cm,2017) إلى نمطين هما:

أولاً: نمط الاستهلاك العادي: وهو الذي يعتمد على استهلاك الحاجات الأساسية الخاصة بالأفراد؛ والتي تعد جزءًا من أجزاء الغذاء اليومي، ومن ثم هو نمط استهلاكي دائم ومستمر، وثانيًا: نمط الاستهلاك غير العادي وهو الذي يهدف إلى استهلاك الحاجات الأساسية؛ ويعتمد على المستهلكات الإضافية؛ والذي لا يعتمد على الاستهلاك الرئيسي مثل (الإنفاق على المناسبات).

ويواجه الاستهلاك عدة محددات ثقافية تشكل طبيعة نمط الاستهلاك في المجتمع؛ ويقصد بالمحددات (مجموعة الأطر التي تضع ثقافة الاستهلاك ونمطه ضمن منظورات ثابتة في كل اتجاه فكري خاص بها؛ وتنقسم هذه المحددات إلى:

المحدد الأول: ويعتمد على ربط الوضع الاستهلاكي بالفكر الرأسمالي؛ والذي أدى إلى انتشار للسلع تشابهه؛ فكلما كانت نوعية السلع ممتازة كان سعرها مرتفعًا؛ والعكس صحيح. أما المحدد الثاني فهو الذي يرى أن السلع الاستهلاكية الرئيسية هي التي توفر كافة احتياجات الأفراد، وتعتمد نوعية هذه السلع على الوضع الاجتماعي الخاص بالأسرة. المحدد الثالث والأخير فهو الذي يعد الاستهلاك وسيلة من وسائل تحقيق السعادة للأفراد، أما على مستوى الأفراد والأسر فإن هنالك عدة عوامل تسهم في تحديد نمط الاستهلاك في الحياة اليومية؛ وتنقسم إلى قسمين عوامل مباشرة ويمثلها مستوى الدخل للفرد أو الأسرة؛ وكذلك طبيعة التكوين الأسري لجماعة الأسرة وأيضًا مستوى الأسعار في المجتمع، وعوامل غير مباشرة ترتبط بنوعية القيم والمفاهيم؛ ودرجة التقمص الوجداني (التقليد والمحاكاة)؛ وكذلك التصورات الذهنية لما ينبغي أن يكون عليه أسلوب الحياة ومستوى المعيشة، (وعادة ما تختلف أنواع الاستهلاك وفقًا لمستوى الدخل، إلا أن العلاقة بين الدخل والإنفاق ليست بنفس درجة البساطة؛ فقد أظهرت الدراسات أن الفقراء ينفقون النسبة الأكبر من دخلهم على الضروريات الأساسية؛ بينما ينفق الأغنياء على سلع وخدمات الرفاهية بنسبة أكبر (محمد نبيل، 2009م:153).

وبناءً على ذلك لم يعد الدخل فقط هو المؤشر الوحيد لنمط الاستهلاك للفرد؛ إذ أصبح كل من المستوى التعليمي والمهنة والمنطقة السكنية؛ والانتماء القبلي من المحددات الرئيسية للسلوك الاستهلاكي؛ وهكذا تشكل المحددات الإطار الكلي الذي يحدد نمط الاستهلاك، بمعنى أنه لا بد من وجود أيديولوجية تقوم على قاعدة أخلاقية تحدد وتوضح ما هو مرغوب فيه اجتماعيًا من أنماط الاستهلاك؛ ومن ثم تتضح العلاقة والارتباط الوثيق بين الجوانب الاجتماعية والاقتصادية لنمط الاستهلاك.

إذن فإن المحددات والعوامل المرتبطة بنمط الاستهلاك في مجتمع ما أو جماعة ما؛ تساعد على فهم وتفسير وتوقع أنماط الاستهلاك الفردي والجماعي؛ وكذلك تبين طبيعة العلاقة القائمة بين المؤثرات الخارجية (العولمة) وأنماط الاستهلاك سواء كان على المستوى الفردي أو الجماعي في المجتمع. وهكذا تعد العولمة عملية تاريخية تعتمد أساسًا على اقتصاديات السوق وتدويل الأسواق وحرية انتقال عوامل الإنتاج والمعلومات؛ قد أدت إلى أن تحتل ثقافة الاستهلاك والقيم الفردية مكانة بارزة في عملية العولمة؛ ليصبح الاستهلاك والقيم الفردية آليات مهمة

في عملية العولمة؛ ولقد ارتبطت ثقافة الاستهلاك برموز وصور ومعاني للتفوق والرفاهية والقوة، وقد لعب الإعلان دورًا بالغ الأهمية في نشر وتدويل ثقافة الاستهلاك وإعلاء الفردية، ويرى (عزام جويلى، 2015م، ص 65) أن ثقافة الاستهلاك أدت إلى تسليع القيم والأفكار والمعاني والمشاعر من خلال الاحتفاء المبالغ فيه بأهمية الرموز والعلاقات المادية. لذلك كان للعولمة تأثير في ثقافات الشعوب؛ إلى جانب سيطرتها غير المسبوقة على ممارسات الناس اليومية، وعلى حياتهم العملية وخضوعهم لمفاهيمها ومتطلباتها، لذا يرى (عاطف عضيه، 2014م، ص 15) أنها تمثل دائرة للعلاقات الدولية بالمجال الحيوي؛ وخاصة أن الدور الدولي لم يعد مقتصرًا على الدولة بل تعداها إلى مجموعة الفاعلين الخارجيين مثل: المنظمات غير الحكومية والشركات متعددة الجنسيات والمنظمات التابعة للأمم المتحدة وغيرها، فهي تمثل ديناميكية تبرز دائرة العلاقات الدولية من خلال تحقيق درجة عالية من الكفاءة والسرعة في انتشار المعلومات والمكتسبات النقدية والعملية للحضارة، وتوجد مواد ونشاطات منتشرة بين الدول تنقسم إلى ست فئات بضائع وخدمات، أفراد، أفكار ومعلومات، نقود، مؤسسات، وأشكال من السلوك وتطبيقات؛ وقد حدد عمران (مرجع سابق، 63) طرائق انتشارها التي تتم من خلال أربعة طرائق متداخلة ومتراصة هي:

الاتصال من خلال الطبقة الوسطى، كذلك من خلال المنافسة والمحاكاة، ومن خلال المؤسسات. (عمران عباس، ص64)

ومن أهم مؤشرات العلاقة بين العولمة ونمط الاستهلاك في المجتمعات هما:

المؤشر الاجتماعي والذي يمثله صراع الثقافات واختلاط القيم؛ مما أدى إلى الاستنزاف في استهلاك السلع والخدمات الوافدة وتهديدها للإنتاج الوطني، وهذا يربط نمط الاستهلاك المحلي بواردات السلع الأجنبية. والمؤشر الاقتصادي الذي يرتكز على اعتماد الكفاءة والفاعلية وفقًا لمعايير دولية تحكم أداء النظم الاقتصادية سعيًا لتحقيق الميزة التنافسية عالميًا، وتنازل الدول النامية عن تنفيذ مهام التنمية الاقتصادية من خلال الخصخصة وتحويل الخدمات إلى القطاع الخاص، وتمثل هذه السياسات تهديدًا للمنتج الوطني فيكون الإقبال عند المستهلك على السلع الأجنبية.

المستهلك: فيعرفه (مرشد، 2023، ص. 230) بأنه الشخص الذي يقوم بالحصول على السلع والخدمات المراد استهلاكها عن طريق الشراء ودفع الثمن، وذلك بهدف إشباع احتياجاته ورغباته الشخصية وجعلها ملغًا له.

المحور الثاني: الآليات والوسائل الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة على طبيعة الاستهلاك

يرتكز الاستهلاك على كيفية تلبية حاجات الإنسان؛ وهي متعددة ومختلفة تبدأ من الضروريات (مأكل، ملابس، مأوى) وتمتد لتشمل الكماليات (تمضية وقت الفراغ، الواجبات الاجتماعية...) ومحاوله (إشباع تلك الحاجات يتطلب عددًا لا حصر له من السلع والخدمات،، والتي قد تكون ملموسة (خبز، سيارة) وقد تكون غير ملموسة (خدمة الطبيب، المدرس)، ويختلف تقويم السلعة كضرورة مثل المأكل والسكن والملبس، أو كمالية تتعدى الاحتياجات الأساسية والتي تختلف من مكان لآخر، ومن زمان لآخر، نتيجة تغير ظروف معيشة الفرد والمكانة الاجتماعية (العززي، 2024، ص54) فهناك علاقة بيع وشراء بالنسبة للسلع والخدمات والتي يتم إشباعها عبر وسائل اجتماعية أو آليات اقتصادية.

المبحث الأول: الوسائل الاجتماعية:

إن الثورة العلمية في مجالي الاتصالات والمعلومات أزلت الحدود المكانية والزمانية، كما ضاعفت من قوى الإنتاج واتساع مجالي التوزيع والاستهلاك، ومن ثم فإن تحرير التجارة الدولية بمعنى إحداث تكامل اقتصادي بين كل من الدول المتقدمة والدول النامية في السوق العالمي بحيث يصبح هذا السوق متاحًا لجميع القوى الاقتصادية ومحكومًا بمنافسة حرة (www.do.com,2018) إلا أن التحرير الاقتصادي يحدث معه انتقال رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية دون قيد مما إلى عدم قدرة المنتج المحلي على منافسة المنتج الأجنبي.

ومن المعلوم أن (عملية التحول في المجتمع الإنساني أكثر تعقيدًا، وتتأثر بعدد كبير من العوامل التي يصعب تحديدها كميًا، إلا أنه يظل من الممكن تبين العوامل التي تؤثر في الموقف وبيان تكرار تفاعلها، ومن ثم تحديد السرعة الضرورية للتحول من مرحلة معينة إلى أخرى، وتوجد حاجة إلى حيز زمني لحدوث التغيير في شكل الاتجاهات والأفراد، إلا أن الحيز الزمني يختلف من مجتمع لآخر حسب عدد العوامل المتضمنة وأنواع القيود التي تحكم الموقف في كل من المستويين العام والجزئي (عبد الغفار محمد، 2002م، ص81)، وبالنظر إلى نمط الاستهلاك يوجد تداخل بين العوامل الاجتماعية والاقتصادية التي تحدد طبيعته، والتي أصبحت بمثابة منافذ اختراقها للعولمة لتحدث تأثيرًا على ثقافة ونمط الاستهلاك في المجتمعات الإنسانية، لذا أسهمت بعض الرسائل الاجتماعية في تسريع وتيرة التغيير منها:

وسائل التواصل الإلكتروني: إن شبكة المعلومات الدولية من أهم الوسائل المعرفية للعولمة والثورة التكنولوجية والاتصالية؛ حيث استطاعت أن تربط شبكات الكمبيوتر؛ وأن تضم المستخدمين لها ليكونوا مجتمعًا كونيًا يقوم على الاتصال وله لغته الخاصة وعاداته مثل البريد الإلكتروني، والبرامج التجريبية، وتقديم الخدمات، والتجارة الإلكترونية، وتقديم عدة أنواع من السلع، والخدمات التعليمية،

والاستشارات الصحية وغيرها، ومن خلال ما تعرضه وسائل التواصل الإلكتروني أصبح الاستهلاك سلوكاً ينبع من ثقافة تجعل الفرد يقوم بشراء ما يتعدى احتياجه أو ما هو ضروري له؛ وإنما أصبحت عملية للتملك بذاتها وملاحقة للجدید والموضة. التقدم العلمي والتكنولوجي: يعتبر من أهم ميزات العصر الحالي، ولقد يسر حركة السلع والخدمات، وكذلك حركة الأفراد خاصة في الدول الصناعية والمتقدمة.

الحراك الاجتماعي: يمثل الوضع الذي يعبر عن دينامية المجتمع وتغيره واستجابته لكل التغيرات والانتقال من حال إلى حال في أي مجتمع، سواءً بين الجماعات أو الأفراد، وذلك على درجات التدرج الاجتماعي، والتي تحدث نتيجة مرونة وانفتاح المجتمع مع المتغيرات الاجتماعية الجديدة (الحريري، 2017). ويترتب على هذا النوع من الحراك الاجتماعي (انتشار السلوكيات والتطبيقات التي يطلق عليها مصطلح (النمطية) مثل الوجبات السريعة، والملابس الكاجوال، ومتابعة CNN وغيرها، مما يعني الدخول إلى نمط الاستهلاك الواسع، وقد أثر في الجانب الاجتماعي بنوع غير مسبوق من التنقلية الاجتماعية، حيث اتجهت القوى الاجتماعية إلى الحراك من جماعات أسرية إلى تجمعات قومية ودولية وكونية) (www.sociology.com).

التقليد والمحاكاة: (في مراحل صعود الطبقات الاجتماعية يشجع الاستهلاك أو الترف بسبب التقليد والرغبة في التعويض، ويتجه الاستثمار إلى الأنشطة غير الإنتاجية، والتي تكون من خصائصها سرعة الربح ودوران رأس المال). (www.Aljazeera.net). نوعية المنتج التعليمي: يعتبر التعليم عاملاً أساسياً لتلقي أطروحات العولمة لما يتيح من فرص لتحقيق التقدم العلمي والاجتماعي، مما يجعل الأفراد أكثر استعداداً لتقبل التغيير وتحسين أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية.

الإعلام: ويرى عزام جويلي (https://book.google.com/books.2015) إن دراسات العولمة في العلوم الاجتماعية تتسم بالتركيز على ظاهرتين تحتل وسائل الإعلام فيهما مكانة متميزة وهما: أ/ الوسائل التي سبّرت للشركات متعددة الجنسيات أن تمتلك وتهيمن على وسائل الإعلام الجماهيرية. ب/ وسائل الإعلام التي تسببت في ظهور نمط من الثقافات والإيديولوجيات ذات التوجه الاستهلاكي.

المبحث الثاني: الآليات الاقتصادية:

يري عمران عباس (2008م، ص 365) أن البدايات الأولى للعولمة قد أخذت دورها المتكامل عبر آلياتها المختلفة في نهاية القرن التاسع عشر، حيث عملت على توجيه دفة السياسات والبرامج عبر العالم،...، ومن ثمّ تزايد القبول على مستوى العالم للأفكار التي تؤدي إلى آلية السوق أو إلى تحول الدول من دور مالك للأنشطة الاقتصادية إلى دور صانع السياسات. وأدت هذه المسارات إلى أن أصبحت للعولمة آليات رئيسة مثل: صندوق النقد الدولي، والبنك الدولي، ومنظمة التجارة العالمية والشركات متعددة الجنسيات، وهذه الآليات أسست الاعتماد المتبادل بين الدول بفعل اتفاقيات تحرير التجارة العالمية، والتحول لآليات السوق، وتعميق الثورة التكنولوجية والمعلوماتية اللتين حولتا العالم إلى قرية صغيرة، وذلك لتوليد النمو وإدراج الأرباح بالمنافسة على الجودة والكفاءة الاقتصادية، ولكنها تغفل العدل والقضاء على الفقر، الراحون هم نادي الأغنياء. ولتوضيح عمل هذه الآليات نعرض ثلاثة نماذج أسهمت في تغيير أنماط الاستهلاك على مستوى العالم:

- 1- الشركات متعددة الجنسيات: تعمل على تحقيق عولمة الإنتاج والتسويق المشترك الدولي والكوادر البشرية التي تشترك في المشروع الواحد وفقاً لتخصصاتها المختلفة وخبراتها المكتسبة (عمران عباس، 2008م، ص 118). وتعد هذه الشركات من أكثر العوامل أهمية في ظاهرة العولمة؛ إذ تمثل قوة كونها نابعة من مجموعة تحولات في الأنظمة الاقتصادية؛ لأنها تتميز بخصائص عدة كالمرونة الجغرافية، وثانياً إشاعتها القائمة على ثقافة استهلاكية، أما ثالثاً فامتلاكها لأنشطة اقتصادية في العديد من الأقطار، رابعاً وأخيراً فامتلاكها القدرة على استغلال الفروق بين الدول من حيث هبات الموارد (عمران عباس، 2008م، ص 102).
- 2- منظمة التجارة العالمية: هي المنظمة المسؤولة عن تنفيذ سياسات العولمة، حيث تعمل على تحويل الاقتصادات المحلية المغلقة إلى اقتصاديات مفتوحة على الاقتصاد العالمي؛ وذلك عبر خلق تنافس دولي في التجارة الدولية يعتمد على الكفاءة الاقتصادية في تخصيص الموارد، وعن طريق تحرير التجارة الدولية في السلع والخدمات وانتقالات رؤوس الأموال، وباستخدام مجموعة من السياسات التجارية تعمل على توحيد قواعد السلوك الاقتصادي).
- 3- التجارة الإلكترونية: تعد التجارة الإلكترونية مجموعة من العمليات المتمثلة في بيع وشراء وتسويق عبر الإنترنت، وتقدم المعلومات الخاصة بالسلع الاستهلاكية ويستخدم هذا النوع من التجارة مجموعة من الوسائل الإلكترونية لإتمام هذه العمليات من البيع والشراء مثل الهاتف والفاكس والشبكات المعلوماتية والإنترنت (مصداق وبودودة، 2021، ص. 253)، وانتشار التجارة الإلكترونية يرجع إلى التقدم العلمي في وسائل الاتصالات والمعلومات، وبصفة خاصة عبر شبكة الإنترنت، وترتب على ظهور التجارة الإلكترونية ظهور فكرة النقود الإلكترونية، ويتم الدفع من خلال قنوات اتصال إلكترونية كما أن استخدام النقود الإلكترونية يؤدي إلى سرعة وسهولة تسويق المدفوعات وتقليص الحاجة إلى الاحتفاظ بالنقود السائلة؛ الأمر الذي يتميز بتوسيع التداول العالمي واتساع الرقعة والتواصل وكثافة وغنى المعلومات (سعید والصديق، 2025، ص. 145). وقد عمدت التجارة الإلكترونية إلى التأثير في نمط الاستهلاك من خلال سهولة

عرض المنتجات وتداولها على نطاق واسع، واتخاذ نمط الاستهلاك منحني فردانيًا يكون فيه الصرف على الكماليات (أزياء الموضة، أدوات التجميل، الألعاب).

المحور الثالث: مظاهر تأثير العولمة على نمط الاستهلاك:

إن الربط بين العولمة ونمط الاستهلاك يتطلب معرفة المؤشرات الدالة على ذلك من خلال تلمس الملامح العامة للعولمة. لقد أشار تشاو (Zhao, 2020, p. 1) إلى أن نظام السوق سواء كان محليًا أو عالميًا يُمكن تقسيمه إلى نوعين وهي عملية تُسمى عملية التقسيم، ويُقسم على النحو الآتي:

أ. قطاع المستهلكين: يمثلون الأفراد والعائلات التي تشتري السلع والخدمات، ولكنها تباع عناصر الإنتاج؛ مثل خدمات العمل ورأس المال والأرض..

ب. قطاع الأعمال: يقوم بشراء خدمات عناصر الإنتاج من قطاع المستهلكين لغرض إنتاج السلع والخدمات التي يبيعونها إلى قطاع المستهلكين. ويتضح من هنا وجود علاقة بيع وشراء للسلع والخدمات وعناصر الإنتاج والتي تمثل في مجموعها نظام السوق. كما يحدد محمد نبيل (2009، ص 26) أهم الملامح العامة التي يمكن رصدها للتعرف على السوق العالمي الذي يجسد ظاهرة العولمة الاقتصادية، وهي:

عولمة الإنتاج: أي أن إنتاج السلعة الواحدة يكون في أكثر من مكان واحد أو دولة واحدة.

عولمة الاستهلاك: أي توحيد أنماط الاستهلاك في جميع دول العالم بانتشار أنواع معينة من المنتجات.

التوسع السريع للاستثمار الأجنبي المباشر على القارات نتيجة لعولمة الإنتاج والاستهلاك (الشركات المتعددة الجنسيات).

اقتران التقدم في تكنولوجيا المعلومات بالثورة في مجال تكنولوجيا الاتصالات (خدمات التعليم عن بعد، الأسواق المالية).

الصراع بين الثقافات؛ لأن انفتاح الحدود وتدفق الأنماط الاستهلاكية والثقافية الجديدة يخلق صراعًا بين الوافد والقائم، ومن ثم يعمل على تدمير العادات والتقاليد ولربما كانت مفيدة.

المظاهر الإيجابية للعولمة:

وقد تلخص في التخلص من عناصر عدم الكفاءة في وحدات القطاع العام. تخصيص الموارد في صالح القطاع الخاص يرفع أيضًا من الإنتاجية ويزيد من معدلات الإنتاج. أيضا زيادة حصيللة الضرائب المفروضة على مشاريع القطاع الخاص. كذلك تنوع معاملات السلع والخدمات عبر الحدود وسرعة انتشار التكنولوجيا والاتصالات، إضافة لذلك حرية انتقال السلع والخدمات، ورأس المال، والعمالة، والمعلومات.

المظاهر السلبية للعولمة:

سلبيات العولمة الاقتصادية للدول النامية عديدة منها: وضع قيود (سياسات البنك الدولي)، وذلك بفرض الإجراءات التعسفية، وحركة النقد الأجنبي، وتراجع الاستثمار، وعدم استقرار سعر الصرف، وانفلات معدلات التضخم. وفي الجانب الاجتماعي تمثل العولمة تهديدًا للهويات الثقافية للأمم، وتآكل سيادة الدولة على النشاط الاقتصادي الكلي؛ مما يرفع الأسعار للسلع والخدمات، خلط الثقافات، وقد نتج من كل ذلك عدة آثار سلبية:

1- (التغريب وذلك بالسعي إلى نقل المجتمع في سلوكياته ونظمه السياسية والثقافية والاجتماعية والأسرية إلى نظم غريبة؛ وانتشار جيل يحب ويحمل أفكار الغرب وحضارته.

2- إيجاد نوع من الهزيمة النفسية والشعور بالنقص؛ إلى جانب تقديم النموذج الغربي كأفضل نمط للمعيشة (مجموعة المؤلفين، 2015م، ص 166). وهذا يعني الترويج للنمط الغربي في استلاب الحياة والسلوك، إلى جانب تعميق التفاوت يري إبراهيم الأباصيري (ص 165) أن التغيرات الاجتماعية لقوى الإنتاج مهما تكن القطاعات التي تكتنفها تؤثر تأثيرًا مباشرًا في سلوكيات وعلاقات الأفراد؛ وفي جميع مؤسسات المجتمع. كما اتفق العلماء في العلوم الاجتماعية على أن تغير أنماط العلاقات الاجتماعية وظهور أنماط جديدة للعلاقات نتيجة العولمة في المؤسسات الاجتماعية الأخرى يترك تأثيرات وانعكاسات واضحة على كافة مؤسسات المجتمع، منها المؤسسات الاقتصادية للمجتمع (عبدالله وآخرون، 2012، ص 10). ومن ثم فإن تغير نظام الإنتاج بكونه أصبح متداولًا عالميًا؛ إلى جانب نشأة نظام الأسواق الكوكبية، وتقسيم العمل الدولي أدى إلى تغير نمط الإنتاج والتسويق للمنتجات سواء كانت سلعًا أو خدمات على مستوى العالم.

وتتضح أهم تحديات العولمة في المجتمع في سياسات (التحرير والتدويل اللذين فرضتهما اتفاقية تجارة الخدمات المالية (جولة الأروغوي) وما صاحبها من تفوق تنافسي كاسح لحركة انتقال رؤوس الأموال بلا حدود؛ وتقارب الأسواق؛ وانخفاض تكاليف الإنتاج، وكلها تمثل

مؤشرات لتداعيات العولمة (عبد الوهاب، 2000م، 417). ويتأثر تداعيات ظاهرة العولمة الاقتصادية؛ اتجهت المجتمعات في كثير من الدول إلى عدة تدابير منها:

إعادة توزيع الأدوار بين الحكومة والسوق أي زيادة الدور الذي يضطلع به السوق في إدارة الشئون الاقتصادية للاعتقاد بأن (القطاع الخاص أكثر كفاءة من الحكومة في تخصيص الموارد وتحقيق النمو الاقتصادي) (محمد نبيل، 2009م، ص12)، وقد تمثل ذلك في عدة صور مثل: تخلي الحكومات عن جزء من ملكيتها وإدارتها بالعمل العام وتحويله إلى القطاع الخاص، كما قد تتأثر الاقتصاديات للمجتمعات بواقع الحصار الاقتصادي الذي قد يفرض على مجتمع ما يؤدي ذلك إلى فقدان الأسواق العالمية للصادرات، وهذا يؤدي إلى زيادة العبء الاقتصادي على أفراد المجتمع. أيضاً الاستغناء عن العمالة الزائدة التي كان يستوعبها القطاع الحكومي؛ وذلك عندما تم تحويل بعض شركات القطاع العام للقطاع الخاص. كذلك رفع الدعم الحكومي وسياسة تحرير الأسواق التي تؤدي إلى ارتفاع تكاليف المعيشة؛ والذي يتزامن معه انتشار رأس المال الأجنبي بالاستثمار في مجالات الأنشطة غير إنتاجية. وقيام آليات الاقتصاد الموحد لدول أوربا حولها من قوى داعمة إلى قوى منافسة اقتصادياً للدول في السوق العالمي.

وفي الجانب الاجتماعي نجد أن آلية السوق والمنافسة التي تجعل المجتمع المحاصر اقتصادياً مضطراً إلى اتباع سياسات اقتصادية؛ تقود إلى هدم البنى الاجتماعية لأنها تمثل قوة تدميرية تزيد من القطاعات الفقيرة وتدفع بهم إلى التهميش والخسارة، وهذا يؤدي إلى زيادة حدة الفقر؛ والقضاء على المدخرات العائلية بتآكل القيمة الحقيقية للعملة الوطنية؛ والتي يرتبط بها عدم مقدرة المجتمع على صنع بيئة اقتصادية جاذبة وقطاع إنتاجي فعّال.

وبتضافر كل هذه العوامل التي أسهمت بصورة مباشرة في ارتفاع المستوى العام للأسعار؛ ومن ثمَّ انخفاض القوة الشرائية مما قاد إلى تأثر الأوضاع المعيشية للأفراد؛ والذي يظهر أثره بشكل واضح في طرق الاستهلاك للحاجات الضرورية أو الكمالية والتي تم فرضها بواسطة الأسواق نتيجة لارتفاع الأسعار وأن الدخل هو المتحكم الرئيس للمقدرة الشرائية للفرد (حمزة وآمال، 2023، ص. 136).

واقع نمط الاستهلاك في المجتمع السعودي:

كانت الحياة في المجتمع السعودي في الماضي بسيطة وتتجه نحو الاكتفاء الذاتي؛ ويمثل نمط الاستهلاك فيه ظاهرة جماعية تلي احتياجات جماعة الأسرة؛ إذ كان له جانب اجتماعي يتعلق بالقيم ووثيق الصلة بمنطلقات العقيدة (حيث يبني الجزء الرئيس من التنظيم الاجتماعي على المبادئ الأسرية؛ حيث يعمل كل أعضاء الأسرة تلقائياً وجماعياً في وحدة واحدة؛ ويحصل كل فرد في هذه الأسرة على الضروريات الأساسية مثل: الطعام الكساء والمأوى قبل أي شيء آخر، وتكاد ملكية الموارد أن تأخذ الشكل الجماعي وسط أعضاء الأسرة أكثر من أن تكون ذات طابع فردي) (المجلة الإلكترونية، 2008م).

وبذلك نلاحظ أن نمط السلطة الأسرية التقليدية كان لها فعالية كبرى في عملية ضبط نشاط جميع أفراد الأسرة ومراقبة سلوكياتهم داخل وخارج نطاق الأسرة، إلى جانب وجود علاقات قوية تربط بينهم؛ بالإضافة إلى مقدرة الأسرة على تغطية أو تلبية جميع احتياجات أفرادها ويعتبروا جميعهم قوى إنتاجية تسهم بصوره مباشرة في دعم اقتصاديات الأسرة.

التطبيقات الإلكترونية:

بظهور ظاهرة العولمة وثورة المعلومات أصبح الانسان يبتكر العديد من الأشياء التي تساعده على إشباع احتياجاته. وقبل تعريف التطبيقات الإلكترونية علينا أن نتوقف عند التسويق الإلكتروني والذي يمثل الاستخدام الأمثل لتقنية المعلومات وشبكات الاتصال لتفعيل الإنتاجية التسويقية والعمليات التي تتضمن الوظائف التنظيمية والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء (بشير العلاق، 2019م، ص 17)، كما عرفتها (دنيا الحوراني، 2019، ص 12) بأنها مجموعة أنواع مختلفة من البرامج التسويقية الخدمية، صممت من أجل المستخدم ويتم تشغيلها بواسطة، وتحتوي على مهام عديدة تستخدم عند الحاجة إليها ويمكن التفاعل معها.

أما تعريف التطبيقات الإلكترونية إجرائياً: فهي تلك التطبيقات التي ذكرت باستبانة الدراسة من (شيء أن، أمازون) والتي تستخدم من أجل اختيار السلع والخدمات التسويقية من قبل طالبات جامعة حائل، بالإضافة إلى برامج (تأبي وتمارا) وهي تعمل كبرامج مساعدة لتبسيط فواتير المشتريات على دفعات.

مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً: نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، للتعرف على اتجاه نمط الاستهلاك لدى الطالبة الجامعية وعلاقته بالمتغيرات الدولية للاقتصاد، وجمع البيانات عنه ثم تحليله حتى نصل إلى النتائج التي يمكن الاستفادة منها في توجيه الاستهلاك.

وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المسح الاجتماعي بالعينة التي تعني الاتصال بمفردات مجتمع البحث عبر استمارة تحتوي على أسئلة مقننة.

ثانياً: أداة الدراسة:

تم تصميم استبانة إلكترونية طبقت على عينة الدراسة من طالبات جامعة حائل تحتوي على عدد من الأسئلة لأخذ رأي أفراد العينة وإجاباتهم. إضافة إلى ذلك استخدمت الملاحظة العلمية وذلك باستطلاع واستكشاف السلوك الاستهلاكي للطالبات الجامعيات من خلال معرفة الخصائص والمقومات التي تحكم الموقف الاجتماعي الاقتصادي لنمط الاستهلاك.

صدق الأداة وثباتها: صدق المحتوى: وفقاً لآراء مجموعة من الخبراء؛ فبحص مدى مقدرتها على قياس الأبعاد والمحاور والمفاهيم الأساسية الخاصة بموضوع الدراسة.

صدق أداة الدراسة:

صدق أداة الدراسة يعني التأكد من أنها تقيس ما أعدت من أجله، كما يُقصد به شمول الاستبانة لكل العناصر التي تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح عباراتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، وقد تم التأكد من صدق أدوات الدراسة من خلال:

1. الصدق الظاهري لأدوات الدراسة (صدق المحكّمين):

للتعرف على مدى الصدق الظاهري للاستبانة، والتأكد من أنها تقيس ما وضعت لقياسه، تم عرضها بصورتها الأولية (ملحق رقم (1)) على عدد من المحكّمين المختصين في موضوع الدراسة، حيث وصل عدد المحكّمين إلى (3) محكّمين، وقد طُلب من السادة المحكّمين تقييم جودة الاستبانة، من حيث قدرتها على قياس ما أعدت لقياسه، والحكم على مدى ملاءمتها لأهداف الدراسة، وذلك من خلال تحديد وضوح العبارات، وانتمائها للمحور، وأهميتها، وسلامتها لغوياً، وإبداء ما يرونه من تعديل، أو حذف، أو إضافة للعبارات. وبعد أخذ الآراء، والإطلاع على الملاحظات، تم إجراء التعديلات اللازمة التي اتفق عليها غالبية المحكّمين، ومن ثم إخراج الاستبانة بصورتها النهائية.

2. صدق الاتساق الداخلي للاستبانة:

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، تم حساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson's Correlation Coefficient): للتعرف على درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية لها.

الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط
1	*0.595	13	*0.295	25	*0.273
2	*0.244	14	*0.557	26	*0.447
3	*0.521	15	*0.417	27	*0.450
4	*0.037	16	*0.304	28	*0.285
5	*0.565	17	*0.397	29	*0.355
6	*0.341	18	*0.100	30	*0.658
7	*0.508	19	*0.399	31	*0.638
8	*0.619	20	*0.493	32	*0.533
9	*0.647	21	*0.451	33	*0.532
10	*0.492	22	*0.578	34	*0.471
11	*0.405	23	*0.032	35	*0.250
12	*0.433	24	*0.216		

*دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 فأقل

الشكل (1) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات الاستبانة مع الدرجة الكلية للاستبانة

يتضح من الشكل (1) أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع بعدها ودالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل؛ مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي بين عبارات الاستبانة، ومناسبتها لقياس ما أعدت لقياسه.

3. ثبات أداة الدراسة:

يُقصد بثبات المقياس أن تعطي هذه الأداة النتيجة نفسها لو تم إعادة تطبيق الأداة أكثر من مرة تحت الظروف والشروط نفسها، أو بعبارة أخرى أن ثبات المقياس يعني الاستقرار في نتائج الأداة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة.

وقد تحققت الباحثات من ثبات الأداة من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient كما يلي:

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	الاستبانة
0.893	35	الدرجة الكلية

شكل رقم (2) ثبات الاستبانة بطريقة معامل ألفا كرونباخ

من خلال النتائج المذكورة يتضح أن ثبات الأداة مرتفع حيث بلغ (0.893)؛ مما يدل على ثبات الأداة وصلاحياتها للتطبيق الميداني. وبذلك تكون الباحثات قد تأكدن من صدق وثبات المقياس في صورته النهائية، وأنه صالح للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية، مما يجعلهن على ثقة تامة بصحة المقياس وصلاحيته لجمع البيانات اللازمة للإجابة عن أسئلة الدراسة.

ثالثاً: مجالات الدراسة

- المجال المكاني: جامعة حائل الكليات النظرية.
- المجال الزمني: 6 أشهر.
- المجال البشري: يتكون من طالبات جامعات وفقاً للفئات العمرية من 20 سنة إلى ما فوق 30 سنة؛ وقد تم اختيار عينة منهن وتبلغ 200 فرداً بمعدل 25 فرداً لكل فئة عمرية.

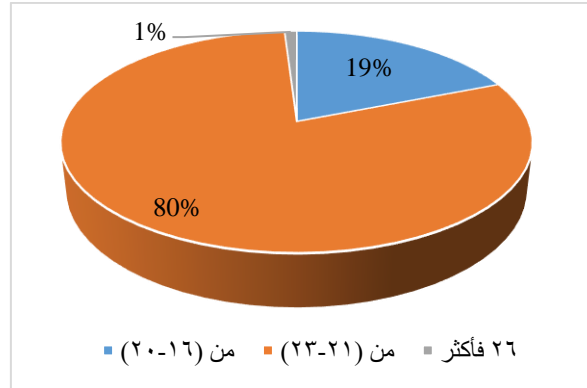
خصائص مجتمع عينة الدراسة:

المتغيرات	الفئة	التكرار	النسبة %
الفئة العمرية	من (16-20)	38	19.0
	من (21-23)	160	80.0
	26 فأكثر	2	1.0
المستوى الدراسي	(الأول - الثاني)	14	7.0
	(الرابع - الثالث)	31	15.5
	(السادس - الخامس)	116	58.0
الحالة الاجتماعية	(الثامن - السابع)	39	19.5
	غير متزوجة	184	92.0
	متزوجة	13	6.5
مقدار المصروف	أخري	3	1.5
	1000 ريال	175	87.5
	3000 ريال	19	9.5
	7000 ريال فأكثر	6	3.0
المجموع		200	100.0

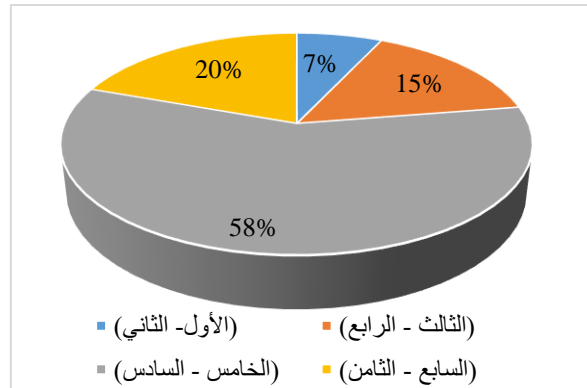
شكل (3) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

يُظهر الجدول مجموعة من الخصائص الديموغرافية والمالية لعينة مكونة من 200 طالبة، حيث يظهر توزيع الفئات العمرية أن غالبية الطالبات تتراوح أعمارهن بين 21 و23 سنة بنسبة 80%، بينما تتراوح أعمار 19% منهن بين 16 و20 سنة، في حين أن نسبة صغيرة جداً تبلغ 1% هن في سن 26 فأكثر. يشير هذا إلى أن الفئة العمرية الأكبر في العينة في سن الشباب. من حيث المستوى الدراسي، نجد أن أكبر نسبة من الأفراد (58%) في المستويين الخامس والسادس، مما يشير إلى أن غالبية العينة في المراحل المتقدمة من دراستهم. يأتي بعد ذلك الأفراد في المستويين الثالث والرابع بنسبة 15.5%، بينما يمثل المستوى الأول والثاني نسبة 7% فقط. هناك أيضاً نسبة 19.5% من الأفراد في المستويين السابع والثامن، مما يظهر تنوعاً في مستويات الدراسة بين المشاركات.

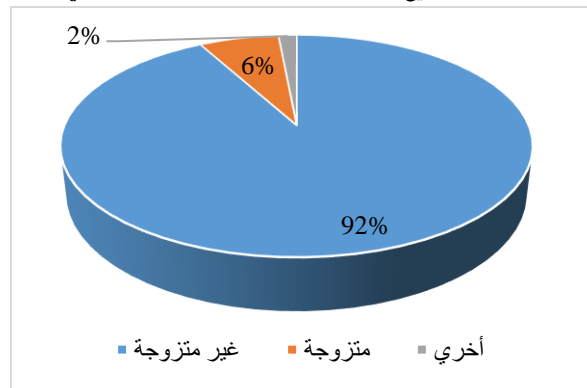
أما الحالة الاجتماعية فإن الأغلبية العظمى من الأفراد غير متزوجات، بنسبة تصل إلى 92%، في حين أن نسبة المتزوجات تشكل 6.5%، وتوجد نسبة صغيرة أخرى تبلغ 1.5% لأفراد يصنفن ضمن فئات أخرى. يشير ذلك إلى أن غالبية العينة غير مرتبطات اجتماعياً، مما قد يظهر طبيعة الفئة العمرية التي تركز على الدراسة والتعلم. وفيما يخص مقدار المصروف الشهري يتضح أن معظم الأفراد يحصلن على مبلغ قدره 1000 ريال شهرياً بنسبة 87.5%، بينما يحصل 9.5% منهم على 3000 ريال، وتبلغ نسبة من يحصلن على 7000 ريال فأكثر 3% فقط. يظهر هذا التوزيع تفاوتاً في القدرة المالية بين الأفراد، مع تركيز واضح على الفئة ذات الدخل المحدود.



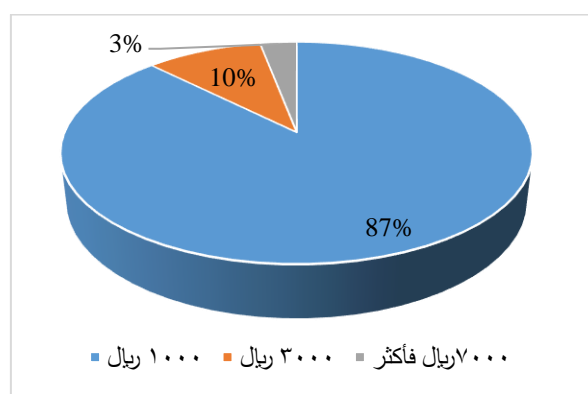
شكل (1) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية



شكل (2) توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي



شكل (3) توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



شكل (4) توزيع أفراد العينة حسب مقدار المصروف

رابعاً: أسلوب المعالجات الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، فقد استخدمت الأساليب الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss).

جدول (4) أنماط الاستهلاك المختلفة لدى أفراد عينة الدراسة

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الرتبة
1	أكثر من شراء مستلزمات الكماليات من (أدوات تجميل، حقائب، عطور)	2.21	0.713	إلى حد ما	4
2	أكثر تسوق في شراء ضروريات أساسية (سلع غذائية، ملابس، أدوات تجميل)	2.65	0.530	موافق	1
3	أفضل شراء السلع والبضائع الأجنبية لجودتها العالية	1.90	0.712	إلى حد ما	5
4	أميل إلى شراء المنتج الوطني لجودته واعتدال أسعاره	2.48	0.558	موافق	2
5	أكثر تسوق خلال الشهر يكون بشراء أدوات التجميل، الحقائب والملابس	1.90	0.730	إلى حد ما	5
6	أنفق معظم مصروفي الشهري على (وجبات سريعة، عصائر، حلويات)	2.06	0.752	إلى حد ما	3

تُظهر نتائج الجدول (4) توجهاً واضحاً للمستهلكين نحو تفضيل شراء الضروريات الأساسية. وهذا ما يتفق مع دراسة بشير اللويش (1444هـ - ص 75) على أن أسلوب الأفراد الاستهلاكي في المجتمع السعودي ينصب على تلبية الأولويات المتعلقة بالجوانب الضرورية من (غذاء وسكن وتعليم وخدمات لازمة) بحيث يتم وضع الأكثر أهمية أي الضرورية أولاً ثم تلها الأقل أهمية. وفيما يأتي أنماط الاستهلاك المختلفة مرتبة ترتيباً تنازلياً على حسب المتوسط الحسابي:

حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة (أكثر تسوق في شراء ضروريات أساسية (سلع غذائية، ملابس، أدوات تجميل) على أعلى متوسط حسابي قدره 2.65، مما يشير إلى أن المشاركات يملن بشكل ملحوظ إلى شراء الضروريات الأساسية. هذه النتيجة تظهر أولوية المستهلكات في تلبية احتياجاتهن اليومية قبل التفكير في الكماليات، مما يدل على توجه نحو إدارة الميزانية بشكل مدروس.

أما المرتبة الثانية فقد حصلت عليها عبارة (أميل إلى شراء المنتج الوطني لجودته واعتدال أسعاره) بمتوسط حسابي قدره 2.48، تشير النتيجة إلى أن المشاركات يملن إلى تفضيل المنتجات المحلية، حيث يقدرن جودتها وأسعارها المناسبة. هذا الاتجاه يظهر شعوراً بالولاء للمنتجات الوطنية وقد يسهم في تعزيز الاقتصاد المحلي.

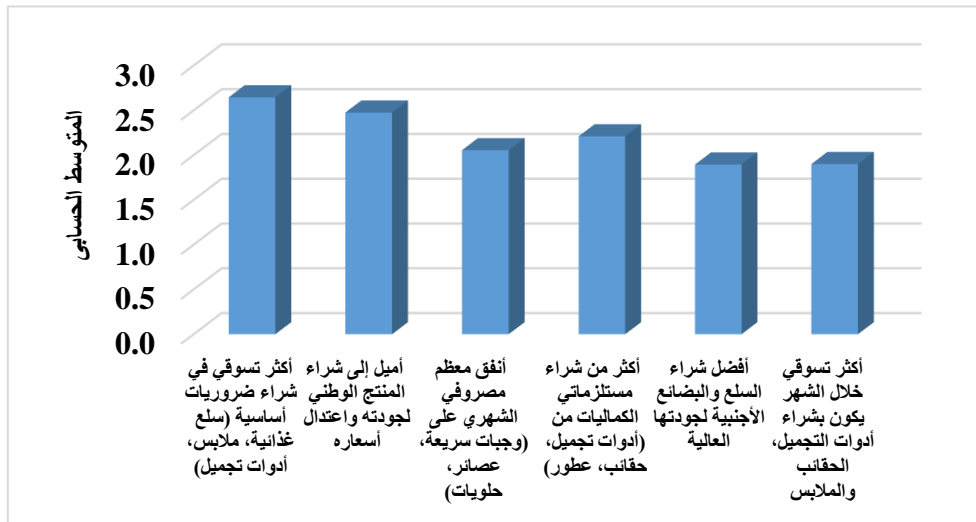
أما المرتبة الثالثة فقد حصلت عليها عبارة (أنفق معظم مصروفي الشهري على (وجبات سريعة، عصائر، حلويات) بمتوسط حسابي 2.06، مما يدل على أن المشاركات ينفقن جزءاً من ميزانيتهن على الوجبات السريعة. على الرغم من أن هذه النسبة لا تزال تظهر اهتماماً بالطعام الجاهز، إلا أنها أقل من تركيزهن على الضروريات الأساسية، مما يشير إلى أن هذه النفقات تأتي بعد تلبية الاحتياجات الرئيسية، وهذا يتفق مع

دراسة سوان وبيميد (2011م) والتي توصلت إلى أنه يوجد اتجاه موجب للطلاب بالجامعات النيجيرية من حيث تطبيق الثقافة الأجنبية فيما يتعلق بتناول المأكولات والمشروبات وغيرها من أنماط الاستهلاك.

وجاءت في المرتبة الرابعة عبارة (أكثر من شراء مستلزمات الكماليات من (أدوات تجميل، حقائب، عطور) حققت هذه العبارة متوسطاً قدره 2.21، مما يدل على عدم وجود ميل قوي لشراء الكماليات، بالرغم من أن المشاركات يشترين بعض هذه المستلزمات، إلا أن التركيز يبقى على الضروريات، مما يظهر سلوكاً حذرًا في الإنفاق.

وفي المرتبة الخامسة عبارة (أفضل شراء السلع والبضائع الأجنبية لجودتها العالية) بمتوسط حسابي 1.90، مما يشير إلى أن المشاركات لسن متحمسات بشكل كبير لشراء المنتجات الأجنبية. قد يكون هذا ناتجاً من تفضيلهن للخيارات المحلية أو اعتقادهن بأن جودة المنتجات الوطنية لا تقل عن نظيراتها الأجنبية.

أما المرتبة السادسة والأخيرة فقد جاءت عبارة (أكثر تسوقاً خلال الشهر يكون بشراء أدوات التجميل، الحقائب والملابس) على المرتبة السادسة والتي جاءت بمتوسط حسابي قدره 1.90، مما يظهر أن المشاركات ليس لديهن ميل قوي لشراء الكماليات مثل أدوات التجميل. تشير هذه النتيجة إلى أن الاهتمام بالكماليات يأتي في مرتبة أقل أهمية مقارنة بالضروريات الأساسية.



شكل (5) أنماط الاستهلاك المختلفة لدى أفراد عينة الدراسة

جدول (5) تحليل أنماط واتجاهات الاستهلاك حسب الفئات العمرية

مستوى الدلالة	الفئة العمرية			المحور
	26 فأكثر	من (21-23)	من (16-20)	
0.98	2.25±0.35	2.2±0.38	2.2±0.39	نمط الاستهلاك
0.27	1.67±0.71	2.14±0.44	2.18±0.46	اتجاه الاستهلاك

وبتحليل ما كشفت عنه نتائج الدراسة في المنحى النظري يُظهر الجدول (5) تحليلاً لأنماط واتجاهات الاستهلاك عبر فئات عمرية مختلفة، مع القيم المتوسطة والانحرافات المعيارية لكل فئة عمرية ومستوى الدلالة الإحصائية لكل محور. يُلاحظ أن متوسط نمط الاستهلاك يتساوى تقريباً بين الفئتين العمريتين من 16 إلى 20 سنة ومن 21 إلى 23 سنة، حيث بلغت القيم (2.2±0.39) و(2.2±0.38) على التوالي، بينما كان متوسط نمط الاستهلاك للفئة العمرية 26 فأكثر أعلى قليلاً عند (2.25±0.35). مستوى الدلالة لهذه النتائج هو 0.98، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة في نمط الاستهلاك، ما يعني أن المشاركات من مختلف الأعمار لديهن سلوك استهلاكي متشابه.

فيما يتعلق باتجاه الاستهلاك يظهر الجدول أن المتوسط للفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة هو (2.18±0.46)، بينما بلغ (2.14±0.44) للفئة من 21 إلى 23 سنة، مما يظهر تشابهاً كبيراً بينهما. أما الفئة العمرية 26 فأكثر، فقد انخفض المتوسط إلى (1.67±0.71)، مما يوحي بانخفاض اتجاه الاستهلاك لدى الأفراد الأكبر سناً في هذه العينة. مع ذلك، فإن مستوى الدلالة الإحصائية لهذا المحور هو 0.27، مما يشير أيضاً إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة في اتجاه الاستهلاك.

بوجه عام تظهر هذه النتائج تشابهاً في سلوك الاستهلاك بين الفئات العمرية المختلفة في هذه العينة. وعدم وجود فروق معنوية يوحى بأن العوامل العمرية لا تؤثر بشكل كبير على نمط أو اتجاه الاستهلاك في هذا السياق، مما قد يشير إلى توجهات استهلاكية مشتركة بين الأفراد بصرف النظر عن أعمارهم.

جدول (6) تحليل أنماط واتجاهات الاستهلاك حسب المستوى الدراسي

مستوى الدلالة	المستوى الدراسي				المحور
	(الثامن - السابع)	(الخامس - السادس)	(الثالث - الرابع)	(الثاني - الأول)	
0.25	2.27±0.37	2.20±0.40	2.13±0.35	2.07±0.34	نمط الاستهلاك
0.09	2.09±0.45	2.20±0.46	2.05±0.44	1.95±0.25	اتجاه الاستهلاك

يقدم الجدول (6) تحليلاً لأنماط واتجاهات الاستهلاك حسب المستويات الدراسية المختلفة، موضحاً القيم المتوسطة والانحرافات المعيارية لكل مستوى دراسي، بالإضافة إلى مستوى الدلالة الإحصائية. يظهر من النتائج أن متوسط نمط الاستهلاك يتزايد بشكل طفيف مع تقدم المستوى الدراسي؛ حيث بلغ (0.34±2.07) للمستويين الأول والثاني، و(0.35±2.13) للمستويين الثالث والرابع، و(0.40±2.20) للمستويين الخامس والسادس، وصولاً إلى (0.37±2.27) للمستويين السابع والثامن. مستوى الدلالة هنا هو 0.25، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الدراسية المختلفة في نمط الاستهلاك، ما يعني أن سلوك الاستهلاك لا يتغير بشكل كبير عبر المستويات الدراسية. أما اتجاه الاستهلاك فقد بلغ المتوسط (0.25±1.95) للمستويين الأول والثاني، وارتفع قليلاً إلى (0.44±2.05) للمستويين الثالث والرابع، وإلى (0.46±2.20) للمستويين الخامس والسادس، بينما انخفض إلى (0.45±2.09) للمستويين السابع والثامن. مستوى الدلالة لهذا المحور هو 0.09، مما يعني أيضاً عدم وجود فروق معنوية بين المستويات الدراسية المختلفة في اتجاه الاستهلاك. بشكل عام، تشير هذه النتائج إلى أن المستويات الدراسية المختلفة لا تؤثر بشكل كبير على نمط أو اتجاه الاستهلاك في هذه العينة، حيث لا توجد فروق إحصائية دالة بين المستويات الدراسية المتعددة، مما يظهر تشابهاً في السلوك الاستهلاكي بين الأفراد بغض النظر عن مستوى تقدمهم الدراسي.

جدول (7) تحليل أنماط واتجاهات الاستهلاك حسب مقدار المصروف

مستوى الدلالة	مقدار المصروف			المحور
	7000 ريال فأكثر	3000 ريال	1000 ريال	
*0.043	2.22±0.33	2.40±0.39	2.17±0.39	نمط الاستهلاك
*0.037	2.03±0.49	2.39±0.27	2.12±0.45	اتجاه الاستهلاك

*دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05

يعرض الجدول (7) تحليلاً لأنماط واتجاهات الاستهلاك بناءً على مقدار المصروف الشهري، موضحاً القيم المتوسطة والانحرافات المعيارية لكل فئة من فئات المصروف، بالإضافة إلى مستوى الدلالة الإحصائية لكل محور. فيما يتعلق بنمط الاستهلاك يُلاحظ أن المشاركات اللاتي يحصلن على 3000 ريال شهرياً لديهن أعلى متوسط نمط استهلاكي، حيث بلغت القيمة (0.39±2.40)، مقارنةً بالمشاركات اللاتي يحصلن على 1000 ريال (0.39±2.17) و7000 ريال فأكثر (0.33±2.22). مستوى الدلالة الإحصائية لنمط الاستهلاك هو 0.043، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات المصروف المختلفة في نمط الاستهلاك وكانت الفروق بين اللاتي ينفقن 1000 ريال شهرياً واللاتي ينفقن 3000 ريال شهرياً لصالح اللاتي ينفقن 3000 ريال شهرياً. أما اتجاه الاستهلاك فقد كان متوسط اتجاه الاستهلاك أيضاً أعلى لدى الأفراد اللاتي يحصلن على 3000 ريال (0.27±2.39) مقارنةً بأولئك اللاتي يحصلن على 1000 ريال (0.45±2.12) و7000 ريال فأكثر (0.49±2.03). مستوى الدلالة الإحصائية لاتجاه الاستهلاك هو 0.037، مما يدل على وجود فروق معنوية بين الفئات المختلفة في اتجاه الاستهلاك. بشكل عام تشير النتائج إلى أن مقدار المصروف الشهري يؤثر بشكل كبير على نمط الاستهلاك واتجاهه، حيث يظهر تأثير ملحوظ لزيادة المصروف على تفضيلات الاستهلاك وسلوك الأفراد في هذه العينة. وهذا يتفق مع دراسة (شومان، 2015م) الذي توصل إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث الدخل الشهري والذي يؤثر على ميول وتفضيلات الاستهلاك. كما تؤكد دراسة (نهلة درويش، 2009م) على أن تطبيقات العولمة أدت إلى نمو القيم الاستهلاكية نتيجة التأثير بالإعلام والتوجهات نحو القيم الغربية في نمط الاستهلاك والحياة بوجه عام.

جدول (8) المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات التي أثرت على نمط الاستهلاك

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الرتبة
1	يتناسب دخلي الشهري دائماً مع المتطلبات الشرائية	2.00	0.69	إلى حد ما	3
2	أصرف على مستلزماتي الشخصية الشرائية ما يعادل ألف ريال شهرياً	1.95	0.76	إلى حد ما	5
3	يتجاوز صرفي في السوق ثلاثة آلاف ريال	1.48	0.72	غير موافق	6
4	لا أبالي إذا تجاوز مقدار إنفاقي الشهري في السوق خمسة آلاف ريال	1.35	0.62	غير موافق	7
5	كلما تقدمت في سنواتي الجامعية كلما ازداد صرفي الشهري	1.97	0.80	غير موافق	4
6	أوزع مصروفي بحكمة بين متطلباتي التسويقية المختلفة	2.31	0.64	موافق	1
7	الرجاء إلى أسرتي لسد النقص في مصروفي الشهري	2.22	0.75	إلى حد ما	2
	المتوسط الحسابي العام	1.90	0.40	إلى حد ما	

يوضح جدول (8) المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات التي أثرت على نمط الاستهلاك بين الأفراد في العينة. وفيما يلي تفصيل لكل فقرة مرتبة حسب المتوسط الحسابي:

أتت في المرتبة الأولى عبارة (أوزع مصروفي بحكمة بين متطلباتي التسويقية المختلفة) بأعلى متوسط حسابي قدره 2.31، مما يشير إلى توافق قوي بين المبحوثات على أنهن يميلن إلى توزيع مصاريفهن بحكمة ووعي. يظهر ذلك مستوىً عاليًا من الوعي المالي وإدارة جيدة للموارد، مما يُعتبر مؤشرًا إيجابيًا على سلوكيات الاستهلاك، وهذا ما توصلت إليه دراسة (هاني، 2024، 129) الوعي الاستهلاكي الذي يساعد الفرد على اختيار ما يريد من سلع وخدمات وإشباع لاحتياجاته دون إضرار بنفسه أو الآخرين.

وجاءت في المرتبة الثانية عبارة (الرجاء إلى أسرتي لسد النقص في مصروفي الشهري) بمتوسط حسابي قدره 2.22، مما يدل على أن الأفراد يعتمدون أحياناً على دعم أسرهن لتلبية احتياجاتهم المالية. يُظهر هذا الاعتماد أهمية الروابط الأسرية في توفير الدعم المالي، وخاصةً في الفترات التي قد يواجه فيها الأفراد صعوبات مالية..

وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (يتناسب دخلي الشهري دائماً مع المتطلبات الشرائية) بمتوسط حسابي قدره 2.00، مما يعبر عن توافق نسبي. تشير النتائج إلى أن المبحوثات يرين أن دخلهن الشهري يلبى بعض احتياجاتهن الشرائية، إلا أن هناك احتمالاً لوجود فجوة بين الدخل والاحتياجات، مما قد يستدعي التخطيط المالي الدقيق.

وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة (أصرف على مستلزماتي الشخصية الشرائية ما يعادل ألف ريال شهرياً) بمتوسط حسابي قدره 1.95، مما يظهر أن المبحوثات ينفقن مبلغاً محدداً نسبياً على مستلزمتهن الشخصية. هذا يدل على وجود وعي بالميزانية ورغبة في تلبية الاحتياجات الأساسية دون تجاوزها.

وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة (كلما تقدمت في سنواتي الجامعية كلما ازداد صرفي الشهري) فقد احتلت المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره 1.97، مما يشير إلى عدم توافق الأفراد مع فكرة أن صرفهن الشهري يزداد مع تقدمهن في التعليم الجامعي. قد يظهر ذلك استقراراً في النفقات وعدم التوجه نحو زيادة الاستهلاك خلال هذه الفترة.

وفي المرتبة السادسة جاءت عبارة (يتجاوز صرفي في السوق ثلاثة آلاف ريال) وقد حصلت على متوسط حسابي قدره 1.48، مما يظهر عدم توافق المبحوثات مع فكرة إنفاق مبالغ كبيرة في السوق. يشير ذلك إلى وجود وعي قوي بالحد من النفقات وعدم الميل للتبذير.

وأخيراً جاءت عبارة (لا أبالي إذا تجاوز مقدار إنفاقي الشهري في السوق خمسة آلاف ريال) بمتوسط حسابي قدره 1.35، مما يدل على أدنى مستوى من الاتفاق. يشير هذا إلى أن الأفراد يملن إلى أن يكون واعيات لنفقاتهن الشهرية، ويمتنعن عن تجاوز حدود معينة، مما يظهر حرصهن على الحفاظ على استقرارهن المالي. كما يدل على انتشار ثقافة الاستهلاك والتي أصبحت سمه للمجتمعات الحديثة كما توصلت على ذلك دراسة (النصار، 2023، 560).

وقد بلغ المتوسط الحسابي العام 1.90، مع انحراف معياري قدره 0.40، مما يدل على أن الأفراد بشكل عام يملن إلى إدارة مصاريفهن بحكمة. ومع ذلك، يتضح أنهن قد يتعرضن لبعض الضغوط المالية.

وعلى الرغم من أن العوالة تؤدي إلى تغير في القيم الاجتماعية وطبيعة العلاقات داخل الأسرة وخارجها بما يتفق وصور العلاقات والقيم الفردية، إلا أننا نلاحظ هنا وجود الارتباط الأسري الذي يعمل على تقديم الدعم المالي لأفراد الأسرة، وهذا ما أظهرته نتائج الدراسة لأهمية الدعم الأسري في تلبية الاحتياجات المالية، مما يُبرز العلاقة الوثيقة بين الوضع المالي للأفراد والعلاقات الأسرية.

جدول (9) تحليل المتغيرات التي أثرت على نمط الاستهلاك حسب مقدار المصروف

المتغير	مقدار المصروف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الدلالة
المتغيرات التي أثرت على نمط الاستهلاك	1000 ريال	1.85	0.38	*0.00
	3000 ريال	2.26	0.40	
	7000 ريال فأكثر	2.05	0.55	
	المتوسط العام	1.90	0.40	

*دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05

يوضح جدول (9) تحليل المتغيرات التي أثرت على نمط الاستهلاك وفقاً لمقدار المصروف. تشير البيانات إلى أن المشاركات اللاتي ينفقن 1000 ريال يظهرن متوسطاً حسابياً قدره 1.85 مع انحراف معياري 0.38، مما يدل على توافق متوسط في آرائهن، بينما تُشير قيمة الدلالة (0.00) إلى أهمية هذا المستوى من المصروف في تأثيره على أنماط الاستهلاك عند مستوى دلالة 0.05. في المقابل، يظهر المشاركات اللاتي ينفقن 3000 ريال أعلى متوسط حسابي قدره 2.26، مما يشير إلى توافق أكبر بينهن، ولكن لا توجد قيمة دلالة محددة لهذا المستوى.

أما بالنسبة لمن ينفقن 7000 ريال فأكثر، فقد حصلن على متوسط حسابي قدره 2.05، مع انحراف معياري أعلى قدره 0.55، مما يشير إلى تباين أكبر في الآراء في هذه الفئة. يُظهر المتوسط العام 1.90 مستوى توافق متوسط بين جميع الفئات، مما يؤكد أن مقدار المصروف له تأثير ملحوظ على أنماط الاستهلاك، حيث يزداد التوافق مع زيادة مقدار المصروف. وتُبرز هذه النتائج أهمية فهم العلاقة بين مستويات المصروف وسلوكيات الاستهلاك، مما يظهر الحاجة إلى استراتيجيات مالية متناسبة مع قدرات الأفراد، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (شومان، 2015) ودراسة (آل مظف، 2011م) حيث اتفقت الدراسات على وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى الأفراد ذوي الدخل الشهري (3 آلاف فأكثر) فيما يتعلق بنمط الاستهلاك لديهم.

جدول (10) تحليل تأثيرات العولمة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	الاستقلالية في اتخاذ القرار بالشراء		حرية التسوق الفردي		سرعة الوصول للمنتج	
	المتوسط الحسابي	الدلالة	المتوسط الحسابي	الدلالة	المتوسط الحسابي	الدلالة
من (16-20)	2.32±0.41	0.647	2.54±0.39	0.017*	2.33±0.46	0.510
من (21-23)	2.28±0.42		2.32±0.43		2.27±0.46	
26 فأكثر	2.50±0.71		2.17±0.24		2.00±0.47	

*دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05

يعرض جدول (10) تحليل تأثيرات العولمة على سلوكيات الشراء حسب الفئة العمرية، مع التركيز على ثلاثة محاور: الاستقلالية في اتخاذ القرار بالشراء، حرية التسوق الفردي، وسرعة الوصول للمنتج. يتضح من الجدول أن الفئة العمرية من 16-20 سنة تحقق أعلى متوسط في حرية التسوق الفردي (2.54±0.39) مع دلالة إحصائية عند مستوى 0.05، مما يشير إلى أن هذه الفئة تميل إلى الاستقلالية في التسوق بشكل أكبر مقارنةً بالفئات الأكبر سناً. أما بالنسبة للاستقلالية في اتخاذ القرار بالشراء وسرعة الوصول للمنتج، فقد كانت المتوسطات متقاربة نسبياً بين الفئات العمرية المختلفة، دون دلالات إحصائية تذكر، مما يعني عدم وجود فروق واضحة بين هذه الفئات في هذا الجانب.

جدول (11) المتوسطات والانحرافات المعيارية للتغير في قيم الاستهلاك

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	تحول القيم من جماعية إلى فردية	2.41	0.53	موافق
2	تحول القيم من تقليدية إلى الحداثة	2.49	0.47	موافق
3	من معايير الأسرة للشراء إلى معايير فردية في الشراء في التطبيقات الشرائية	2.39	0.50	موافق

يوضح جدول (11) المتوسطات والانحرافات المعيارية للتغير في قيم الاستهلاك، حيث تناول ثلاثة جوانب أساسية تظهر التحولات في القيم الاستهلاكية. أولاً: نجد أن هناك موافقة على تحول القيم من جماعية إلى فردية بمتوسط حسابي بلغ 2.41 وانحراف معياري قدره 0.53، مما يشير إلى زيادة توجه المبحوثات نحو الاستقلالية في القرارات الشرائية. ثانياً: تشير النتائج إلى ميل نحو الحداثة بدلاً من القيم التقليدية،

حيث حصل هذا الجانب على متوسط حسابي 2.49 وانحراف معياري 0.47. وأخيرًا، يظهر الجدول الانتقال من معايير الأسرة للشراء إلى معايير فردية، خاصةً في التطبيقات الشرائية، بمتوسط حسابي 2.39 وانحراف معياري 0.50. توضح هذه النتائج عمومًا أن هناك اتجاهًا نحو الفردية والحدثة في القيم الاستهلاكية، مما يظهر تأثير العولمة والتحول الاجتماعي على سلوكيات المستهلكين. وهذا يتفق مع ما ذكره بدراسة (2019م) حيث توصلت نتائج دراسته إلى أن الاقتصاديات الكبرى تعزز مفهوم الفردانية، حيث تسهم المنتجات الاستهلاكية المنمطة في تطور النزعة الفردانية، وهذا ما ذكرته (نوره الصديان، 2022م، ص 101) من كون العولمة ترتبط بالتوسعات الرأسمالية والتقدم التكنولوجي، حيث يتم نقل الثقافات والسلع والمنتجات ورؤوس الأموال من الدول الرأسمالية إلى الدول الأقل تقدمًا.

جدول (12) العلاقة الارتباطية بين تأثيرات العولمة والتغير في قيم الاستهلاك

الاستقلالية في اتخاذ القرار بالشراء	حرية التسوق الفردي	سرعة الوصول للمنتج	تحويل القيم من جماعية إلى فردية	تحويل القيم من تقليدية إلى الحدثة	من معايير الأسرة للشراء إلى معايير فردية في التطبيقات الشرائية
1					
0.356**	1				
0.482**	0.563**	1			
0.280**	0.423**	0.421**	1		
0.373**	0.754**	0.533**	0.520**	1	
0.369**	0.458**	0.482**	0.618**	0.514**	1

*دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01

يوضح جدول (12) العلاقات الارتباطية بين تأثيرات العولمة والتغير في قيم الاستهلاك، ويشير إلى وجود ارتباطات إحصائية دالة عند مستوى 0.01 بين مختلف المتغيرات المدروسة. يظهر أن هناك علاقة إيجابية قوية بين حرية التسوق الفردي وتحويل القيم من تقليدية إلى حدثة بقيمة ارتباط بلغت (0.754)، مما يدل على أن المبحوثات اللاتي يتمتعن بحرية أكبر في التسوق الفردي يملن أكثر نحو الحدثة.

كما توجد علاقة إيجابية ذات دلالة بين سرعة الوصول للمنتج وكل من حرية التسوق الفردي (0.563) تحويل القيم من جماعية إلى فردية (0.421)، مما يظهر أن المبحوثات اللاتي يستطعن الوصول للمنتجات بسرعة يملن للقرارات الفردية في التسوق وللتوجه نحو الفردية في القيم. وهذا ما تؤكدته (نوره الصديان، 2022م، ص 24) من كون القيم تعد ظاهرة تاريخية تتغير وتتطور بتغير المجتمعات البشرية وفقًا لطبيعة المجتمعات ومراحل تطورها.

أخيرًا، ترتبط الاستقلالية في اتخاذ القرار بالشراء ارتباطًا إيجابيًا مع جميع القيم، وخاصةً مع تحويل القيم من التقليدية إلى الحدثة (0.373) ومن معايير الأسرة إلى معايير فردية في الشراء (0.369)، مما يشير إلى أن الاستقلالية في القرارات الشرائية تسهم في دعم التحولات نحو الفردية والحدثة.

توضح هذه العلاقات أن تأثيرات العولمة على القيم الاستهلاكية ترتبط بشكل وثيق بالميل نحو الفردية وزيادة سرعة الوصول إلى المنتجات، مما يظهر تغييرات واضحة في سلوكيات المستهلكين، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (درويش، 2009م) حيث إنها توصلت إلى أن العولمة تؤدي إلى تغير أنساق القيم المرتبطة بنوعية ونمط الحياة. وبناءً على ما سبق نستطيع الإجابة على الأسئلة الآتية:

السؤال الأول: ما الخصائص الاجتماعية والاقتصادية العامة لنمط الاستهلاك لدى الطالبة الجامعية؟

تبين لنا الحقائق الديموغرافية للعيينة المبحوثة من الطالبات بجامعة حائل حسب الفئة العمرية قد أشارت إلى أنها تتراوح ما بين (16-20) سنة أي فئة الشباب، وفيما يتعلق بالحالة الاجتماعية فإن الأغلبية العظمى من المبحوثات غير متزوجات، وفيما يخص الوضع الاقتصادي للمبحوثات تبين وجود تباين وتفاوت من حيث القدرة المالية مع تركيز للفئة ذات الدخل المحدود.

السؤال الثاني: هل تتفق اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو نمط معين من الاستهلاك؟

دلت إجابات العينة من المبحوثات إلى إهن يملن إلى تفضيل المنتجات المحلية لجودتها وسعرها المناسب مما يسهم في تعزيز الاقتصاد المحلي، إلى جانب أن هنالك تركيزاً على شراء الضروريات؛ مما يظهر سلوكاً حذرًا في الإنفاق، وتوجد نسبة منهن تظهر اهتماماً بشراء المأكولات الجاهزة وخدمات التوصيل السريع؛ مما يعني أن المبحوثات من مختلف الفئات العمرية لديهن سلوك استهلاكي متشابه.

السؤال الثالث: هل يوجد تغير في نمط الاستهلاك لدى الطالبة الجامعية؟ وهل هذا التغير له علاقة بالعولمة؟

يوجد تغير لدى عينة المبحوثات نحو القيم الفردية وقيم الحدائة فيما يتعلق بقرارات الشراء والتسوق، وهذا يظهر تأثيره العولمة والتحولت الاجتماعية في السلوك الاستهلاكي.

السؤال الرابع: ما التغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي أدت إلى النمط المتغير في الاستهلاك؟

تمثلت المتغيرات الاجتماعية التي أدت إلى تغير نمط السلوك الاستهلاكي لدى الطالبة الجامعية في قدرتها وإدراكها كيفية استخدام الوسائل والوسائط الإلكترونية للتسوق؛ مما يمكنها من سرعة الوصول على المنتجات والسلع بخلاف الطرق التقليدية للتسوق (تطور الوعي المعلوماتي).

أما المتغيرات الاقتصادية الدالة على مدى التأثير بالعولمة فتمثلت في استخدام تطبيقات الحسابات البنكية عند الدفع والشراء للسلع والخدمات، وارتباط ذلك بمقدار المصروف الشهري، وهذا يعني أن للعولمة تأثيراً على نوع وكمية استهلاك السلع والخدمات.

النتائج العامة للدراسة:

1. يوجد توجه واضح لدى العينة المبحوثة نحو إدارة مصروفاتها بشكل مدروس يضع الأولوية لتلبية الاحتياجات اليومية قبل الكماليات.
2. يوجد تشابه في السلوك الاستهلاكي بين الفئات العمرية المختلفة للعيينة المبحوثة، وهذا يعني أن عامل العمر لا يؤثر على نمط الاتجاه إلى الاستهلاك؛ مما يظهر وجود توجهات استهلاكية مشتركة بين المبحوثات.
3. لا يؤثر المستوي الدراسي بشكل مباشر على نمط أو اتجاه الاستهلاك لدى العينة المبحوثة، مما يعني عدم وجود فروق معنوية بين المستويات الدراسية في تأثيرها على نمط الاستهلاك أو اتجاهه.
4. يؤثر المصروف الشهري على نمط واتجاه الاستهلاك؛ إذ إن زيادة المصروف تؤثر بصوره ملحوظة على تفضيلات الاستهلاك وسلوك أفراد العينة المبحوثة.
5. يظهر تحليل استجابات المبحوثات أن مقدار المصروف له تأثير على نمط الاستهلاك، وهذا يظهر العلاقة بين مستويات المصروف وسلوكيات الاستهلاك لديهن.
6. توجد أهمية للدعم الأسري في تلبية الاحتياجات المالية للعيينة المبحوثة؛ مما يوضح العلاقة بين الوضع المالي للمبحوثات والاستهلاك.
7. الفئة العمرية (16-20) تحقق أعلى متوسط في حرية التسوق الفردي، وهذا يظهر ميل هذه الفئة إلى الاستقلالية في التسوق. (وفيما يخص استقلالية اتخاذ القرار في التسوق وسرعة وصول المنتج لم توجد دلالات إحصائية واضحة؛ مما يعني عدم وجود فروق بين هذه الفئات في هذا المتغير).
8. يوجد تحول في القيم الاستهلاكية من جماعية إلى فردية، ويتمثل ذلك في زيادة توجه المبحوثات نحو الاستقلالية في القرارات الشرائية.
9. يوجد توجه نحو قيم الحدائة بدلاً من القيم التقليدية في الجزء المختص باستخدام التطبيقات الشرائية بدلاً من التسوق التقليدي مع الأسرة، مما يشير إلى التحول من معايير الأسرة في الشراء إلى معايير فردية، وهذا يؤكد تأثير العولمة على سلوكيات الاستهلاكية.
10. أن التطبيقات الإلكترونية الشرائية بما تقدمه من سرعة الوصول إلى المنتج تسهم إلى حد كبير في حرية التسوق الفردي ومن ثم التحول من القيم الجماعية إلى القيم الفردية، وكذلك التحول من القيم التقليدية إلى الحدائة، وهذا يؤكد وجود العلاقة الارتباطية بين تأثيرات العولمة والتغير على قيم الاستهلاك.

التوصيات:

1. وضع برامج اقتصادية اجتماعية تعمل على تشجيع ادخار القطاع العائلي مثل (إنشاء صناديق الودائع وتشجيع المشاريع الصغيرة المنتجة).
2. ضرورة تحقيق الاستقرار للأسعار.
3. ضرورة الاهتمام من قبل الدولة بتخصيص ميزانية كافية لمجال الرعاية الاجتماعية للأفراد والأسر.
4. زيادة الدعم لمشاريع الأسر المنتجة مع مراعاة خفض نسبة هامش الربح للمؤسسات المصرفية.

المقترحات:

- 1- إجراء دراسة شاملة عن ميزانية الأسرة السعودية.
- 2- إجراء دراسة عن الوسائل التي تستخدمها الأسرة السعودية لتحقيق التوازن بين الدخل والإنفاق.

قائمة المصادر والمراجع

- احجيج، حسن. (2020). *مدخل إلى علم الاجتماع*. دار الرافدين.
- أحمد عبدالله، وفاء، عبد العظيم أبو قورة، خضر، إمام صالح، لطف الله، طبالة، زينات، وعبد الجليل، دسوقي. (2012). *ملامح التغيرات الاجتماعية المعاصرة ومردوداتها على التنمية البشرية. سلسلة قضايا التخطيط والتنمية*، (360)، 1-147.
- الأحمد، سليمان، والزيون، محمد. (2009). *مفهوم العولمة ومستوي إدراك الطالب الجامعي وعلاقته بالهوية الثقافية والانتماء في الأردن*. مجلة العلوم التربوية، (13).
- أحمد، عبد الغفار محمد. (2002). *في تاريخ الأنثروبولوجيا والتنمية في السودان، مجموعة دراسات مركز البحوث العربية*. دار الأمين للنشر.
- أحمد، غريب سيد، وآخرون. (د.ت). *المدخل إلى علم الاجتماع*. دار المعرفة الجامعية.
- أمين، جلال. (2004). *عولمة القهر*. دار الشروق.
- جامع، محمد نبيل. (2009). *علم الاجتماع الاقتصادي: الأصول الاجتماعية للتنمية*. دار الجامعة الجديدة للنشر.
- الجزولي، فاطمة سراج. (2015). *أثر العوامل الاجتماعية على اتخاذ القرار الشرائي "دراسة حالة المستهلك السوداني"*. مجلة جامعة البحر الأحمر، (7)، 67-90.
- الجوهري، محمد، وآخرون. (2009). *علم الاجتماع الاقتصادي (ط.2)*. دار المسيرة.
- جويلي، عزام محمد. (2015). *الإعلام الاجتماعي*. مقال جريدة الراية في الموقع الإلكتروني آخر تحديث بتاريخ 5/يونيو، تحميل الخميس 4/يناير.
- حجازي، عبد الفتاح بديوي. (2004). *التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية*. دار الفكر الجامعي.
- الحريري، أحمد بن سعيد. (2017). *درجة الحراك الاجتماعي الحالي والمتوقع من وجهة نظر بعض قيادي الوزارات السعودية. شؤون اجتماعية*، 44-9، (135)34.
- حماد، جمال محمد. (2016). *أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعي "دراسة ميدانية لتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة"*. *حوليات آداب عين شمس*، 44، 78-118.
- حمزة، جحنيط، وامال، لعبيدي. (2023). *العوامل السوسيو اقتصادية وتأثيرها الفعال على نمط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية*. دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة رأس الوادي ولاية برج بوعريش. *مجلة أبحاث ودراسات التنمية*، 10 (1)، 135-146.
- الحوراني، دنيا. (2019). *اتجاهات معلمي المرحلة الأساسية العليا في مدارس مديرية التربية والتعليم للوادي الطيبة والوسطية نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في التعليم [رسالة ماجستير منشورة، جامعة اليرموك]*. كلية التربية إربد، الأردن.
- خليفة، صلاح الدين. (2011). *المذهبية الإسلامية في علم الاجتماع*. الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- الداقل، سعيدة محمد حسن. (2023). *تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على ثقافة الاستهلاك في المجتمع الليبي*. مجلة جامعة بني وليد للعلوم الإنسانية والتطبيقية، (30)، 238-254.
- درويش، نهلة أحمد. (2009). *العولمة وتغير أنساق القيم [رسالة دكتوراه غير منشورة]*. جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع.
- الدوسري، ذيب بن محمد بن ناصر. (2019). *واقع الاستهلاك الكمالي للأسرة السعودية بعد رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية: دراسة على عينة من أرباب الأسر في مدينة الرياض*. *مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية*، (2)، 39-55.
- الرامخ، السيد محمد. (2008). *علم الاجتماع الاقتصادي: دراسات نظرية وتطبيقية*. دار المعرفة الجامعية.
- رشوان، حسين عبد الحميد. (2010). *التخطيط، مدخل اقتصادي اجتماعي*. مؤسسة شباب الجامعة.
- سعيد، محمد. (2004). *ثورة المعلوماتية: موقعها ودلالاتها*. *مجلة العلوم الاجتماعية* 5 (26).

- سعيد، نورالدين، والصدیق، رحابي. (2025). البنوك الافتراضية كآلية لتعزيز وتنشيط معاملات التجارة الإلكترونية -بايبال أنموذجًا-. مجلة الجغرافيا الاقتصادية، 2(1)، 135-156.
- شحاته، ياسر عيد أحمد. (2018). الإصلاح الاقتصادي وثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري. مجلة كلية الآداب، 11(11)، 373-393.
- شومان، إيمان جابر حسن. (2015). تغير الانماط الاستهلاكية وعلاقتها بالمكانة الاجتماعية، دراسة تطبيقية على الأسرة السعودية. مجلة كلية الآداب جامعة طنطا، (28).
- أبو صالح، محمد حسين. (2006). التخطيط الاستراتيجي في الاقتصاد والسياسة. شركة مطابع السودان للعملة المحدودة.
- الصديان، نوره. (2022). النظرية الاجتماعية -وأساليب توظيفها في البحث العلمي. مكتبة المتنبي للنشر والتوزيع.
- عبد الرحمن، عواطف. (2002). الإعلام وقضايا العولمة. العربي للنشر والتوزيع.
- عبد العال، أيمن محمود. (2022). العوامل المؤثرة في الاستهلاك المظهري للمرأة السعودية. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، 1(57)، 128-168.
- عضيبة، عاطف. (2018). عرض كتاب. الموقع الإلكتروني لجريدة المستقبل، تحميل بتاريخ الخميس 4/يناير 2018م، المصدر دار نلسن 12/9
- العلق، بشير. (2019). التسوق الإلكتروني (مدخل تطبيقي). دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- عمار، حامد. (2000). مواجهة العولمة في التعليم والثقافة: سلسلة دراسات في التربية والثقافة (8). مكتبة الدار العربية للكتب.
- العازي، هاني عبد الله. (2023، يناير). دور التربية الاستهلاكية في تنمية الوعي الاستهلاكي الأسري من منظور إسلامي في ضوء المتغيرات المعاصرة. مجلة الأندلس العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10(65).
- العزي، هايل بن سالم ماضي. (2024). التحولات الاجتماعية وعلاقتها بنمط الاستهلاك في الأسرة السعودية : دراسة تطبيقية على عينة من الأسر بمدينة حائل. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، 17(2)، 29-90.
- كامل، البكري. (د.ت). الاتصالات، التسويق، الإبداع. دار حماد.
- الكردي، منال محمد، والعبد، جلال إبراهيم. (2023). المعلومات الإدارية والمفاهيم الأساسية والتطبيقات. الدار الجامعية الجديدة.
- لطفي، عنتر. وآخرون. (2023، أبريل). أثر العولمة الثقافية والثورة المعلوماتية على ثقافة طلاب الجامعة (دراسة تحليلية). مجلة جامعة مطروح للعلوم التربوية والنفسية، 3(5).
- أبو الليل، إبراهيم الدسوقي. (2000). الجوانب القانونية عبر وسائل الاتصال الحديثة. بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والإنترنت، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة في الفترة من 1_3- مايو.
- مجموعة من المؤلفين. (2015). النشاط التنصيري في إفريقيا، سلسلة كتاب التنصير، منظمة الدعوة الإسلامية. معهد مبارم قسم الله للبحوث والتدريب الخرطوم.
- مرشد، مصطفى. (2023). الوضع الإنساني المعاصر السائل. دار قناديل.
- مصداق، ر.، وبودودة، ز. (2021). التحول نحو الصيرفة الإلكترونية كآلية لتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر. مجلة المنهل الاقتصادي، 4(3)، 251-270.
- مصطفى، أحمد محمد حضري. (2006). انعكاسات العولمة الثقافية على جماعات الشباب الجامعي ودور خدمة الجماعة في الوقاية من سلباتها [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية.
- آل مظف، عبيد. (2011). العوامل المؤثرة في سلوك الاستهلاك لدى الشباب السعودي: دراسة على طلاب المرحلة الجامعية بجامعة الملك عبد العزيز. مجلة الآداب، 23(1).
- المنيف، ماجد بن عبد الله. (1997). مبادئ الاقتصاد-التحليل الجزئي (ط.3). مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
- موسى، عبد الوهاب عثمان شيخ. (2000). منهجية الإصلاح الاقتصادي في السودان دراسة تحليلية للتطورات الاقتصادية في السودان في الفترة من 1970م-2000م، تصور لرؤية مستقبلية. شركة مطابع السودان للعملة المحدودة الخرطوم.
- النصار، نزار عبد السادة. (2023). ثقافة الاستهلاك والتغير الاجتماعي في ظل العولمة من منظور الخدمة الاجتماعية. مجلة كلية التربية، جامعة واسط، 53(1)، 545-562.
- يوسف، عمران عباس. (2008). العولمة والاقتصاد السوداني. دار عزة للنشر والتوزيع.

المراجع الأجنبية:

- Clarke, V. (2008). Global Perspectives in Higher Education: Taking the agenda forward in the United Kingdom. Journal of Studies in International Education, 1, 12, 231-254.

- Durmaz, Y. & Gunduz, G. (2021). A Theoretical Approach to Social Factors Influencing Consumer Behavior. International Journal of Research – GRANTHAALAYAH, 9(11), 252-257.
- Fülöp, M. (2011). Enthusiasm and/or fear concerning globalization among post-socialist youth: The case of Hungarian university students Citizenship Teaching & Learning.
- IOAN, G. (2023). ECONOMIC GLOBALIZATION – DIMENSIONS AND HISTORICAL PERSPECTIVES. Revista Economica Journal of Economic-Financial Theory and Practice, 75(1), 30-41.
- Okoro, B. C., Ogochukwu, E. S. N., & Okoro, V. I. (2017). The Impact of Globalization on the World Economy in the Global Market and Production. International Journal of Advanced Academic and Educational Research, 13(2), 104 – 115.
- Sarangi, B. (2023). Change in Consumption Pattern of Households after COVID-19 and the Factors behind the Change: A Micro-Level Comparative Study of Balasore District, Odisha. International Journal of Research in Economics & Social Sciences, 13(4), 1-19.
- Schiller, B. (2001). Essentials of economic (8th ed). New York.
- Solomon, O., & Pemed, E. (2011). A Sociological Study of Globalization on Awareness and Adoption of Foreign Culture among Undergraduates in Nigeria. European Journal of Social Science, 21, 1, 80-110
- Zhao, X. (2020). Market Segmentation in Consumer Product Industry. E3S Web of Conferences, 218, 1-5.

المواقع الإلكترونية

- <https://awake/15106/> / الساعة 8 مساءً / 2017/11/3م، تحميل 2018/1/26م، الساعة 8 مساءً /
- [www.Aljazeera.net/programs/religion and life](http://www.Aljazeera.net/programs/religion%20and%20life) / الساعة 9 مساءً. . المجلة الإلكترونية/معهد الجزيرة / للإعلام/بتاريخ 2008/12/28م/ تقديم: أحمد بشير
- www.mawagte.com , 1018/1/23م/تحميل 2016/21, 8 مساء
- www.mawdoo.com / بتاريخ 201/12/18م/تحميل الساعة 7 مساء 2018/1/22م.
- www.mogate.com / بتاريخ 2017/11/3م/تحميل 2018/1/26م/الساعة 8 مساءً
- WWW.sociology.comLhttps://arWikipedia.oagL / بتاريخ 2018/1/28م/تحميل الساعة 6 مساء