

## الفصل السابع

### تأثير الأسرة على سلوك المستهلك

يهتم مديرو التسويق بدراسة التأثير الأسرى على سلوك المستهلك لثلاثة أسباب رئيسية :

- ١ - يشتري المستهلكون منتجات عديدة بغرض الاستهلاك أو الاستعمال الأسرى ويشمل ذلك على سبيل المثال وليس الحصر المساكن والسيارات والأجهزة الكهربائية والأثاث والمفروشات والسجاد والطعام والكتب الدينية ، وفى كثير من الأحيان تصطبغ الأسرة كل أفرادها عند التسوق مما يهيئ الفرصة لهم للتأثير فى قرارات الشراء بل واقتراح سلع أو خدمات أخرى لم تكن الأسرة تخطط لشراؤها من قبل .
  - ٢ - غالباً ما يتأثر المستهلكون الذين يشترون بغرض الاستهلاك الفردى بآراء ونصائح باقى أفراد الأسرة - بعضهم أو كلهم - وفى بعض الأحيان قد يفرض الآباء حدوداً معينة على نوعية أو كمية المنتجات التى يشتريها الأولاد لاستهلاكهم الشخصى بسبب الموارد المالية المحدودة للأسرة أو لبعض الأسباب الأخرى .
  - ٣ - كثيراً ما تنتقل تفضيلات الأسرة وعاداتها الاستهلاكية من الآباء إلى الأبناء ثم إلى الأحفاد فى سلسلة متكررة من التطبيع الاستهلاكى والتوريث الثقافى داخل الأسرة الواحدة .
- ولكى نفهم كيف تتخذ الأسرة قراراتها الشرائية وكيف تؤثر على السلوك الاستهلاكى لأفرادها يجب أولاً أن نعطى تعريفاً للأسرة ونتعرف على أنواعها ، ثم نناقش دورها فى تنشئة أبنائها والوظائف التى تضطلع بها فى هذا الخصوص .

### تعريف الأسرة وأنواعها

يمكن تعريف الأسرة بأنها مجموعة من الأفراد الذين تربطهم ببعض علاقة الدم أو الزواج ويعيشون معاً فى نفس المسكن ، والأسرة ثلاثة أنواع هى : الأسرة النوواة والأسرة الممتدة والوحدة المعيشية :

### الأسرة النوواة - Nuclear Family

تتكون الأسرة النوواة من الأب والأم فقط أو الأب والأم والأولاد ويعيشون جميعاً فى نفس المسكن . تمثل الأسرة النوواة الوحدة الأساسية للأسرة وهى حجر الزاوية للحياة الأسرية فى المجتمع .

### الأسرة الممتدة - Extended Family

تشمل الأسرة الممتدة الأسرة النوواة بالإضافة إلى بعض الأقارب كالأجداد أو الأعمام أو الأخوال أو العمات أو الخالات وأبنائهم وأبنائهن وبناتهم وبناتهن ... إلخ . وتنتشر الأسر الممتدة بشكل كبير فى الدول العربية - وخاصة دول الخليج - وتقل فى الدول الغربية .

### الوحدة المعيشية - Household

يمكن تسمية الوحدة المعيشية أيضاً بالوحدة المنزلية وتتكون من فرد واحد أو عدة أفراد يعيشون تحت سقف واحد من الأقارب أم غير الأقارب ، فمثلاً قد تشمل الوحدة المعيشية أفراد الأسرة النوواة أو الأسرة الممتدة بالإضافة إلى بعض



العاملين بالمنزل مثل : سائق السيارة والطباخ والشغالة ، وقد تتكون الوحدة المنزلية من عدد من الأفراد الذين لا تربطهم ببعض أية صلة قرابة بالمرة مثل : طلاب الجامعة الذي يشتركون في شقة واحدة خارج مساكن الجامعة ، وعلى ذلك تعتبر كل أسرة وحدة منزلية ، ولكن لا تعتبر كل وحدة منزلية أسرة . هذا التمييز بين مفهوم الأسرة ومفهوم الوحدة المعيشية له أهميته من الناحية التسويقية وخاصة في السوق السعودية ، حيث تقوم أسر كثيرة بتوظيف عدد يسير من العمال لديها كسائقي السيارات والشغالات .

وللتمييز بين أنواع الأسر - من وجهة نظر دراسة سلوك المستهلك - آثار هامة على الإستراتيجية التسويقية لمنشآت الأعمال حيث يؤثر نوع الأسرة في كل من خصائصها الاجتماعية والاقتصادية والديموغرافية ، وبالتالي يؤثر في قوتها الشرائية وفي نوعية السلع والخدمات التي تشتريها ، فمثلاً كشفت نتائج إحدى الدراسات <sup>(١)</sup> التي أجريت على الأسر المقيمة بمدينة الرياض أن هناك اختلافات جوهرية بين الأسر النواة ( والتي يطلق عليها مؤلف الدراسة اسم الأسر النووية ) والأسر الممتدة في النواحي التالية :

- ١ - نوع الأسرة : تمثل الأسر النواة حوالى ثلثي حجم العينة (٦٩٪) بينما تمثل الأسر الممتدة حوالى الثلث (٣١٪) .
- ٢ - المستوى التعليمي : يرتفع المستوى التعليمي للزوجين في الأسر النواة عنه في الأسر الممتدة .
- ٣ - عمل المرأة : ترتفع نسبة العاملات في الأسر النواة بينما تنخفض في الأسر الممتدة .
- ٤ - دخل رب الأسرة : يرتفع متوسط دخل رب الأسرة في الأسرة النواة عنه في الأسرة الممتدة .
- ٥ - حيازة المسكن : ترتفع نسبة قاطنى الشقق بين الأسر النواة بينما ترتفع نسبة قاطنى الفلل بين الأسر الممتدة .
- ٦ - العمر :

أ - عمر رب الأسرة : ترتفع نسبة الأسر النواة التي يتراوح فيها عمر رب الأسرة بين ٣١ سنة و ٥٠ سنة بينما ترتفع نسبة الأسر الممتدة التي يقل فيها عمر رب الأسرة عن ٣١ سنة والتي يتجاوز فيها ٥٠ سنة .

ب - عمر ربة الأسرة : ترتبط نسبة الأسر النواة ارتباطاً عكسياً بعمر ربة الأسرة حيث ترتفع في فئات ربات الأسر التي تقل أعمارهن عن ٣١ سنة وتنخفض في الفئات العمرية الأعلى . من ناحية أخرى ترتبط الأسر الممتدة إيجابياً بعمر ربة الأسرة أى تزداد نسبة الأسر الممتدة كلما ارتفعت الفئة العمرية لربة الأسرة .

ج - نسبة كبار السن : تنخفض نسبة كبار السن في الأسر النواة وترتفع في الأسر الممتدة .

د - متوسط العمر عند الزواج للإناث : ترتفع نسبة الأسر النواة التي يتجاوز فيها عمر البنت عند الزواج ٢٠ سنة (٧٥.١٪) بينما تتركز أعلى نسبة من الأسر الممتدة (٣٢.٤٪) في الفئة العمرية ١٧-٢٠ سنة للبنت المقبلة على الزواج ، وهذا يعنى اتجاه الإناث بالأسر الممتدة إلى الزواج المبكر بالمقارنة بالإناث بالأسر النواة التي يغلب فيها الزواج المتأخر .

٧ - متوسط عدد الأطفال : ينخفض متوسط عدد الأطفال للمرأة في الأسر النواة ويرتفع بين الأسر الممتدة .

٨ - نسبة المتقاعدين : تنخفض نسبة الأسر النواة التي لا يوجد بها متقاعدون وترتفع نسبة الأسر الممتدة التي بها متقاعدون .

## وظائف الأسرة

تقوم الأسرة بخمس وظائف هامة ذات تأثير قوى على السلوك الاستهلاكى لأفرادها هي توفير الدعم المادى لهم وإمدادهم بالدعم المعنوى واختيار الأسلوب المعيشى المناسب لهم ، وتهيئة فرص كل من التطبيع الاجتماعى والتطبيع الاستهلاكى لهم ، وسنناقش هذه الوظائف بالتفصيل فى الفقرات القادمة .



## ١ - توفير الدعم المادى والاجتماعى لابنائها :

يعتبر الدعم المالى من أهم الوظائف التى تقوم بها الأسرة حيث تظل الأسرة أبناًها بمظلة الحماية والأمان الاقتصاديين ، ولا تقتصر العلاقة بين الأسر وأبنائها على المساعدات المادية فحسب ، وإنما تتعداها فى أحيان كثيرة إلى الحماية والدعم الاجتماعيين أيضاً ، ويشمل ذلك تعيين الأقارب فى الوظائف الشاغرة والدفاع عنهم فى أوقات الأزمات أمام الغير وتسهيل أمورياتهم وأعمالهم الخاصة ومد يد العون لهم فى ضائقتهم وإقراضهم بعض المال عند الحاجة وما شابه ذلك .

وقد تغيرت طبيعة الدعم المادى داخل الأسرة تغيراً كبيراً فى السنوات الأخيرة فقد تغير الدور الذى يلعبه كل من الزوج والزوجة فى المنطقة العربية بما فى ذلك المجتمع السعودى فى مد الأسرة بالدعم المادى حيث انضمت إلى القوة العاملة - وما تزال - نسبة كبيرة من النساء العاملات المتزوجات وغير المتزوجات وأصبح لهن تأثير أكبر على عملية اتخاذ القرارات الشرائية والاستهلاكية داخل الأسرة . كما تغير الدور الاقتصادى للأولاد أيضاً حيث صار الكثير منهم ينزل إلى ميدان التجارة مبكراً فى حياته إما بالعمل فى منشأة والده أو لدى أحد أقاربه أو بتأسيس شركة خاصة به ، وبالرغم من أن الدخل الذى يحصل عليه الغالبية الكبرى من الشباب العامل ينفقونه على أنفسهم وقليل ما يستخدمونه فى مساعدة أسرهم ، فإن دخلهم الخارجى يساهم فى تخفيف العبء المالى على الأسرة نسبياً وخاصة فى حالة الأسر المتواضعة الحال .

## ٢ - إمداد الأولاد بالدعم المعنوى :

تلعب الأسرة دوراً حيوياً فى إمداد أبنائها وبنائها بالدعم المعنوى الذى يحتاجونه خلال مراحل نموهم المختلفة وبصورة خاصة عند معاناتهم من بعض المشاكل الشخصية أو الاجتماعية . لذلك يجمع علماء النفس والاجتماع على حد سواء على أن الأسر المفككة وتلك التى تعاني من مشاكل الطلاق ينتهى الأمر بأطفالها إلى حرمانهم من الدعم المعنوى الضرورى لنمو شخصية الطفل مما يسبب له كثيراً من المشاكل النفسية وقد يؤدى به فى النهاية إلى الانحراف . ومع ازدياد معدلات الطلاق ، فليس غريباً أن نرى انتشار مراكز الاستشارات الأسرية والعلاج النفسى فى الوقت الحاضر - وخاصة فى الدول الغربية - لعلاج تلك المشاكل ، حيث تجد الأسر نفسها عاجزة عن إمداد أبنائها بالعون المعنوى فتلجأ إلى تلك المراكز فى محاولة من جانبها لإنقاذهم من التدهور أو الانحراف ، وعموماً فإن قرار اختيار المركز الاستشارى أو الطبيب النفسى يشبه قرارات الاستهلاك الأخرى التى تتخذها الأسرة من نواح كثيرة .

## ٢ - اختيار الأسلوب المعيشى الملائم لأفراد الأسرة :

تقوم الأسرة بتقرير الأسلوب أو النمط المعيشى الملائم لأفرادها فيتعلمونه ويتعودون عليه من خلال تربيته وتوجيههم من ناحية وممارسته عملياً من ناحية أخرى . ويتأثر الأسلوب المعيشى للأسرة بعدة عوامل منها الأسلوب التربوى الذى تعرض له الوالدان فى أسرتهما ونشأ عليه والخبرة الشخصية التى اكتسبها كل منهما خلال حياته والطبقة الاجتماعية التى ينتميان إليها والأهداف التى يضعانها لأولادهما فى المستقبل . ونتيجة لذلك تتأثر الأنشطة اليومية للأولاد داخل الأسرة بأسلوبها المعيشى فيحدد الوالدان الوزن أو الأهمية المرتبطة بتلك الأنشطة وحدود الوقت الذى ينبغى قضاءه فى كل منها كالاستذكار ومشاهدة التلفزيون والاشتراك فى الأنشطة الرياضية والاجتماعية والدينية والترفيهية والسهر مع الأصدقاء والخروج إلى الصحراء وما إلى ذلك من أنشطة .

ومن الملاحظ أن الأسلوب المعيشى للأسرة يؤثر على حجم التزاماتها المالية ، ولكن هذه العلاقة فى الواقع هى علاقة متبادلة وليست فى اتجاه واحد ، وبالرجوع إلى الشكل رقم ( ٧-١ ) نجد أن هناك خمسة متغيرات تؤثر فى بعضها من خلال دورة كاملة كالتى :

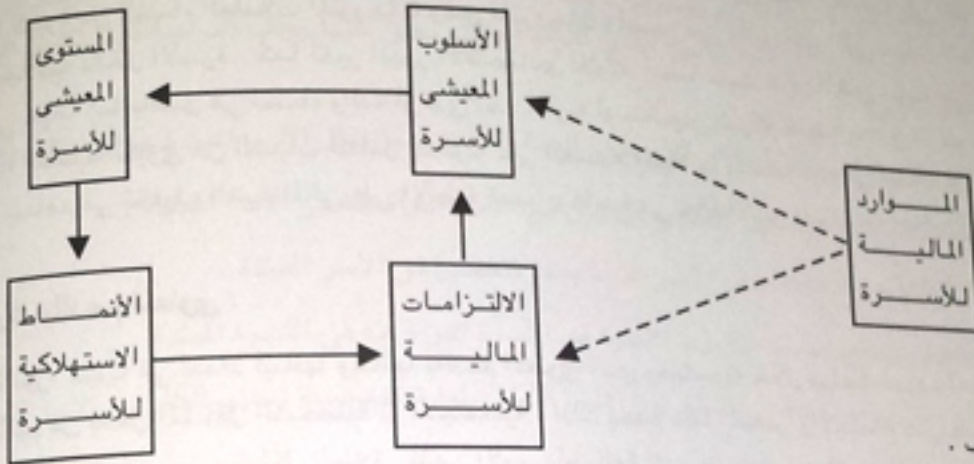
- الأسلوب المعيشى للأسرة يحدد مستواها المعيشى .



- المستوى المعيشي للأسرة يشكل أنماطها الاستهلاكية .
- الأنماط الاستهلاكية للأسرة تحدد إطار التزاماتها المالية .
- الموارد المالية للأسرة تؤثر على كل من التزاماتها المالية وأسلوبها المعيشي .

شكل رقم ( ٧-١ )

العلاقة المتبادلة بين الأسلوب المعيشي للأسرة والتزاماتها المالية



المصدر : المؤلف .

فكر - على سبيل - المثال في أسرة تنتمي إلى الطبقة الوسطى ولكن تطلعاتها ونظرتها إلى الحياة تجعلها تميل إلى اتباع الأسلوب المعيشي للشريحة العليا من طبقتها . لاشك أن الأنماط الاستهلاكية لهذه الأسرة ستختلف عن الأنماط الاستهلاكية لمثيلاتها من أسر الطبقة الوسطى التي لا تحاكي الأسلوب المعيشي للشريحة العليا من الطبقة . يترتب على اتباع هذه الأسرة لأنماط استهلاكية أكثر طموحاً أن تتأثر التزاماتها المالية بذلك فربما يتطلب الأمر زيادة أعبائها المالية نتيجة لاشتراكها في أحد النوادي المعروفة ، أو شراء حاسب ألى وعدد من برامج الحاسب للاستخدام المنزلي أو السفر للخارج من أجل السياحة ، وهي كلها أنشطة يتطلبها الأسلوب المعيشي لأفراد الشريحة العليا من الطبقة الوسطى .

من جهة أخرى قد تكتشف هذه الأسرة أن أعباءها المالية تتزايد مع مرور الأيام إلى الدرجة التي لا تستطيع مواردها المالية المعتادة أن تطبقها فتقرر الأسرة أخيراً أن تقلل من المصروفات غير الضرورية ، ويعنى هذا التضحية ببعض الأنشطة التي تحاكي بها الأسلوب المعيشي للشريحة العليا من الطبقة مثل : إلغاء فكرة السفر إلى الخارج بهدف السياحة أو الاشتراك في النادي المعروف . وبذلك فقد يؤدي التزايد المتواصل للأعباء المالية على الأسرة إلى تعديل أسلوبها المعيشي في النهاية ليتفق مع الموارد المالية المتاحة لها .

نلاحظ أيضاً أن تطور الظروف الاجتماعية وتحسن المستوى المعيشي لكثير من الأسر قد أثر على الالتزامات العائلية لعائلتها مما أثر بالتالي على أنماطها الاستهلاكية ، فمثلاً أدى التحاق نسبة كبيرة من الأمهات بالقوة العاملة إلى تخفيض الوقت المخصص للأعمال المنزلية والطبخ ، مما ساهم في التوسع في أسواق الأطعمة الجاهزة ومطاعم الوجبات السريعة . ونظراً لأن كلا الوالدين يقضيان وقتاً أطول في العمل كل يوم فقد تحول الاهتمام بالوقت الذي يقضيه الوالدان مع الأطفال ومزايا جديدة إليها بحيث تكون قادرة على إسعاد الأطفال خلال الوقت القصير الذي يقضيه الوالدان معهم في المنزل مثل : الألعاب الإلكترونية وبرامج الحاسب الآلى للأطفال وخلافه .



## ٤ - تهيئة فرص التطبيع الاجتماعي للأطفال :

يعتبر تعليم الأولاد مبادئ السلوك الاجتماعي من الوظائف الأساسية للأسرة وتعرف هذه العملية بالتطبيع الاجتماعي - كما ذكرنا في الفصل الخامس - وتتضمن نقل القيم الأساسية للمجتمع وأساليب السلوك الاجتماعي المتعارف عليها بين أفرادها إلى الأطفال من خلال التوجيه والإرشاد من جانب الأسرة والملاحظة والممارسة من جانب الأطفال . وتشمل أساليب السلوك الاجتماعي التي تنقلها الأسرة إلى الأولاد المبادئ الأخلاقية والقيم الدينية ومهارات التعامل مع الآخرين ومعايير اللباس والمظهر العام والأسلوب المناسب للتصرف وطريقة مخاطبة الآخرين واختيار الأهداف التعليمية للفرد ، وما يترتب على هذه الأهداف في المستقبل من وظائف ومراكز اجتماعية معينة . ومما لا شك فيه أن تعلم الطفل لمبادئ السلوك الاجتماعي في السنوات الأولى من حياته يمدّه بأساس قوى يبنى عليه من تجربته في المستقبل ويؤكدّها وقد يعدلها أو يضيف إليها أثناء مراحل نموه المختلفة إلى أن يصبح شخصاً مكتمل النمو .

ولا تقتصر عملية التطبيع الاجتماعي في العادة على مرحلة الطفولة ولكنها عملية مستمرة تبدأ في مرحلة الطفولة وتستمر طوال حياة الإنسان بالرغم من أهميتها الخاصة في تلك المرحلة <sup>(٢)</sup> ، فمثلاً يعتبر التكيف السلوكي الذي يمر به العروسان بعد الزواج مباشرة جزءاً من تلك العملية المستمرة ، كما أن التكيف الذي يمر به أفراد الأسرة الطاعنون في السن نتيجة لضعف قدراتهم العضلية والتغير الذي يحدث في أساليب معيشتهم هو أيضاً جزء من عملية التطبيع الاجتماعي المستمر وهكذا .

ويمكن للمنتجين تيسير عملية التطبيع الاجتماعي للمستهلكين في المراحل المختلفة من حياتهم من خلال تقديم السلع والخدمات التي تعينهم على تغيير سلوكهم بما يتفق مع الظروف الاجتماعية التي يواجهونها ومع قيم المجتمع ومتطلباته ، ومن أمثلة هذه المنتجات برامج الحاسب الآلي المصممة خصيصاً للأطفال والتي تساعد على اكتساب مهارات جديدة وتمكنهم من سرعة التعلم (ومراحيض) الأطفال الصغيرة المصنوعة من البلاستيك والتي تتولى تدريبهم وإعدادهم للانتقال إلى استخدام (المراحيض) العادية بعد فترة من الزمن وكذلك المقاعد المتحركة آلياً لغير القادرين على المشي من كبار السن وما إلى ذلك من منتجات .

## ٥ - تهيئة فرص التطبيع الاستهلاكي للأطفال :

عملية التطبيع الاستهلاكي - كما ذكرنا من قبل - هي العملية التي يكتسب الأطفال من خلالها المهارات الشرائية والاستهلاكية والمعلومات المتعلقة بالسوق وينمون قدرتهم على الحكم على المنتجات المختلفة وعلى المحلات التجارية التي تباعها مما يساعدهم على أداء دورهم كمستهلكين بنجاح في المستقبل .

وتلعب الأسرة دوراً هاماً في عملية التطبيع الاستهلاكي وفي تشكيل الانطباعات الأولى للطفل عن مختلف المنتجات والمحلات التجارية والعلامات المتوفرة في السوق ، وتؤكد الدراسات التي أجريت في هذا المجال على اكتساب الأطفال لمعايير السلوك الاستهلاكي من خلال ملاحظتهم لوالديهم اللذين يعتبرونهما مثلاً الذي يحتذى ، وتدل هذه الدراسات بصفة خاصة على أن الأطفال الصغار يعتمدون على والديهم وإخوتهم الكبار وأقاربهم كمصدر رئيسي لمعايير السلوك الاستهلاكي ، بينما يعتبر الشبان الذين يمرون بسن المراهقة أقرانهم النموذج الذي يحتذى عند التفرقة بين السلوك المقبول والسلوك غير المقبول <sup>(٣)</sup> .

ويتأثر الأطفال بالاتجاهات النفسية للوالدين نحو النقود ونحو الممتلكات العائلية وأساليب العناية بها كما يتأثرون بالمشاكل التي تثار في الأسرة حول النقود ، وقد يكون لهذه المشاكل تأثير سلبي على الأطفال ، فقد دلت البحوث على أن الأسر التي تعاني من مشاكل النقود تنتج أطفالاً مبدزين أو مقترنين جداً <sup>(٤)</sup> . بالإضافة إلى ذلك تؤثر نوع الأسرة التي يعيش فيها الطفل على رغباته ففي الأسر الممتدة مثلاً يقارن الطفل بصفة دائمة بين حاجياته وحاجيات أقرانه من الأقارب مما يؤثر في طموحاته ومطالبه <sup>(٥)</sup> .



وغالباً ما يستعين الوالدان بعملية التنشئة الاستهلاكية في تحقيق بعض أهداف التنشئة الاجتماعية ، فمثلاً قد يرد الوالدان طفلهم بمكافأة مالية أو جائزة عينية إذا التزم بتنفيذ توجيهاتهم أو إذا أقدم على التصرفات المرغوبة ، وبذلك يستخدم الوالدان الجائزة كأداة أو وسيلة لتعديل سلوك الطفل في الاتجاه المرغوب ، وقد وجد بعض الباحثين أنه يمكن للوالدين تعليم أولادهم كيفية التفكير بطريقة اقتصادية رشيدة من خلال التنشئة الاستهلاكية مما يلبسهم بهم في النهاية إلى اختيار بدائل أفضل وتحقيق إشباع أكبر ، فالأطفال الذين تربوا على عدم الحصول على كل شيء يريدونه بسهولة وعلى ضرورة الاختيار من بين بدائل محدودة وواقعية كانوا أكثر سعادة ورضاء باختياراتهم من غيرهم (٦).

وتتأثر عملية التطبيع الاستهلاكي للأطفال بصورة مباشرة عند اصطحاب الوالدين لهم أثناء التسوق حيث تدل نتائج عدد من الدراسات على الاهتمام المتزايد للوالدين بعملية التنشئة الاستهلاكية لأولادهم وحرصهم على أخذ رأي الأولاد في القرارات الشرائية للأسرة بما في ذلك المنتجات التي لا يسعون لشراؤها في رحلاتهم التسوقية المعتادة كالسيارات والأجهزة الكهربائية الكبيرة والرحلات السياحية . وتشير نتائج هذه الدراسات كذلك إلى أن الوالدين يشرحان أطفالهما أثناء التسوق وبإسهاب أسباب عدم شراء منتجات معينة ، كما يناقشون معهم الدور الذي تلعبه الإعلانات التجارية مما يقلل من تأثير تلك الإعلانات عليهم (٧) .

## اتخاذ القرارات الشرائية داخل الأسرة

تتنوع أساليب الشراء وطرقه وأهدافه داخل الأسرة الواحدة وكذلك بين الأسر ، فقد تشتري الأسرة بعض المنتجات الغذائية كالأرز والخضروات واللحوم بغرض الاستهلاك الأسري ، وقد تشتري بعض المنتجات الأخرى كملايس الأطفال للاستهلاك الفردي ، من جهة أخرى قد تلعب الزوجة دوراً نشطاً في عملية اتخاذ القرارات الشرائية في بعض الأسر بالمقارنة بدورها في أسر أخرى ، وليس من الضروري في كل الحالات أن يكون الشخص الذي اتخذ قرار الشراء هو نفسه الشخص الذي يتولى الشراء أو الشخص الذي يستهلك السلعة ، وهذه كلها أدوار قد يقوم بها نفس الشخص أو عدة أشخاص داخل الأسرة الواحدة . لهذه الأسباب سنتناول بالشرح في الفقرات التالية بعض الجوانب والعوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرارات الشرائية داخل الأسرة .

### الأدوار الأسرية في عملية اتخاذ القرار الشرائي :

يتعاون أفراد الأسرة في تأدية المهام المطلوب إنجازها داخل المنزل وخارجه ، ففي الأسرة التقليدية يكون الزوج هو رب الأسرة والمصدر الرئيسي لدخلها وتقوم الزوجة بدور ربة البيت التي تدير شؤونها وتقوم على تربية الأولاد وتشرف على إعداد الطعام وترتيب المنزل ونظافته .. إلخ ، ويمد الأولاد يد المساعدة لأهم بحسب جنسهم فتساعد البنات في إعداد الطعام ويساعد الصبيان في شراء بعض احتياجات المنزل ، ولاشك أن هذا التعاون في تأدية المهام الأسرية يساهم في زيادة التماسك الأسري وتدعيم الوحدة بين أفراد العائلة .

وعموماً هناك ثمانية أدوار مختلفة يمكن أن يقوم بها أفراد الأسرة في عملية اتخاذ القرار الشرائي هي (١) اتخاذ القرار (٢) الرقابة على المعلومات (٣) التأثير في القرار (٤) القيام بالشراء (٥) إعداد السلعة للاستهلاك (٦) استخدام السلعة (٧) إجراء الصيانة لها (٨) التخلص منها كما هو موضح بالجدول رقم (٧-١) . ويختلف الأعضاء الذين يقومون بهذه الأدوار من أسرة لأخرى ومن منتج لآخر سواء كان هذا المنتج سلعة أم خدمة ، لذلك نجد في بعض الحالات أن هناك فرداً واحداً يقوم بعدة أدوار مجتمعة وفي حالات أخرى يشترك اثنان أو أكثر من أفراد الأسرة في أداء نفس الدور ، فمثلاً قد يمر الزوج على أحد محلات السوبرماركت أثناء عودته إلى المنزل بعد انتهاء العمل ويشتري زجاجة كاتشب من نوع جديد ظهر في الأسواق دون أن يطلب منه أحد أفراد أسرته ذلك ، في هذه الحالة يكون الزوج قد قام بأربعة أدوار في نفس الوقت هي دور متخذ القرار ودور المشتري ودور المؤثر في القرار ودور مستخدم السلعة بافتراض أنه سيشارك في استهلاك الكاتشب . وقد تقوم



الزوجة بثلاثة أدوار هي : معد السلعة ( وضع الكانتشب على المائدة ) ومستخدمها والمتخلص منها ( إلقاء العبوة الفارغة في القمامة بعد استهلاك المادة الغذائية بالكامل ) . ويصفة عامة تحدد طبيعة المنتجات نفسها عدد أعضاء الأسرة الذين يقومون بدور المستخدم لها فبعض المنتجات يستهلكها فرد واحد ، مثل : الملابس والأدوية الخاصة والبيع الآخر يستهلكها عضوان أو أكثر ، مثل : الطعام والشامبو والأقراص المسكنة للآلام ، وهناك منتجات أخرى يستعملها جميع أفراد الأسرة بصورة مباشرة أو غير مباشرة كالستائر والسجاد وساعات الحائط وما شابه ذلك .

### جدول رقم (٧-١)

#### الأدوار الأسرية في عملية اتخاذ القرار الشرائي

| الدور                                 | الشرح                                                                                                                               |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ١- متخذ القرار<br>Decider             | يكون للعضو الذي يقوم بهذا الدور سلطة اتخاذ القرار الشرائي إما كلياً (أى وحده) أو جزئياً (بالاشتراك مع عضو آخر) .                    |
| ٢- الرقيب على المعلومات<br>Gatekeeper | يتحكم عضو الأسرة من خلال قيامه بهذا الدور في كمية ونوع المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة التي يسمح بتدفقها إلى باقي أفراد الأسرة . |
| ٣- المؤثر في القرار<br>Influencer     | يقوم عضو الأسرة من خلال قيامه بهذا الدور بالتأثير في القرار الشرائي بطريق مباشر أو غير مباشر .                                      |
| ٤- المشتري<br>Buyer                   | طبقاً لهذا الدور يتولى عضو الأسرة مهمة شراء السلعة من السوق نيابة عن باقي أفراد الأسرة .                                            |
| ٥- معد السلعة<br>Preparer             | يقوم بهذا الدور العضو الذي يحول السلعة إلى صورة مناسبة للاستهلاك .                                                                  |
| ٦- مستخدم السلعة<br>User              | في هذا الدور يقوم عضو الأسرة باستهلاك السلعة أو استعمالها .                                                                         |
| ٧- إخصائي الصيانة<br>Maintainer       | إخصائي الصيانة في الأسرة هو العضو الذي يتولى صيانة وإصلاح السلعة لباقي أفراد الأسرة بما يكفل رضاهم .                                |
| ٨- المتخلص من المنتج<br>Disposer      | يشمل هذا الدور أعضاء الأسرة الذين يقومون بالتخلص من السلعة بعد استعمالها .                                                          |

المصدر :

Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk: Consumer Behavior, 4th Edition (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc., 1991, p. 341.

تدل نتائج إحدى الدراسات التي أجريت في الرياض على أن الزوج يلعب الدور الرئيسي في شراء الاحتياجات الغذائية للأسرة السعودية ، حيث يقوم الزوج في ٧٦٪ من الأسر بالشراء ، بينما تقوم الزوجة بدور المشتري فيما لايزيد عن ٤٪ من الأسر، ويشترك الزوجان معاً في الشراء في ١٢٪ من الحالات ، ويشترك كل أفراد الأسرة في القيام بالشراء في ٥٪ من الحالات ، ويقوم الخدم بالشراء في ٣٪ من الحالات <sup>(٨)</sup> .



غير أن الأدوار التي يقوم بها أفراد الأسرة السعودية المعاصرة خضعت لتغيير واضح خلال السنوات الأخيرة وذلك لأسباب لا تخفى عن الجميع ، فنسبة التعليم بين البنات زادت زيادة كبيرة وتضاعف عدد الزوجات العاملات عدة مرات ، بل إن بعضهن أصبحن يمتلكن شركائهن الخاصة بهن وزادت مشاركة الزوجة في الأعباء المالية للأسرة ، مما أدى إلى زيادة مشاركتها في اتخاذ القرارات الشرائية والاستهلاكية أو التأثير عليها بقوة ، وقد كان لذلك أثره على الإستراتيجيات التسويقية والترويجية لعظم المنتجين المحليين والمستوردين للسلع الأجنبية على السواء فصاروا يخاطبون الأب والأم برسائل ترويجية مشتركة ، واختلفت طبيعة الرسائل الموجهة للأسر بحيث أصبحت تخاطب زوجات مستواهن التعليمي أعلى ووسائل الاستهلاك أكبر ، واستجاب المنتجون للتغيرات الاجتماعية المعاصرة بتقديم السلع والخدمات التي تواكب تلك التغيرات وتخدمها ، مثل : أجهزة المطبخ الحديثة والوجبات الجاهزة وخدمات التوصيل للمنازل وخلافه . تؤكد ذلك نتائج الدراسات التي أجريت على الأسرة السعودية والتي تشير إلى وجود تغييرات واضحة في الأدوار التي يقوم بها كل من الرجل والمرأة داخل الأسرة في عملية اتخاذ القرار الشرائي في الوقت الحاضر (٩) .

### التأثير النسبي للزوج والزوجة في عملية اتخاذ القرار الشرائي

اهتم باحثو المستهلك بدراسة مدى تأثير كل من الزوج والزوجة على عملية اتخاذ القرار الشرائي ووصلوا إلى أن هناك أربعة أنواع من القرارات الشرائية يتم اتخاذها داخل الأسرة هي (١٠) :

#### ١ - قرارات يغلب على اتخاذها الزوج :

في هذه الحالة قد يلعب كل من الزوج والزوجة عدة أدوار ويصور متفاوتة ولكن الزوج في النهاية هو الذي يتخذ قرار الشراء ، ويدخل في ذلك القرارات الخاصة بشراء ملابس الزوج والسيارة وقرارات الادخار والاستثمار .

#### ٢ - قرارات تغلب على اتخاذها الزوجة :

قد يلعب كل من الزوج والزوجة عدداً من الأدوار في هذه الحالة أيضاً وقد تتفاوت أهمية هذه الأدوار تبعاً لنوع المنتج وتقوم الزوجة في النهاية بدور متخذ القرار ، ويشمل ذلك القرارات الخاصة بشراء ملابس الزوجة وملابس الأطفال وطعام الأسرة .

#### ٣ - قرارات مشتركة :

في هذه الحالة يشترك كل من الزوجين في اتخاذ القرار الشرائي ، بعبارة أخرى يتفاوض الاثنان على جميع شروط الشراء بما في ذلك نوع السلعة أو الخدمة المشتراة وثمان شرائها والمحل التجاري الذي يتم شراؤها منه وكيفية التسليم وما شابه ذلك ويتفقان عليها ، ومن الأمثلة على ذلك القرارات الخاصة بقضاء الأسرة للعطلة الصيفية بالخارج وقرارات شراء الأجهزة المنزلية المعمرة .

#### ٤ - قرارات فردية :

يوفر هذا النوع من القرارات الحرية لكل من الزوج والزوجة في اتخاذ قرار الشراء منفرداً وبدون موافقة أو اشتراك الطرف الآخر ، ومن الأمثلة على هذا النوع من القرارات شراء بعض الطلويات أو شراء بعض العدد الخفيفة لاستخدامها داخل المنزل . وبصفة عامة يعتمد حجم التأثير الذي يتمتع به كل من الزوج والزوجة في عملية القرار الشرائي على عوامل كثيرة من أهمها ما يلي :

#### ١ - نوع المنتج محل الشراء .



- ب - فلسفة الأسرة حول دور كل من الزوجين في اتخاذ القرار .  
ج - المرحلة التي تمر بها عملية اتخاذ القرار .  
د - عمل الزوجة .  
هـ - التغير في الأساليب المعيشية للأسر .

وسنناقش هذه العوامل في الفقرات التالية بشيء من التفصيل .

### ١- نوع المنتج موضع الشراء

يعتمد التأثير النسبي لكل من الزوج والزوجة في عملية اتخاذ القرار الشرائي إلى حد ما على نوع السلعة أو الخدمة محل الشراء . فمثلاً كان شراء السيارات ومازال من اختصاص الزوج ولذلك فتأثير الزوج أكبر من تأثير الزوجة من حيث جمع المعلومات المتعلقة بالأنواع الجديدة من السيارات ومناقشة النواحي الفنية المتعلقة بها والتحرى عن إمكانيات الإصلاح والصيانة وإتمام الشراء . من جهة أخرى كانت الزوجة في الماضي هي المهيمنة على اتخاذ القرارات الشرائية الخاصة بالطعام وملابس الأطفال وطعامهم ومفروشاتهم واختيار أطباء الأطفال ولكن في الوقت الحاضر نجد أن الأزواج يشاركون في هذه القرارات بصورة أكبر ، كما أن الزوجة أصبحت لها الآن دور أكبر في اختيار الصيدليات التي تشتري منها الدواء ، وفيما بين هذا وذاك هناك مجموعة من المنتجات التي لا يغلب على اتخاذ قرار الشراء فيها أي من الزوج أو الزوجة مثل : اختيار طبيب العائلة ، ففى بعض الأسر يتخذ الزوج هذا القرار وفي البعض الآخر تتخذه الزوجة <sup>(١١)</sup> . وقد وجد علوى والمصرى <sup>(١٢)</sup> أن الزوجة السعودية تقوم بدور هام في تحديد الاحتياجات الغذائية الأساسية للأسرة سواء منفردة أو بالاشتراك مع باقى أفراد الأسرة كما هو واضح من الجدول رقم (٧-٢) بينما يقوم الزوج بدور كبير في تحديد الاحتياجات الغذائية الأخرى (غير الأساسية) .

وفي دراسة أخرى قام بها أبو ركة وفهمى لعملية اتخاذ القرار الشرائي داخل الأسر السعودية بالمنطقة الغربية دلت النتائج على أن التأثير النسبي لكل من الزوج والزوجة في عملية القرار يختلف باختلاف نوع المنتج كما هو مبين بالجدول رقم (٧-٣) .

### ب - فلسفة الأسرة حول دور كل من الزوجين في اتخاذ القرار

تميل الأسر التي تعتنق فلسفة المساواة بين الزوجين إلى توزيع القرارات الشرائية بينهما بالتساوى تقريباً ، كما تزداد درجة التشاور بينهما وتقل درجة الخلاف إلى الحد الأدنى <sup>(١٣)</sup> ، وتعتبر فلسفة الأسرة حول دور كل من الزوجين في اتخاذ القرارات المالية والشرائية داخل الأسرة محصلة لعدد من العوامل التي يمكن تلخيصها فيما يلي :

#### جدول رقم (٧-٢)

#### دور عضو الأسرة السعودية في تحديد الاحتياجات الغذائية للأسرة

| العضو              | النسبة المئوية للأسر |
|--------------------|----------------------|
| الزوجة منفردة      | ٤٣٪                  |
| الزوج منفرداً      | ١٦٪                  |
| الزوج والزوجة معاً | ٢٧٪                  |
| جميع أفراد الأسرة  | ١٤٪                  |
| المجموع            | ١٠٠٪                 |

المصدر : تم إعداد هذا الجدول باستخدام البيانات الواردة بالمصدر التالي : حسين محمد على علوى ومحمد عصام المصرى ، الخصائص السلوكية للمشتري السعودى من متاجر الخدمة بالنفس : دراسة ميدانية بمدينة الرياض ، جامعة الملك سعود ، كلية العلوم الإدارية ، مركز البحوث ، ١٤٠٢هـ / ١٩٨٢م ، الرياض ، ص (٨٤) .



## جدول رقم (٧-٣)

التأثير النسبي لكل من الزوجين السعوديين في عملية القرار

|                                                          |                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| عضو الأسرة الذي يقدم بكل الأدوار                         | منتجات يقوم فيها عضو الأسرة السعودية بكل الأدوار وحده (تحديد الحاجة للسلعة ، اتخاذ قرار الشراء ، القيام بالشراء ، استخدام السلعة) . |
| الزوجة                                                   | ملابس وأحذية السيدات ، أدوات زينة النساء ، أدوات المطبخ ، المجوهرات .                                                               |
| الزوج                                                    | ملابس خروج للرجال ، ملابس داخلية للرجال ، أحذية للرجال .                                                                            |
| العضو القائم بكل الأدوار /<br>العضو المشارك في الاستخدام | منتجات يقوم فيها عضو الأسرة السعودية بكل الأدوار ويشاركه فقط في استخدام السلعة أحد أو كل أفراد الأسرة الآخرين .                     |
| الزوجة / البنات                                          | ملابس البنات .                                                                                                                      |
| الزوج / الأسرة                                           | حداد وبويات السيارات ، اللحوم .                                                                                                     |
| مستخدم المنتج                                            | منتجات يشترك الزوجان في بعض أو كل مراحل اتخاذ القرار فيها ولكن لا يشتركان في استخدامها .                                            |
| الأولاد / البنات / الأطفال                               | ملابس الأولاد ، ملابس الأطفال ، أحذية الأولاد والبنات والأطفال ، لعب الأطفال .                                                      |
| مستخدم المنتج                                            | منتجات يشترك الزوجان في بعض أو كل مراحل القرار فيها وفي استخدامها .                                                                 |
| الأسرة                                                   | الخضروات ، الفاكهة ، المشروبات .                                                                                                    |
| مستخدم المنتج                                            | منتجات يشترك أفراد الأسرة في بعض أو كل مراحل اتخاذ القرار فيها .                                                                    |
| الأسرة                                                   | الأدوية والعقاقير ، الأثاث والمفروشات ، الأجهزة الكهربائية ، بقالة ومشتريات رمضان ، حلويات العيد .                                  |

المصدر : تم تصميم هذا الجدول باستخدام البيانات الواردة بالمصدر التالي : حسن أبو ركة ومنصور فهمي " تقدير نمط الاستهلاك في المجتمع السعودي " مجلة الاقتصاد والإدارة ، العدد (٣) ، ( رجب ١٣٩٦ هـ - يونيو ١٩٧٦ م ) ، ص ص (١٤١-١٤٢) .

## المستوى التعليمي لكل من الزوجين

تدل الدراسات المتوفرة عن السوق السعودية أن ارتفاع المستوى التعليمي للأفراد يؤدي إلى زيادة مشاركة الزوجة في اتخاذ القرارات الشرائية ، فقد وجد علوي والمصري أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لرب الأسرة السعودية ازدادت أهمية الزوجة في تحديد الاحتياجات الغذائية للأسرة ، وازداد اشتراك الزوجين معاً في القيام بالشراء (١٤) .

## طبيعة القيم التي تربي عليها الزوجان

تختلف القيم الجوهرية من مجتمع لآخر كما ذكرنا من قبل ، وقد أكدت الدراسات التي تمت على مستهلكي كل من الدول النامية والدول المتقدمة اقتصادياً أن دور الرجل والمرأة في اتخاذ القرار الشرائي داخل الأسرة له علاقة بطبيعة القيم التي