

قياس وتصنيف مستوى الاستهلاك البذخي لدى الأسر الجزائرية-دراسة ميدانية

## Measuring and classifying the luxury consumption of Algerian households, A field study

راشدي فاطمة<sup>1</sup>، عامر عامر أحمد<sup>2</sup>

<sup>1</sup>جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، rachedi.fatima@uni-oeb.dz

<sup>2</sup>جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، ameur\_ameur@yahoo.com

تاريخ النشر: 2019/08/30

تاريخ القبول: 2019/05/26

تاريخ الاستلام: 2019/03/24

### ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى قياس وتصنيف مستوى الاستهلاك البذخي في الجزائر، من خلال إجراء بحث ميداني على مجموعة من أسر معلمين بمدينة غليزان باستخدام المعاينة العنقودية، وأسلوب التحليل التمييزي كنموذج لقياس مستوى الاستهلاك البذخي. وقد تبين أن هذه الأسر تتجه إلى استهلاك نوع معين من السلع الكمالية وبمستوى متوسط، ويتأثر هذا الاستهلاك بمتغيرات سوسيو اقتصادية كالجنس ومنطقة الإقامة وأخرى خارجية كالإعلان والعلامة التجارية.

كلمات مفتاحية: المعاينة العنقودية، الاستهلاك البذخي، التحليل التمييزي.

تصنيفات JEL: D12، C35

### Abstract:

The objective of this study is to measure and classify the level of luxury consumption in Algeria, by conducting research on a group of teacher families in the city of Relizane. Using cluster sampling and the discriminatory analysis method as a model to measure the level of luxury consumption.

It has been shown that these households tend to consume a certain type of luxury goods at an average level, influenced by socio-economic variables such as sex, place of residence and external factors such as advertising and

المؤلف المرسل: راشدي فاطمة، الإيميل: rachedi.fatima@univ-oeb.dz

trade mark.

**Keywords:** cluster sample, luxury consumption, discriminant analysis

**Jel Classification Codes:** D12, C35

## 1. مقدمة:

شهدت بلدان العالم الثالث تحولات كبرى في العصر الحالي حيث انتشرت ظاهرة الاستهلاك البذخي، وظهرت معها مظاهر ثقافية مرتبطة بالسلع الاستهلاكية خاصة الفاخرة منها. وجاءت هذه الثقافة مع ولادة الرأسمالية في الغرب، وأصبحت أكثر رواجاً في مرحلة التسعينات مع إلغاء الحواجز بين الدول، وبناء سوق عالم جديد موحد، وأخذت السلع دلالات اجتماعية ورمزية تتجاوز قيمتها المادية، لتكتسب قوة تدفع العالم نحو نمط استهلاكي جديد، متجاوزة بذلك ثقافات الشعوب والطبقات والبيئة الاجتماعية والجنسيات، تندفق من الخارج ويتم قبولها داخل البلد. وظهر هذا النمط الاستهلاكي في الدول العربية وأثر كثيراً على عادات وتقاليد المجتمع العربي وسلوكياته.

**2. إشكالية الدراسة:** لم يعد امتلاك الكماليات حكراً على المجتمعات ذات الدخل المرتفع بل توسع ليطلق حتى الدول النامية والفقيرة، حيث لم تعد مجرد رغبة في امتلاك سلعة ولا في حب التميز ولكن حاجة ضرورية مسايرة مع الأثرياء. وظهرت أنماط عيش جديدة، فيما كان في القديم يبحث الفرد عن الضروريات من غذاء وملبس ومأوى، فهو يتطلع في الحاضر للعيش في رفاة رغبة منه في التجديد والتميز وانتمائه لجماعة معينة في المجتمع ومسايرة للمتطلبات الحالية.

وقد يرجع ظهور هذا النمط من الاستهلاك، إلى ارتفاع دخول الأفراد، وكذا التنوع في السلع الكمالية وجماليتها وجودة تصنيعها رغم ارتفاع أسعارها، وظهور مراكز تسوق جديدة تضم مختلف العلامات التجارية والراقية.

وعلى ضوء ما سبق قمنا بطرح الإشكالية التالية:

**ما هو مستوى الاستهلاك البذخي لدى الأسر الجزائرية؟**

وللإجابة عن الإشكالية السابقة قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو الاستهلاك البذخي وما هي العوامل المؤثرة فيه؟
- كيف يمكن قياس مستوى الاستهلاك البذخي؟
- هل تؤثر المتغيرات السوسيو اقتصادية على الاستهلاك البذخي؟

## 2. الدراسات السابقة:

لا يوجد الكثير من الدراسات الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر التي غطت موضوع الاستهلاك البذخي بقدر كاف من الباحثين، وهذه لمحة وجيزة عن بعض الدراسات المشابهة التي تناولت موضوع الاستهلاك الأسري بشكل عام والاستهلاك البذخي بشكل خاص:

1. دراسة قويدر عيسى رضوان، دراسة حول الاستهلاك العائلي، ضمن متطلبات شهادة الماجستير تخصص تخطيط، المعهد الوطني للتخطيط والإحصاء

Etude économétrique des dépenses alimentaires des ménages algériens a partir de l'enquête budgétaire de 1979-1980

نوقشت في نوفمبر 1986.

استخدم الباحث بيانات مسح الميزانية 1979-1980 وبتوظيف مجموعة من النماذج الاحصائية هي: الانحدار الخطي البسيط، الانحدار الخطي المتعدد، النموذج اللوغاريتمي المتعدد، النموذج نصف اللوغاريتمي، النموذج الخطي المعكوس، النموذج اللوغاريتمي المعكوس، ومن بين كل هذه النماذج وجد أن أفضل تقدير للمعالم كان باستخدام النموذج نصف اللوغاريتمي في تحديد المتغيرات المفسرة للإنفاق الاستهلاكي للسلع الغذائية للأسر الجزائرية.

2. دراسة بن عطية محمد، تخصص اقتصاد تنمية، دراسة استهلاك العائلات الجزائرية ما بين 1969 و2005، ضمن متطلبات شهادة الماجستير جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2007.

قدمت هذه الدراسة للتعرف على واقع الاستهلاك في الجزائر. وبينت نتائج الدراسة أن للنمو الديموغرافي أثر في تحديد مستوى استهلاك الأسر، وأن 25% من مجمل نفقات الأسر تخصص منها 7% لاستهلاك الخبز بالرغم من أنها مازالت مدعمة من طرف الدولة. وأن حالة الاستهلاك في الجزائر غير مستقرة

وهذا ما يعكس مستوى تطور البلد.

**3.دراسة لونيس علي،** تخصص علم النفس العمل والتنظيم، العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري، ضمن متطلبات شهادة الدكتوراه، دراسة ميدانية بسطيف، جامعة منتوري قسنطينة، 2007.

طبقت هذه الدراسة على 300 مبحوث لقياس مدى تغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري نحو مختلف السلع والخدمات المعروضة أمامه في ظل مجموعة من المتغيرات الاجتماعية، الثقافية، الجنس، المستوى التعليمي والمستوى السوسيو اقتصادي للعوامل الاجتماعية علاقة بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري حسب متغير الجنس. حيث توصل إلى وجود تأثير واضح للعوامل الاجتماعية والثقافية على تغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري نحو مختلف السلع والخدمات التي يطلبها.

**4.دراسة حنين صليحة:** دراسة سلوك المستهلك الجزائري حالة شهر رمضان، ضمن متطلبات شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، سبتمبر 1994.

تناول موضوع البحث سلوك المستهلك الجزائري خلال شهر رمضان من خلال حساب معاملات المرونة لمجموعة من المواد الغذائية بعد إجراء تقديرات لنماذج قياسية انطلاقا من المعطيات الخاصة بالمسح الوطني لنفقات الأسر لسنة 1988، باستخدام النموذج اللوغاريتمي المعكوس، وهو النموذج الذي رآته الباحثة مناسبة لتفسير الإنفاق الغذائي حيث توصلت إلى أن معامل التحديد يتراوح ما بين 0.44 إلى 0.87.

بعد تحليل مروونات الإنفاق الغذائي لشهر رمضان حسب المناطق، توصلت الباحثة إلى أن بعض المجموعات الغذائية لها مروونات متناقضة حسب درجة التحضر، وهي اللحوم الحمراء، الخضار الجافة، ومادة السكر، أما بقية المجموعات الغذائية تنقسم إلى ثلاث مجموعات: القسم الأول شديد الطلب من طرف المدن الحضرية وهي اللحوم البيضاء، الأسماك، الحليب ومشتقاته، والقسم الثاني يجد طلبا كبيرا من طرف الأسر القاطنة في المدن الكبرى مثل: الخبز، الحبوب ومشتقاتها، ومادة الفواكه الجافة تميل إليها أكثر الأسر في هذه المنطقة، لما لها علاقة مباشرة بعادات وتقاليد هذه الأسر في تحضير بعض الأكلات، أما القسم

الثالث يتكون من الخضر المصبرة والفواكه الطازجة والتوابل.

5. دراسة للدكتورة نغال رشيد صقر، العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤدية إلى فائض الاستهلاك للأسرة السعودية، دراسة ميدانية في مدينة جدة، ضمن متطلبات شهادة الماجستير والتي نوقشت سنة 2004. هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤدية إلى السلوك الهدري الاستهلاكي وتحديد دور الانفتاح والاتصال بالعالم وأثره في المجتمع السعودي. ووضحت النتائج المحصل عليها أن الرجل لا يزال هو العائل الأساسي للأسرة وأن كمية الانفاق على الاتصالات في المجتمع وما تستقطعه المكالمات الهاتفية شهريا من ميزانية الأسرة، ووضحت أيضا أنه كلما كانت المناسبة اجتماعية احتفالية تمجدها ثقافة المجتمع أصبحت ظاهرة اجتماعية ولها أولوية من الاستهلاك ولقد بين أن زيادة الدخل ونوع المستهلك والتقليد يؤثر على زيادة الاستهلاك.

6. دراسة ماكسيم كوروميلوسوف، تخصص علوم التسيير، جامعة فرنسا والتي نوقشت يوم 23 نوفمبر 2009.

Maxime Koromylov , L'impact de la délocalisation du luxe sur les attitudes des consommateurs, le cas des maisons françaises, université de Nancy2

تطرق الباحث في دراسته إلى أهم أنواع السلع الكمالية التي يستهلكها المواطن الفرنسي ومدى اهتمامه بجودة السلعة المشتراة والماركات العالمية شملت الدراسة بحثين كفيين ضم 34 منتج (ماركة) و17 مستهلك وبحث كمي شمل عينة مكونة من 555 مستهلك مقسمة خلال فترتين. مستخدما نموج الانحدار الخطي المتعدد لدراسة تأثير التنقل على اتجاهات سلوك المستهلكين.

7. دراسة عباس ناجي عواد، حول المفاضلة بين طرق تقدير الدوال الاقتصادية ذات المتغيرات التابعة النوعية، جامعة تكريت، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 6، العدد 18، 2010، وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن اختيار النماذج الصحيحة لتقدير المعادلات ذات المتغيرات النوعية، حيث حاول مناقشة وتطبيق طرق تقدير المعادلات ذات المتغيرات التابعة النوعية من أجل اختيار الطريقة الأفضل منها، حيث أدى استخدام النموذج التمييزي حسب الباحث الحصول على نتائج منطقية، واعتبر كلا من النموذج اللوجستي والنموذج التمييزي أكثر واقعية وانسجاما مع طبيعة البيانات المتوفرة، وأسهل بكثير من استخدام

نماذج الانحدار الاحتمالي الخطي Probit و Logit في تقدير الدوال الاقتصادية.

**3. تعريف الاستهلاك البذخي:** الاستهلاك البذخي أو المظهري عند فيبلين Veblen هو الاستهلاك المفرط

للسلع التي تعد دليلا على عضوية المستهلك للطبقة المترفة في المجتمع الرأسمالي، عرفه فيبلين "هو تبذير النقود في شراء حاجيات غالية ونادرة لا يستعملها الإنسان في حياته اليومية، إلا أن لهذه الحاجات قيمة جوهرية تساعد صاحبها على الظهور والتفاخر وتعطيه مركزا اجتماعيا مرموقا، بحيث يعتبره الناس عضوا في

الطبقة الأرستقراطية المرفهة، وهذا ما يجلب له السعادة والارتياح" (كاظم، 2011، صفحة 88)

وقد استخدم فيبلين هذا المصطلح في الدراسات الأنثروبولوجية للمجتمعات قبل الرأسمالية للإشارة إلى التباهي باستهلاك السلع بهدف اكتساب الهيبة، فبعض الناس يشترون السلع غالية الثمن ليس لأنها أجود من غيرها، أو لأنها تشبع حاجة بل لأنها غالية فحسب وهو ما يعني التباهي بها أمام الناس. فهذا النوع من الاستهلاك يشعر الفرد بالتفاخر والتباهي ويمنحه مكانة اجتماعية مرموقة حتى يحسبه الناس من الطبقة الارستقراطية.

ولابن خلدون رأيه في هذا المجال، فقد ذكر في مقدمته: "إن المصر الكثير العمران يكثر ترفه وتكثر حاجات ساكنة من أجل الترف وتعتاد تلك الحاجات لما يدعو إليها فتقلب ضرورات وتصير الأعمال فيها كلها مع ذلك عزيزة والمرافق غالية بازدهام الأغراض عليها من أجل الترف والمغارم السلطانية التي توضع في الأسواق" (كاظم، 2011، صفحة 88)

أما من الناحية الاقتصادية، فقانون الطلب الذي يتضمن العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وسعرها لا ينطبق على هذا النوع من السلع، فكلما ارتفعت أسعارها زادت الكميات المطلوبة منها وهذا تبعا للصفات الذاتية للسلع الكمالية، وتعتبر ظاهرة الاستهلاك البذخي استثناء من القاعدة العامة للطلب.

يرتبط مفهوم السلع الكمالية بالفخرة أو سلع التسوق، وتتميز هذه السلع بإنفاق مبالغ كثيرة لامتلاكها، حيث يرى فيبلين أن علامات الغلاء في سلعة ما دليل على جمالها، ومن بين أهم خصائصها:

- الجمالية: أن تكون هذه السلع جميلة وجذابة لجميع الحواس حيث تكسب الزبون متعة حسية؛

- الندرة في العرض والطلب فكتيرا مما تتواجد هذه السلع في الأسواق الأوروبية وأسواق الخليج العربي؛
- السلع الأكثر استهدافا لدى الطبقة الغنية من المجتمع؛
- ارتفاع أسعارها؛
- التفوق التقني والتكنولوجي النوعي وجودة تصنيعها؛
- منتجات رائدة أكثر قيمة كمنتجات الزينة ومواد التجميل؛
- قيمة فعلية: مادية وموضوعية مثل التوزيع لعلامات تجارية فاخرة؛
- مستمدة من التراث التاريخي والأساطير: كامتلاك اللوحات الفنية لقدماء المشاهير؛
- إصدارات منتجات العلامات التجارية الشهيرة كماركات السيارات الفخمة والساعات الفاخرة؛

#### 4. العوامل المؤثرة في الاستهلاك البذخي: تختلف الدوافع والاحتياجات والرغبات واتجاهات الأفراد نحو

الاستهلاك البذخي، من جنس لآخر ومن منطقة لأخرى، ويتأثر هذا النمط من الاستهلاك بدرجة تعلم الفرد ومستوى دخله، والعادات والتقاليد والعلاقات الاجتماعية والبيئية المحيطة به، وحجم الأسرة وتركيبتها، وتزايد القروض الاستهلاكية وتسهيلات الدفع المتاحة أمام الأسر، وكذا عوامل تتعلق بتطور الأوضاع السوسيو اقتصادية . سواء كانت هذه الدوافع نفسية، أو اجتماعية، أو اقتصادية فهي تلعب دورا هاما في التأثير على الفرد في التوجه إلى هذا النمط الاستهلاكي.

#### 1.4. أثر الدخل: لقد كان Angel أول من نبه إلى تأثير العوامل الاجتماعية على الاستهلاك، ويعد أول

من أشار إلى أهمية أثر الدخل في نمط الاستهلاك، حيث اعتبر أن الدخل يؤثر في الاستهلاك البذخي على المدى القصير، و تعد كفاية الدخل أحد أهم العوامل المؤثرة في الإنفاق الاستهلاكي، كما أن عدم كفاية الدخل يؤثر في كل من الكمية المطلوبة من السلع ونوعيتها، ومن جهة أخرى كلما زاد دخل الفرد فإنه تزداد احتياجاته ويسعى لاستهلاك سلع أخرى جديدة.

#### 2.4. أثر الأسعار: تعد الأسعار عاملا مهما محددًا للاستهلاك البذخي، فارتفاعها وانخفاضها يؤثر بشكل

أو بآخر على حجم هذا الاستهلاك، وقانون الطلب الذي يتضمن العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة من سلعة وسعرها لا ينطبق على هذا النوع من السلع إذ كلما ارتفعت أسعارها زادت الكميات المطلوبة عنها

وكلما انخفضت أسعارها قلت الكميات المطلوبة منها، وهذه العلاقة مهمة جدا فهي التي تكشف عنها ظاهرة الاستهلاك البذخي.

**3.4. أثر حجم الأسرة:** لحجم الأسرة تأثير فعال في نمط إنفاق المستهلك فكل فرد من أفراد الأسرة يختلف إنفاقه تبعا للتركيب العمري والجنسي، فاستهلاك الطفل مثلا يختلف عن الشخص البالغ والذي يختلف استهلاكه أيضا عن الشيخ المسن، إضافة إلى اختلاف الاستهلاك تبعا لاختلاف الجنس فهناك كثير من السلع يحتاجها أحد الجنسين دون الآخر. (أموري هادي كاظم، 2011، صفحة 30)

**4.4. أثر الإعلان والدعاية:** يساعد الإعلان في تعريف المستهلك بالبدايل المتعددة للسلعة الواحدة وأماكن تواجدها وبذلك تحقق عبء التسوق على الأفراد. ويؤدي الإعلان دورا هاما في اقتناء الفرد للسلع بخلق نوع من اللفتة في نفوس الناس للاستهلاك، وهكذا نجح الإعلان الذي اعتمد على قوة ونفوذ وسائل الإعلام المعلوم في الوصول إلى أغلبية سكان العالم في مختلف الطبقات، والثقافات وصارت السلع الاستهلاكية وأسماء وعلامات الشركات الكبرى متعددة الجنسيات جزء من الثقافة المتداولة بين الناس.

وقد يتضمن الإعلان أسعار السلع والخدمات مما يسهل على الفرد عملية المقارنة والمفاضلة بين الأنواع المتشابهة (نشيوات، 2010، صفحة 94) فهو يعطي للمستهلك معلومات كافية عن سلع وخدمات جديدة، كما له تأثير سلبي على سلوك المستهلك فهو يرسخ فكرة التسوق.

**5.4. أثر العوامل البيئية:** إن نمط الإنفاق يتأثر بالتوزيع الجغرافي والبيئي للسكان وكذلك بالظروف المناخية، حيث أن التوزيع الجغرافي للسكان يخلق تجانسا داخل هذه المناطق، ويختلف في الوقت نفسه بين منطقة وأخرى ويؤثر بشكل نوعي على نمط الإنفاق بحالته الشمولية لذلك البلد، أي سكان الحضر والريف، فسكان الحضر يختلف إنفاقهم على السلع والخدمات عن سكان الريف الذي يتأثرون بالبيئة الريفية، فهم أقرب إلى الأسواق.

إن مثل هذه العوامل رغم أنها وصفية لكن تصنف بيانات الاستهلاك على مستوى المنطقة ومستوى البيئة ومستوى الفصول، فيعطينا قياسا لها ويعرض مدى أهمية هذا العامل الوصفي في قياس مستوى الاستهلاك البذخي.



**6.3. أثر التقليد والمحاكاة** أصبح الاستهلاك تأكيدا على وضع اجتماعي ومكانة معينة في المجتمع، واتجه عدد كبير من الأفراد نحو المتع الحسية والاعتناء بالجسد، تماشيا مع كل المنتجات التي تهدف إلى تحميل الجسد والترفيه عنه.

وتأثرت الشرائح بعضها ببعض في نشر هذه الأنماط الاستهلاكية في عملية تقليد جماعية ومحاكاة للطبقة المترفة، ففي القديم كان الأفراد يقيمون الحفلات والأعراس في البيوت، ولكن اليوم الكثير منهم ينفقون أموال طائلة على الحفلات في القاعات الفخمة مسايرة لضغوط المجتمع، وللتباهي أمام الآخرين، وهناك من يمتلك جهازي فيديو وأكثر من جهازي تلفاز، تقليدا لما يفعله الآخرون حتى ولو كان على حساب متطلبات ضرورية، أو اللجوء إلى الاستدانة والاقتراض.

**7.4. العولمة:** ارتبط مفهوم الاستهلاك في النظام الرأسمالي بالإنتاج، ومع تطور النظام الرأسمالي ظهرت آليات جديدة في تسويق السلع والخدمات، كالشركات المتعددة الجنسيات والانترنت والتي تعد من أشكال العولمة، ومن خلال ذلك تضاعف ونمى الإنتاج الرأسمالي الذي أصبح يغزو الأسواق. ففي ظل العولمة أخذت ظاهرة الاستهلاك البذخي أبعادا جديدة، فقد أصبح الفرد اليوم محاصرا بكم هائل من العلامات الفخمة وتنوع كبير في السلع وتعدد الأسواق.

وقد احتلت الثقافة الاستهلاكية مكانة مهمة في آليات العولمة، فقد تحول الإنتاج من صناعي تقليدي يسد حاجيات ضرورية كالملبس والغذاء والمأوى إلى إنتاج وخدمات استهلاكية جديدة كأدوات الزينة والتجميل والسيارات الفخمة والأثاث الفاخر، نتيجة التكنولوجيا الحديثة وتطور وسائل الإعلام والاتصال التي تملكها الدول المتقدمة.

## 5. الدراسة الميدانية:

**1.5. مجتمع الدراسة:** يمثل مجتمع الدراسة كافة المعلمين الموظفين بالمدارس التي قمنا بزيارتها إضافة إلى مدير كل مؤسسة التعليم الابتدائي بمدينة غليزان.

**2.5. إطار المعاينة:** يمثل مجموع المؤسسات التربوية للتعليم الابتدائي والكائنة بمدينة غليزان وعددها 30 من بين 56 مدرسة.

**3.5. عينة الدراسة:** يجب أن يكون حجم العينة والذي يرمز له بـ  $n$  مناسباً لحجم المجتمع والذي يرمز له بـ  $N$ . ولمعرفة حجم عينة المعلمين و المدرء الواجب الحصول على عددهم حتى تكون العينة مقبولة إحصائياً من حيث الحجم استخدمنا الطريقة التالية في حالة مجتمع غير معلوم وفي حالة النسبة: (قصاص، 2007، الصفحات 106-107)

$$n_1 = \frac{Z^2 \{P(1-P)\}}{e^2}$$

$n_1$ : حجم العينة

$e$ : نسبة الخطأ وتساوي 0.05

$p$ : نسبة الأشخاص الذين تمسهم الظاهرة وفي هذه الحالة افترضنا أن النسبة تساوي 50% لأننا

لا نملك معلومات مسبقاً عن الظاهرة بسبب عدم توفر دراسات سابقة حسب استطلاعاتنا.

$Z$ : الخطأ المعياري

عند نسبة الخطأ 5% فإن:  $Z=1.96$

فوجدنا  $n_1=384$

التصحيح: التصحيح باستخدام حجم المجتمع الإحصائي أي عدد المعلمين المتواجدين على مستوى

مدينة غليزان، بمعنى أن العينة النهائية تأخذ بعين الاعتبار حجم المجتمع والذي يساوي:

$$N=658$$

$$n = \frac{n_1}{1 + \frac{n_1}{N}}$$

حيث يتم حساب  $n$  بالعلاقة:

$$n = \frac{384}{1 + \frac{384}{658}}$$

بالتطبيق العددي:

$$n=243$$

ولأن مبدأ المعاينة العنقودية هو أخذ كل مفردات العناقيد المختارة تغير الحجم النهائي للعينة ليصبح

255 بين معلم ومدير لأنه لم يكن لدينا علم مسبق بعدد المعلمين داخل المدارس، كما أن من عيوب هذه

المعاينة أننا لا نستطيع التحكم في حجم العينة.

**4.5. طريقة جمع البيانات:** استخدمنا استمارة بيانات والتي تضمنت مجموعة من الأسئلة.

**5.5. النموذج المستخدم:** التحليل التمييزي، و هو استخدام الأسلوب الخطي متعدد المتغيرات حيث يستخدم هذا الأسلوب للتصنيف أو التنبؤ في المشاكل التي يكون فيها المتغير التابع نوعيا و في تصنيف مستويات الاستهلاك (استهلاك مرتفع، استهلاك متوسط واستهلاك منخفض) ثم اخترنا مجموعة من المتغيرات التي تقيس الخصائص المميزة لكل مجموعة. وبعد جمع البيانات لعناصر كل مجموعة، يتم تطبيق خطوات أسلوب التحليل التمييزي لإيجاد أفضل مجموعة خطية من هذه الخصائص أو المتغيرات.

**6.5. فرضيات الدراسة:**

تحاول دراستنا تأكيد أو نفي الفرضيات التالية:

1- تؤثر الخصائص السوسيو اقتصادية والديموغرافية للأسر الجزائرية على مستوى الاستهلاك البذخي؛

2- تؤثر المتغيرات الخارجية للأسر الجزائرية على مستوى الاستهلاك البذخي؛

**7.5. مناقشة النتائج:**

بعد تفرغ البيانات التي حصلنا عليها من جمع الاستمارات وعددها 255، باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS وقمنا بتصنيفها في جداول سمحت لنا بمعرفة السلع الكمالية التي يقبل عليها المبحوثون، كما تساعدنا في دراسة العلاقة بين المتغيرات المستقلة وخصائص المبحوثين بالاستعانة بالأساليب الاحصائية الوصفية، وكذا التمثيلات البيانية باستخدام برنامج Excel والتي تعطي لنا قراءة واضحة لبعض البيانات. ولتحديد العلاقة بين المتغيرات استخدمنا الجداول المزدوجة واختبار كاي تربيع.

وتطرقنا إلى دراسة ومعالجة العلاقة بين المتغير التابع (الاستهلاك البذخي) والمتغيرات المستقلة الأخرى، وقياس مستوى هذا الاستهلاك حول عينة بحثنا، نحاول استخدام أسلوب التحليل التمييزي، والذي يسمح لنا بمعرفة أهم المتغيرات المؤثرة في المتغير التابع الاستهلاك البذخي. بالاستعانة بالجدول واختبار Lambda wilks. وتمثل خطوات التحليل التمييزي فيما يلي:

**الخطوة 1:** تحديد العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة: لدراسة العوامل التي تؤثر على مستوى

الاستهلاك استخدمنا اختبار كاي تربيع، ونتج عنه الجدول التالي:

الجدول 01: العلاقة بين المتغير التابع (مستوى الاستهلاك) والمتغيرات المستقلة

البيان	$\chi^2$ المحسوبة	ddl	مستوى المعنوية
تحسن الأوضاع السوسيو اقتصادية	.341	2	.843
التقدم التكنولوجي	2.514	2	.284
جمالية السلع	5.268	2	.072
القروض الاستهلاكية	0.029	2	.986
دوافع شخصية	0.963	2	.618
الملل من الأشياء القديمة	4.478	2	.107
الاهتمام بالأشياء الثمينة	3.244	2	.198
يسعى دائما للتغيير	11.130	2	.004
الاهتمام بالاعلان	9.997	2	.007
الاهتمام بالعلامة	19.294	2	.000
الجنس	9.058	2	.011
مكان الإقامة	8.961	2	.011

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات spss

من خلال هذه العلاقات التي جاءت في البيان للجدول أعلاه، وجدنا 5 متغيرات فقط تؤثر في مستوى الاستهلاك. وكما هو مبين في نفس الجدول وعند درجتي حرية (ddl=2) وعند مستوى معنوية ( $\alpha=0,05$ )، نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في المتغيرات المستقلة التالية: "تسعى دائما للتغيير"، "الاهتمام بالإعلان"، "الاهتمام بالعلامة التجارية"، "الجنس" و"مكان الإقامة".

#### الخطوة (2): اختبار الفرق بين متوسطات المجموعات

لدراسة الفروق بين متوسطات المجموعات (مستويات الاستهلاك) باستخدام اختبار Lambda Wilks، حيث يسمح هذا الاختبار بتحديد معنوية الدوال القانونية التمييزية للنموذج، وهو نسبة التباين الكلي للدالة التمييزية غير المفسر بواسطة الفروقات بين مجموعات الدراسة، ويمثل الجدول التالي اختبار الفرق بين متوسطات المجموعات التي نود تصنيفها، باستخدام اختبار F وعند درجة حرية (ddl=2):

الجدول 2: اختبار الفرق بين متوسطات المجموعات

المعنوية	ddl2	ddl1	F	Lambda de wilks	المتغيرات
.011	135	2	4.673	.935	جنس المبحوث
.008	135	2	4.995	.931	منطقة الإقامة
.001	135	2	7.516	.900	الاهتمام بالعلامة التجارية
.018	135	2	4.146	.942	الاهتمام بالاعلان
.002	135	2	6.656	.910	تسعى دائما للتغيير
.756	135	2	.281	.996	دوافع شخصية
.285	135	2	1.265	.982	المحاكاة
.201	135	2	1.622	.977	التقدم التكنولوجي وتطور الاعلان
.786	135	2	.241	.996	تحسن الأوضاع السوسيو اقتصادية
.094	135	2	2.410	.966	جمالية هذه السلع
.917	135	2	.087	.999	القروض الاستهلاكية المتاحة أمام الأسر
.214	135	2	1.559	.977	الاهتمام بالأشياء الثمينة
.205	135	2	1.605	.977	الملل من الأشياء القديمة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات spss

يبين الجدول أعلاه ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين كل متغير مستقل والفئات الثلاث للمتغير التابع (الاستهلاك البذخي) باستخدام اختبار Lambda wilks وهو يتوزع من 2 إلى 135. ويتضح من خلال الجدول كما هو مبين في مستوى المعنوية أن الفروق بين متوسطات المتغيرات لها دلالة إحصائية عند المتغيرات المستقلة التالية: "جنس المبحوث"، "منطقة الإقامة"، "الاهتمام بالعلامة التجارية"، "الاهتمام بالاعلان" و"تسعى دائما للتغيير".

### الخطوة (3): محدد اللوغاريتمية Déterminant Log

محدد اللوغاريتمية يسمح لنا بمعرفة الاختلاف الموجود في مصفوفة التباينات، فكلما كبرت قيمة المحدد دلت على وجود اختلاف في مصفوفة التباينات المشتركة، ويفترض التحليل التمييزي تجانس مصفوفة التباين بين المجموعات، ولكن عكس ما يتوقع فإن محددات اللوغاريتم غير متساوية نسبيا.

الجدول 03: محدد اللوغاريتمية

Déterminant Log	Rang	يستهلك
A	12	مرتفع
-24.125	13	متوسط
-26.066	13	منخفض
-23.020	13	Intra-groupes combines

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول السابق عند العمود Rang أن 12 متغيرا منبأ من 13 متغير مقترح في المجموعة الأولى بينما أخذت كل المتغيرات المقترحة في المجموعة الثانية، وذلك باستخدام طريقة التحليل المباشر، ويفترض التحليل التمييزي تجانس مصفوفة التغير بين المجموعات.

الخطوة (4): اختبار BOX

يستخدم هذا الاختبار لاختبار تجانس مصفوفات التغير، حيث نفرض أن:

$H_0$  يوجد تجانس بين التغيرات لمتغيرات الدراسة:

لا يوجد تجانس بين التغيرات لمتغيرات الدراسة:  $H_1$

من خلال الجدول أدناه يمكننا اختبار فرضية تجانس التغيرات عن طريق اختبار Box، ويتم هذا الاختبار باستخدام توزيع F-Fisher حيث أن قيمته تحدد الفرضية الواجب قبولها، فإذا كانت الدلالة أقل من 0.005 فإننا نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على عدم التجانس في التغيرات بين أصناف المتغير التابع "يستهلك" (مرتفع، متوسط، ومنخفض).

الجدول 4: اختبار Box لتساوي مصفوفات التغير

186.896	M de box
1.706	F القيمة التقريبية
91	ddl1
12099.622	ddl2
.000	المعنوية

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات spss

وبما أن القيمة بلغت 0.000 فإننا نقبل الفرضية البديلة.

### الخطوة رقم 05: القيم الفعلية

يعتمد هذا الاختبار على مجموعة من الاختبارات الإحصائية، يمكن من خلالها اختبار قوة الدلالة بين المتغير التابع ("يستهلك") والمتغيرات المستقلة الأخرى. و القيم الفعلية المتعلقة بالدوال الخطية التمييزية تسمح بالحكم على مدى مقدرة هذه الدوال على التمييز، كل قيمة فعلية  $\mu_{h_1}$  ذات الترتيب  $h$  تساوي التباين ما بين المجموعات للدالة الخطية التمييزية لنفس الرتبة. (Desbois, 2003, p. 30) وبلخص الجدول الموالي نتائج هذه الاختبارات، وبما أن للمتغير التابع ثلاث أصناف أو مستويات، فإننا نتحصل على دالتي تمييز.

الجدول 5: القيم الفعلية

الارتباط القانوني	% التراكمي	% التباين	القيمة الفعلية	الدالة
.568	83.4	83.4	.478 <sup>a</sup>	1
.295	100.0	16.6	.095 <sup>a</sup>	2

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات spss

في مثالنا القيمة الفعلية الأولى  $\mu_1=0,478$  والقيمة الفعلية الثانية  $\mu_2=0,095$ .

نسبة التباين المفسر يساوي نسبة القيمة الفعلية إلى نسبة مجموع القيم الفعلية، أي:

$$t_1 = \frac{\mu_1}{\sum_{h=1}^2 \mu_h} * 100$$

$$t_1 = \frac{0,478}{0,095} * 100$$

$$t_1 = 83,42\%$$

بينما الدالة التمييزية الثانية لا تفسر سوى  $t_2=16,6\%$  من التباين بين المجموعات.

ونلاحظ أيضا من الجدول لدينا دالتي تمييز، ونلاحظ أن كل من الإحصاءات الذاتية والبالغة 0.478

ونسبة التباين البالغة 83.4% وكذلك نفس القيمة للتباين التراكمي المفسر من الدالة 1 بالإضافة إلى معامل

الارتباط القانوني 0.568 وتدل هذه القيمة على ارتباط قوي.

### الخطوة (6): اختبار الدلالة وقوة العلاقة

لاختبار الدلالة وقوة العلاقة نستخدم إحصاء اختبار كاي تربيع و  $\Lambda$  de wilks الذي يعبر عن مقدار التباير غير المفسر في الدوال التمييزية، وتكون نتائجه أفضل كلما صغرت قيمتها. والدوال المحصل عليها هي الدوال القانونية لتعظيم الفروقات بين المجموعات المراد تصنيفها.

الجدول 6: اختبار الدلالة وقوة العلاقة

المعنوية	ddl	Khi-deux	Lambda de wilks	اختبار الدوال
.000	26	62.092	.618	1 إلى 2
.467	12	11.736	.913	2

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات spss

من الجدول يتبين لنا أن قيمة إحصاء  $\Lambda$  de wilks بلغت 0.618، أما  $\chi^2=62.092$  ويحدد هذا الاختبار، أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث ونستدل من قيمة الدلالة 0.000. على أن هذا الاختبار دال عند مستوى 0.05 وهو يعبر على وجود فروق بين المجموعات الثلاث (مرتفع، متوسط، ومنخفض) في المتغيرات المستقلة المقترحة.

### الخطوة (7): دوال التمييز

وجدنا دالتي تمييز، ونختار من بين هذه الدوال الدالة التي تعطينا أفضل المعاملات القانونية كما في تحليل الانحدار المتعدد.

الجدول 7: دوال التمييز

الدالة		المتغيرات
2	1	
.576	-.513	جنس المبحوث
-.132	.374	منطقة الإقامة
.266	.320	الاهتمام بالعلامة التجارية
.178	.535	الاهتمام بالاعلان
.305	.441	تسعى دائما للتغيير
.223	-.017	دوافع شخصية



.252	-.130	المحاكاة
.528	-.055	التقدم التكنولوجي وتطور الاعلان
-.361	-.001	تحسن الأوضاع السوسيو اقتصادية
-.228	.169	جمالية هذه السلع
-.120	-.076	القروض الاستهلاكية المتاحة أمام الأسر
.041	.314	الاهتمام بالأشياء الثمينة
-.137	.235	الملل من الأشياء القديمة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات spss

يتضح من الجدول أن الدالة الأولى هي دالة التمييز القانونية المعيارية التي تربط المتغير التابع بالمتغيرات المستقلة، ويمكن صياغة معادلتها على النحو التالي:

$$\text{Consum} = -0.513x_1 + 0.374x_2 + 0.320x_3 + 0.535x_4 + 0.441x_5$$

وتقدم معاملات هذه الدالة نفس ما تقدمه معاملات  $\beta$  في نموذج الانحدار الخطي المتعدد، فهي تبين الأهمية النسبية للمتغيرات في عملية تقدير قيم المتغير التابع عند المستويات المختلفة للمتغيرات المستقلة.

ونلاحظ من خلال المعادلة أن متغيرا "تسعى دائما للتغيير" و "الجنس" لهما تأثير واضح في تحقيق التميز بين مجموعات الاستهلاك (مرتفع، متوسط ومنخفض).

أي أننا اعتمدنا على المتغيرات  $X_1$  و  $X_4$  و  $X_5$  وهي: "الجنس"، "الاهتمام بالإعلان" و "تسعى دائما للتغيير" كمؤشرات في تصنيف مستويات الاستهلاك مع الأخذ بعين الاعتبار العوامل المستقلة الأخرى وهي: "الاهتمام بالإعلان" و "العلامة التجارية" التي لا تقل أهمية عن العوامل الأخرى.

#### الخطوة (08): إحدائيات مركز ثقل المجموعتين

تسمح دوال التصنيف بتحديد المجموعة التي ينتمي إليها كل مبحوث على أساس القيم المأخوذة من مختلف المتغيرات المستقلة، ويبين مركز ثقل كل مجموعة من مستويات الاستهلاك والذي يعني دوال تمرکز المجموعة، أي ثقل قيم دالة التمييز للمجموعات الثلاث (مرتفع، متوسط، ومنخفض).

في حالة فرضية تساوي مصفوفات التباين تكون هذه الدوال خطية، أما إذا كانت غير متساوية تكون

الجدول 8: إحدائيات مركز ثقل المجموعتين

دالة التمييز		يستهلك
2	1	
-451	-813	مرتفع
,266	-164	متوسط
-208	1,153	ضعيف

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول، أن قيمة دالة التمييز الأولى عند المستوى "مرتفع" كانت تساوي  $-813$ ، وبالمقابل كانت قيمة دالة التمييز الأولى متعاكسة، أنه عند المستوى "ضعيف" كانت تساوي  $1,153$ ، وبما أن القيم متعاكسة، فإن المسافة تقدر بينها بجمع قيمها المطلقة:  $0,813+0,164+1,153=2,13$ .

## 6. خاتمة:

من خلال التحليل الوصفي لبيانات الدراسة الميدانية وباستخدامنا لمختلف الأساليب الإحصائية واختبار كاي تربيع، تبين لنا أن معظم المعلمين هم إناث، ومتوسط حجم الأسر لا يتعد عن المتوسط الوطني لحجم الأسرة الجزائرية. كما أن نسبة كبيرة من المبحوثين يقيمون في المناطق الحضرية. وفي دراسة العلاقة بين المتغيرات اتضح لنا تأثير كبير لكل من الجنس ومنطقة الإقامة في تفسير الاستهلاك البذخي، كما توصلنا إلى نسبة كبيرة من المبحوثين يهتمون بالملابس والمظهر الخارجي للمنزل، وفي نفس الوقت أن نموذج التحليل نجح في التمييز بين مستويات الاستهلاك.

أما فيما تعلق بفرضيات الدراسة، توصلنا إلى ما يلي:

بالنسبة للفرضية الأولى والقائلة بتأثير الخصائص السوسيو اقتصادية والديموغرافية للأسر الجزائرية على

مستوى الاستهلاك البذخي، وجدنا أن ضمن هذه العوامل هناك الجنس ومنطقة الإقامة؛

بالنسبة للفرضية الثانية والقائلة بتأثير المتغيرات الخارجية للأسر الجزائرية على مستوى الاستهلاك

البذخي، وجدنا أن هناك تأثير للعلامة التجارية والإعلان والسعي إلى التغيير على مستويات الاستهلاك؛

يعتبر الاستهلاك البذخي عادة استهلاكية سيئة وهدر فهو لا يتناسب وعادات المجتمع العربي وإنما محاكاة مع المجتمع الغربي وهذا راجع للعولمة وتأثيراتها السلبية في دول العالم الثالث. ويعتبر مفهوم الاستهلاك البذخي حديثا لدى المواطن الجزائري، حيث تتوفر أنواع قليلة من السلع الكمالية لعلامات تجارية بارزة، ترتاد عليها خاصة فئة الشباب كالعطور ومستحضرات التجميل وبعض أنواع الملابس الفاخرة.

ولدراسة هذا النمط في المجتمع الجزائري، كان اختيارنا لفئة المعلمين بسبب تقارب مداخيلهم ومستوياتهم المعيشية، حيث استخدمنا المنهج الإحصائي التحليلي معتمدين على نموذج التحليل التمييزي في تصنيف أسر المبحوثين حسب مستويات الاستهلاك البذخي (مرتفع، متوسط وضعيف)، اعتمادا على بيانات الدراسة الميدانية.

وقد تبين لنا من خلال دراستنا أن هذه الفئة لا تختلف عن باقي فئات المجتمع، حيث يتجه عدد معتبر من المعلمين عن طريق التركيز على أنواع مختلفة من السلع الكمالية حسب أفضليتها بالنسبة إليهم، فهم يهتمون بالملابس والشكل الخارجي للمنزل ونوع الطعام، بالإضافة إلى التجهيزات المنزلية وأواني التزيين والأفرشة التي يسعون لتغييرها متى كانت مناسبة وحسب أجناسهم فالنساء من يميلون للتغيير، خاصة فيما يتعلق بتغيير الأفرشة والصالون.

ووجدنا أن من العوامل الأكثر تأثيرا على الاستهلاك البذخي عاملين يرتبطان بالخصائص العامة للمعلمين وهما الجنس ومكان الإقامة، حيث تبين أن الإناث والمقيمون في المناطق الحضرية أكثر ميلا للاستهلاك البذخي.

في حين وجدنا أن من بين العوامل الخارجية الاهتمام بالإعلان والعلامات التجارية، كما أن سعيهم إلى التغيير هي من بين أهم المؤشرات التي دفعتنا لتصنيف مستويات الاستهلاك البذخي لدى أسر المعلمين، وتعتبر من بين أهم العوامل التي تدفع بهم إلى التوجه نحو هذا النوع من الاستهلاك. بالنسبة لما جاءت به دراستنا والدراسات السابقة:

● علاقة الجنس ومنطقة الإقامة بمستويات الاستهلاك تتفق مع نظرية انجل Angel رغم أنه أشار

إلى الاستهلاك بصفة عامة.

- والسعي نحو التغيير تتفق مع الدراسة السابقة لنهال رشيد صقر حول العوامل الاقتصادية والاجتماعية المؤدية إلى فائض الاستهلاك لدى الأسرة السعودية والذي يفسره اتجاهات المواطن العربي في الفترة الحالية نحو التجديد تلبية للاحتياجات الحالية وبصفة عامة وجدنا أن المعلمين يميلون إلى الاستهلاك البذخي ولكن بمستوى متوسط.

#### 7. التوصيات والاقتراحات:

- ضبط الاستهلاك وذلك من خلال تبني الدولة لسياسة مالية للحد من استهلاك السلع الكمالية؛
- توعية الأفراد وتشجيعهم على الادخار، من خلال الإعلان عن مختلف الخدمات والتحفيزات البنكية في هذا المجال؛
- إجراء دراسات ميدانية معمقة فيما يخص موضوع الاستهلاك العائلي وخاصة البذخي؛

#### 8. قائمة المراجع:

- ابتهاال عبد الجواد كاظم. (11 فيفري, 2011). الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته وعوامله بحث ميداني في مدينة الموصل. دراسات موصلية ، 11، صفحة 88.
- أموري هادي كاظم، س. ع. (2011). تقدير وتحليل نماذج الاستهلاك ما بين دوال أنجل ومنظومات الطلب (éd. الأولى). الأردن: المناهج للنشر والتوزيع.
- أيمن سليمان مزاهرة، ليلي حجازين نشيوات. (2010). مدخل إلى الاقتصاد المنزلي. الأردن: المناهج للنشر والتوزيع.
- مهدي محمد قصاص. (2007). مبادئ الإحصاء والقياس الإجتماعي. المنصورة.
- Desbois, D. (2003). une introduction à l'analyse discriminante avec spss pour windows. France: Modulad.