**مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الأول حول السلوك الاستهلاكي في المجتمع الجزائري أبعاده وآلياته**
**المنظم من طرف كلية العلوم الاجتماعية والانسانية**
**قسم علم الاجتماع وبالتعاون مع المنظمة الوطنية لحماية المستهلك APOCE**
**يومي 18/17 أكتوبر 2017**
**جامعة أكلي محند البويرة**

**راشدي فاطمة**
rachedi.fatima@yahoo.fr
0771011266

**سعيدي سياف حنان**
saidi.sief_hanane@hotmail.com
0791168559

**الملخص**: يكتسي موضوع الاستهلاك أهمية كبيرة في الدراسات الاجتماعية والاقتصادية، ويعتبر الاستهلاك البذخي نمطا استهلاكيا جديدا ميز المجتمعات العربية، خاصة منها دول الخليج العربي رغم ارتفاع تكاليف المعيشة، وحتى الدول التي تعيش أزمات سياسية تتجه نحو هذا النمط.

ويتأثر الاستهلاك البذخي بمجموعة من العوامل التي تلعب دورا بارزا في استفحال البذخ ،ويراه الكثيرون على أنه نمط يتبعه الأفراد لغرض التباهي والتفاخر دون أن تتحقق منه فائدة عملية مباشرة، والمبالغة في اقتناء الملابس والأحذية والعطور وغيرها لاستخدامها في أوقات محدودة، فيما يراه آخرون تلبية للاحتياجات الحالية ومسايرة للتطورات التي يشهدها العالم يوما بعد يوم.

وفي ضوء ما تقدم، فإن مشكلة الدراسة تكمن في قياس مستوى الاستهلاك البذخي، من خلال دراسة ميدانية لمجموعة أسر معلمين بمدينة غليزان باستخدام المعاينة العنقودية، وأسلوب التحليل التمييزي كنموذج لقياس مستوى الاستهلاك البذخي باستخدام برنامج SPSS

**الكلمات المفتاحية**: الاستهلاك، المعاينة العنقودية، الاستهلاك البذخي، المتغيرات النوعية، التحليل التمييزي.

**Résumé :** Le sujet de la consommation est d'une grande importance dans les études sociales et économiques, et est considéré comme un modèle de consommation de luxe .un nouveau style caractérisé les sociétés arabes, en particulier les pays arabes du Golfe, malgré le coût de la vie augmente, et même des pays qui vivent des crises politiques se dirigeant vers ce modèle.

La consommation de luxe est affectée de facteurs qui jouent un rôle de premier plan dans l'exacerbation de l'extravagance, et beaucoup voient comme un modèle suivi par des individus dans le but de se vanter sans être vérifié par l'avantage pratique directement et exagèrent l'acquisition de vêtements, chaussures, parfums, etc. pour une utilisation dans un temps limité, alors qu'il voit les autres répondent aux besoins actuels Et suivre les développements au quotidien jour après jour.

Compte tenu de ce qui précède, le problème de l'étude est de mesurer le niveau de consommation de luxe, par une famille du groupe d'étude sur le terrain des enseignants à Relizane utilisant l'échantillonnage en grappes, et le modèle d'analyse discriminante d'analyse comme un modèle pour mesurer le niveau de cette consommation en utilisant le programme SPSS.

**Mots-clés:** consommation, échantillonnage en grappes, consommation de luxe, variables qualitatives, analyse discriminante.

**1.تعريف الاستهلاك البذخي**: الاستهلاك البذخي أو المظهري عند فيبلين Veblen هو الاستهلاك المفرط للسلع التي تعد دليلا على عضوية المستهلك للطبقة المترفهة في المجتمع الرأسمالي، عرفه فيبلين "هو تبذير النقود في شراء حاجيات غالية ونادرة لا يستعملها الإنسان في حياته اليومية، إلا أن لهذه الحاجات قيمة جوهرية تساعد صاحبها على الظهور والتفاخر وتعطيه مركزا اجتماعيا مرموقا، بحيث يعتبره الناس عضوا في الطبقة الأرستقراطية المرفهة، وهذا ما يجلب له السعادة والارتياح"[i]

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

ولابن خلدون رأيه في هذا المجال، فقد ذكر في مقدمته: "إن المصر الكثير العمران يكثر ترفه وتكثر حاجات ساكنة من أجل الترف وتعتاد تلك الحاجات لما يدعو إليها فتنقلب ضرورات وتصير الأعمال فيها كلها مع ذلك عزيزة والمرافق غالية بازدحام الأغراض عليها من أجل الترف والمغارم السلطانية التي توضع في الأسواق" [ii]

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

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

1. الجمالية: أن تكون هذه السلع جميلة وجذابة لجميع الحواس حيث تكسب الزبون متعة حسية؛
2. الندرة في العرض والطلب فكثيرا مما تتواجد هذه السلع في الأسواق الأوروبية وأسواق الخليج العربي؛
3. السلع الأكثر استهدافا لدى الطبقة الغنية من المجتمع؛
4. ارتفاع أسعارها؛
5. التفوق التقني والتكنولوجي النوعي وجودة تصنيعها؛
6. منتجات رائدة أكثر قيمة كمنتجات الزينة ومواد التجميل؛
7. قيمة فعلية: مادية وموضوعية مثل التوزيع لعلامات تجارية فاخرة؛
8. مستمدة من التراث التاريخي والأساطير: كامتلاك اللوحات الفنية لقدماء المشاهير؛
9. إصدارات منتجات العلامات التجارية الشهيرة كماركات السيارات الفخمة والساعات الفاخرة؛

**3.تصنيف السلع الكمالية**: يمكن تصنيف السلع الكمالية إلى فئات:

أ.فئة العلامات التجارية الفخمة والشهيرة: السيارات الفخمة، العطور ومواد التجميل والزينة، الملابس...

ب.فئة المجوهرات والحلي: الساعات الفاخرة، المجوهرات الراقية (الماس)، الاكسسوارات...

جـ.فئة اللوحات الفنية والتحف: أثاث منزلي فاخر، أواني زجاجية، أواني فضية، لوحات نادرة، قصور ومباني...

د.فئة المواد الغذائية: الحلويات والمكسرات، مقبلات، شكولاطة،المشروبات الغازية...
هـ.فئة النشاطات: التنزه، التنقلات، الحفلات في القاعات الفاخرة،الأغاني والموسيقى، الإقامة في فنادق راقية...

### 3.العوامل المؤثرة في الاستهلاك البذخي:

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

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

**ب.أثر الأسعار**: تعد الأسعار عاملا مهما محددا للاستهلاك البذخي، فارتفاعها وانخفاضها يؤثر بشكل أو بآخر على حجم هذا الاستهلاك، وقانون الطلب الذي يتضمن العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة من سلعة وسعرها لا ينطبق على هذا النوع من السلع إذ كلما ارتفعت أسعارها زادت الكميات المطلوبة عنها وكلما انخفضت أسعارها قلت الكميات المطلوبة منها، وهذه العلاقة مهمة جدا فهي التي تكشف عنها ظاهرة الاستهلاك البذخي.

**ج.أثر حجم الأسرة**: لحجم الأسرة تأثير فعال في نمط إنفاق المستهلك فكل فرد من أفراد الأسرة يختلف إنفاقه تبعا للتركيب العمري والجنسي، فاستهلاك الطفل مثلا يختلف عن الشخص البالغ والذي يختلف استهلاكه أيضا عن الشيخ المسن، إضافة إلى اختلاف الاستهلاك تبعا لاختلاف الجنس فهناك كثير من السلع يحتاجها أحد الجنسين دون الآخر.[iii]

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

**هـ.أثر العوامل البيئية**: إن نمط الإنفاق يتأثر بالتوزيع الجغرافي والبيئي للسكان وكذلك بالظروف المناخية، حيث أن التوزيع الجغرافي للسكان يخلق تجانسا داخل هذه المناطق، ويختلف في الوقت نفسه بين منطقة وأخرى ويؤثر بشكل نوعي

على نمط الإنفاق بحالته الشمولية لذلك البلد، أي سكان الحضر والريف، فسكان الحضر يختلف إنفاقهم على السلع والخدمات عن سكان الريف الذي يتأثرون بالبيئة الريفية، فهم أقرب إلى الأسواق.

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

**I.6.2.4.أثر التقليد والمحاكاة:** أصبح الاستهلاك تأكيدا على وضع اجتماعي ومكانة معينة في المجتمع، واتجه عدد كبير من الأفراد نحو المتع الحسية والاعتناء بالجسد، تماشيا مع كل المنتجات التي تهدف إلى تجميل الجسد والترفيه عنه.

وتأثرت الشرائح بعضها ببعض في نشر هذه الأنماط الاستهلاكية في عملية تقليد جماعية ومحاكاة للطبقة المترفة، ففي القديم كان الأفراد يقيمون الحفلات والأعراس في البيوت، ولكن اليوم الكثير منهم ينفقون أموال طائلة على الحفلات في القاعات الفخمة مسايرة لضغوط المجتمع، وللتباهي أمام الآخرين، وهناك من يمتلك جهازي فيديو وأكثر من جهازي تلفاز، تقليدا لما يفعله الآخرون حتى ولو كان على حساب متطلبات ضرورية، أو اللجوء إلى الاستدانة والاقتراض. وأخرى تشتري فستان سهرة ليوم واحد فقط لأنها رأت صديقتها ترتديه، بالإضافة إلى اكسسوارات ومجوهرات فاخرة رغبة في حب التملك والتميز.

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

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

ولقد فرضت العولمة نوعا من الهيمنة على الأسواق العالمية وعلى المستهلكين من خلال إبراز التنوع في الأذواق وخلق احتياجات تتماشى مع متطلبات الحياة، فقد أدت إلى تسويق الأفكار والرموز والمعاني وحتى القيم و وسيلة من وسائل التأثير في سلوكيات المستهلكين.

**4.الدراسة الميدانية:** اعتمدنا في الدراسة الميدانية على المنهجية التالية:

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

**ثانيا.إطار المعاينة:** يمثل الإطار المكاني للدراسة مجموع المؤسسات التربوية للتعليم الإبتدائي والكائنة بمدينة غليزان وعددها 30 من بين 56 مدرسة.

**ثالثا.عينة الدراسة:** عادة ما يجب أن يكون حجم العينة والذي يرمز له بn مناسبا لحجم المجتمع والذي يرمز له بـ N. ولمعرفة حجم عينة المعلمين و المدراء الواجب الحصول على عددهم حتى تكون العينة مقبولة إحصائيا من حيث الحجم استخدمنا الطريقة التالية في حالة مجتمع غير معلوم وفي حالة النسبة:[iv]

حساب $n_1$:

$$n_1=\frac{Z^2(P(1-P))}{e2}$$

$n_1$: حجم العينة

e: نسبة الخطأ وتساوي 0.05

p: نسبة الأشخاص الذين تمسهم الظاهرة وفي هذه الحالة افترضنا أن النسبة تساوي 50% لأننا لا نملك معلومات مسبقة عن الظاهرة بسبب عدم توفر دراسات سابقة حسب استطلاعاتنا.

Z: الخطأ المعياري

عند نسبة الخطأ 5% فإن: Z=1.96

فوجدنا $n_1=384$

2.التصحيح: التصحيح باستخدام حجم المجتمع الإحصائي أي عدد المعلمين المتواجدين على مستوى مدينة غليزان، بمعنى أن العينة النهائية تأخذ بعين الاعتبار حجم المجتمع والذي يساوي:

N=658

حيث يتم حساب n بالعلاقة: $n=\frac{n1}{1+\frac{n1}{N}}$

بالتطبيق العددي: $n=\frac{384}{1+\frac{384}{658}}$

n=243

ولأن مبدأ المعاينة العنقودية هو أخذ كل مفردات العناقيد المختارة تغير الحجم النهائي للعينة ليصبح 255 بين معلم ومدير لأنه لم يكن لدينا علم مسبق بعدد المعلمين داخل المدارس، كما أن من عيوب هذه المعاينة أننا لا نستطيع التحكم في حجم العينة.

**رابعا. طريقة جمع البيانات:**نظرا لعدم توفر بيانات كافية لإجراء دراستنا حول موضوع الاستهلاك البذخي لجأنا إلى إجراء بحث ميداني للحصول على المعلومات التي نريدها، مستخدمين في ذلك استمارة بيانات والتي تضمنت مجموعة من الأسئلة.

**خامسا.النموذج المستخدم:** هو التحليل التمييزي، و هو استخدام الأسلوب الخطي متعدد المتغيرات حيث يستخدم هذا الأسلوب للتصنيف ، فعند اللجوء إلى هذا النوع من التحليل يجب أولا تحديد المجموعات التي يرغب في تصنيفها أي تصنيف مستويات الاستهلاك (استهلاك مرتفع، استهلاك متوسط واستهلاك منخفض) ثم اخترنا مجموعة من المتغيرات التي تقيس الخصائص المميزة لكل مجموعة. وبعد جمع البيانات لعناصر كل مجموعة، يتم تطبيق خطوات أسلوب التحليل

التمييزي لإيجاد أفضل مجموعة خطية من هذه الخصائص أو المتغيرات، للتوصل إلى المعادلة التمييزية للتنبؤ بمستوى الاستهلاك التي تميز بين المجموعات.

**سادسا.فرضيات الدراسة:** تحاول دراستنا تأكيد أو نفي الفرضيات التالية:

–تؤثر الخصائص السوسيواقتصادية والديموغرافية للأسر الجزائرية على مستوى الاستهلاك البذخي؛

–تؤثر المتغيرات الخارجية للأسر الجزائرية على مستوى الاستهلاك البذخي؛

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

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

## 2.خطوات التحليل التمييزي:

### الخطوة1: تحديد العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة

لدراسة العوامل التي تؤثر على مستوى الاستهلاك استخدمنا اختبار كاي تربيع، ونتج عنه الجدول التالي:

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

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

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

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

لدراسة الفروق بين متوسطات المجموعات (مستويات الاستهلاك) باستخدام اختبار Lambda wilks*، حيث يسمح هذا الاختبار بتحديد معنوية الدوال القانونية التمييزية للنموذج، وهو نسبة التباين الكلي للدالة التمييزية غير المفسر بواسطة الفروقات بين مجموعات الدراسة.

يمثل الجدول التالي اختبار الفرق بين متوسطات المجموعات التي نود تصنيفها، باستخدام اختبار F وعند درجة حرية (ddl=2):

**جدول 02: اختبار الفرق بين متوسطات المجموعات**

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

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

*: تشير قيمته إذا كانت "0" على وجود تفرقة عالية بين المجموعات، أما إذا كانت تساوي "1" فيعني ذلك عدم وجود تفرقة على الاطلاق.

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

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

**جدول 03: محدد اللوغاريتمية**

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

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

**الخطوة(4): اختبارBOX**

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

$H_0$ : يوجد تجانس بين التغايرات لمتغيرات الدراسة

$H_1$: لا يوجد تجانس بين التغايرات لمتغيرات الدراسة

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

**جدول 04: اختبار Box لتساوي مصفوفات التغاير**

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

وبما أن القيمة بلغت 0.000 فإننا نقبل الفرضية البديلة.

**الخطوة(5): القيم الفعلية**

يعتمد هذا الاختبار على مجموعة من الاختبارات الإحصائية، يمكن من خلالها اختبار قوة الدلالة بين المتغير التابع ("يستهلك") والمتغيرات المستقلة الأخرى. و القيم الفعلية المتعلقة بالدوال الخطية التمييزية تسمح بالحكم على مدى مقدرة

هذه الدوال على التمييز، كل قيمة فعلية $\mu_h$ ذات الترتيب $h$ تساوي التباين ما بين المجموعات للدالة الخطية التمييزية لنفس الرتبة[v].

ويلخص الجدول الموالي نتائج هذه الاختبارات، وبما أن للمتغير التابع ثلاث أصناف أو مستويات، فإننا نتحصل على دالتي تمييز.

**جدول 05: القيم الفعلية**

| الدالة | القيمة الفعلية | % التباين | % التراكمي | الارتباط القانوني |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .478[a] | 83.4 | 83.4 | .568 |
| 2 | .095[a] | 16.6 | 100.0 | .295 |

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

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

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

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

$t_1$=83,42%

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

ونلاحظ أيضا من الجدول لدينا دالتي تمييز، ونلاحظ أن كل من الإحصاءات الذاتية والبالغة 0.478 ونسبة التباين البالغة 83.4% وكذلك نفس القيمة للتباين التراكمي المفسر من الدالة 1 بالإضافة إلى معامل الارتباط القانوني 0.568 وتدل هذه القيمة على ارتباط قوي.

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

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

**جدول 06: اختبار الدلالة وقوة العلاقة**

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

من الجدول يتبين لنا أن قيمة إحصاءة Lambda de wilks بلغت 0.618، أما $\chi^2$=62.092 ويحدد هذا الاختبار أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث ونستدل من قيمة الدلالة 000. على أن هذا الاختبار دال عند مستوى 0.05 وهو يعبر على وجود فروق بين المجموعات الثلاث (مرتفع، متوسط، ومنخفض) في المتغيرات المستقلة المقترحة.

**الخطوة(7): دوال التمييز**

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

**جدول 07: دوال التمييز**

| المتغيرات | الدالة | |
|---|---|---|
| | 1 | 2 |
| جنس المبحوث | -.513 | .576 |
| منطقة الإقامة | .374 | -.132 |
| الاهتمام بالعلامة التجارية | .320 | .266 |
| الاهتمام بالاعلان | .535 | .178 |
| تسعى دائما للتغيير | .441 | .305 |
| دوافع شخصية | -.017 | .223 |
| المحاكاة | -.130 | .252 |
| التقدم الكتولوجي وتطور الاعلان | -.055 | .528 |
| تحسن الأوضاع السوسيواقتصادية | -.001 | -.361 |
| جمالية هذه السلع | .169 | -.228 |
| القروض الاستهلاكية المتاحة أمام الأسر | -.076 | -.120 |
| الاهتمام بالأشياء الثمينة | .314 | .041 |
| الملل من الأشياء القديمة | .235 | -.137 |

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

$$Consom=-0.513x_1+0.374x_2+0.320x_3+0.535x_4+0.441x$$

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

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

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

**الخطوة(08): إحداثيات مركز ثقل المجموعتين**

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

في حالة فرضية تساوي مصفوفات التغاير تكون هذه الدوال خطية، أما إذا كانت غير متساوية تكون هذه الدوال تربيعية.

**جدول 08: إحداثيات مركز ثقل المجموعتين**

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

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

**ثامنا.تفسير النتائج المحصل عليها:**

من خلال التحليل الوصفي لبيانات الدراسة الميدانية وباستخدامنا لمختلف الأساليب الإحصائية واختبار كاي تربيع، تبين لنا أن معظم المعلمين هم إناث، ومتوسط حجم الأسر لا يبتعد عن المتوسط الوطني لحجم الأسرة الجزائرية. كما أن نسبة كبيرة من المبحوثين يقيمون في المناطق الحضرية.

وفي دراسة العلاقة بين المتغيرات اتضح لنا تأثير كبير لكل من الجنس ومنطقة الإقامة في تفسير الاستهلاك البذخي، كما توصلنا إلى نسبة كبيرة من المبحوثين يهتمون بالملابس والمظهر الخارجي للمنزل، و يرون أن لهم اهتمامات أخرى ومجالات مظهرية مختلفة غير التي ذكرت في الدراسة هي محض اهتمامهم. وبالنسبة للكثيرين لا يعتبر هذا النمط من الاستهلاك عادة سيئة وتبذير، فلقد ظهر نتيجة التقدم التكنولوجي والتطور في وسائل الاعلام وتحسن أوضاعهم الاقتصادية، أما المحاكاة بالنسبة لهم فهي تتعلق بثقافة الفرد ومستواه الفكري وشخصيته وميولاته، بينما يرونه آخرون تبذير وهدر خاصة إذا كان على حساب الضروريات أو ما يؤدي إلى اللجوء إلى الاستدانة.

و من خلال التحليل التفسيري توصلنا إلى نتائج تشابه تلك التي جاءت في النظريات والدراسات السابقة التي تناولت الاستهلاك البذخي ، حيث توصلنا إلى أن:

- علاقة الجنس ومنطقة الإقامة بمستويات الاستهلاك تتفق مع نظرية انجل رغم أنه أشار إلى الاستهلاك بصفة عامة؛

- والسعي نحو التغيير تتفق مع الدراسة السابقة لنهال رشيد صقر حول العوامل الاقتصادية والاجتماعية المؤدية إلى فائض الاستهلاك لدى الأسرة السعودية والذي يفسره اتجاهات المواطن العربي في الفترة الحالية نحو التجديد تلبية للاحتياجات الحالية والاهتمامات الفردية؛
- والاهتمام بالعلامة التجارية والإعلان تتفق مع الدراسة السابقة لماكسيم كروميلسوف والتي تضمنت سلوكيات المستهلك اتجاه السلع الكمالية في فرنسا؛

وفي نفس الوقت وجدنا أن نموذج التحليل التمييزي نجح في التمييز بين مستويات الاستهلاك،حيث تحصلنا على نتائج أخرى كالتالي:

- هناك علاقة عكسية بين الجنس ومستوى الاستهلاك البذخي؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين منطقة الإقامة ومستويات الاستهلاك البذخي؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين السعي إلى التغيير ومستويات الاستهلاك البذخي؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالعلامة التجارية ومستويات الاستهلاك البذخي؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالإعلان ومستويات الاستهلاك البذخي؛

أما فيما تعلق بفرضيات الدراسة، توصلنا إلى ما يلي:

- بالنسبة للفرضية الرئيسية الأولى والقائلة بتأثير الخصائص السوسيواقتصادية والديموغرافية للأسر الجزائرية على مستوى الاستهلاك البذخي، وجدنا أن ضمن هذه العوامل هناك الجنس ومنطقة الإقامة؛
- بالنسبة للفرضية الرئيسية الثانية والقائلة بتأثير المتغيرات الخارجية للأسر الجزائرية على مستوى الاستهلاك البذخي، وجدنا أن هناك تأثير للعلامة التجارية والإعلان والسعي إلى التغيير على مستويات الاستهلاك؛

كما يمكن استنتاج أن:

- استخدام المعاينة العنقودية هو الأسلوب المناسب الذي ساعدنا في اختيار العينة المناسبة لظاهرة الاستهلاك البذخي؛
- استخدام أسلوب التحليل التمييزي أمكننا من تصنيف الأسر المستهلكة عن غير المستهلكة في مدينة غليزان؛

**خاتمة:**

بينت الدراسات التي جاء بها علماء كثير في ميادين عدة: علم الاقتصاد وعلم الاجتماع، أن هناك متغيرات تدفع الفرد للتوجه نحو الاستهلاك البذخي، حيث اعتبر فيبلين أن الفرد يشتري هذه السلع حبا منه في الظهور والتميز عن الآخرين وإبراز مكانة مرموقة في المجتمع، ومن جهته ذكر أنجل في دراسته لسلوك المستهلك أن هناك عوامل نوعية تؤثر على الاستهلاك بصفة عامة كالأذواق وحجم الأسرة والجنس.

ويعتبر هذا النمط عادة استهلاكية سيئة وهدر فهو لا يتناسب وعادات المجتمع العربي وإنما محاكاة مع المجتمع الغربي وهذا راجع للعولمة وتأثيراتها السلبية في دول العالم الثالث.

حيث لم يشجع هذا النوع الإنتاج المحلي وإنما ارتفعت واردات هذه الدول من مشروبات وحلي ومجوهرات فاخرة وسيارات وفنادق سياحية فخمة....وهذا ما تشهده بالأخص دول الخليج العربي بما فيهم الأسرة السعودية والأسرة الاماراتية.

ويعتبر مفهوم الاستهلاك البذخي حديثا لدى المواطن الجزائري، حيث تتوفر أنواع قليلة من السلع الكمالية لعلامات تجارية بارزة، ترتاد عليها خاصة فئة الشباب كالعطور ومستحضرات التجميل وبعض أنواع الملابس الفاخرة.

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

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

كما توصلنا خلال دراستنا الميدانية أن أغلبية النساء هن من يتجهن أكثر نحو هذا النوع من الاستهلاك محاكاة وتقليدا للمرأة الخليجية خاصة الاهتمام بالمظهر الخارجي والإكسسوارات الراقية.

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

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

وبصفة عامة وجدنا أن المعلمين يميلون إلى الاستهلاك البذخي ولكن بمستوى متوسط .

---

[i] : ابتهال عبد الجواد كاظم، الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته وعوامله، بحث ميداني في مدينة الموصل، مجلة دراسات موصلية، العراق،العدد 11، فيفري 2011، ص88.

[ii] : ابتهال عبد الجواد كاظم، المرجع نفسه، ص88.

[iii] : د.أموري هادي كاظم، د.سعيد عوض المعلم، تقدير وتحليل نماذج الاستهلاك ما بين دوال انجل ومنظومات الطلب، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص30.

[iv] : د.مهدي محمد القصاص، مبادئ الاحصاء والقياس الاجتماعي، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2007، ص106-107.

[v] : Dominique desbois, une introduction à l'analyse discriminante avec spss pour windows, revue Modulad, N°30, France, 2003, page30