

دور برامج العمل مع الجماعات في تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية

دكتورة

هند قباري خميس الجبالي

أستاذ خدمة الجماعة المساعد

المعهد العالي للخدمة الاجتماعية بالإسكندرية

ملخص

دور برامج العمل مع الجماعات في تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية

تهدف الدراسة إلى وضع تصور مقترح لطريقة العمل مع الجماعات لتنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية وتعد هذه الدراسة من أنماط الدراسات باستخدام منهج المسح ، وفي هذه الدراسة استخدمت الباحثة استمارة استبار فرضتها طبيعة المنهج المستخدم ونوع الدراسة وعينة الدراسة من خلال المجال المكاني كلية النصر فيكتوريا القسم الإعدادي - إدارة المنتزة التعليمية - محافظة الإسكندرية ، وعينة عشوائية من طلاب الإعدادية بكلية النصر فيكتوريا وعددهم (63) مفردة وقد تم اختيارهم بمشاركة الأخصائي الاجتماعي للقسم الإعدادي في ضوء نشاطهم الاجتماعي ومشاركتهم في الأنشطة والبرامج المدرسية.

وقد جاءت نتائج الدراسة على أن التبذير والإسراف في الاستهلاك يؤدي إلى فساد أفراد المجتمع، كما أن الإسراف في استهلاك الغذاء يؤدي إلى تزايد انتشار أمراض العصر، وعدم ترشيد الاستهلاك يؤدي إلى وقوع الأسرة في براثن الافتراض مما يؤثر على كيان الأسرة، وحتى يمكن تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية، قامت الباحثة بوضع تصور مقترح لتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية من منظور طريقة العمل مع الجماعات .

الكلمات المفتاحية :- تنمية الوعي - ثقافة ترشيد الاستهلاك - طلاب المرحلة الإعدادية

summary

The role of work programs with groups in developing awareness of the culture of rationalization of consumption for middle school students

The study aims to develop a proposed vision for the method of working with groups to develop awareness of the culture of rationalization of consumption for middle school students. This study is one of the types of studies using the survey method. In this study, Al-Baha used a questionnaire imposed by the nature of the method used, the type of study, and the sample of the study through the spatial field, Al-Nasr Victoria College. Preparatory Department - Montazah Educational Administration - Alexandria Governorate, and a random sample of (63) preparatory students at Al-Nasr Victoria College. They were selected with the participation of the social worker for the preparatory department in light of their social activity and participation in school activities and programmes.

The results of the study showed that extravagance and extravagance in consumption lead to the corruption of members of society, and that excessive consumption of food leads to an increasing spread of modern diseases, and the lack of rationalization of consumption leads to the family falling into the clutches of assumption, which affects the entity of the family, and so that awareness of the culture of Rationalizing consumption for middle school students. The researcher developed a proposed vision for developing a culture of rationalizing consumption for middle school students from the perspective of how to work with groups.

Keywords: - awareness development - culture of rationalization of consumption - middle school students

أولاً: المشكلة البحثية:

طلاب المرحلة الإعدادية هم مصدر الثروة الحقيقية، ونواة المجتمع، والأمل في تحقيق مستقبل أفضل لأي مجتمع، لذا يعد الاهتمام برعاية هذه الفئة وتنشئته أمر حيوي يتحدد على ضوء معالم مستقبل هذا المجتمع؛ وإذا تم بنائهم بطريقة صحيحة وأساس سليم فإنهم يصبحون أعضاء صالحين في المجتمع.

وتستمد المرحلة الإعدادية أهميتها من الدور الذي تقوم به في إعداد شخصية الطالب إعداداً صحيحاً؛ حيث تعتبر السنوات الست حياة الفرد أساس تكوين القيم والعادات والتقاليد والكثير من السلوكيات. (أميرة محمد، ٢٠٢٠م، ص ٢٧٠)

وتعد المرحلة الإعدادية ذات أهمية بالغة في حياة الطالب، وذلك لكونها مرحلة أساسية في حياة الإنسان، حيث تتحدد معالم الشخصية ويكتسب فيها الفرد أنماط سلوكية، ويتعلم عاداته، واتجاهاته، فهي القاعدة الوطيدة التي تقوم عليها البنية السليمة في مراحل النمو المختلفة؛ كما أنها مرحلة قابلة للتشكيل حسب الصورة التي يقدمها المجتمع له، ولذلك تحظى هذه المرحلة في مختلف المجتمعات بعناية ومكانة متميزة لدى المفكرين والتربويين؛ بل أصبحت النظرة لهذه المرحلة والعناية بهم أحد المقاييس الهامة للتقدم الحضاري، ومعياراً من معايير تقييم الشعوب ومظهر من مظاهر وعي المجتمعات ورفي أبنائها. (حنان محمد، ٢٠٢٠م، ص 379)

إن تفاقم المشكلات المتصلة باستهلاك المياه، والكهرباء، والطعام، وقصور الثقافة الاستهلاكية؛ عموماً ولدى طلاب المرحلة الإعدادية خصوصاً، وتعاضم المؤشرات السلبية لثقافة الاستهلاك علي النواحي الاجتماعية والاقتصادية، كل ذلك يتطلب تشجيع تنظيم وترشيد الإستهلاك الفردي والأسري؛ ولاسيما لدى طلاب هذه المرحلة، وهذا يتطلب بدوره البدء منذ مرحلة الطفولة المبكرة؛ فالطالب الإعدادي إذا لم يتعود منذ يومه الأول ترشيد سلوكياته الاستهلاكية وتعديل الخطأ منها في طفولته، فإنه سيعجز في المستقبل عن ذلك؛ لذا وجب العمل علي حثه للنهوض بمجتمعه وتحويله من مجتمع استهلاكي إلي مجتمع منتج. (نهي مرتضي، 2021م، ص 440)

وتمثل مدارس المرحلة الإعدادية أحد أهم المؤسسات الاجتماعية، والتربوية؛ التي يمكن أن يسهم أخصائي العمل مع الجماعات وبرامجها وأنشطتها بتفعيلها بشكل كبير إكساب طلاب المرحلة الإعدادية ثقافة ترشيد الاستهلاك؛ وإكسابهم العادات الاستهلاكية الصحيحة.

ويعد الاستهلاك هو الغاية والهدف الوحيد للإنتاج فالمستهلك في حاجة ملحة للحصول على احتياجاته الأساسية من السلع والخدمات التي تكفل له الحياة، ولكنه لا يكتفى بإشباع تلك الحاجات الأساسية فقط بل يتطلع إلى الحصول على مزيد من الاحتياجات التي تحقق له قدر من الرفاهية والحياة الكريمة، وهذا في حد ذاته هدف مشروع للمستهلك طالما استطاع تحقيق نقطة التوازن بين حجم دخله الشهري وحجم إنفاقه الاستهلاكي. (عصام، 2019م، ص48)

ولقد اهتمت العديد من الدراسات السابقة بالتوعية بثقافة ترشيد الاستهلاك حيث نجد أنه من أهم هذه الدراسة (عبد العزيز الشعبي وجلال الملاح، 2017م) عن طريق تحليل العلاقة بين الوعي الاستهلاكي وحماية المستهلك في المملكة العربية السعودية، التي كشفت عن وجود علاقة إحصائية بين ترشيد الاستهلاك ومتغيرات، الوعي، والدخل، والمستوى التعليمي للوالد وفي دراسة مماثلة، أجراها الباحثان (**Talk Wung** ، **Chan John H. Goldthorpe**, 2017) حول المستوى الاجتماعي والاستهلاك الثقافي في المجتمع الأمريكي، فقد بينت النتائج أن شراء السلع، تختلف باختلاف المراكز الاجتماعية العليا عن المراكز الاجتماعية الدنيا لدى المستهلك في المجتمع الأمريكي.

كما بينت نتائج دراسة الباحث (عمر محمود أبو عيدة، 2017م)، أن الإنفاق على العائلة الفلسطينية، يتأثر بمستوى التغير في دخل الأسرة، والمحاكاة والدوق، ومستوى الادخار، وفي السياق ذاته، أظهرت دراسة الباحث أمال عبدالرحيم (2018م)، حول اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو المعرفة بثقافة ترشيد الاستهلاك، وتوصلت إلى وجود علاقة إحصائية بين الخلفية الاجتماعية للطالبات وترشيد الاستهلاك. كما أظهرت دراسة أسامة عبدالكريم محفوظ (2017م) حول أثر الترويج على قرار الشراء لدى المستهلك في مدينة الرياض، وأظهرت النتائج أن هناك علاقة إحصائية بين الدخل والتعليم، وحساب الكلفة والحاجة قبل الشراء لصالح المستويات الاجتماعية الوسطى والدنيا على حساب المستويات العليا.

وحول أثر القيم الإسلامية على سلوك المستهلك، قام (علي عبدالله النيايدي، 2018م)، باختيار عينة عشوائية من الإمارات العربية المتحدة والمملكة الأردنية الهاشمية، حيث أظهرت النتائج أن هناك فروقاً إحصائية بين ترشيد الاستهلاك ومتغيرات العمر وحجم الأسرة ومستوى الدخل في كلا البلدين، وفي دراسة أخرى قام بها الباحثون أحمد زايد والسيد الحسيني وعلي أبو ليلة (2018م)، حول الاستهلاك في المجتمع القطري، حيث أظهرت النتائج، أن المستهلك القطري لديه ميلاً حقيقياً للاستهلاك؛ لارتفاع الدخل، وتقليد العائلات لبعضها البعض.

ومن أهم مظاهر الاستهلاك، شراء السلع المكلفة عند صغار العمر والنساء، وأظهرت النتائج أن ترشيد الاستهلاك في المجتمع القطري، متصل بالسلوك الديني المعتدل، وتأمين المستقبل، وتقلب الأسعار.

كما أن دراسة شيث جاديش وناريشموهالترا وإريك أرنولد (Sheth, Jagdish. Naresh) (Maholtra & Eric J Arnold, 2018) حول (ثقافة المستهلك العالمية)، والتي توصلت أن المستهلك لا يمكن معاملته على أنه مندفع نحو متعة الاستهلاك في ظل الاقتصاد المعاصر، على الرغم من أن هذه الصفة موجودة في أسلوب الدعاية والإعلانات، فالناقد الذواق هو الذي يعرف الخلفية الفنية والسياسية للسلع المعروضة في السوق قبل شرائها.

وحول ضمان سلامة المستهلك في عقود تداول المنتجات، قامت دراسة (سليم عثمان خميايسة، 2019م)، بالكشف عن أهمية نصوص مشروع قانون حماية المستهلك الأردني لعام 2007 م، إذ بينت أوجه القصور الذي اعترى تطبيق القانون المدني الأردني، فقد دفع المشرع إلى إيجاد قانون خاص يحكم العلاقة بين المنتج والمستهلك في حدود معايير الكلفة والحاجة والدعاية والإعلان. كما قامت لينا زايد أحمد صوالحة (2018م)، أيضاً بالكشف عن تأثير ثقافة ترشيد الاستهلاك على الشباب الجامعي في المجتمع الأردني، التي أظهرت أن هناك تغيرات صاحبت الانفتاح التجاري في المجتمع الأردني في أسلوب الدعاية والإعلان، دفعت المستهلك لحيازة الهواتف الخلوية، وارتياح مطاعم الوجبات السريعة، والتسوق من الأسواق الكبيرة، كما أشار الباحثون Desmond. John, Pierre. McDonough & Stephanie O'Donohoe, 2019، بأن طريقة عرض السلعة في السوق من حيث الدعاية والإعلان، تلعب دوراً

مهماً في لفت انتباه المستهلك لاتخاذ قرار الشراء. وأكد الباحثون أن زيادة استهلاك السلع جاء بسبب ما قدمته البنوك من تمكين المستهلك لدفع قيمة السلع دون حاجة إلى حمل الأوراق المالية.

ثم نجد دراسة سوزان عبد الملاك (2019م) والتي تهدف إلى بيان أثر برنامج مقترح في تنمية قيم ترشيد الاستهلاك لطفل الروضة؛ وأثره على سلوكه الاستهلاكي، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، وتم جمع البيانات من خلال إعداد قائمة بقيم ترشيد الاستهلاك المناسبة لطفل الروضة؛ وإعداد برنامج لتنمية قيم ترشيد الاستهلاك لطفل الروضة، وإعداد بطاقة ملاحظة السلوك الاستهلاكي لطفل الروضة؛ وتوصلت الدراسة إلى تحقق صحة الفرض الأول للدراسة؛ الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات الأطفال مجموعة الدراسة في التطبيق القبلي، والبعدى لبطاقة ملاحظة سلوك الطفل الاستهلاكي؛ لصالح التطبيق البعدى وهذه دلالة على أثر البرنامج على الأطفال عينة الدراسة كما تشير هذه النتيجة إلى تأثير الأطفال بالبرنامج الذي ساهم في تنمية قيم ترشيد الاستهلاك لديهم عن طريق تدعيمهم بالأنشطة المتنوعة التي تفاعل معها الأطفال، ووجود علاقة ارتباطية دالة بين متوسط درجات الأطفال عينة الدراسة في كلا من التطبيق القبلي والبعدى لبطاقة ملاحظة السلوك الاستهلاكي، كما نجد دراسة سحر توفيق، ومنال محمد (2019م) والتي تهدف إلى قياس فعالية البرنامج المقترح في تحسين سلوكيات ترشيد استهلاك المياه لدى طفل الروضة.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أطفال المجموعتين التجريبية والضابطة في الأداء البعدى لمقياس سلوكيات ترشيد استهلاك المياه لصالح أطفال المجموعة التجريبية، أما دراسة حنان محمد (2020م) والتي هدفت إلى إعداد قائمة بمفاهيم ترشيد الاستهلاك اللازم تنميتها عند أطفال الروضة ذوي صعوبات التعلم، وتصميم برنامج باستخدام اللعب التمثيلي لتنمية مفاهيم، وسلوكيات ترشيد الاستهلاك عند أطفال الروضة ذوي صعوبات التعلم، والتحقق من أثر البرنامج باستخدام اللعب التمثيلي في تنمية مفاهيم، وسلوكيات ترشيد الاستهلاك لدى أطفال الروضة ذوي صعوبات التعلم.

وتوصلت الدراسة إلى أن مفاهيم وسلوكيات ترشيد الاستهلاك التي تم تنميتها من خلال البرنامج المعد لأطفال الروضة ذوي صعوبات التعلم هي علي التوالي: ترشيد استهلاك الغذاء، ثم ترشيد استهلاك المياه، ثم

ترشيد استهلاك الكهرباء، ويليها ترشيد استهلاك النقود، ثم ترشيد استهلاك الأدوات الدراسية، وأخيراً ترشيد استهلاك الألعاب، ويؤدي استخدام اللعب التمثيلي إلى: تنمية مفاهيم ترشيد الاستهلاك لدى أطفال الروضة ذوي صعوبات التعلم، ثم دراسة حنان محمد (2020م) والتي هدفت إلى الوقوف على أبرز أبعاد التربية الاقتصادية المناسبة لطفل الروضة، والكشف عن درجة توافر هذه الأبعاد في منهج رياض الأطفال، وكذلك مدى مراعاة أنشطة رياض الأطفال لهذه الأبعاد من وجهة نظر المعلمات؛ تمهيداً للخروج ببعض المقترحات لتضمين أبعاد التربية الاقتصادية للطفل في مناهج وأنشطة رياض الأطفال، وتوصلت الدراسة إلى أن كثير من معلمات الرياض قد تدربن علي المعايير القومية لرياض الأطفال، بالإضافة إلى أن المعلمات يقمن بتحضير الأنشطة اليومية والبرنامج اليومي في ضوء المعايير القومية، والمعايير تحتوي علي معيار وعي الطفل بالمفاهيم الاقتصادية السياسية، كما أن مؤشر هذا المعيار يحتوي على العديد من المفاهيم الاقتصادية.

ثم دراسة (Erik Hagedor markschug, 2020) والتي هدفت إلى تقييم منهج (Money Savvy Kids) لتنمية المفاهيم الاقتصادية والمالية لدى أطفال مرحلة الطفولة المبكرة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن 40% من الوالدين يعتقدون أن الأطفال يجب أن تتعلم عن النقود قبل سن الخامسة، و 71% من الوالدين يعتقدون أن الأطفال يجب أن تتعلم عن النقود في الصف الأول، وأن 100% من الأطفال لديهم حافظات نقود للادخار، وأن 57% من الوالدين يتحدثون مع أطفالهم في أهمية الادخار، أما دراسة (Elda Ali, 2021) والتي تهدف إلى التعرف على العوامل المؤثرة على الأطفال عند طلب المنتجات وما هي الاستراتيجيات التي يستخدمونها لجعل والديهم يستجيبون لطلباتهم، وتوصلت الدراسة إلى أن استراتيجيات العدوانية والإقناع والعقلانية والمعرفية تؤثر بشكل إيجابي على سلوك شراء الوالدين؛ هيكل الأسرة غير التقليدي له تأثير إيجابي على سلوك الشراء، والأطفال الأكبر سناً لها تأثير أكبر على سلوك شراء الوالدين وعدد الأطفال ليس له تأثير كبير على سلوك الوالدين الشرائي.

ودراسة (Blandina Sramova, 2021) والتي هدفت إلى معرفة عوامل التنشئة الاجتماعية الرئيسية للتنشئة الاجتماعية الاستهلاكية للأطفال في فترة التطور) من ٢ إلى 7 سنوات (وكذلك كيف تنعكس هذه العوامل في سلوك المستهلك، واكتشاف كيف يفهم الأطفال في هذا العمر الإعلان ؛ وما الذي يؤثر عليهم

في اختيار المنتجات، ومستوى التنمية الاجتماعية الاقتصادية الخاصة بهم؛ والاستراتيجيات المؤثرة التي يستخدمونها على الأداء من أول الحصول على منتجات علامات تجارية معينة؛ والشدة العالية والطقوس اليومية وطقوس التسوق وما إلى ذلك، وتوصلت الدراسة إلى أهمية معرفة عوامل التنشئة الاجتماعية الرئيسية التي تلعب دوراً مهماً في التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية والاقتصادية، وكانت من العوامل - الموضوعات الرئيسية - (الوالدين والأشقاء، وسائل الإعلام، المحلات التجارية)، بصرف النظر عن مؤسسات التنشئة الاجتماعية هذه (على سبيل المثال، وسائل الإعلام، الآباء، الأشقاء، المدرسة، الأقران)، وكشف أيضاً عن المتاجر كعامل مهم آخر لشئة الاجتماعية، بما أماكن توفر المتعة والاسترخاء على طول التسوق وهناك مفارقة واضحة من جانب الوالدين، حيث يتقد الوالدان من جهة التأثير السلبي لوسائل الإعلام على النمو الصحي لطفلهم، ومن جهة أخرى يفضلون استخدام وسائل الإعلام في الأنشطة الترفيهية العائلية، ويشترون منتجات غير صحية لأطفالهم، على الرغم من أنهم يدركون حقيقة أن هذه المنتجات ليس لها قيمة غذائية ويمكن أن تكون ضارة للأطفال، وأن وسائل الإعلام تنظم إلى حد كبير الإيقاع اليومي للعائلة وتشكل جزءاً من طقوسهم من ناحية، ويزيد الآباء حماية أطفالهم من وسائل الإعلام، ومن ناحية أخرى، يستخدمون وسائل الإعلام كوسيلة لإنهاء الأطفال وترفيههم.

وبما أن الاستهلاك له علاقة ارتباطية بحاجات الفرد وإشباعها من هنا نجد أنه يوجد ارتباط بين الاستهلاك ومهنة الخدمة الاجتماعية التي من أهدافها تحقيق وإشباع الحاجات الأساسية للفرد. كون أن الخدمة الاجتماعية من المهن الإنسانية التي تستطيع مواجهة المشكلات التي تعوق إشباع الحاجات الأساسية للأفراد في المجتمع، ومع تعاضد الاهتمام الحالي بالطبيعة السياسية لممارسة الخدمة الاجتماعية في المعايير العالمية، إضافة لتنامي الدور الإصلاحية والمطالبات للمهنة بالعمل في النشاط الاجتماعي، وجعله جانباً مهماً من وظيفتها المهنية من أجل مواجهة المشكلات المجتمعية لعدم إشباع الحاجات الأساسية للأفراد في ظروف صعبة، والتي في جوهرها مشكلات اجتماعية، وفي إطار اهتمامها بالقضايا المرتبطة بحاجات الإنسان نجدها قد اهتمت بتوفير الرعاية المتكاملة لفئة الطفولة في ظروف صعبة بتقديم الخدمات الوقائية والعلاجية والتنموية المناسبة لتدعيم هذه الفئة لكي تواكب ظروف وأحداث المجتمع، وذلك لما تتضمنه من مهارات وأساليب فنية (مرعي خليفة، 2013م،

ص199)، ولذلك فإنه من الممكن أن يكون للخدمة الاجتماعية كمهنة ذات رسالة إنسانية دوراً في التوعية بترشيد الاستهلاك بهدف إشباع الحاجات ومساعدتهم على إشباع إحتياجاتهم والتعامل مع مشكلاتهم، وخاصة أن التوعية بثقافة ترشيد الاستهلاك تحتاج إلى اهتمام خاص وبرامج خاصة من خلال برامج مهنية وقائية وعلاجية للخدمة الاجتماعية من أجل ترشيد الاستهلاك للأسرة عموماً.

وطريقة العمل مع الجماعات كواحدة من الطرق المهنية للخدمة الاجتماعية تستخدم لمساعدة الأفراد ليتعلموا كيف يتوافقون مع الآخرين من الناس وتأدية ما ينتظر أداءه اجتماعياً منهم، وذلك من خلال ما تهدف إليه من تعليم وتدريب وتنمية أعضاء الجماعة على إكتساب الخبرات والمهارات الاجتماعية المختلفة (فهيمى، آخرون، 1993م، ص12)، وقد يكون لها دوراً واضحاً في مجال رعاية وتنمية وتوعية أفراد الأسرة بثقافة ترشيد الاستهلاك من خلال برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات.

ولقد أكدت بعض الدراسات السابقة بدور مهنة الخدمة الاجتماعية عموماً وطريقة العمل مع الجماعات خصوصاً على التوعية لأفراد المجتمع خصوصاً الأطفال والطلاب والشباب الجامعي في كافة المراحل التعليمية، ومنها المرحلة الإعدادية سواء ذكور أو إناث حيث نجد دراسة سندي (2017م) واستهدفت التعرف على واقع ثقافة الاستهلاك الترفي من منظور الخدمة الاجتماعي لدى المرأة السعودية، وتوصلت الدراسة إلى أن الاستهلاك الترفي يشيع بنسبة 37.6% من أفراد العينة، وأكثر مظاهر الاستهلاك الترفي هو الترف في الملابس وتوابعه، يليه المأكول والمشرب ثم الزينة ثم ديكورات المنزل وأخيراً الحفلات، ودراسة خليل (2017م) استهدفت التعرف على دور علم الاجتماع في تعزيز ثقافة استهلاك المرأة السعودية السلع الترفيهية وبعض العوامل المسببة لها، وتحديد سبل مواجهتها من قبل نظرة التربية الإسلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل الاجتماعية هي الأكثر تأثيراً في الاستهلاك المظهري في البيئة السعودية، كما أن العوامل النفسية لا تلعب أي دور في الاستهلاك المظهري لدى المرأة السعودية، ودراسة عبد الرحيم (2018م) التي استهدفت التعرف على اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو المعرفة بثقافة ترشيد الاستهلاك، من خلال تفعيل البرامج والأنشطة الاجتماعية ومصادر هذه المعرفة، وإسهاماً بتعزيز ونشر هذه الثقافة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها معرفة الطالبة الجامعية السعودية بثقافة ترشيد الاستهلاك من مصادر معدودة فضلاً عن ضآلة دورها في نشر هذه الثقافة، كما أشارت الدراسة إلى

وجود دلالة إحصائية في العلاقة بين الخلفية الاجتماعية للطالبة ومعرفتها بثقافة ترشيد الاستهلاك وممارستها لهذه الثقافة، وذلك لصالح البيئة الحضرية والأماكن الراقية، وقلة اهتمام مؤسسات المجتمع المدني بثقافة ترشيد الاستهلاك، وأيضاً دراسة (Hurth, 2018) والتي حاولت التعرف على العوامل الاجتماعية المؤثر على الاستهلاك من وجهة نظر الأسر ذات الدخل المرتفع، وكانت من أهم نتائجها أن ارتفاع الدخل مرتبط بدرجة الاستهلاك بمعنى كلما زاد الدخل كلما زاد الاستهلاك، وأكدت الدراسة أن التدخلات السلوكية أفضل الطرق التي تحد من درجة الاستهلاك وهناك مجموعة من العوامل التي تساعد الأسر على الحد من درجة الاستهلاك وهي العوامل (النفسية، الاجتماعية، والثقافية)، ودراسة (Okana & Kate, 2019) والتي استهدفت التعرف على العوامل الاجتماعية التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي، لأنها ستساعد على فهم سلوك المستهلك، والقضايا التي يجب الاهتمام بها عند وضع السياسات الاجتماعية التي تعالج السلوك الاستهلاكي، وأكدت الدراسة أن فهم السلوك الاستهلاكي مهمة صعبة ومعقدة، وكانت من أهم نتائجها أن من أهم العوامل التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي هي على النحو التالي (العوامل الاجتماعية وتمثل في تسويق المنتجات والابتكار والتكنولوجي، العوامل الاجتماعية وتمثل في الأنظمة الأسرية التي تتحكم في الاستهلاك)، كما أكدت الدراسة أن هناك تفاعل بين هذه العوامل بعضها البعض، ودراسة القرشي وخريم (2020م) واستهدفت الدراسة معرفة تأثير العوامل الاجتماعية على الاستهلاك الإدماني لدى المرأة الأردنية، وأكدت النتائج على وجود تأثير للعوامل الاجتماعية مجتمعة على ظاهرة الاستهلاك الإدماني عند المرأة الأردنية، كما أظهرت النتائج أهمية العوامل الاجتماعية في التأثير على ظاهرة الاستهلاك الإدماني، وكانت أعلى درجة تكرار من بين العوامل الاجتماعية عامل (الأصدقاء) وأقل متوسط حساسي كان لعامل (العادات والتقاليد) وهذه جميعها مؤشرات على أن العوامل الاجتماعية تؤثر على الاستهلاك الإدماني، أما دراسة الصياد (2021م) واستهدفت رصد التغير الاجتماعي في الثقافة الاستهلاكية في ضوء التغيرات المعاصرة، وأهم النتائج التي خرجت بها الدراسة تعدد النتائج الاقتصادية المترتبة على تغير ثقافة الاستهلاك فيما يتعلق بتراجع قيم الادخار والاستثمار، وتغير ثقافة الاستهلاك سلباً وإيجاباً بالحالة الاجتماعية وحجم الأسرة والدخل الشهري والمستوي التعليمي والمهنة والسفر للخارج من عدمه وغيرها من الخصائص العامة لعينة البحث، كذلك تعرض ثقافة الاستهلاك في الريف والحضر للتغير وإن زادت النسبة في الحضر عنها في الريف نسبياً، بالإضافة إلى تعدد مظاهر التغير في ثقافة

الاستهلاك من خلال التركيز على السلع الكمالية وزيادة الإنفاق على شراء أجهزة المحمول وكروت الشحن سواء في الريف والحضر وما لهذه من آثار سلبية متعددة على كيان الأسرة والعلاقات الاجتماعية والقربانية وضيق الوقت والضغط على ميزانية الأسرة.

وبناءً على ما سبق، وعماً أسفرت عنه نتائج العديد من الدراسات والبحوث العربية والأجنبية السابق من نتائج وتوصيات على ضرورة الاهتمام بتنمية بثقافة ترشيد الاستهلاك في المجتمع من خلال تكاتف كافة المهين ومنها مهنة الخدمة الاجتماعية عموماً وطريقة العمل مع الجماعات خصوصاً ومن خلال برامجها وأنشطتها المختلفة للتوعية بثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية، يمكن للبحث تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

ما دور برامج العمل مع الجماعات لتنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

1- الخدمة الاجتماعية تعتبر مهنة لا تقتصر على التدخل عندما تواجه المجتمع الأزمات والكوارث بل ان لديها رصيد كافي من المعلومات والمعارف لتحديد التحديات التي يمكن حدوثها على صعيد الفرد والمجتمع ، لذا فهي تتدخل لوقاية الجماعات من خلال طريقة العمل بالجماعات من الأضرار والمتاعب، وتقتصر العلاج المناسب وتبني نماذج من النظريات حول كافة المشاكل ومن خلال برامجها وأنشطتها، فضلاً عن دورها الرئيس في النهوض بالموارد المادية والمعنوية والإنسانية والاجتماعية لكافة حاجات الانسان ، والوصول إلى مستوى من المعيشة تتفق مع آمالهم ورغباتهم وتنسجم مع البيئة الاجتماعية من خلال تنمية ثقافة الترشيد الاستهلاكي.

2- تتجلى أهمية الدراسة من أهمية موضوع تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك من منظور طريقة العمل بالجماعات، كونه من المواضيع الحديثة، فضلاً عن أهمية معرفة ثقافة الاستهلاك ودورها في المجتمع، وكيفية ترشيد الاستهلاك والحد من الهدر والإسراف غير الضروري، وكذلك الكشف عن أنماط السلوك الاستهلاكي في ظل التغير الاجتماعي، وكذلك معرفة دور البرامج والأنشطة في المساهمة في نشر ثقافة الاستهلاك في

المجتمع، فضلاً عن قلة الدراسات الاجتماعية التي تناولت موضوع الاستهلاك الذي هو في تزايد مستمر في المجتمع وتأثير ذلك السلبي على حياة الأفراد والجماعات.

3- الاهتمام بدراسة النمط الاستهلاكي لدى طلاب المرحلة الإعدادية وتكوين عادات واتجاهات سليمة وتنمية وعي استهلاكي سليم حيث أن هذا الاهتمام للترشيد الاستهلاكي جزء لا يتجزأ من الاهتمام بالواقع والمستقبل معاً لكونهم ضمن أفراد الأسرة ويجب أن يدركوا واقعية الترشيد الاستهلاكي في ظل التحديات المعاصرة التي تواجه المجتمع والأسرة المصرية.

4- أهمية دراسة قضية الترشيد الاستهلاكي والتي تحول المجتمع من خلالها من الإنتاج إلى الاستهلاك وتبصير أفراد الأسرة بأهمية إتباع الأسلوب الجيد عند تحديد أوجه الاتفاق ونشر ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية، خصوصاً وأن مجال ترشيد الاستهلاك له تأثيرات واضحة على حياة المجتمعات العربية عموماً والمجتمع المصري خصوصاً.

5- ندرة الأبحاث والدراسات العلمية المرتبطة بتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك، لذا قد تسهم نتائج هذه الدراسة في تنمية وعي طلاب المرحلة الإعدادية بأهمية ترشيد الاستهلاك، مع المساهمة في إمكانية وجود دراسات مستقبلية لمهنة الخدمة الاجتماعية عموماً وطريقة العمل مع الجماعات خصوصاً بنماذجها المختلفة للتعامل مع العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي وأهمية ترشيده من خلال تجسيد طموح رؤية مصر 2030م برفع كفاءة الإنفاق واستخدام الموارد والحد من الهدر بتطوير إمكانات الفرد المصري.

ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مؤشرات تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية؟
- 2- ما مجالات تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية؟
- 3- ما الآثار المترتبة على عدم تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية؟
- 4- ما آليات برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية الوعي بثقافة الترشيد الاستهلاكي لطلاب المرحلة الإعدادية؟

5- ما المعوقات التي تواجه تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية الوعي بثقافة الترشيد الاستهلاكي؟

6- ما المقترحات التي تسهم في التغلب على معوقات تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك؟

رابعاً: أهداف الدراسة:

- 1- تحديد مؤشرات تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية.
- 2- تناول مجالات تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية.
- 3- التعرف على الآثار المترتبة على عدم تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية.
- 4- تحديد آليات برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية الوعي بثقافة الترشيد الاستهلاكي لطلاب المرحلة الإعدادية.
- 5- تحديد المعوقات التي تواجه تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية الوعي بثقافة الترشيد الاستهلاكي.
- 6- تناول المقترحات التي تسهم في التغلب على معوقات تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك.
- 7- وضع تصور مقترح يمكن أن يسهم في تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية.

خامساً: مفاهيم الدراسة:

- 1- مفهوم تنمية الوعي:
- الوعي في اللغة حفظ الشيء ووعى الشيء أي يعيه وعياً، وواعاه أي حفظه وفهمه وقبله فهو واع. (المعجم الوجيز، 1994م)

وفي المعنى الاصطلاحي فقد عرف الوعي على أنه حالة الفهم والشعور الداخلي للفرد يمكنه من التعامل مع المواقف والأحداث، ويحدث الوعي من خلال المشاعر والأحاسيس والسلوكيات التي تصدر من الفرد نتيجة لتفاعلاته مع الغير، وعلى أنها ذلك الجزء من العقل الذي يتوسط بين البيئة والمشاعر والأفكار. (الزامل، 2016م، ص 187)

والوعي طبقاً للدراسة الحالية هي المكونات المعرفية والوجدانية والسلوكية المرتبطة بثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية.

وتنمية الوعي هي تزويد الطالب بكل ما يتعلق بترشيد الاستهلاك من معارف ومعلومات وخبرات ومهارات ومشاعر وعواطف وما يترتب على ذلك من سلوكيات وأدوار فعلية يقوم بها الطالب لترشيد الاستهلاك.

المفهوم الإجرائي لتنمية وعي طلاب المرحلة الإعدادية لترشيد الاستهلاك:

أ- فهم الطالب بمخاطر عدم ترشيد الاستهلاك نفسياً واجتماعياً واقتصادياً وصحياً.

ب- فهم وإدراك الطالب من الآثار السلبية لعدم ترشيد الاستهلاك على مستوى الأفراد والأسرة والمجتمع المحلي والمجتمع الدولي.

ج- إحساس الطالب بالمسئولية الاجتماعية من خلال ترشيد الاستهلاك.

د- إكساب وتزويد الطالب بالمهارات والمعارف الوقائية التي تساعد على تجنب الوقوع في سوء ترشيد الاستهلاك.

2- مفهوم ثقافة الاستهلاك:

تعتبر الثقافة من المفاهيم السوسولوجية التي لقيت اهتماماً واسعاً في الوقت الحاضر، فقد استخدمه الأديب والفيلسوف والسياسي، كما استخدمه الأنثروبولوجي والمؤرخ وعالم الاجتماع وفق المنظور الذي يناسب تخصصه، ونظراً للعلاقة الوظيفية بين الثقافة والمجتمع فقد شكل مفهوم الثقافة أحد المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، ولكن نظراً لإتساع ميدان علم الاجتماع في الوقت الحاضر، وكثافة البحوث الميدانية والنظرية على

مستوى مختلف فروع التخصصية فقد بدأت بعض مفاهيمه تتخذ لنفسها قنوات مستقلة أو فروعاً تخصصية في نطاق علم الاجتماع العام ، وفي مقدمتها مفهوم الثقافة.

أما مفهوم الإستهلاك فيختلف مفهومه باختلاف التخصصات، فالبعض يعتبره ظاهرة اجتماعية ، وآخرون يؤكدون أنه ظاهرة اقتصادية، وجزء آخر ينظر إلى الإستهلاك بوصفه ظاهرة سيكولوجية ، مما يجعل من الصعب تحديد مفهوم له.

وعن مفهوم الإستهلاك في اللغة، فيعرف بأنه " هلك على وزن ضرب ومنع وعلم وإستهلك المال أي أنفقه. (عبد الله، 2020م، ص45)

ويرى " دايتون Dayton " أن الاستهلاك هو " الهدف والغاية الوحيدة كل المتغيرات الاقتصادية كالإنتاج والدخل و الإدخار والإستثمار ومعدل الأسعار. (زيد، 2021م، ص58)

أما ثقافة الاستهلاك فتشير إلى (الجوانب الثقافية المصاحبة لعملية الاستهلاك، أي مجموعة المعاني ، والرموز ، والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك اليومية، وبالتالي لا تفهم الجوانب المادية للإستهلاك إلا في ضوء الجوانب المعنوية المتصلة بها.

تعرف ثقافة الاستهلاك بأنها "ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية ، وهذه الممارسات يمكن تمييزها وتحديدها عن طريق دورة رأس المال، والحالة السيكولوجية للمستهلكين.

ويرتبط مفهوم ثقافة الاستهلاك ببعض المفهومات الأخرى مثل: (منظور، 2020م، ص14)

1- مفهوم النزعة الاستهلاكية والذي يعني "تحول معاني ، ورموز الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته".

2- مفهوم رموز الاستهلاك ويشير الى " تحول الاستهلاك الى لغة يخاطب بها الافراد بعضهم بعضاً، ويكونون رصيد رمزي يحدد مكانتهم ونطاق تفاعلهم " .

3- مفهوم استهلاك الصور " حيث يرتبط استهلاك سلعة معينة بصورة ذهنية تلتصق بهذه السلعة من خلال العرض أو الاعلان عنها.

المفهوم الاجرائي لثقافة الاستهلاك: تشير الى الإسراف في استهلاك الثروة والسلع والخدمات الباهظة الثمن ، من أجل التظاهر والتفاخر والمكانة الاجتماعية ، عن طريق التقليد والمحاكاة ، وهي ثقافة إرتبطت بالإستخدام الواسع والضخم لكل أدوات التكنولوجيا الحديثة من التليفون المحمول و الإنترنت والفضائيات والتي أثرت على قيم وأنماط وسلوك الفرد الاستهلاكي.

3- مفهوم ترشيد الاستهلاك:

تعريف ترشيد الاستهلاك: ترشيد الاستهلاك مفهوم يمكن إكسابه وتنميته لطفل الروضة سواء الأسرة أو الروضة، حيث يرتبط الاستهلاك بالتربية فهو نوع من أنواع السلوك الإنساني الذي يعرف بالسلوك الاستهلاكي ودور التربية في تنميته وتطويره للأفضل فالبيئة هي الوعاء الذي يحوي ما ينتج عن عملية الاستهلاك من مواد نافعة أو ضارة، وينبغي أن تتعاون وتتكاتف جميع مؤسسات المجتمع في عملية التربية لتقوم بالدور المطلوب منها في تعديل السلوك الاستهلاكي للفرد. (World Bank, 2010, p. 58)

ولقد تعددت تعريفات ترشيد ثقافة الاستهلاك ومنها ما يلي:

يعرف بأنه استهلاك ما يتوفر للأسرة من موارد متاحة ومختلفة بشكل نافع واقتصادي بحيث يستفاد من هذه الموارد بأقصى درجة ممكنة. (حنان محمد، 2020م، ص10)

وترشيد الاستهلاك لا يعني تقليل الاستهلاك أو الاستغناء عن الضروريات بل عدم الإسراف في أي شيء يتصل بالمأكل أو الملبس أو المسكن ومحتوياته. (إيمان سوقال، 2017م، ص325)

وترشيد الاستهلاك هو إشباع إحتياجات كل فرد بشكل كامل دون إفراط أو تفريط بهدف الإستخدام الأمثل للموارد لتقليل الفاقد منها. (حنان محمد، 2020م، ص79)

ويعرف ترشيد الاستهلاك بأنه اعتماد سلوك مستقيم تجاه الأنواع والكميات المختلفة من السلع والخدمات التي يقوم أي اقتصاد بإنتاجها من خلال استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة. (هناء أحمد، 2019م، ص83)

والترشيد في معناه العام هو عمل أو إجراء يستهدف إخضاع ظاهرة ما للفعل، ومبادئ السلوك السوي والبعدها عن كل ما يجافي التوسط والاعتدال، أما في مجال الاستهلاك؛ فيقصد بالترشيد ضبط مستويات الاستهلاك ومعدلات تزايدها وجعلها متمشية مع قدرات المجتمع وموارده الكلية. (منظور أحمد، 2012م، ص 20) ويعرف بأنه الحفاظ على الموارد التي يستهلك منها الفرد، ولمدة أطول بشكل يمكنه من استخدام هذه الموارد لفترات لاحقة، وبحيث يمنع هذا الاستخدام الهدر ويشمل ترشيد الاستهلاك الغذاء، وترشيد استهلاك المياه والكهرباء، وترشيد استهلاك الملابس، وترشيد استهلاك الأدوات الشخصية. (حنان محمد، 2018م، ص 79)

ويعرف في الدراسة الحالية على أنه تزويد طلاب المرحلة الإعدادية بأنشطة تربوية، وتعليمية متنوعة بهدف تمكينهم من تحديد طبيعة، ومكان، وزمان، وآليات وحجم ما يشترونه، ويستخدمونه من سلع، وخدمات متاحة أمامهم في الأسواق.

4- مفهوم طلاب المرحلة الإعدادية:

المرحلة الإعدادية عرفتها (وزارة التربية والتعليم، 1977م) على أنها المرحلة التي تضم الصفوف الأولى والثانية والثالثة بعد إتمام الحصول على الشهادة الابتدائية ومدة الدراسة ثلاث سنوات.

كما تم تعريف المرحلة الإعدادية على أنها الحلقة القانية لمرحلة التعليم الأساسي والتي يقع تلاميذها في المتصل العمري من (13-15) سنة من البنين والبنات، وعلى أساس ذلك تعرف الباحثة المرحلة الإعدادية إجرائياً في دراستها الحالية بأنه: يقصد بها الحلقة الثانية لمرحلة التعليم الأساسي والتي تعرف بمرحلة التعليم الإعدادي من الطلاب المشاركين وغير المشاركين في نشاط المسرح المدرسي بمحافظة دمياط في المرحلة العمرية من (13-15) سنة. (فايزة، 2020م، ص 58)

ويقصد بطلاب المرحلة الإعدادية في الدراسة الحالية على أنهم الطلاب المقيدون بالقسم الإعدادي بكلية النصر فكتوريا.

سادساً: النظريات والمداخل المفسرة للدراسة:

1-النظريات المفسرة لترشيد الاستهلاك:

أ-نظرية ترشيد المستهلك:

ترشيد استهلاك السلع والخدمات، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمعيار مهم يقوم على ألا تنفق ما في يدك أو ما هو مدخر لديك إلا بما يعود عليك أو على غيرك بمنفعة حقيقية، إذ يتوقف ترشيد الاستهلاك على وعي المستهلك بأولوية السلعة التي يريد شراءها من السوق، ومستوى المنفعة التي يحققها من جراء استخدام السلعة، ومعرفة السعر الحقيقي للسلع قبل الشراء، وحساب معيار الكلفة والحاجة قبل عملية الشراء. (Macionis, 2010, p. 268–281)

وهذا يأتي بوساطة اختزال كلفة السلعة إلى أكبر قدر ممكن، وحساب معايير جودتها ومنفعتاتها قبل الشراء. ولهذا أشار بعض الباحثين الاختيار العقلاني للسلع المعروضة في السوق، تعتقد على حسابات دقيقة يقوم بها المشتري **buyer** والبائع **seller**، بحسب كلفة السلعة المعروضة في السوق قبل الشراء (Hatch Cunliffe, 2016, p. 203).

أن قدرة المستهلك على فهم عمليات التسوق قبل اتخاذ قرار الشراء، تأخذ شكلاً عقلانياً يقوم على حساب جودة السلع المعروضة في السوق بحسب معايير كلفتها وصلاحيتها وسعرها، إذ تنتقل السلع المعروضة في السوق من البائع إلى المستهلك المؤسس ثقافياً، بحسب ظروف المكان والزمان والوسائل المتاحة. ويسعى المستهلك من وراء استهلاك السلع إلى تحقيق هدف ثقافي، يعمل على دفعه تجاه استهلاك سلعة معينة في حدود ما هو مسموح به اجتماعياً، ومن المدخلات التي تؤثر على تحديد قرار المستهلك في شراء السلع من السوق، آليات الدعاية والإعلان، ونظم الموازنة، وطقوس استهلاك الوسط المعيشي الذي ينتمي إليه المستهلك.

أن قرار المستهلك في شراء السلع، يأتي من خلال الجهود الفردية والجماعية التي يمارسها المصممون والمنتجون والمعلنون في طريقة عرض السلع في السوق، حيث يتبع المستهلك قبل اتخاذ قرار الشراء مسارات عقلية، مفادها أت من العالم الاجتماعي والشخصي المشكل ثقافياً في الوسط الاجتماعي الذي ينتمي إليه

المستهلك . حيث تقوم ثقافة المستهلك على ترشيد الاستهلاك في ثلاثة محددات رئيسية: العالم المشكل ثقافياً، وسلع المستهلك، والفرد المستهلك. (McCracken, 2006, p. 71)

وأن سلوك المستهلك، يرتبط بمستويات الدخل والتعليم والمهنة، تعطيه هذه المستويات القدرة على المناورة في اختيار السلعة قبل الشراء. ويختار المستهلك السلع المعروضة في السوق، لأسباب تتعلق بالذوق العام أكثر من أسباب تتعلق بالكلفة والأولويات، ويتمثل المبدأ الحقيقي لتفضيلات المستهلك بالذوق العام والضرورة، وينبثق الذوق العام من التوقعات التي يدخلها المستهلك بوساطة خبرته في التسوق عن السلع والسوق فإذا كان سلوك المستهلك متميزاً اجتماعياً بطريقة متماثلة تباينات الطبقة الاجتماعية، فإن هذه الرابطة تنبثق من جميع سلوكيات المستهلك التي تكون منسجمة مع بعضها بعضاً، دون سعي مدروس للترابط بين السلع والمشتري والبائع وتنسق عمليات الشراء موضوعياً دون أي تركيز واع من قبل جميع أعضاء نفس الطبقة، بدافع الشعور بالتميز أو السيطرة في امتلاك السلع النادرة. (سوارتز، 2014م، ص 223)

وبالقياس على ما سبق، يمكن رؤية الترف خارج الطبقات العليا، كقوة مهمة في تطوير نظام الموضة والسلع الجديدة، إذ توفر الوسائل الإعلامية، البرامج والدعايات التي تقدم عروضاً تشجيعية لتأثيث البيت أو تجميله، أو شراء بيت ثان بأسعار مخفضة، أو شراء سيارة معينة من العروض البنكية قليلة الفوائد، أو التخطيط لرحلات أسبوعية أو سنوية، وتسعى هذه البرامج إلى ضرب عمليات التوازن في أنماط المعيشة بين الأغنياء والفقراء في استهلاك السلع.

ب- نظرية المنفعة الحدية:

تتلخص نظرية المنفعة الحدية فيما يلي: إن قدرة السلعة على خلق الإشباع لدى المستهلك تسمى منفعة وهذه المنفعة تتحقق بغض النظر عن طبيعة السلعة سواء أكانت نافعة أم ضارة، لذلك فإن المستهلك ينسق مشترياته بحيث يحصل على أقصى منفعة ممكنة من إنفاق معين، وهذه المنفعة قد تكون كبيرة أو صغيرة بحسب حاجة الفرد للسلعة، والمستهلك نفسه هو الذي يحدد تلك المنفعة وفي الوقت نفسه فإن السلعة نفسها تعطي منافع مختلفة للشخص نفسه وذلك بحسب الظروف، ومع أن السلعة مؤهلة لإعطاء منافع مختلفة فإن الوحدات الأولى من كل سلعة تُعطي منفعة أكبر من التي تليها. (عبد الستار، 2015م، ص 48)

افتراضات نظرية المنفعة الحدية:

استندت نظرية المنفعة الحدية إلى الافتراضات الآتية:

- إن المستهلك يمتلك سلوكاً رشيداً، أي إنه سوف يختار من مختلف السلع والخدمات تلك التي تعظم اشباعه أو منفعته الكلية.

- ثبات أذواق المستهلكين وتفضيلاتهم.

- إن المستهلك ينفق دخله كاملاً، أي إنه لا يدخر شيئاً من ذلك الدخل.

2- المداخل المفسرة لترشيد الاستهلاك:

أ- المدخل الاجتماعي:

ويعتمد هذا المدخل على تفسير علماء الاجتماع لسلوك المستهلك انطلاقاً من كون الأفراد اجتماعيين بطبيعتهم لذلك يكون للبيئة والمجتمع تأثير في سلوكهم. (سعدون، 2019م، ص14)

ب- المدخل الاقتصادي:

وفقاً لهذا المدخل فإن المستهلك كائن اقتصادي يسعى لإشباع حاجاته ورغباته وفقاً للدخل المتاح، وبالشكل الذي يؤدي إلى حصوله على أكبر منفعة أو إشباع؛ حيث إن هذا السلوك يجب أن يكون سلوكاً عقلانياً رشيداً. (حميد، 2017م، ص98)

ج- المدخل السيكولوجي (النفسي):

يعتمد هذا المدخل على تفسير علماء النفس لهذا السلوك بأنه نابع من تأثير عوامل سيكولوجية داخل الفرد في تحديد الحاجات والدوافع وردود الأفعال، وفي الوقت الذي تقيس فيه النظرية الاقتصادية السلوك من خلال تعظيم المنفعة فإن التفسير السيكولوجي يقاس بواسطة تحقيق الأفضلية. (حميد، 2017م، ص99)

د- المدخل المتكامل أو الشامل:

يلاحظ مما سبق بأن المداخل الثلاثة السابقة بالرغم من أهميتها وحقيقتها تأثيرها ألا أنها لا يمكن أن تمثل مدخلاً متكاملًا بصورة واضحة ودقيقة لسلوك المستهلك، ولكن ما قدمه كل من (Howard & Sheth)، في نموذجهما الخاص بسلوك المستهلك يمثل مدخلاً متكاملًا وذلك برأي الكثير من الباحثين بسبب احتوائه على عدد كبير من العوامل والمتغيرات سواء الاقتصادية، الاجتماعية أم النفسية التي اتفق عليها عدد لا بأس به من الباحثين في هذا المجال . (حميد، 2017م، ص105)

سابعاً: الإطار النظري للدراسة:

الاستهلاك هو المحور الذي تدور حوله جميع نشاطات القطاعات الاقتصادية، وهو يلعب دوراً هاماً في تحديد استثمارات الدول ومدخراتها وإنتاجها، وبالتالي يؤثر في التنمية الاقتصادية التي تعد حجر الزاوية في بناء المجتمعات ونموها. (أيمن محمود، 2022م، ص129)

حيث تعتبر القيم الاقتصادية واحدة من أهم تصنيفات القيم بوجه عام، وتكمن أهميتها التربوية بأنها مصدر تشكيل السلوك الاقتصادي للأطفال الرياض، كما تلعب دوراً في توجيه الأطفال لتنفيذ السلوكيات الاقتصادية بطريقة صحيحة من خلال عملية التربية، فالتربية هي المسؤولة عن غرس القيم الاقتصادية وتعديل سلوكيات الأطفال الاقتصادية الخاطئة. (هناء أحمد، 2019م، ص54)

وبما أن الاستهلاك أحد مكونات الدخل القومي لأي بلد، كما أنه أحد مؤشرات الرفاهية في المجتمعات، فنجد أن كل دراسات سلوك المستهلك تصب في محاولة معرفة الجديد في الإستهلاك وتوازن المستهلك، ويرتبط الإستهلاك من حيث حجمه وأشكاله بموارد المجتمع وحيث يلعبان دوراً هاماً في تشكيل سلوك الفرد الإستهلاكي، والمجتمع المصري يواجه ضغوطاً اقتصادية نتيجة الموارد المحدودة مع الزيادة المستمرة في عدد السكان مما أدى إلى تفاقم المشكلات المتصلة باستهلاك الغذاء والملبس والمياه والكهرباء ومستلزمات التعليم والإسكان، كما يواجه قصوراً في الثقافة الاستهلاكية لأفراده، لذا أصبح رفع مستوى الثقافة الإستهلاكية وحث الأفراد على تنظيم الاستهلاك الفردي والأسري والقومي من أهداف التنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي،

حيث يمكن أن يوجه الجزء الأكبر من ميزانية الدولة نحو مشروعات التنمية التي تستهدف الإنسان مادياً ومعنوياً وتمكنه من تحقيق إشباع حاجاته المادية. (فاطمة محمد، 2020م، ص21)

1-أهداف ثقافة ترشيد الاستهلاك: (وفاء زين، ومروة صاوي، 2020م، ص34)

أ-تعريف المستهلك بحقوقه وواجباته.

ب- خلق على الوعي الاستهلاكي السليم لدى المستهلك، وتحسين المهارات الضرورية لذلك، والتي من مهارات ارامل وتكسير واهم التقارير والمؤشرات، والإعلانات والهوائيم المالية، التي تهمه المستهلك.

ج-تبصير المستهلك بطرق غش السلع، وأساليبه وكيفية الكشف عنه.

د-حماية المستهلك من الإعلانات المضللة.

هـ-تزويد المستهلك والمعلومات الأساسية من السلع المتوافرة بالأسواق وذلك لسهولة المقاضلة والاختيار والشراء.

و-إمداد المستهلك بمعلومات وبيانات كافية عن بدائل السلع.

ز-تكوين العادات والاتجاهات الاستهلاكية السليمة.

ح-مساعدة المرة على لهم التكلفة الحقيقية القرارات التي يتخذها كمستهلك وأن يستخدم هذا المبدأ في تحليل مشاكله الحيوية.

ط-تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات.

ي-تحقيق التوازن بين الإيرادات والنفقات لتجنب الدخول في عجز الميزانية.

ك-تحقيق التعاون والتضامن الدولي.

2-أهمية ثقافة ترشيد الاستهلاك:

لقد زادت أهمية ترشيد الاستهلاك نتيجة للظروف التي نعيشها، وما يصاحبها من زيادة في عدد السكان، ونقص في المواد الغذائية على المستوى العالمي، وارتفاع كبير في الأسعار والنسبة لمختلف السلع،

الأمر الذي يتطلب الانتفاع بالموارد المتاحة إلى أقصى درجة ممكنة، ومحاولة الحد من الاستهلاك، وإرشاد المستهلك يهدف إلى تربية وتوعية الأفراد بحقوقهم وواجباتهم في عمليتي الإنتاج والاستهلاك، كما يهتم بتكوين أفراد على قدر من الوعي والفهم والمسئولية، بحيث يستطيع كل منهم تخطيط استهلاكه، وإتباع أنسب الطرق في المعاملات المالية، لكي يحصل على أفضل السلع والخدمات بأقل تكاليف ممكنة. (أيمن محمود، 2022م، ص129)

ف تدريب الطفل على ترشيد الاستهلاك بطريقة صحيحة كالحفاظة على الممتلكات العامة والخاصة، ومساعدة الآخرين وإكسابه خبرات عملية البيع والشراء والتعامل في الشؤون الاقتصادية وحب العمل والانتاج؛ يساعده على تحمل المسئولية. (World Kovach, 2010, p. 127)

3- خصائص الثقافة الاستهلاكية: (أماي سمير، 2022م، ص227)

أ- الثقافة الاستهلاكية مادية، فهي تستهدف استهلاك السلع المادية.

ب- ثقافة معنوية لا ترتبط بالنواحي المادية فقط، وإنما تتمثل أيضاً في جوانب تتعلق باستهلاك المعاني والخبرات والصور.

ج- للثقافة الاستهلاكية خاصية إضفاء الطابع الأنيق المتميز على السلع والمنتجات، بحيث يكون للمنتج أسلوب متميز يعبر عن تفرد صاحبها.

د- تتسم الثقافة الاستهلاكية بالتحول المستمر والسريع، فكل عنصر من عناصر هذه الثقافة قابل للتغير والتحول والتبدل.

هـ- الثقافة الاستهلاكية تغرس في نفوس الناس طموحات استهلاكية كبيرة، وتخلق في تصوراتهم أحلاماً وردية، من الممكن عدم الوصول إليها في الواقع.

و- الثقافة الاستهلاكية ثقافة رمزية، تتأسس على الإنتاج المستمر للعلامات، والرموز.

ز- الثقافة الاستهلاكية تخلق من الرموز ما يجعلنا نفهم ذاتنا وذوات الآخرين علي نحو معين وتمتد إلى الجانب التدوقي والجمالي في الثقافة.

ح-ثقافة قهريّة وجبرية، تدفع الأفراد إلى الاستهلاك والسعي وراء طموحاتهم، بصرف النظر عن الفوائد الفعلية المتحققة من ذلك، وهي تعتمد علي عنصرين قهريين: الأول (هو التقليد الذي يدفع الناس إلى تكريس كل حياتهم لكي يحصلوا على كل ما حصل عليه الآخرون)، والثاني يتمثل في التقاليد التي تنجح الثقافة الاستهلاكية في استخدامها وتوظيفها كاحتفال بالمناسبات التقليدية دينية كانت أو غير دينية.

4-العوامل المؤثرة في التنشئة الاستهلاكية والترشيد الاستهلاكي لطالب المرحلة الإعدادية:

أ-يعتبر ترشيد الاستهلاك محصلة للتفاعل بين الفرد والبيئة، وبالنسبة للطفل فإن العادات الخاصة بالاستهلاك تتكون لديه قبل كل العادات الأخرى عن طريق الممارسة والتكرار، لذا فإن الاهتمام بمراقبة الطفل وتوجيهه التوجيه السليم فيما يختص بجوانب الاستهلاك عملية أساسية في هذه المرحلة. (سلوى أحمد، وعبير زهير، 2010م، ص441)

ب-أن ترشيد الاستهلاك يمكن تنميته لدى الطفل في سن ما قبل المدرسة داخل الروضة حيث يرتبط الاستهلاك بالتربية فهو نوع من أنواع السلوك الذي تعد التربية مساءلة من المياة وادارية واديين، لأن من أبرز أدوارها المرة السلوك الإنساني وتطويره. (حنان محمد، 2020م، ص79)

ج-يعتبر ترشيد الاستهلاك عناية إكساب الفرد المهارات والمعرفة والاتجاهات ذات العلاقة بالأنشطة التي سيمارسها كمستهلك لما هو مطروح في السوق من سلع وخدمات وركزت الدراسات ذات العلاقة بداية التنشئة الاستهلاكية على الأطفال والمراهقين وذلك باعتبارها المرحلة العمرية التي يكن فيها القرد الحوارات والاتجاهات والمعلومات التي قد ترافقه خلال مراحل حياته. (إلهام فخرى، 2013م، ص251)

د-أن تنشئة أفراد الأسرة اليوم يجب أن تتم وفق ما تلح عليه كنيا الحاشير، وتلمية حاجات المستقبل، وتوفير قادر ونوع ملائم من التعليم والتنشئة للأطفال مثل السنوات الأولى في حياة الحلال، وتمكينه من التعامل مع معطيات التقدم العلمي، وفي نفس الوقت الحفاظ على الهوية الثقافية، فالتقدم الذي تشهده حالياً في جميع المجالات وتأثيرات المعرفة الحديثة الواسعة فيه، قد ضيق المسافة بين الحلال وبين العلم والتكنولوجيا، بصورة تستوجب أسالين تنشئة وتربية جديدة. (رفعت عمر، 2013م، ص105)

هـ- إن ترشيد الاستهلاك للفرد تبدأ من عمر مبكر منذ أن يبدأ الطفل بمرافقة والديه إلى مراكز التسوق، وباريس إلى المنبهات التسويقية المختلفة، وفي سن الثانية من عمره يستطيع المفل أن يطلب شراء منتج يرغب به، وعندما يبدأ الطفل بالمشي يستطيع أن يختار ما يرغب من المنتجات خلال أجوله مع والديه في السوبر ماركت، وفي الخامسة من عمره يستطيع الطفل اتخاذ قرار شراء بمساعدة والديه، أما في الثامنة فيتمكن الطفل من اتخاذ قرار شراء مستقل. (إلهام فخري، 2013م، ص 252)

و- ترشيد الاستهلاك يعتبر محصلة نهائية لكثير من العوامل يأتي في مقدمتها عوامل ومؤسستات التنشئة الاجتماعية إلى جانب العوامل النفسية الفردية، وبالتالي فهو محصلة تفاعل العوامل الاجتماعية، والعوامل النفسية لدى الأفراد. (إيمان سلمان، 2019م، ص 32)

ز- يعد ترشيد الاستهلاك نمط لدى الفرد يتأصل ويتأثر بالعديد من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية مثل (التقليد، والمحاكاة، والإعلانات التجارية، والدخل النقدي، ووسائل الإعلام المختلفة)، لذا فإن التجربة الأولى للفرد مع النقود يكون لها أثر انفعالي، لذا كان من الضروري أن يتدرب الفرد في سن مبكر من حياته وفي مستويات الدخل المختلفة، على استعمال النقود. (آمنة على، 2018م، ص 35)

ح- ولكي تكتمل عملية تنشئة للفرد وإعداده فرداً مستقلاً، لا بد من إعداده ليصبح مستهلكاً قادراً على ممارسة السلوك الاستهلاكي الخاص به من خلال ما يعرف بعملية التنشئة الاستهلاكية والتي يقصد بها العملية التطورية، التي يمر بها الطفل، والتي تؤهله لاكتساب المعرفة، والاتجاهات، والمواقف، والمهارات ذات الصلة بتصرفاته مشتركاً كان أم مستهلكاً لما هو مطروح في السوق من سلع وخدمات. (سارة بنت مبروك، 2018م، ص 40)

ط- والعوامل الأسرية والعوامل الثقافية تعد مؤشرات أساسية في السلوك الاستهلاكي، فالفرد يتأثر بمن رعيش معهم من الأفراد، وما يكسبه من ثقافات في المجتمع من خلال تواجده في جماعات كجماعات الأصدقاء، والأقران، وشبكات العلاقات الاجتماعية في المجتمع. (فاطمة محمد، 2020م، ص 22)

والباحثة ترى أن في ترشيد استهلاك الفرد يتوقف على مدى وعيه بأهداف وسياسة الدولة الاقتصادية، وتوعية المعلومات والعادات والاتجاهات المتأصلة لديه منذ الصغر بالممارسة اليومية والحياتية.

5-التحديات المترتبة على عدم ترشيد الاستهلاك:

إن ثقافة عدم الترشيد الاستهلاكي ثقافة سلبية تؤدي إلى العديد من التحديات التي لا يقتصر أثرها علي الجانب الاقتصادي فقط، بل يمتد إلى الجانب الاجتماعي والسياسي، وبعد الهدف الأساسي من نشر الوعي بمخاطر زيادة الاستهلاك هو تعديل سلوك المستهلكين مما يؤدي إلى تقليل المخاطر التي تترتب علي زيادة الاستهلاك في مختلف جوانب الحياة، ولا يعد الاستهلاك خطراً في حد ذاته، ولكن إذا اقترن بالمظهرية وعدم الوعي فسوف تقع المشكلات الاستهلاكية. (أيمن محمود، 2022م، ص130)

كما أن عدم الالتزام بترشيد الاستهلاك يوقع المجتمع في عديد من الأضرار والمهالك، فالسلوك الاستهلاكي إذا انحرف وأخذ طريق الإسراف وزادت المبالغة في طلب السلع والخدمات، فسوف يعجز الإنتاج عن تلبية الطلب علي السلع والخدمات، فيختل التوازن بين الإنتاج والاستهلاك مما يؤدي إلى مشكلات اقتصادية منها ارتفاع الاستهلاك وقلة الانتاج، وارتفاع الأسعار وغيرها من المشكلات الاقتصادية، ويمكن توضيح تحديات عدم ترشيد الاستهلاك كالتالي:

أ-تحديات صحية:

حيث انتشرت تحديات زيادة استهلاك الغذاء في المجتمعات بشكل كبير، نشطت وسائل الإعلام ومراكز الأبحاث العلمية والطبية المختلفة في توعية المستهلكين بمخاطر الإسراف في الطعام والشراب علي البدن ووظائفه الحيوية (محمود أحمد، 2019م، ص1654)، وتنقسم التحديات الصحية إلى نوعين يمكن توضيحها كالتالي:

ب-تحديات جسدية:

حيث أن الإسراف في استهلاك الغذاء أدى إلى كثير من أمراض العصر المرتبطة بالسمنة كارتفاع ضغط الدم، ومرض السكري، وتصلب الشرايين وغيرها من الأمراض.

ج-تحديات نفسية:

حيث أن عدم تحقيق التوازن النفسي لمستهلك السلع الأمر الذي يؤدي بالمستهلك إلى إدمان التسوق، فمن خلال الدعاية للسلع ولدت لدى المستهلكين الرغبة في اقتناء السلع التي يحتاجونها والتي لا يحتاجونها، من خلال الترويج إعلاميا للتسوق الاستهلاكي وكذلك التسوق الإلكتروني الذي شكل أزمة نفسية عند المستهلكين تمثلت في إهدار الأوقات والأموال في التسوق.

د-تحديات اقتصادية:

إن العلاقة بين الاستهلاك والأسعار علاقة طردية فكلما زاد الطلب على السلع والخدمات من المستهلكين ارتفعت أسعارها، وبذلك يزداد الفقر والجوع والجريمة في المجتمع.

إن في زيادة الاستهلاك في المجتمعات الغربية بسبب زيادة دخل الأفراد وتحسن قدرتهم الشرائية أدى إلى البطر والتزرف والإسراف والتبذير مستأثرين في ذلك بأغلب خيرات الأرض على حساب الشعوب الأخرى، الأمر الذي أدى إلى فقر شديد ومجاعات وشقاء في مجتمعات العالم الثالث، كما أن زيادة استهلاك الغذاء والخدمات الذي يؤدي إلى زيادة طلب السلع وبالتالي ارتفاع الأسعار أدى إلى عجز أصحاب الدخل المحدود عن شراء سلعهم الضرورية، مما أدى إلى زيادة عدد الفقراء في العالم.

كما تؤدي سيادة ثقافة الاستهلاك إلى انخيار المقومات الأساسية للنمو ممثلا في الادخار والاستثمار، فالدخل القومي هو محصلة الاستهلاك والادخار؛ وبالتالي فإن زيادة الاستهلاك سوف يكون علي حساب الادخار.

إن الدول ذات الادخار المرتفع قد نمت بصورة أسرع من الدول ذات الادخار المنخفض، كما أن التسليم بتعظيم الاستهلاك بوصفه هدفا رئيسيا في حياة الفرد يحول بينه وبين التضحية من أجل الآخرين، وهو الأمر الذي ينعكس أثره سلبا علي نصيب الأجيال القادمة من الموارد.

ه-تحديات اخلاقية وقيمية:

ان التبذير والإسراف في الاستهلاك يؤدي إلى فساد المجتمع سواء أكانوا فقراء أو كانوا أغنياء ومن التحديات الأخلاقية التالي:

إن الترف الاجتماعي والإسراف لفترات طويلة يؤدي إلى : بطر النعمة، قدوام النعم على الناس قد يؤدي إلى الكبر، والغرور، وطلب المزيد بلا شكر الله فيزدرون النعمة ويمكرونها ويستقلونها مما يبعث على الفساد الأخلاقي بين أفراد المجتمع.

إن دوام النعمة على المترفين قد يدفعهم إلى الشر والتهور والحماقات والسفه، والأشر هو إنسان اندفع إلى الملذات بتسرع وتهور، ونشاط وغرور وإعجاب بالنفس، وقد ظهر في عصور الترف والنعمة التي عاشها المسلمون صوراً من الأشر والفساد الذي أضعف سلطان العدل ونشر الفساد والظلم.

إن البذخ هو استخدام النعمة في الفخر والتطاول والتعالي على الناس، ويظهر هذا الخلق على الإنسان في صور متنوعة منها: التفاخر في الكلام، والإعجاب بالنفس والغرور.

إن من أخلاق المترفين التبختر في المشية والإعجاب بالنفس والغرور ومشيتهم المتعالية وجر ثيابهم خلفهم خيلاء فيتعالون على الناس وينتشر الفساد في المجتمع.

و-أضرار بيئية:

إن النهم في الاستهلاك وعدم ترشيده يؤدي إلى الإخلال بالتوازن البيئي، كتلوث الماء والهواء والغذاء ونضوب مصادر الطاقة غير المتجددة ومنها أيضاً: زيادة إلقاء النفايات في البحار والأنهار مما يقضي على كثير من الكائنات الحية في البحار وبالتالي تلوث غذاء الإنسان البحري بتلك الملوثات؛ والتي تسبب أمراضاً خطيرة للإنسان ومنها شلل الأطفال، والإصابات التيفودية والإسهال. (محمود أحمد، 2019م، ص1656)

ز-تحديات اجتماعية:

نشر ثقافة الدول المصدرة وما ينتج عن ذلك من تبعية ثقافية وفقدان للهوية.

افتقاد العديد من السلع لمعايير السلامة الصحية.

الحيلولة دون وجود قدوة استهلاكية من الآباء للأبناء.

إرباك ميزانية الأسرة من خلال استهلاك العديد من السلع التي لا معنى لها.

وقوع الأسرة في براثن الاقتراض مما يؤثر على كيان الأسرة.

ح-تحديات سياسية:

التبعية نتيجة الاعتماد على الغير في تلبية حاجات المستهلكين.

الضرر الذي يمتد إلى كيان الدولة ذاتها نتيجة التمادي في سياسة الاستهلاك الترفي غير الرشيد.

ط-تحديات مادية:

هدر المستهلك للمال وخسارته في حالة فشل المنتج.

السعر والتكلفة التي بذلها في سبيل الحصول على المنتج لا يوازى المنفعة التي سيحصل عليها (رانية المجني،

ونريمان عمار، 2020م، ص182)

6- دور الخدمة الاجتماعية في تنمية الوعي للطلاب نحو ترشيد الاستهلاك:

في الواقع إن للمتطلبات الاستهلاكية وجهان مترابطان ومتعارضان فهي من جهة تسعى الى تلبية الاحتياجات الذاتية والشخصية ، لكن في المقابل تساهم المنتجات الاستهلاكية المنمطة في تطور النزعة الفردانية المنمطة وعلى هذا يصبح الفرد خاضعا للمنظومة الاستهلاكية التي تجعله مشدوداً أكثر فأكثر اليها الى درجة انه يضع نفسه في خدمتها، كما ان أشكال الضيق والقلق والهجوم والإحباط التي تميز عصرنا الراهن هي ما يحدد هوسنا بالتسوق من ناحية وما يحدد أشكال الإدمان والتسمم المختلفة من ناحية أخرى. (وليد، 2021م، ص337)

كما أن الإلتزامات الاستهلاكية اقتصاد افراط وهدر وهي أيضاً اقتصاد خداع لهذا السبب نفسه، انها تعول على لا عقلانية المستهلكين وليس على حساباتهم المستنيرة والرصينة، على اثاره مشاعر النزعة الاستهلاكية وليس على تثقيف العقل أن الخداع كما الإفراط والهدر، لا يشير إلى خلل في الاقتصاد الاستهلاكي بل انه على العكس من ذلك أحد أعراض صحته الجيدة واستمراره بإصرار على المسار الصحيح، أنه علامة مميزة لمجتمع المستهلكين أن يضمن بقاءه. (أمال، 2022م، ص88)

و لقد تحول الأفراد إلى مجرد مستهلكين وتحول الاستهلاك من تلبية للاحتياجات الطبيعية والثقافية إلى هدف بحد ذاته، وكان له تأثير على الاقتصاد الوطني نتيجة الإسراف وتبديد الموارد وانخفاض الإدخار وتدمير أخلاقيات العمل المنتج والعزوف عن الأنشطة الإنتاجية، وما واكب ذلك عن البحث عن الربح بدون جهود وانتشار الأنشطة الطفيلية وتضخم أسرار الثروات واقتناء الأشياء المظهرية. (أسامة، 2022م، ص 119)

وتعمل النزعة الاستهلاكية على الحفاظ على القلب العاطفي للعمل والأسرة، بما أن العمال يتعرضون لقصف مستمر من الإعلانات بمتوسط يومي يبلغ ثلاث ساعات من مشاهدة التلفزيون (نصف وقت فراغهم) فإنهم يقتنعون بأنهم في حاجة إلى المزيد من الأشياء، ولكي يشتروا ما يحتاجونه الآن، فإنهم يحتاجون إلى المال ولكي يكسبوا المال، فإنهم يعملون لساعات طويلة بعيداً عن المنزل، فإنهم يعرضون غياهم عن المنزل بهدايا تكلف المال، إنهم يصفون طابعاً مادياً على الحب، وهكذا تستمر الدورة. (أمال، 2022م، ص 210)

ويواجه الأفراد المزيد من الضغوط لاستخدام دخلهم من أجل الوصول إلى فئة اجتماعية مرغوبة، وهذه مشكلة لاسيما في السياق الذي يحكم فيه على الفرد بنوعية حياة منخفضة لفشله في تحقيق مكانة في الطبقة المتوسطة، في تلك الحالات يمكن أن تكون الضغوط على الأفراد والأسر لكي تنفق من أجل تحقيق وضع ما ضعوطاً مكثفة.

وهكذا يستلزم الإنتماء إلى طبقة اجتماعية معينة استهلاك مجموعة من السلع والخدمات الضرورية، وفي مثل هذا العالم هناك عملية دينامية يتم عن طريقها تحديث هذه المجموعة وتوسيعها وتعديلها من السلع والخدمات ويشار إلى هذه العملية الديناميكية في الاقتصاد باستهلاك الوضع، أو استهلاك المكانة، أو الاستهلاك النسبي أو الاستهلاك التنافسي، والميزة الرئيسية في هذه المناهج هي أن الاستهلاك يؤدي إلى الرفاهية والرضا ليس على أساس مستواه المطلق ولكن دائماً في علاقته بمستوى الاستهلاك الذي حققه الآخرون. (أحمد، 2018م، ص 52)، وهكذا لا يمكن للمجتمع الاستهلاكي إلا أن يكون مجتمع الاستهلاك والإفراط، وبالتالي مجتمع الهدر والتبذير، فكلما كان نظام حياة الأشخاص أكثر سلاسة زادت حاجتهم الى عناصر تصلح للاستهلاك من أجل حماية رهاناتهم وتأمين أفعالهم ضد العواقب غير المتوقعة، ومع ذلك فإن

الإسراف يضيف مزيداً من عدم اليقين بشأن الخيارات التي كان من المفترض إلغائها، أو في الأقل تخفيفها أو التقليل من أضرارها. (إيمان، 2023م، ص 245)

وتتميز ثقافة الترشيد الاستهلاكية بضغط مستمر لتكون شخصاً آخر، تركز الأسواق الاستهلاكية على التخفيض الفوري لقيمة عروضها السابقة لإفراغ موقع معين من أجل ملئه بالعروض الجديدة التي يطلبها العموم، أمّا تولد عدم الإشباع فيما يتعلق بالمنتجات التي يستخدمها المستهلكون لإشباع حاجتهم، كما أنّها ترزع استياءً مستمراً من الهوية المكتسبة ومجموعة الحاجات التي يتم من خلالها تحديد هذه الهوية، أن تغير الهوية والتخلي عن الماضي والبحث عن بدايات جديدة والنضال من أجل الولادة من جديد كلها أشياء تروج لها هذه الثقافة كواجب متكرر في هيئة امتياز.

والخدمة الاجتماعية باعتبارها مهنة تهدف إلى تنمية المجتمعات بتفادي التحديات المهددة لها أفراداً وجماعات وذلك باستثمار الطاقات الشخصية والبيئية بهدف ترشيد الاستهلاك نجد أن دورها في هذا المجال ما يلي:

أ- تسهم مهنة الخدمة الاجتماعية في تهيئة المناخ الملائم للتخطيط للتنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق تبصير الناس بحقوقهم وواجباتهم وبدورهم في ترشيد الاستهلاك وإشعارهم بمسؤولياتهم والمشاركة الجماعية حتى يمكن تحقيق النمو السريع الذي يؤدي إلى تحقيق الأهداف.

ب- تهتم الخدمة الاجتماعية في ترشيد الاستهلاك بعملية التنسيق لتحقيق التكامل بين خطط الأجهزة المختلفة وجهودها توفيراً للوقت والجهد والمال.

ج- الخدمة الاجتماعية بمفهومها المعاصر تساعد الأفراد والجماعات والمجتمعات على بلوغ أقصى درجة ممكنة من الرفاهية الاجتماعية والعقلية والجسمية وهي في هذا تستخدم طرقاً منهجية خاصة تهتم في الممارسة المهنية من خلال الوقوف على التفاعل الديناميكي بين العوامل الشخصية والبيولوجية أو السيكولوجية وبين ترشيد الاستهلاك.

د-تضع الخدمة الاجتماعية في حسابها ضرورة التعبير عن حاجة الناس الى حاجة معينة وتتوصل في تحقيقها بأجهزتها المنظمة التي تنتشر في المجتمع وتعدد تخصصاتها وتلتزم بالأسس المهنية السليمة لترشيد الاستهلاك وللخدمة الاجتماعية دور كبير في عمليات الثقافة الاستهلاكية التي يتم التخطيط لها وهذا الجانب تدعمه الخدمة الاجتماعية بورها من حيث تهيئة المناخ الملائم لترشيد الاستهلاك المطلوب عبر منهج علمي سليم وأساليب مهنية، يتبعها ممارسو الخدمة الاجتماعية من الأخصائيين الاجتماعيين الأكفاء والمؤهلين بخبرات ومهارات لازمة لسير العمل المهني، ويأتي تعامل الخدمة الاجتماعية مع تلك المناهج والأساليب من أجل ترشيد الاستهلاك لكافة أفراد المجتمع، بلوغاً لتغيير اجتماعي إيجابي يحول المجتمع من حالة اللارفاهية الى حالة من التنمية الاجتماعية والازدهار الحضاري. (جمال، 2021م، ص 28)

وعندما تسعى الخدمة الاجتماعية إلى إحداث ترشيد الاستهلاك في النظام الاجتماعية المتعددة، فأنها تعزز من قوة تلك النظم في مواجهة المشكلات الاجتماعية التي تعترض المجتمعات وتسهم في تنمية الموارد البشرية المتصلة بتلك النظم، ويأتي ذلك من خلال تفعيل البرامج التي تهتم بإنماء الأفراد والجماعات والمجتمعات وتهيئتهم اجتماعياً ونفسياً، وبما يعزز لديهم الثقة بأنفسهم وبقدرتهم على إحداث تغيير في الاتجاهات والسلوك بالدرجة التي تقود إلى تعزيز ونهضة المجتمع وبما يعمل على غرس القيم الإيجابية بنفوسهم، ومن ثم تحويل الاهتمامات صوب تعزيز الثقافة الاستهلاكية وترشيدها. (جمال، 2021م، ص 29)

والأخصائي الاجتماعي يلعب دور كبير في إرشاد الأفراد والأسر خاصة ذات الدخل المحدود الى كيفية التخطيط وترشيد الاستهلاك وكبح الجموح السلوك الاستهلاكي الغير ضروري أو الذي يؤثر على ميزانية الأسرة، وذلك من خلال الإقناع الذاتي والضبط النفسي من أجل حماية المستهلك وتحسين سلوكه.

7- المجالات التي تتطلب ترشيد الاستهلاك من خلال برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لدى

طلاب المرحلة الإعدادية:

أ- ترشيد الاستهلاك الغذائي:

حيث يعتبر الغذاء من الأولويات الأساسية التي تؤثر على ميزانية الأسرة لذا يجب على الأسرة تدبير الموارد المالية عند شراء الغذاء وهذا يتطلب أن يكون الاستهلاك الغذائي رشيداً حيث يمد الإنسان باحتياجاته

من الطاقة ويوفر له احتياجات بناء أنسجته وتدريب ما يفقده ووقايته من الأمراض المختلفة، ولكي يكون الغذاء رشيداً، يجب أن يكون هناك توازن بين ما تحتويه الوجبات الغذائية اليومية من سعرات حرارية ومقدار ما يستفيد به الجسم من هذه السعرات نتيجة النشاط الحيوي، ويتم ذلك من خلال تنفيذ البرامج والأنشطة.

ب- ترشيد استهلاك المياه:

لقد أصبحت مشكلة المياه من المصادر الرئيسية للتهديد في المنطقة، حيث إن نقص المياه في الوطن العربي له أهمية كبرى وخاصة في المنطقة التي تزداد سكانياً، ونظراً لأهمية المياه وتقلها الاقتصادي والسياسي، فهي تشكل تحدياً رئيسياً في الوقت الحاضر، وتأسيساً على ذلك فيجب علي أخصائي العمل مع الجماعات غرس ثقافة الاستهلاك الرشيد للمياه لدي كل الأفراد وخاصة أفراد المرحلة الإعدادية، فهم في أشد الحاجة للتبصرة والتوعية.

وهذا يتطلب تنفيذ بعض الأنشطة للتوعية بفوائد الماء: (النظافة، الاستحمام، الشرب، الري، الطهي، وسائل المواصلات التي تسير في الماء)، توجيه الفرد مباشرة إلى إغلاق صنابير الماء عند رؤيته مفتوحاً وعند الانتهاء من استخدامه، حث الطفل على إتباع آداب استخدام الماء، تكافئ الفرد الذي يغلق صنابير المياه تلقائياً أمام جميع طلاب المرحلة الإعدادية، توجه الفرد إلى عدم فتح الصنابير كاملاً أثناء استعمال المياه، تروي قصة أثناء استخدامها استراتيجية الفصول الأربعة في المنهج الجديد تبين فيها أهمية المياه في جميع فصول السنة.

ج- ترشيد استهلاك الكهرباء:

يتمثل ترشيد استهلاك الكهرباء لدي طلاب المرحلة الإعدادية في عدم الإسراف في استخدام الإضاءة أو الأجهزة الكهربائية المنتشرة بالمنزل، في ضوء حماية الأسرة من زيادة فواتير الكهرباء، وهناك بعض النصائح لتوعية طلاب الإعدادية بترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية مثل: عدم ترك الإضاءة ليلاً، عدم استخدام الإضاءة نهاراً، تعويد الأبناء على التجمع في غرفة المعيشة، عدم تشغيل الأجهزة الكهربائية.

وهذا يتطلب توجيه الفرد إلى إطفاء المصابيح المضاعة دون الحاجة إليها، توجيه الطفل إلى إطفاء التلفاز عند عدم مشاهدته أو الحاجة إليه، عدم تشغيل المكيفات لفترات طويلة أو عندما يكون الجو معتدلاً.

د- ترشيد استهلاك (صرف) النقود:

يقصد بترشيد استهلاك النقود (الطريقة التي تستخدم لتقسيم النقود لصرفها) لذا لا بد من أن تنمي وعي طلاب المرحلة الإعدادية بأهمية النقود للأسرة، والمساعدة على اكتساب الطلاب اتجاهات إيجابية للمحافظة على الأملاك العامة والخاصة والسلع والإحساس الاجتماعي بالمجتمع ومشكلاته.

هـ- ترشيد استهلاك الورق:

إن الحاجة مستمرة من حيث الطلب على الورق ومنتجاته: كإحدى السلع الاستهلاكية كثيرة الاستخدام وقد شاب تلك السلعة تقلب الأسعار وندرة مواردها الطبيعية؛ لذا من الضروري ترشيد استخدامها لتبقى في حوزة الطالبين لها ويجب الترشيد في استخدام الورق وذلك من منطلق أنه يمثل هدراً اقتصادياً يمكن الاستفادة منه وهدراً بيئياً يمكن تلافي آثاره السيئة لذا يجب الترشيد في استخدامه في الأجهزة الحكومية وفي الحياة العامة لأفراد المجتمع.

و- ترشيد استهلاك الطاقة:

إن مصادر الطاقة غير متجددة ولذلك؛ يفترض ترشيد سياسة استخدام الطاقة باتخاذ إجراءات تقنين استهلاكها، ويقصد بترشيد استهلاك الطاقة المجموعة الإجراءات والتدابير المتخذة بهدف استخدام الطاقة بالشكل الأمثل والحد من الهدر وهو يدل على الاستخدام العقلاني للطاقة.

ز- ترشيد استهلاك الوقت:

تعد قيمة تنظيم الوقت والحد من تضييعه من أهم جوانب الترشيد التي يجب غرسها في أطفالنا ومنها احترام المواعيد وخاصة في العمل من بدايته حتى الانصراف ونغرس فيهم احترام الوقت لأنه من أهم عوامل النجاح، وذلك من خلال إنجاز الأنشطة من بدايتها حتى نهايتها بالميعاد المحدد. (الموسي، 2012م، ص 277، ويقوم أخصائي طريقة العمل مع الجماعات بدور مهم في غرس قيمة ترشيد استهلاك الوقت لدى الطفل من خلال: إتباع التسلسل الزمني خاصة عند سرد القصص وعرض المسرحيات وتعريف الطالب بالوقت المحدد له عند تمثيل مسرحية مثلاً، تكليف الأطفال بأنشطة معينة تتطلب زمناً لأدائها وتخصص لكل طالب فترة زمنية

مناسبة وفقاً لقدرته على إنجاز هذا العمل مثل تجميع الأدوات والمواد بعد الانتهاء من النشاط، توجيه الطالب إلى عدم إهدار الوقت أمام التلفاز، وعدم تناول الطعام أمام التلفاز، وتوعية الطالب بأضرار التحدث في الهاتف لفترات طويلة، التأكيد على تناول الطالب الطفل لوجبة الإفطار داخل المدرسة في الوقت المحدد لها دون زيادة أو نقصان وتنبية الطالب باقتراب انتهاء الوقت.

8- دور طريقة خدمة الجماعة في تنمية الوعي بثقافة ترشيد الاستهلاك:

بالتناسب مع الدراسة الراهنة تعتبر الحقوق الأدبية أحد أشكال حقوق الإنسان خصوصاً الثقافة الاستهلاكية والتي تعتمد على القيم الانسانية لحياة الانسان كالعامل، الاختيار الحر لمكان العمل، مستوى حياة مناسب، الأمان الاجتماعي والتعليم، وتنفيذ حقوق الانسان ذاتها وكلها دون أي شك قيم لها وزنها لكي يتم ذكرها ضمن قائمة السلع والمطالب والحقوق الهامة للإنسان، غير في حالة الاتفاق على هذه القيم الأساسية فإنه لا يمكن التوصل بسهولة إلى الواجبات الخاصة الناجمة عن هذه الحقوق التي يمكن من خلال برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تحقيقها لترشيد الثقافة الاستهلاكية ومنها:

أ- الحق في حرية التفكير وإبداء الرأي، الحق في حرية العقيدة والعبادة، الحق في الانتخاب والتمثيل النيابي، الحق في تكوين الأحزاب السياسية والنقابات والجمعيات.

ب- الحق في الحياة، الجنسية، المساواة، حرمة الحياة الخاصة، العدالة، الحق في التنقل والحق في تداول المعلومات.

ج- الحق في الملكية الخاصة، الحق في التعليم، الحق في الرعاية الصحية، الحق في العمل، الحق في الضمان الاجتماعي، حماية وصون الأسرة، الحق في بيئة نظيفة.

د- الحق في الإرتياحية، يفرض بما أن المستهلك تكون لديه القدرة على الحصول على الخدمات والبضائع المناسبة بطريقة سهلة وميسرة يشعر فيها بالراحة.

هـ- الحق في الضمان والأمان، بمعنى أن من حق المستهلك الحصول على شهادة ضمان تؤكد أمن وأمان الخدمة أو المنتج.

و-الحق في المعلومات، ويقصد بها حق المستهلك في الحصول علي معلومات صحيحة وآمنة وكافية تجاه الخدمات والبضائع والمنتجات أو مقدمي الخدمة التي اشتراها.

ز-الحق في الحماية، وهو حق أصيل للمستهلك أن يشعر بالحماية ضد أخطار الخدمات أو المنتجات التي يحصل عليها.

ح-الحق في الشكوى، بمعنى أن تكون لدى المستهلك القدرة على إبداء شكواه لبائع البضائع والمنتجات أو مقدمي الخدمات التي اشتراها.

كما يجب على أخصائي العمل مع الجماعات أن يحرص على أن تنطلق البرامج والأنشطة من خلال قانون حماية المستهلك وهي:

حق المستهلك في الصحة والسلامة عند استعماله العادي للخدمات والمنتجات.

حقه في الحصول على البيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها.

حقه في الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات.

حقه في الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد.

حقه في الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.

حقه في المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك.

حق في رفع الدعاوى القضائية عند كل ما من شأنه الاخلال بحقوقه والإضرار بها.

حقه في اقتضاء وتعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله من جراء شراء أو استخدام

المنتجات أو تلقي الخدمات. (جهاز حماية المستهلك، ٢٠١٤م، ص ١٤)

وتحدد أنماط حقوق المستهلك أيضاً فيما يلي:

حق الاختيار: حيث أن من حق المستهلك أن يختار ويفاضل بين السلع والخدمات وفق إمكانياته وقبوله

لنوعيتها وحالتها وسعرها.

حق التعويض: وبموجبه يكون للمستهلك الحق في الحصول على تسوية عادلة مشروعة والمطالبة بالتعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية.

حق المقاطعة: ويعني حق المستهلك في مقاطعة وعدم استخدام أو اقتناء أي منتج أو خدمة أو سلعة لا تلبي حاجاته وتشبع رغباته.

وترى الباحثة أن حقوق المستهلك لا تنفصل بأي شكل من الأشكال عن حقوق الإنسان بشكل عام، فالمستهلك لديه العديد من الحقوق المادية والمعنوية والتي تستلزم تضافر كل الجهود الحكومية وغير الحكومية في حمايتها، فحماية حقوق المستهلك هي مسئولية اجتماعية تكاملية تحتاج إلى المشاركة من كل المؤسسات في المجتمع حتى تكون فعالة في حياة المستهلك، لذا فإنه على أخصائي طريقة العمل مع الجماعات أن يحرص على أن تتضمن البرامج والأنشطة الاجتماعية تنمية الوعي بترشيد ثقافة المستهلك في ضوء أنماط حقوق المستهلك. ولضمان نجاح هذه البرامج والأنشطة في تحقيق أهدافها نحو تنمية الوعي بترشيد الثقافة الاستهلاكية لا بد من:

- إقامة تحالف بين وسائل الإعلام الرسمية ومنظمات المجتمع المدني ذات علاقة، في مقدمتها جمعيات حماية المستهلك.
- دراسة الأولويات في ثقافة المستهلك ووضع الخطط و البرامج الإعلامية التي تؤثر في سلوكه بما يحقق عقلنة و ترشيد السلوك الاستهلاكي.
- منع بث أو نشر الاعلانات التجارية القائمة على الخداع، الغش، التضليل.
- تشجيع الأخصائيين الاجتماعيين على التخصص في مجال الإعلام الاستهلاكي وأنماط التسوق والاستهلاك، المتغيرات التي تحكم سلوك المستهلك في الظروف العادية والخاصة.
- تنمية دور الرسالة الإعلامية المدعمة برأي وإرشادات المتخصصين في مجال الأدوية، الصحة العامة، القوانين والأنظمة والإجراءات التي توفر الحماية القانونية والقضائية للمستهلك.

- لتعزيز دور مهنة الخدمة الاجتماعية في حماية المستهلك، لابد من إتباع المنهجية العلمية التي تقوم على تحديد المشكلة، أو القضية الاستهلاكية، جمع وتحليل المعلومات من قبل أخصائيين مؤهلين، استخراج النتائج ونشرها عبر وسائل الإعلام المتاحة.
- الاهتمام بتنمية دور الإعلام الاجتماعي الإلكتروني في حماية المستهلك نظراً للدور الكبير لهذا النوع الحديث من الإعلام المؤثر في اتجاهات المستهلكين، لما يتيحه يومياً وعلى مدار الساعة مع الاطلاع على آخر التطورات من أسعار السلع والخدمات، وإمكانيات التسوق والشراء عبر شبكة الإنترنت.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من أنماط الدراسات الوصفية التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة ما أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأوضاع من أنسب الدراسات لهذه الدراسة (مختار، 1995م، ص 265)، وتستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة من خلال جمع البيانات عنها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى النتائج وإمكانية تعميمها. (بوخاري، 2011م، ص 48)

2- منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي **social survey** كأحد المناهج المستخدمة الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية، والذي يهتم بوصف الظواهر الموجودة في جماعة معينة، وفي مكان معين، ويتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء المسح وليست ماضية، كما يغلب عليها الصفة العملية حيث يستفاد بالمسح الاجتماعي في جمع الحقائق عن الظاهرة الاجتماعية بعد أن تكون قد أجريت بحوث كشفية عليها. (مختار، 1995م، ص 156)

3- أدوات الدراسة:

تعد الأداة الوسيطة العلمية التي يستخدمها الباحث في جمع بياناته من المفردات في المجتمع الذي يحدده (عويس، 1994م، ص 197)، وفي هذه الدراسة استخدمت الباحثة استمارة استتبار فرضتها طبيعة المنهج

المستخدم ونوع الدراسة وعينة الدراسة من جهة وأهداف البحث من جهة أخرى، قامت الباحثة بالتأكد من ثبات الإستمارة بتطبيق الإستمارة على عدد (10) مفردات كتجربة أولى، وقامت الباحثة بإعادة الإختبار بعد (15) خمسة عشرة يوماً على نفس العينة، وتم حساب معامل الثبات طبقاً لمعادلة (جتمان) الآتية:

$$\text{معامل الثبات جتمان} = 1 - \frac{\text{عدد الأخطار}}{\text{عدد الأسئلة} \times \text{عدد المبحوثين}}$$

$$\text{معامل الثبات جتمان} = 1 - \frac{0.87}{10 \times 17} = 0.87 \text{ وهو معامل ثبات صالح}$$

$$\text{الصدق الإحصائي} = \text{معامل الثبات} = 0.93$$

وبذلك يكون معامل الصدق والثبات مقبولين، مما يدل على صدق الإستمارة وثباتها وصلاحياتها للتطبيق.

حيث قامت الباحثة بالتأكد من ثبات الاستمارة بنفس الطريقة سالفة الذكر وجاء معامل الثبات جتمان يساوى 0.87 وهو معامل ثبات صالح من ثم أصبح الصدق الإحصائي يساوى 0.93.

وبذلك يكون معامل الصدق والثبات مقبولين، مما يدل على صدق الإستمارة وثباتها وصلاحياتها للتطبيق.

4-مجالات الدراسة:

1-المجال المكاني:

كلية النصر فيكتوريا القسم الإعدادي - إدارة المنتزة التعليمية - محافظة الإسكندرية.

2-المجال البشرى:

عينة عشوائية من طلاب القسم الإعدادية بكلية النصر فيكتوريا وعددهم (63) مفردة وقد تم اختيارهم بمشاركة الأخصائي الاجتماعي للقسم الإعدادي في ضوء نشاطهم الاجتماعي ومشاركتهم والأنشطة ومواظبون على الحضور بشكل منتظم ولديهم استعداد المشاركة في إجراء الدراسة فضلاً عن أنه تم اختيار الطلاب المتفوقين دراسياً من خلال ملفاتهم الموجودة لدى الأخصائي الاجتماعي.

3-المجال الزمني:

فترة جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها في الفترة من 2202/2/10م حتى 2022/3/10م.

تاسعاً: تحليل وتفسير نتائج الدراسة:

الجدول رقم (2) يوضح خصائص عينة الدراسة

ن = 63

م	الفئة	النوع	التكرار	النسبة
1	الجنس	-ذكر	22	34.9%
		-أنثى	41	65.1%
2	المرحلة الدراسية	-الفرقة الأولى	8	12.6%
		-الفرقة الثانية	24	38%
		-الفرقة الثالثة	31	49.4%
3	نوعية الشراء التي تقوم بها من الأسواق	-شخصية	32	50.7%
		-منزلية	17	26.9%
		-أسرية	14	22.4%

4	نمط عملية الشراء من الأسواق الاستهلاكي	-الاستهلاك الفعلي	25	39.6%
		-الاستهلاك الترفيهي	17	26.9%
		-الاستهلاك التفاخري	21	33.5%
5	كيفية الشراء الاستهلاكي	-الشراء الاستهلاكي التقليدي	45	71.4%
		-الشراء الاستهلاكي الإلكتروني	7	41.1%
		-الشراء الاستهلاكي الدليفري	11	17.5%

الجدول رقم (2) يوضح خصائص عينة الدراسة وقد تبين ما يلي:

1- إن 65.1% من عينة الدراسة من الطلبة الإناث، 34.9% منهم من الذكور.

2- النسبة للفرقة الدراسية فقد تبين أن 49.4% بالفرقة الثالثة، 38% بالفرقة الثانية، و12.6% بالفرقة الأولى.

3- أما بالنسبة لتوعية الشراء الذي تقوم به عينة الدراسة من الأسواق نجد أن 50% منهم يقومون بشراء مستلزمات شخصية، 26.9% مستلزمات منزلية، 22.4% أسرية.

4- بالنسبة لنمط عملية الشراء الاستهلاكي من الأسواق فقد تبين أن 39.6% يقومون بالاستهلاك الفعلي، 33.5% الاستهلاك التفاخري، 26.9% الاستهلاك الترفيهي.

5- أما عن كيفية الشراء الاستهلاكي فقد تبين أن 71.4% منهم الشراء الاستهلاكي التقليدي، 17.5% الشراء الاستهلاكي الدليفري، 11.1% الشراء الاستهلاكي الإلكتروني.

الجدول رقم (3) يوضح أهمية تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبارة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
9	90.4%	2.7	171	6	6	51	إمكانية عمل توازن في الشراء بين المطلوب الفعلي وبين احتياجات أفراد الأسرة	1
7	91.5%	2.7	173	6	4	53	الترشيد الاستهلاكي يسهم في عدم الإهدار أو التلف ويقلل الاستهلاك الشخصي	2
5	97.6%	2.8	177	5	2	56	نشر الوعي على مستوى الأفراد والجماعات بآليات ترشيد وعائده الإيجابي	3
3	95.2%	2.8	180	4	1	58	حث الأفراد والجماعات على أهمية ترشيد الاستهلاك للمحافظة على المجتمع ولا تخدمه بسبب الإسراف الاستهلاكي	4

10	88.3%	2.6	167	8	6	49	5	أن يتم الشراء وفقاً للاحتياجات ولتحقيق المتطلبات المناسبة دون تبذير استهلاكي
1	97.8%	2.9	185	1	2	60	6	ترشيد الاستهلاك يعتبر قيمة أساسية تحكم السلوك الفردي والجماعي
6	93.1%	2.7	176	5	3	55	7	عدم الاقتناع بكل ما يظهر في الإعلانات التجارية كونها وسيلة ضغط وجذب غير مرغوبة للأفراد
4	94.7%	2.8	179	4	2	57	8	ثقافة الاستهلاك تجعل الفرد والجماعة يقومون بترشيد حقيقي لاستهلاكه وفقاً لنمط حياته
2	96.2%	2.8	182	3	1	59	9	قناعة الفرد بأن الإسراف الاستهلاكي من مظاهر استنزاف الموارد الاقتصادية للأسرة والمجتمع
8	91%	2.7	172	6	5	52	10	إتباع الطرق المثالية المناسبة للتسوق بالأسعار الإجمالية

الجدول السابق رقم (3) يوضح أهمية تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية وجاء في المرتبة الأولى وبنسبة (97.8%) ترشيد الاستهلاك يعتبر قيمة أساسية تحكم السلوك الفردي والجماعي، وفي المرتبة الثانية وبنسبة 96.2% فناعة الفرد بأن الإسراف الاستهلاكي من مظاهر استنزاف الموارد الاقتصادية للأسرة والمجتمع، وفي المرتبة الثالثة وبنسبة (95.2%) حث الأفراد والجماعات على أهمية ترشيد الاستهلاك للمحافظة على المجتمع ولا تقدمه بسبب الإسراف الاستهلاكي، واتفقت نتائج وآراء عينة الدراسة مع نتائج بعض الدراسات السابقة منها دراسة (أحمد زايد، 2018م)، ودراسة (سليم عثمان، 2019م)، ودراسة (حنان محمد، 2020م)، ودراسة (Elda, 2021).

الجدول رقم (4) يوضح مؤشرات تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبرة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
4	90.4%	2.7	171	8	2	53	أساوم البائع بكل ما أقدر على تخفيض سعر السلعة التي أرغب في شرائها	1
6	86.7%	2.6	164	9	7	47	أسعى لمعرفة مدى جودة السلعة الحقيقية التي أريد شرائها ومنشأ صنعها	2
2	91.5%	2.7	173	5	3	54	أقوم بشراء السلعة الأقل ثمناً بصرف النظر عن منشأها	3
7	83.5%	2.5	158	11	9	43	أحرص على الذهاب للأسواق الأرخص سعاراً حتى لو كانت بعيدة	4
10	55%	1.6	104	34	17	12	أقرأ تاريخ الصلاحية على المواد الغذائية قبل اتخاذ قرار الشراء	5
9	74.6%	2.2	141	12	24	27	أعقد المقارنة بين السلع المعروضة في السوق إلى أدنى	6

							درجة وشراء السلع الأقل سعراً	
5	88.3%	2.6	167	8	6	49	أحرص على الشراء من العروض (تخفيض الأسعار) المتوفرة في الأسواق	7
8	82%	2.4	155	8	18	37	لا أدخل الأسواق إلا عندما أحدد قائمة احتياجات وألوياتي من السلع	8
1	92%	2.7	174	4	7	52	ألتزم بشراء السلع الموافقة لشروط السلامة في ضوء توجيهات الوالدين	9
3	91%	2.7	172	5	7	51	أفكر الذهاب للأسواق التي تعرض السلعة بطريقة أفضل حتى لو كانت مزدحمة	10

الجدول السابق رقم (4) يوضح مؤشرات تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية، وجاءت في المرتبة الأولى وبنسبة 92% ألتزم بشراء السلع الموافقة لشروط السلامة في ضوء توجيهات الوالدين، وفي المرتبة الثانية وبنسبة 91.5% أقوم بشراء السلعة الأقل ثمناً بصرف النظر عن منشأها، وفي المرتبة الثالثة وبنسبة 91% أفكر الذهاب للأسواق التي تعرض السلعة بطريقة أفضل حتى لو كانت مزدحمة، وفي المرتبة الرابعة وبنسبة 90.4% أساوم البائع بكل ما أقدر على تخفيض سعر السلعة التي أرغب في شرائها، وجاءت آراء عينة الدراسة لتتفق مع نتائج بعض الدراسات السابقة ومنها دراسة (عبد العزيز الشعبي، 2017م)، ودراسة (Sheth, 2018)، ودراسة (حنان محمد، 2020م).

الجدول رقم (5) يوضح مجالات تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبارة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
4	91.5%	2.7	173	7	2	54	ترشيد استهلاك النقود واستخدامها بحكمة وفق الاحتياجات الفعلية	1
2	94.1%	2.8	178	5	1	57	الترشيد في الغذاء بما يمد الفرد احتياجاته من الطاقة ووقايته من الأمراض المختلفة	2
1	94.7%	2.8	179	3	4	56	عدم الهدر في استهلاك المياه باستخدام كميات كبيرة دون داع	3
3	93.6%	2.8	177	4	4	55	الترشيد الاستهلاكي في الكهرباء خصوصاً نهاراً أو في ساعات الذروة	4
9	83%	2.4	157	12	8	43	الترشيد في استخدام الورق خصوصاً في المدارس وفي الحياة العامة لأفراد المجتمع	5

6	ترشيد استهلاك الطاقة واستخدامها بالشكل العقلاي الرشيد خصوصاً في المدارس	31	19	13	144	2.2	76.1%	10
7	توظيف الوقت في الاستفادة من خلال الأنشطة والبرامج اللاصفية أو القراءة وإشغال وقت الفراغ	49	3	11	164	2.6	86.7%	6
8	الترشيد في استهلاك الأدوات والأجهزة الإلكترونية داخل المنزل وفي المدرسة	51	6	6	171	2.7	90.4%	5
9	الحرص على ترشيد الاتفاق ويتم الاتفاق في المصلحة المفيدة دون إسراف	47	2	14	159	2.5	84.1%	8
10	الترشيد في استخدام البنية التحتية بالمدرسة والحفاظة عليها من الاستخدام السيء	46	8	9	163	2.5	86.2%	7

الجدول السابق رقم (5) يوضح مجالات تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية وجاء في المرتبة الأولى ونسبة 94.7% عدم الهدر في استهلاك المياه باستخدام كميات كبيرة دون داع، وفي المرتبة الثانية ونسبة 94.1% الترشيد في الغذاء بما يمد الفرد احتياجاته من الطاقة ووقايته من الأمراض المختلفة، وفي المرتبة الثالثة ونسبة 93.6% الترشيد الاستهلاكي في الكهرباء خصوصاً نهاراً أو في ساعات الذروة، وفي المرتبة الرابعة ونسبة 91.5% ترشيد استهلاك النقود واستخدامها بحكمة وفق الاحتياجات

الفعلية، وتتفق آراء عينة الدراسة مع نتائج بعض الدراسات السابقة منها دراسة (أميرة محمد، 2020م)، ودراسة (غانم وعريد، 2010م).

الجدول رقم (6) يوضح الآثار المترتبة على عدم تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاكي ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبارة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
2	94.7%	2.8	179	4	2	57	الإسراف في استهلاك الغذاء يؤدي إلى تزايد انتشار أمراض العصر	1
7	89.4%	2.6	169	6	8	49	عدم تحقيق التوازن النفسي لمستهلك السلع يؤدي بالفرد إلى إدمان التسوق الإلكتروني	2
10	79.8%	2.3	151	13	12	38	زيادة اسلاهملاك والخدمات يؤدي إلى زيادة طلب السلع	3
1	96.2%	2.8	182	2	3	58	التبذير والإسراف في الاستهلاك يؤدي إلى فساد أفراد المجتمع	4

8	85.7%	2.5	162	11	5	47	النهم في الاستهلاك وعدم ترشيده يؤدي إلى الاختلال بالتوازن البيئي	5
9	82%	2.4	155	14	6	43	هجوم الثقافة الاستهلاكية يؤدي إلى مخاطر اجتماعية على الأسرة	6
3	94.1%	2.8	178	1	9	53	عدم ترشيد الاستهلاك يؤدي إلى وقوع الأسرة في براثن الافتراض مما يؤثر على كيان الأسرة	7
6	90.4%	2.7	171	5	8	50	هدر المستهلك للمال وخسارته في حالة فشل المنتج	8
4	93.6%	2.8	177	4	4	55	إرباك ميزانية الأسرة من خلال استهلاك العديد من السلع التي لا معنى لها	9
5	91.5%	2.7	173	5	6	52	تؤدي سيادة ثقافة الاستهلاك إلى إهتبار المقومات الأساسية للدخار والاستثمار الأسري	10

الجدول السابق رقم (6) يوضح الآثار المترتبة على عدم تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك، وجاء في المرتبة الأولى وبنسبة 96.2% التبذير والإسراف في الاستهلاك يؤدي إلى فساد أفراد المجتمع، وفي المرتبة الثانية وبنسبة 94.7% الإسراف في استهلاك الغذاء يؤدي إلى تزايد انتشار أمراض العصر، وفي المرتبة الثالثة وبنسبة

94.1% عدم ترشيد الاستهلاك يؤدي إلى وقوع الأسرة في براثن الافتراض مما يؤثر على كيان الأسرة، وتتوافق آراء عينة الدراسة مع نتائج دراسة (John, 2017)، ونتائج دراسة (Sheth, 2018)، ونتائج دراسة (سحر توفيق، 2019م).

الجدول رقم (7) يوضح وسائل تنفيذ برامج وأنشطة تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك من منظور طريقة العمل مع

الجماعات لطلاب المرحلة الإعدادية ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبارة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
4	92%	2.7	164	5	5	53	إلقاء محاضرات تثقيفية في المدارس والأماكن العامة لتنمية الوعي بترشيد الاستهلاك	1
6	84.1%	2.5	159	10	10	43	عقد ندوات توعوية تهتم بمجالات ثقافة ترشيد الاستهلاك	2
7	86.2%	2.5	163	12	2	49	تنظيم حملات جماهيرية بالميادين العامة للتوعية بأهمية ترشيد الاستهلاك	3

3	94.1%	2.8	178	5	1	57	مخاطبة أعضاء الجماعة بأهمية الوازع الديني في ترشيد الاستهلاك	4
1	95.7%	2.8	181	3	2	58	استخدام مختلف وسائل التواصل التقليدية والإلكترونية لتسهيل عملية نشر المعلومة عن ترشيد الاستهلاك	5
10	81.4%	2.4	154	14	7	42	أن تراعي الحملات التوعوية لترشيد الاستهلاك الوقت المناسب لتوفير الكم المطلوب من المعلومات للجماعات بالمجتمع	6
5	89.4%	2.6	169	8	4	51	الاستجابة السريعة لتسؤلات الجمهور حول أهمية ترشيد الاستهلاك	7
8	83.5%	2.5	158	10	11	42	فهم ثقافة سكان المجتمع لاستخدام اللغة والأسلوب المناسب في عرض المعلومة	8
9	82%	2.4	155	10	14	39	توفير مادة علمية لتثقيف المشاركين في البرامج لتنفيذ أنشطة الحملات التوعوية	9

2	94.7%	2.8	179	3	4	56	10	استخدام أساليب تأثير وإقناع ذات جاذبية وواقعية عن ترشيد الاستهلاك
---	-------	-----	-----	---	---	----	----	---

الجدول السابق رقم (7) يوضح وسائل تنفيذ برامج وأنشطة تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك من منظور طريقة العمل مع الجماعات لطلاب المرحلة الإعدادية، وقد جاءت في المرتبة الأولى ونسبة 95.7% استخدام مختلف وسائل التواصل التقليدية والإلكترونية لتسهيل عملية نشر المعلومة عن ترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الثانية ونسبة 94.7% استخدام أساليب تأثير وإقناع ذات جاذبية وواقعية عن ترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الثالثة ونسبة 94.1% مخاطبة أعضاء الجماعة بأهمية الوازع الديني في ترشيد الاستهلاك، وتتوافق آراء عينة الدراسة مع نتائج بعض الدراسات السابقة منها نتائج دراسة (مرعي وخليفة، 2013م)، ونتائج دراسة (عبد الرحيم، 2018م)، ونتائج دراسة (هورث، 2018م)، ونتائج دراسة (oksana, 2019).

الجدول رقم (8) يوضح آليات برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية ثقافة الترشيح الاستهلاكي

لطلاب المرحلة الإعدادية ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبارة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
5	94.7%	2.8	179	4	2	57	إقامة تعاون بين برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات وجمعيات حماية المستهلك للاستفادة من خبراتها	1

2	دراسة وتطبيق الأوليات في ثقافة ترشيد الاستهلاك ضمن البرامج والأنشطة الجماعية	52	4	7	171	2.7	90.4%	9
3	وضع وتصميم وتنفيذ برامج وأنشطة التي تؤثر في سلوك عضو الجماعة بما يحقق عقلنة وترشيد السلوك الاستهلاكي	60	2	1	185	2.9	97.8%	2
4	توعية جماعات الطلاب بعدم الخداع والغش والتضليل للإعلانات التجارية	59	3	1	184	2.9	97.3%	3
5	تشجيع أخصائي العمل مع الجماعات على التثقيف بأنماط التسوق والاستهلاك	60	3	-	186	2.9	98.4%	1
6	استضافة المتخصصين في الرسالة الإعلامية ضمن برامج الجماعات للإرشاد في مجال الغش في الأدوية والصحة	58	1	4	180	2.8	95.2%	4
7	تنمية وعي الجماعات بالمتغيرات التي تحكم سلوك المستهلك في الظروف العادية والخاصة	55	4	1	174	2.7	92%	7

8	91.5%	2.7	173	5	6	52	أن تحرص طريقة العمل مع الجماعات على إتباع المنهجية العلمية لتحديد المشكلة الاستهلاكية	8
6	92.5%	2.7	175	6	2	55	الاهتمام بتنمية ثقافة الترشيد الاستهلاكي إلكترونياً لحماية المستهلك	9
10	86.2%	2.5	163	12	2	49	تنمية ثقافة الوعي الاستهلاكي بأسلوب الحماية من خلال المؤسسات ذات العلاقة	10

الجدول السابق رقم (8) يوضح آليات برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية ثقافة الترشيد الاستهلاكي لطلاب المرحلة الإعدادية، وجاءت في المرتبة الأولى وبنسبة 98.4% تشجيع أخصائي العمل مع الجماعات على التثقيف بأنماط التسوق والاستهلاك، وفي المرتبة الثانية وبنسبة 97.8% وضع وتصميم وتنفيذ برامج وأنشطة التي تؤثر في سلوك عضو الجماعة بما يحقق عقلنة وترشيد السلوك الاستهلاكي، وفي المرتبة الثالثة وبنسبة 97.3% توعية جماعات الطلاب بعدم الخداع والغش والتضليل للإعلانات التجارية، وتتوافق هذه الآراء مع نتائج دراسة (القرشي وخزيم، 2020م)، ودراسة (الصياد، 2020م).

الجدول رقم (9) يوضح المعوقات التي تواجه تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية ثقافة

الترشيد الاستهلاكي ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبارة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
7	92.5%	2.7	175	4	2	57	عدم قيام الأخصائي بتصميم برامج وأنشطة تتناول ثقافة ترشيد الاستهلاك	1
4	96.2%	2.8	182	3	1	59	ندرة تعاون جمعيات حماية المستهلك مع الأخصائي الاجتماعي للاشتراك في برامج العمل مع الجماعات	2
10	83%	2.4	157	12	8	43	عدم اهتمام أعضاء الجماعة بقضية ترشيد الاستهلاك	3
9	86.2%	2.5	163	12	2	49	عزوف بعض أعضاء الجماعة عن المشاركة في الحملات التوعوية لترشيد الاستهلاك	4

2	98.4%	2.9	186	1	1	61	5	قلة الدعم المادي لتنفيذ برامج وأنشطة التوعية بترشيد الاستهلاك
6	93.6%	2.8	177	5	2	56	6	عدم وجود الرغبة الحقيقية لدى بعض الجماعات في تغيير أنماط سلوكهم الاستهلاكي
5	95.7%	2.8	181	2	4	57	7	عدم إلمام الأخصائي الاجتماعي المشرف على البرامج والحملات التوعوية بالمهارات والأساليب الإقناعية لترشيد الاستهلاك
3	97.3%	2.9	184	2	1	60	8	نقص الخبرات لدى بعض الأخصائيين الاجتماعيين حول كيفية تنفيذ البرامج المرتبطة بترشيد الاستهلاك
1	99.4%	2.9	188	.	1	62	9	عدم وجود برامج تدريبية للأخصائيين الاجتماعيين تهتم بتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك
8	91.5%	2.7	173	6	4	53	10	تنفيذ البرامج والأنشطة والحملات لثقافة ترشيد الاستهلاك مجرد تنفيذها دون

								التركيز على المستهدفين الحقيقيين
--	--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------------

الجدول السابق رقم (9) يوضح المعوقات التي تواجه تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية ثقافة الترشيد الاستهلاكي، وجاءت في المرتبة الأولى وبنسبة 99.4% عدم وجود برامج تدريبية للأخصائيين الاجتماعيين تهتم بتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الثانية وبنسبة 98.4% قلة الدعم المادي لتنفيذ برامج وأنشطة التوعية بترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الثالثة وبنسبة 97.3% نقص الخبرات لدى بعض الأخصائيين الاجتماعيين حول كيفية تنفيذ البرامج المرتبطة بترشيد الاستهلاك، وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع آراء ونتائج بعض الدراسات السابقة ومنها دراسة (عمر محمود، 2017م)، ودراسة (على عبد الله، 2018م)، ونتائج دراسة (Sheth, 2018).

الجدول رقم (10) يوضح المقترحات التي تسهم في التغلب على معوقات تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع

الجماعات لتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك ن=63

الترتيب	القوة النسبية	الوزن المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابات			العبارة	م
				غير موافق	إلى حد ما	موافق		
9	90.4%	2.7	171	8	2	53	زيادة الوعي الديني لدى الأسر المصرية بالاعتدال في الإنفاق الاستهلاكي لا إفراط ولا تفريط	1
5	95.2%	2.8	180	3	3	57	أن تحرص الدولة للحد من ارتفاع الأسعار ومحاربة جشع التجار	2
7	93.6%	2.8	177	5	2	56	الاهتمام بتوجيه أنماط الاستهلاك ونشر الثقافة الاستهلاكية	3
3	97.8%	2.9	185	1	2	60	قيام وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والإلكترونية بالدور الإيجابي لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك	4

4	96.2%	2.8	182	2	3	58	قيام المؤسسات المجتمعية بالعمل التوعوي والتربوي والإرشادي بدور فعال في نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك	5
6	94.7%	2.8	179	2	6	55	تنفيذ برامج وأنشطة اجتماعية لثقافة ترشيد الاستهلاك بين الطلاب	6
10	89.4%	2.6	169	6	8	49	إعداد الدراسات النظرية والميدانية في موضوعات ثقافة ترشيد الاستهلاك	7
2	98.4%	2.9	186	1	1	61	تفعيل دول الأسرة في التنشئة الاجتماعية لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك	8
1	99.4%	2.9	188	.	1	62	الحوار الأسري الدائم مع الأبناء يومياً حول مفاهيم ثقافة ترشيد الاستهلاك	9
8	92%	2.7	174	6	3	54	عقد دورات تدريبية للأخصائيين الاجتماعيين تناول ثقافة ترشيد الاستهلاك في المجال التوعوي والممارسة	10

الجدول السابق رقم (10) يوضح المقترحات التي تسهم في التغلب على معوقات تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك، وجاءت في المرتبة الأولى ونسبة 99.4% الحوار الأسري الدائم مع الأبناء يومياً حول مفاهيم ثقافة ترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الثانية ونسبة 98.4% تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الثالثة ونسبة 97.8% قيام وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والإلكترونية بالدور الإيجابي لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الرابعة ونسبة 96.2% قيام المؤسسات المجتمعية بالعمل التوعوي والتربوي والإرشادي بدور فعال في نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك، وفي المرتبة الخامسة ونسبة 95.2% أن تحرص الدولة للحد من ارتفاع الأسعار ومحاربة جشع التجار.

عاشراً: النتائج العامة والإجابة على تساؤلات الدراسة:

1-الإجابة على التساؤل الأول ومفاده:

-ما مؤشرات تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية؟

وجاءت الإجابة على هذا التساؤل كما يلي:

أ-أهمية تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية:

-ترشيد الاستهلاك يعتبر قيمة أساسية تحكم السلوك الفردي والجماعي.

-قناعة الفرد بأن الإسراف الاستهلاكي من مظاهر استنزاف الموارد الاقتصادية للأسرة والمجتمع.

-حث الأفراد والجماعات على أهمية ترشيد الاستهلاك للمحافظة على المجتمع ولا تهمه بسبب الإسراف الاستهلاكي.

ب-مؤشرات تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية:

-التزم بشراء السلع الموافقة لشروط السلامة في ضوء توجيهات الوالدين.

-أقوم بشراء السلعة الأقل ثمناً بصرف النظر عن منشأها.

-أفكر بالذهاب للأسواق التي تعرض السلعة بطريقة أفضل حتى لو كانت مزدحمة.

2-الإجابة على التساؤل الثاني ومفاده:

-ما مجالات تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية؟

وجاءت الإجابة على هذا التساؤل كما يلي:

أ-عدم الهدر في استهلاك المياه باستخدام كميات كبيرة دون داع.

ب-الترشيد في الغذاء بما يمد الفرد باحتياجاته من الطاقة ووقاينته من الأمراض المختلفة.

ج-الترشيد الاستهلاكي في الكهرباء خصوصاً في المدارس وفي الحياة العامة لأفراد المجتمع.

3-الإجابة على التساؤل الثالث ومفاده:

-ما الآثار المترتبة على عدم تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طلاب المرحلة الإعدادية؟

وجاءت الإجابة على هذا التساؤل كما يلي:

أ-التبذير والإسراف في الاستهلاك يؤدي إلى فساد أفراد المجتمع.

ب-الإسراف في استهلاك الغذاء يؤدي إلى تزايد انتشار أمراض العصر..

ج-عدم ترشيد الاستهلاك يؤدي إلى وقوع الأسرة في براثن الافتراض مما يؤثر على كيان الأسرة.

4-الإجابة على التساؤل الرابع ومفاده:

-ما آليات برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية ثقافة الترشيح الاستهلاكي لطلاب المرحلة

الإعدادية؟

وجاءت الإجابة على هذا التساؤل كما يلي:

أ-وسائل تنفيذ برامج وأنشطة تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك من منظور طريقة العمل مع الجماعات لطلاب

المرحلة الإعدادية:

-استخدام مختلف وسائل التواصل التقليدية والإلكترونية لتسهيل عملية نشر المعلومة عن ترشيد الاستهلاك.

-استخدام أساليب تأثير وإقناع ذات جاذبية وواقعية عن ترشيد الاستهلاك.

-مخاطبة أعضاء الجماعة بأهمية الوازع الديني في ترشيد الاستهلاك.

ب-آليات برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية ثقافة الترشيد الاستهلاكي لطلاب المرحلة الإعدادية:

-تشجيع أخصائيي العمل مع الجماعات على التثقيف بأنماط التسوق والاستهلاك.

وضع تصميم وتنفيذ برامج وأنشطة التي تؤثر في سلوك عضو الجماعة بما يحقق عقلنة وترشيد السلوك الاستهلاكي.

-توعية جماعات الطلاب بعدم الخداع والغش والتضليل للإعلانات التجارية.

5-الإجابة على التساؤل الخامس ومفاده:

-ما المعوقات التي تواجه تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك؟ وجاءت الإجابة كما يلي:

أ-عدم وجود برامج تدريبية للأخصائيين الاجتماعيين تهتم بتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك.

ب-قلة الدعم المادي لتنفيذ برامج وأنشطة التوعية بترشيد الاستهلاك.

ج-نقص الخبرات لدى بعض الأخصائيين الاجتماعيين حول كيفية تنفيذ البرامج المرتبطة بترشيد الاستهلاك.

6-الإجابة على التساؤل السادس ومفاده:

-ما المقترحات التي تساهم في التغلب على معوقات تنفيذ برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك؟

وجاءت الإجابة كما يلي:

أ- الحوار الأسري الدائم مع الأبناء يومياً حول مفاهيم ثقافة ترشيد الاستهلاك.

ب- تفعيل دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك.

ج- قيام وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والإلكترونية بالدور الإيجابي لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك.

الحادي عشر: تصور مقترح لتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لطلاب المرحلة الإعدادية من منظور طريقة العمل مع الجماعات:

1- منطلقات التصور المقترح:

يتبنى هذا التصور مجموعة من الأسس والمنطلقات الفكرية كما يلي:

أ- أن لكل فرد احتياجات يسعى لإشباعها دون زيادة أو نقصان.

ب- أن تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى طالب المرحلة الإعدادية خطوة أولية لحياة اقتصادية ناجحة.

ج- الإيمان بأهمية دور برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات لما لها من جانب ترفيهي وتعليمي وهي أحد أهم رواق تنمية ثقافة الطالب، وأهمية تعزيز دورها في تنمية شخصية الطالب قدراته الإبداعية لما يتوافر فيها من إمكانات تتميز بها عن باقي الوسائط الثقافية، حيث قدرتها على تنمية وجدان الطالب وغرس القيم والأفكار، وقدرتها على تنمية المعلومات وعرضها في صورة مجسدة وواقعية من خلال الأخصائي الاجتماعي مما يساعد على تحقيق الأهداف التعليمية المرجوة من الموقف التعليمي.

د- إن دور المؤسسة التعليمية لا يقتصر على العملية التعليمية كما كان الأمر في الماضي بل إنها تركز على عرض المعلومات والحقائق العلمية ومشاكل المجتمع والعصر للطالب وتفاعله معها.

هـ- ضرورة تنسيق الجهود بين مختلف مؤسسات الدولة للنهوض بالمؤسسات التربوية.

و- إن الاهتمام بدور برامج طريقة العمل مع الجماعات وثقافة ترشيد الاستهلاك هي وسيلة لنقل التراث الشعبي بين الأجيال وإحياء الحضارة المصرية بجميع جوانبها.

2-أهداف التصور المقترح:

أ- نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك وكيفية استثمارها من خلال برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات.

ب- تفعيل الدور التربوي للمؤسسات التربوية في تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك.

ج- تنسيق الجهود بين مختلف مؤسسات الدولة للارتقاء بالطالب من كليات التربية، ووزارات التربية والتعليم، والثقافة والشباب، ومؤسسات المجتمع المدني.

د- تمويل المؤسسات التربوية وإمدادها بالإمكانات اللازمة لتطوير القاعات والوسائل التعليمية، والموارد اللازمة لتنفيذ الأنشطة.

هـ- تشجيع المواهب لدى النقل الطلاب في المؤسسات التربوية ودفعهم للمشاركة في الأنشطة المختلفة.

3-محتوي التصور المقترح:

تحاول الدراسة الحالية عرض بعض آليات تفعيل برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى الطالب، فمن خلال الدراسات الأدبية والنظرية للثقافة ترشيد الاستهلاك؛ حيث توصلت الباحثة إلى أنه نظراً لضرورة تحقيق التقارب والتكامل بين الفكر النظري ومتطلبات الممارسة العملية لتفعيل دور برامج وأنشطة طريقة العمل مع الجماعات في تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى الطالب، فمن الأهمية تحديد آليات التنفيذ على النحو التالي:

أ-أخصائي العمل مع الجماعات:

التأكيد على دور أخصائي العمل مع الجماعات كمحور رئيس لتفعيل دور المؤسسة التعليمية، فهي صانعة ثقافة ومناخ المدرسة بما يشيع فيها من قيم واتجاهات وما يتوفر بها من روح وما ينظمها من أفعال وسلوكيات، وهي المسؤولة الأولى عن تنمية قدرات الطلاب على استيعاب الثقافة والفنون والتاريخ من خلال توظيف دور المدرسة سواء من خلال تفعيل الزيارات الميدانية المختلفة أو من خلال تنفيذ الأنشطة المتنوعة وتفعيلها داخل المدرسة، وتمكين أخصائي العمل مع الجماعات من القيام بدورها في تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك، وذلك من خلال:

- تشجيع الأخصائيين على تفعيل الأنشطة المتنوعة داخل المدرسة.
- اصطحاب الأخصائي للطلاب لزيارة مراكز الثقافة والمكتبات، وتزويدهم بالمعرفة الواعية، وتنمية مهاراتهم الثقافية والإبداعية.
- تطبيق الأخصائي للأنواع المختلفة من الأنشطة وتنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى الطلاب من خلال:
- تشجيع الطلاب على الإبداع والابتكار عن طريق رسم أحد الأنشطة التي قدمت له.
- حث الطلاب على ابتكار أنشطة حول جوانب ترشيد الاستهلاك مثل الادخار وترشيد الماء وترشيد الكهرباء واحترام آرائهم والأخذ بها.
- إكساب الطلاب المهارات الاقتصادية الأساسية التي تمنحهم الثقة بالنفس والقدرة على المشاركة وذلك بإعداد موقف تعليمي يتفاعل معه الفرد مما يشكل خبرات واقعية ملموسة لدى الطالب.
- تحفيز اهتمام الطالب بالبيئة والمجتمع المحيط به من خلال المدرسة.
- إشراك الطلاب في تقديم الأنشطة التعليمية والتربوية وتوزيع الأدوار عليهم لتنفيذ النشاط.
- دعوة أولياء الأمور لحضور الأنشطة المختلفة التي يقدمها طلابهم لتشجيعهم وتنمية ثقتهم بأنفسهم.
- مشاركة الطلاب في عملية تصنيع الوسائل التعليمية من خلال إعادة تدوير خامات البيئة للتعرف على ماهية الوسائل المستخدمة وكذلك تنمية أحد جوانب الترشيد بشكل غير مباشر.
- إحياء التراث القديم مع تحديثه وتطويره عن طريق ابتكار أنشطة جديدة يجربها الطلاب وتتفق مع السياق الثقافي العربي، والتركيز على اختيار الألوان التي تجذب الطفل وتثير انتباهه، وتدعيم النشاط بالنعمة المصاحبة للأغاني التي تخدم سياق القيمة الاقتصادية المقدمة.

ب- الإدارة:

- تعد الإدارة الناجحة أحد جوانب الموقف التعليمي الفعال، حيث إن لها دور في التأثير على الطلاب وتهيئة المناخ التربوي والتعليمي الملائم لتمر الأطفال من حيث تشجيعهم على الإيجابية والتفاعل. وتتمثل آليات التنفيذ فيما يلي:

- ضرورة تفعيل الأنشطة المختلفة بالمدرسة.
- تخصيص ميزانية للرحلات والزيارات لمراكز الثقافة الواقعية والتي تتناسب مع أعمارهم.
- توفير المناخ الذي يساعد على تفعيل دور المدرسة والذي يساعد على تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك لدى الطالب.
- عقد دورات تشريعية للأخصائيين لتنمية مهاراتهم في استخدام الوسائل التعليمية والتربوية المختلفة في الأنشطة.
- إقامة محاضرات وندوات لتوعية أولياء الأمور بأهمية البرامج والأنشطة وكذلك توعيتهم حول ثقافة ترشيد الاستهلاك وأثره في تكوين شخصيات طلابهم وتنمية وعيهم الثقافي والاجتماعي.
- وضع حوافز مادية للأخصائيين وكذلك الطلاب المشاركون في الأنشطة والبرامج الاجتماعية داخل المدرسة.

4-أساليب وتكنيكات العمل مع الجماعات في التصور المقترح:

أ- المناقشة الجماعية: وذلك للوصول إلى حالة من الفهم المتبادل بين جماعات الأباء والأمهات والأطفال المساء إليهم ضحايا النزاعات السياسية حول الإحتياجات الأساسية والمشكلات الاجتماعية التي يواجهها هؤلاء الأطفال في ظل النزاعات السياسية، والتعاون فيما بينهم لحل هذه المشكلات، وإيجاد الخطط اللازمة لإشباع تلك الإحتياجات، بجانب مساعدتهم على إكتساب السلوكيات الاجتماعية المرغوبة وتعديل وتغيير السلوكيات غير المرغوبة.

ب- النمذجة السلوكية: وذلك لمساعدة الأطفال ضحايا النزاعات السياسية على حل مشكلات العلاقات الشخصية لديهم ، وتعليمهم أنماط سلوكية ومهارات تفاعل جديدة، وذلك من خلال ملاحظتهم لشخص يسلك هذا السلوك من خلال تقديم النموذج أو القدوة الحسنة في عرض فعلي أو عرض رمزي بطريقة التخيل.

ج- لعب الدور: حيث يعد أسلوباً ناجحاً وفعالاً يدرّب بمقتضاه الأطفال ضحايا النزاعات السياسية على أداء الكثير من المهارات الاجتماعية والسلوكيات الاجتماعية المرغوبة من قدرتهم على التفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

د- الرحلات: حيث لها أهميتها في إكساب الأطفال ضحايا النزاعات السياسية الكثير من الخبرات ومنها الإعتماد على النفس، التخلص من مشاعر الخوف والقلق بسبب الظروف التي تفرضها النزاعات السياسية، تكوين الشخصية الاجتماعية، التدريب على التعاون وتحمل المسؤولية، تكوين صداقات جديدة وتكوين علاقات طيبة معهم، مساعدتهم على الإتصال بالآخرين في البيئات المختلفة، وتنمية مهارات القيادة لديهم.

هـ- المعسكرات: حيث تسهم إسهاماً فعالاً في تكوين شخصية الأطفال ضحايا النزاعات، وإكسابهم صفات المواطنة الصالحة، وتنمية المهارات الاجتماعية لديهم، من خلال إشباع إحتياجاتهم التي تفرضها طبيعة تلك النزاعات، وإستثمار أوقات الفراغ لديهم بصورة إيجابية.

و- القصة والرسومات: من خلال إتاحة الفرصة للأطفال من رسم ما تعرضوا له من مواقف ومخاوف نتيجة للنزاعات السياسية التي يتعرضون لها، ثم مناقشتهم في هذه الرسومات من أجل.

ز- المشروعات الجماعية: وذلك من خلال مساعدة الأطفال ضحايا النزاعات السياسية على الإشتراك في عمل جماعي في وقت واحد بغرض تنمية المسؤولية الاجتماعية وروح التعاون والمشاركة لديهم.

ح- اللعب: وخاصة الألعاب الجماعية بما يتيح الفرصة المناسبة لهؤلاء الأطفال من التعاون وتكوين العلاقات الطيبة مع الآخرين، وإظهار قدرتهم على القيادة والتبعية، والتخلص من مشاعر الخوف والقلق المستمر.

ط- المحاضرات والندوات: وذلك من خلال الإستعانة بالخبراء والمتخصصين في مجال رعاية وحماية الأطفال المساء إليهم ضحايا النزاعات السياسية من أساتذة الجامعة، والممارسين للعمل المهني بمؤسسات رعاية وحماية الأطفال في خطر، بهدف توعية جماعات الأباء والأمهات لهؤلاء الأطفال بمظاهر الإساءة التي

يتعرض لها أطفالهم ضحايا النزاعات السياسية وأساليب التعامل معها ، وتوعيتهم أيضا بأساليب التنشئة الاجتماعية السوية، وإرشادهم إلى كيفية توجيه السلوكيات السلبية الأطفال في ظل تلك النزاعات.

ك-الوسائل المسموعة والمرئية: حيث يميل إليها معظم الأطفال، وتستخدم لنشر المعلومات ونقل المعارف والأفكار، وهي أيضا وسيلة للتثقيف والتهديب للأطفال ضحايا النزاعات السياسية عن طريق التسلية والترفيه >

ل-الزيارات المنزلية: وذلك للتخفيف من حدة الضغوط والإضطرابات التي تتعرض لها الأسرة نتيجة للنزاعات السياسية والتي تنعكس أثارها على سوء معاملة الأطفال داخل هذه الأسرة.

الأدوار المهنية للأخصائي الاجتماعي في ضوء التصور المقترح:

أ-دور المستشار التربوي: حيث يقوم الأخصائي الاجتماعي بتحديد المعلومات والبيانات عن أساليب الممارسة العنيفة ضد الأطفال والناجمة عن النزاعات السياسية، والعمل على تقديم الإستشارة لمختلف المؤسسات التي تعمل في مجال رعاية وحماية هؤلاء الأطفال.

ب-دور المطالب: حيث يقوم الأخصائي الاجتماعي بالدفاع عن حقوق الأطفال ضحايا النزاعات السياسية والمطالبة بحقوقهم في الحماية والرعاية والوقاية من العنف الناتج عن هذه النزاعات، والمطالبة بإحداث تغييرات في المجتمع للوقاية من المشكلات التي يتعرض لها هؤلاء الأطفال.

ج-دور المسكن: حيث يساعد الأخصائي الاجتماعي الأطفال ضحايا النزاعات السياسية من التعبير عن مخاوفهم واحتياجاتهم وتحديد توقعاتهم المستقبلية من أجل العمل على بث الثقة والطمأنينة في أنفسهم.

د-دور الوسيط: حيث أن الأخصائي الاجتماعي هو المسئول عن التعبير عن احتياجات الأطفال ضحايا النزاعات السياسية ، وإهتمامتهم ،ومشكلاتهم لدى كل من أفراد الأسرة والمدرسة أو المؤسسة التي تقدم خدمات الرعاية والحماية لهذا الطفل.

هـ- دور المنسق: وذلك من خلال التنسيق بين كافة برامج وأنشطة وخدمات مختلف المؤسسات التي تهتم برعاية وحماية الأطفال ضحايا النزاعات السياسية حتى لا يحدث نوع من الإزدواجية أو التكرار في تقديم الخدمات.

و- دور المساعد: حيث يساعد الأخصائي الاجتماعي الأسرة وكل من يتعامل ضحايا النزاعات السياسية على فهم إحتياجاتهم، ومشكلاتهم، وكيفية التعامل المشكلات بنجاح.

ز- دور المرشد: وذلك من خلال مساعدة الأخصائي الاجتماعي للأطفال ضحايا النزاعات السياسية من التعبير عن مخاوفهم ومناقشتهم فيها، ومساعدتهم على المشاركة في حل المشكلات الاجتماعية التي تواجههم، كما يرشد الوالدين إلى سلوك أطفالهم ضحايا تلك النزاعات ومواقع هذا السلوك حتى يتمكنوا من تقليل الضغوط الواقعة على الطفل والتي تؤدي إلى إصابته بالإضطرابات النفسية والاجتماعية.

ح- دور المخطط: حيث أن الأخصائي الاجتماعي هو المسئول عن التخطيط الفعال لكافة الأنشطة والبرامج الجماعية المتنوعة التي تمارس مع الأطفال ضحايا النزاعات السياسية، أو جماعات الأباء والأمهات هؤلاء الأطفال، أو الممارسين للعمل معهم، وذلك بهدف إشباع إحتياجات هؤلاء الأطفال، والتخفيف من مشكلاتهم.

ط- دور المثير: وذلك من خلال إستثمار الأخصائي الاجتماعي لطاقت وقدرات أعضاء جماعة الأطفال ضحايا النزاعات السياسية الكامنة، ومساعدتهم على المشاركة في مختلف البرامج التي تمارس معهم بمختلف مؤسسات رعاية وحماية هؤلاء الأطفال.

ك- دور المعلم: ويقوم الأخصائي الاجتماعي بهذا الدور عندما يقوم بتعليم وتدريب جماعات أباء وأمهات هؤلاء الأطفال، والممارسين للعمل معهم بمختلف مؤسسات الرعاية والحماية على استخدام النماذج السلوكية الحديثة والخاصة بأصول التربية والتنشئة الاجتماعية السوية لهم.

ل- دور المعالج: وذلك من خلال عمل الأخصائي الاجتماعي مع الخبراء والمتخصصين في مجال حماية ورعاية الأطفال في ظروف صعبة والمساء إليهم ، من أجل إيجاد حلول مناسبة للمشكلات الاجتماعية التي يواجهها الأطفال ضحايا النزاعات السياسية.

6- الإستراتيجيات التي يعتمد عليها التصور المقترح:

أ- استراتيجية الإقناع: باستخدام الأدلة والبراهين المقنعة والصادقة للتأثير الإيجابي في رأي وفكر ومن ثم وعي الجمهور بترشيد استهلاك المياه.

ب- استراتيجية التعليم والتدريب: في تعليم وتدريب أفراد المجتمع على ترشيد إستهلاك المياه ومتطلباته حتى يتمكنوا من الإلتزام به كمنهج حياة.

ج- استراتيجية الضغط: ويستخدمها المنظم الإجتماعي مع أفراد المجتمع في حالة عدم الإستجابة لأساليب الترشيد لإتخاذ إجراءات قانونية فورية رادعة لسلوكيات الإسراف.

د- استراتيجية الإتصال: سوء اتصال (لفظي - مكتوب) الذي يساعد الحملة على تدعيم القيادات المؤثرة في المجتمع المحلي والخبراء والمتخصصين في قضايا ترشيد إستهلاك المياه والإستفادة منها في تحقيق أهداف التصور المقترح ولذلك على المنظم الإجتماعي من خلال هذه الإستراتيجية أن يعمل على تنشيط قنوات الإتصال بين الحملة والقيادات الفاعلة في المجتمع، والمؤسسات المجتمعية لتدعيم صور التعاون القائمة وتفعيل دور المشاركة المجتمعية في مواجهة مشكلات المجتمع.

7- المهارات اللازمة للتصور المقترح:

أ- المهارة في إقامة وتدعيم العلاقة سكان المجتمع.

ب- المهارة في تنمية إدراك سكان المجتمعات المحلية لمشكلة إستهلاك المياه.

ج- المهارة في إستشارة سكان المجتمع للمشاركة.

د- مهارات الاتصال (الحديث، الاستماع، الحوار).

ه-مهارات الإقناع.

و-المهارة في تجزئة السوق لتجديد الشريحة او الشرائح المستهدفة.

ز-المهارة في تحديد الرسالة واختيار وسائل توصيلها.

ح-المهارة في تخطيط الموارد البشرية والمادية ووضع الموازنة.

ط-المهارة في متابعة تنفيذ الحملة للتعامل مع اية معوقات وترشيد عملية التنفيذ.

ك-المهارة في تقييم نتائج الحملة وإستخلاص الدروس المستفادة والتعامل مع الإعتراضات.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

1. أبو عيدة، عمر محمود (2017م): تحليل العوامل المؤثرة في الإنفاق الاستهلاكي للقطاع العائلي الفلسطيني وفق لنظريات الاستهلاك الحديثة: دراسة ميدانية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد الخامس، العدد الأول.
2. أحمد المصري (2018م): ترشيد استهلاك الطاقة وتحسين كفاءة استخدامها في بعض المنشآت الصناعية وتأثير ذلك علي البيئة، دمشق، نقابة المهندسين.
3. أسامة، إبراهيم عبد الغني (2022م): التدخل المهني بطريقة خدمة الجماعة لترشيد السلوك الاستهلاكي لدي الشباب في ضوء أهداف التنمية المستدامة: مجلة التربية، العدد 194، الجزء، جامعة الأزهر بالقاهرة.
4. إلهام، فخري طميلة (2013م): العوامل المؤثرة علي التنشئة الاستهلاكية للطفل، دراسة ميدانية للطفل الأردني من عمر 10-16 سنة: مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية.
5. آمال، صلاح عبد الرحيم (2022م): اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك_دراسة مطبوعة في قسم الدراسات الاجتماعية - بنات - جامعة الملك سعود: مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، ع 1، مج 28، جامعة دمشق.
6. أماني، سمير داوود (2022م): اتجاهات طلاب كلية التربية الفنية جامعة حلوان نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك: المجلة العلمية لجمعية إمسيا التربية عن طريق الفن، ع 29.
7. آمنة علي أحمد (2018م): الإعلان التليفزيوني والسلوك الاستهلاكي: دراسة مسحية لعينة من المراهقين في مدينة إربد: رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط.
8. أميرة، أحمد محمد (2020م): دور نادي حماية البيئة في تنمية مفهوم ترشيد الاستهلاك لطفل الروضة: مجلة كلية التربية، ع 24، مج 78، جامعة طنطا.

9. إيمان، جمال محمد (2023م |): فعالية برنامج قائم علي نظرية الذكاءات المتعددة في إكساب مهارات ترشيد الاستهلاك لدي طفل الروضة: مجلة الطفولة، ع1، مج35، جامعة القاهرة.
10. إيمان، سلمان علي (2019م): السلوك الاستهلاكي للمجتمع المسلم وأثره في تحقيق المقاصد الشرعية : دراسة نظرية وتطبيقية على ولاية الخرطوم - السودان: رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة أم درمان الاسلامية.
11. إيمان، سوكال (2017م): دور الإعلام في تفعيل ثقافة ترشيد الاستهلاك: مجلة العلوم الإنسانية، ع47، جامعة منتوري قسنطينة.
12. أيمن، محمود محمد (2022م): العوامل المؤثرة في الاستهلاك الظاهري للمرأة السعودية: مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، ع57، ج 1، جامعة حلوان.
13. بوخاري عبد الحميد، وزرقون محمد (2011م): دور الإقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي : مجلة الواحات للبحوث والدراسات، ع2.
14. جمال، محمد حماد (2021م): أثر التغيرات المجتمعية المعاصرة على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعي دراسة ميدانية لتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة: حوليات آداب عين شمس، ع44.
15. جهاز حماية المستهلك، 2014م.
16. حميد الطائي وآخرون (2017م): الأسس العلمية للتسويق الحديث، الياروزي، عمان.
17. حنان، محمد صفوت (2008م): المؤتمر العلمي العشرون مناهج التعليم والهوية الثقافية بعنوان " أثر تدريب معلمات رياض الأطفال على بعض قيم التنشئة السياسية في اكتسابهم واستخدامهم لها داخل أنشطة الروضة، مجلد ٢، جامعة عين شمس.

18. حنان، محمد صفوت (2020م): أثر برنامج باستخدام اللعب التمثيلي في تنمية مفاهيم وسلوكيات ترشيد الاستهلاك لدى أطفال الروضة ذوي صعوبات التعلم: مجلة دراسات في الطفولة والتربية، ع1، جامعة أسيوط.
19. حنان، محمد عبد الحليم (2020م): فاعلية أنشطة مسرح العرائس في إكساب بعض المفاهيم الاجتماعية لطفل الروضة: مجلة كلية التربية، مج ٢٠، ع2، جامعة كفر الشيخ.
20. حنان، محمد فوزي (2020م): دراسة تقويمية لأبعاد التربية الاقتصادية للطفل في ضوء المعايير القومية لرياض الأطفال: مجلة الطفولة، ع١٤، مج٢٨، جامعة القاهرة.
21. خليل، آمال (٢٠١٧م): ثقافة الاستهلاك الترفي لدى المرأة السعودية وسبل مواجهتها من وجهة نظر التربية الإسلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
22. خميسة، سليم عثمان (2019م): حماية المستهلك في عقود تداول المنتجات، رسالة
23. رانية المجني، ونيمان عمار (2020): الإجازة في علوم الإدارة: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
24. رفعت، عمر عزوز (2013م): التنشئة الاستهلاكية للطفل وأثرها في ثقافته من منظور إسلامي: جمعية الثقافة من أجل التنمية.
25. الزامل، يوسف، وابن جيلالي، بو علام (2016م): النظرية الاقتصادية الإسلامية - اتجاه تحليلي - الرياض، دار عالم الكتب.
26. زايد، أحمد، والسيد الحسيني، وعلي ليله، وفتحي أو عينين (2018م): الاستهلاك في المجتمعين دار الفكر العربي، بيروت.
27. زيد بن محمد الرماني (2021م): الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك، دار طويق للنشر، الرياض.

28. سارة بنت مبروك بن حماد (2017): درجة تضمين التنشئة الاستهلاكية في كتب التربية الأسرية المطورة بالمرحلة الابتدائية في ضوء معايير المنظمة الدولية لحماية المستهلك: رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية.
29. سحر، توفيق نسيم، منال، محمد درويش (2019م): فعالية برنامج مقترح لتنمية سلوكيات ترشيد استهلاك المياه لدي طفل الروضة: مجلة كلية رياض الأطفال ع7، جامعة بورسعيد.
30. سعدون حمود جثير وأخرون (2019م): إدارة التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، دار غيداء للنشر، عمان.
31. سلوي، أحمد سعيد، عبير، زهير إبراهيم (2010م): دور الأم والسلوك الاستهلاكي للعب والألعاب وأثره علي النضج الاجتماعي للأطفال: مجلة بحوث التربية النوعية، مج17، جامعة المنصورة.
32. سندي، آمال (2017م): ثقافة الاستهلاك الترفي لدى المرأة السعودية وسبل مواجهتها من وجهة نظر التربية الاسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، كلية التربية للاقتصاد المنزلي ، المملكة العربية السعودية.
33. سوارتز، ديفيد (2014م): الثقافة القوة :علم اجتماع بيار بورديو، ترجمة محمد الحوراني، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
34. سوزان، عبد الملاك واصف (2019م): برنامج مقترح في تنمية قيم ترشيد الاستهلاك لطفل الروضة وأثره علي سلوكه الاستهلاكي، مجلة بحوث التربية النوعية، ع 34، جامعة المنصورة.
35. الصياد، إيمان محمد (2021م): تغير ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري: دراسة مقارنة بين الأسرة الحضرية والريفية، بالتطبيق علي محافظة الدقهلية، جامعة عين شمس، حوليات آداب عين شمس، مجلد 44
36. عبد العزيز مختار (1995م): مناهج البحث، دار الشروق للنشر، بيروت.

37. عبدالرحيم، آمال (2017م): اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك، دراسة مطبقة في قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود، مجلة جامعة دمشق، المجلد الثامن والعشرين، العدد الأول، دمشق.
38. عبدالستار إبراهيم الهيتي (2015م): الاستهلاك وضوابطه في الاقتصاد الإسلامي، الوراق، عمان.
39. عبدالله بن محمد الشعلان (2020م): ترشيد استهلاك الكهرباء، وكالة الجامعة للتبادل المعرفي، السعودية.
40. عصام، بدري أحمد (2019م): دور حملات التوعية الاجتماعية في نشر ثقافة ترشيد استهلاك المياه لدي سكان المجتمعات الريفية: مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية، ع (46)، مج (9)، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان.
41. فاطمة، محمد بهاء الدين (2020م) السمات الشخصية لربة الأسرة وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي: المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، ع ٢٦، مج ٨، جامعة عين شمس.
42. فايزة، أحمد محمد (2020م): فعالية برنامج قائم علي التعلم النشط لتنمية بعض القيم الاقتصادية لدي طفل الروضة: رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة مدينة السادات.
43. فهمي، نصيف، وآخرون (1993م): العمل مع الجماعات وتطبيقاته في الخدمة الاجتماعية، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان.
44. القرشي، ظاهر رداد وخرم، حمزة سليم (2020م): تأثير العوامل الاجتماعية على الاستهلاك الإدماني، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
45. ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، إربد.
46. المجتمع القطري، أنماطه وثقافته، جامعة قطر، الدوحة.

47. محفوظ، أسامة عبدالكريم (2017م): أثر الترويج على قرار الشراء لدى المستهلك: دراسة تطبيقية على منتجات النظافة المنزلية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العلوم والتكنولوجيا.
48. محمود، أحمد يعقوب (2019): قيم ترشيد الاستهلاك في السنة النبوية: دراسات علوم الشريعة والقانون، مج43، ملحق4، الجامعة الأردنية..
49. مرعي، إبراهيم بيومي، خليفة، محروس (2013م): اتجاهات الرعاية الاجتماعية ومدخلها المهنية، سلسلة كتب الخدمة الاجتماعية، العدد الأول، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
50. المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، 1994م.
51. منظور أحمد الأزهري (2020م): ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي، دار السلام، القاهرة.
52. منظور، أحمد الأزهري (2012م): ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي: دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، الطبعة، القاهرة.
53. نهي، مرتضي رياض (2021م): برنامج قائم علي إستراتيجية فكر - زواج - شارك لتنمية سلوكيات ترشيد الاستهلاك وبعض المهارات الاجتماعية لطفل الروضة: المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة، 196، جامعة بورسعيد.
54. النيادي، علي عبدالله (2018م): أثر القيم الإسلامية على سلوك المستهلك: دراسة مقارنة بين الإمارات العربية المتحدة والمملكة الأردنية الهاشمية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك..
55. هناء، أحمد فؤاد (2019م) برنامج قائم علي الأنشطة الفنية لتنمية بعض القيم الاقتصادية لطفل الروضة: المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة، ع3، مج5، جامعة المنصورة.
56. وزارة التربية والتعليم (1977م)، مصر.

57. وفاء زين، ومروة صاوي (2020م): دور التسويق الالكتروني في ترشيد السلوك الاستهلاكي، دراسة مسحية على عينة من مستخدمات (النساء) منتجات **forever** عبر صفحة الفيسبوك، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Blandina H., & d'orey, I. (2021): value of Portuguese/non Portuguese mothers of kindergarten children, and of kindergarten teachers. Intercultural Education, 19(3).
2. Chan. Tak. Wung& John H. Goldthorpe.(2019): Social Status and Cultural Consumption. <http://www.users.ox.ac.uk/~sfos0006/papers/cupl.pdf>.
3. Desmond. John, Pierre. McDonagh& Stephanie O'Donohoe.(2019): Counter-Culture and Consumer Society, Consumption, Markets and Culture, Volume 4,Number,3.:<http://www.ccs.dcu.ie/consumingidentity/publications/documents/21-Desmond-McDonuagh-ODonohoe-MC43-2000-241-279.pdf>.
4. Elda Kołodziej Katarzyna Lato Magdalena Szymańska (2021): The role of the parental influences on the economic socialization of children: Problems of Education in the 21st Century No.1, scientia socialis, UAB.
5. Freik bank. (2020): Crisis, Finance, and Growth. Global Economic Prospects..
6. Hatch, Mary & Cunliffe, Ann .J.(2016): Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspective, Oxford University Press.

7. Hurth, Victoria Mary Francis (2018): Factors influencing environmentally- significant consumption by higher-income households: A multi-method study of South Devon for social marketing application, Bhd, Devon, UK.
8. McCracken, Grant.(2006): Culture & Consumption: A Theoretical Account Of Structure And Movement of the Culture Meaning of Consumer Goods, Journal of Consumer Research, Vol, 13, June.
9. Oksana, Mont Kate, power (2019). Understanding Factors That Shape Consumption, Lund, Sweden, ETC/SCP.
10. Sheth, Jagdish. NareshMaholtra & Eric J. Arnold (2013). Global Consumer Culture in Encyclopedia "International Marketing: [http://www.uwyo.edu/sustainable/recentresearch/docs/global consumer, culture, around. pdf](http://www.uwyo.edu/sustainable/recentresearch/docs/global_consumer_culture_around.pdf).
11. World Kovach (2010): Indigenous Methodologies. Characteristics, Conversations, and Context Toronto University of Toronto Press Inc.vol.6 No.9 june.