

ارتفاع مؤشر الاستهلاك.. صورة من التخلف بكل المستويات..!!

٢٥-٠٦-٢٠١٣

احيانا نعتبر زيارة اي سوق او مول متعة وسدا لوقت الفراغ ويصدق ان نرى سلعة كهربائية متطورة نطمح لشراؤها ولكن شحة ما نحمله من مال يدفعنا للتأجيل وترتيب امر توفير ثمنها باقرب فرصة خوف نفاذها...!!

احيانا نعتبر زيارة اي سوق او مول متعة وسدا لوقت الفراغ ويصدق ان نرى سلعة كهربائية متطورة نطمح لشراؤها ولكن شحة ما نحمله من مال يدفعنا للتأجيل وترتيب امر توفير ثمنها باقرب فرصة خوف نفاذها...!! وتتكرر صور اخرى نصادفها من عروض الازياء وملحقاتها ويجذبنا سعرها المناسب او اعلان تخفيضها...!! والامر بهكذا سلوك لا يقتصر على المرأة او الرجل ومن كافة الاعمار ومختلف المستويات الاجتماعية والطبقية وتتفاوت جدوى زيارة اي سوق وقربه من محل السكن او العمل.. لشراء ملابس او جهاز حديث من الموبايلات او عطر مميز بعلامة مشهورة وغير مقلد..

*تقول ام يوسف (ربة بيت) تعودت زيارة السوق مع زوجي كل اسبوع ونقرر سلفا، وبعد الاتفاق على اقتناء ملابس من النوع الجيد.. ولكننا نفاجأ بمواد جديدة او جهاز يدخل في مستلزمات المطبخ ونضطر لشراؤها...!! عندها تختل مصروفاتنا المقررة شهريا...!!

هند وفداء طالبان في الجامعة.. يعتبران الخروج للسوق فرصة لسد فراغ يوم الجمعة او اي عطلة.. وتؤكدان انهما تتحسran على عدم مقدرتهما المادية لشراء ما يرانه من ملابس بتصاميم حديثة وتكتفيان بالحسرة ويتناول المرطبات.

* اما هشام البغدادي (كاسب) فانه يرفض خروج عائلته للتسوق لاي حاجة وان كانت ضرورية ويرى بان المرأة مبذرة ولا تحسن التصرف امام اي بائع ويضطر لمصاحبة زوجته والابناء وبيقهم داخل سيارته ويقوم بشراء ما يرغبون وخاصة عند اقتراب الاعياد او الموسم الدراسي..!!

*الاسراف والبلذخ في تقديم الطعام في اي مجلس عزاء صورة لا يمكن السكوت عنها وينتقدها المهندس محمد الكرخي بالقول.. مهما كانت مبررات المقدره المادية والوجهة الاجتماعية والعرف الاجتماعي الموروث.. فنلاحظ الاسراف في عرض مئات الصحون وملحقاتها عند كل وجبة من المعزين حيث يتم جمعها بأكياس النفايات كبقايا مما تم تناوله.. وهذا شرعا لا يجوز...!! ويعكس جهالة وعدم مسؤولية..!!

*بينما تشكو ام سلام ربة بيت من وجود غسالتين عاطلتين ومكيف ومجمدة وغسالة تعرضت للعطل.. ولامن يبادر لتصليحها او شرائها من قبل (دواره العتيق) وتكشف لنا بان ابو سلام يقتني غسالة حديثة واجهزة جديدة ويردد مقلته (الله يفضل علينا) لا تهتمى...!!

ثقافة الاستهلاك تقليد للآخرين

* عن هذه الصور وغيرها واسبابها في مجتمعنا مع متغيرات الحياة العصرية يعلق الخبير الاقتصادي الدكتور محمد عبدالرزاق الصوفي.
*مجتمعتنا يتصف بميل عال للاستهلاك يقابله ميل منخفض للادخار.. وهذا يعني صغر الجزء الموجه للاستثمار والتركيز على الاستهلاك كهدف وربطه باسلوب الحياة.. وجعل الناس يركزون على الاستهلاك بصرف النظر عن حاجاتهم الفعلية فيصحبون في ظل هذه الممارسة اكثر تقليدا للآخرين وغير قادرين على اختيار ما يناسبهم من السلع المختلفة.. ان مصطلح ثقافة المستهلك يعني نهج الناس في شراء واستهلاك اكثر مما هم في حاجة اليه.. والثقافة هنا تؤكد ان الكلام ليس عن اشخاص بل عن ظاهرة اجتماعية واسعة الانتشار وهو مصطلح نقد للمجتمع الحديث ولعالم الاعلان الذي يشجع استهلاك منتجات عدة ومختلفة ولسنا بالضرورة في حاجة اليها ويؤدي الى استهلاك مفرط وغير محسوب ونتائجها قد تكون مدمرة للانسان والبيئة على حد سواء..

ثقافة الاستهلاك وأمن المجتمع

* عن ثقافة الاستهلاك وعلاقتها بأمن المجتمع تقول الدكتورة بدياء ستار عن بحثها المعد مع الاستاذ علي الياسري والسيدة هالة فاضل..
ثلث كمية الغذاء الذي نتناوله هو كاف لاحتياجات الجسم والباقي يذهب لجيوب الاطباء والمختصين بالغذاء ووسائل الدعاية والاعلام وربع الغذاء يرمى بسلة النفايات.. في حين تؤكد البيانات الدولية ان ١٣% من سكان العالم يعانون من سوء التغذية والمجاعة، فالتبذير هنا يبدأ من الاسرة الصغيرة ليزداد حجمه في المجتمع والمؤسسات والوزارات.. دراسة بريطانية نشرت عام ٢٠٠٥ تقول التبذير عملية متواصلة بالسلسلة الغذائية يعني مع بداية الزراعة وموسم الحصاد ومراحتها يحصل فيها الهدر لغاية جاهزيتها وتوزيعها وتصل نسبة الهدر والتلف بالسنة ٣٠ - ٤٠% لا حظوا صور الضياع والاهدار في بلد نطفي مع قلة الزراعة والمياه.. فالمياه الصالحة للشرب تهدر بغسيل السيارات وسقي الحدائق وغسل الشوارع هذه حالات ورثناها وتحتاج لوعي ومراجعة وتبنيه لصالح احيانا.. هناك عناصر للامن الغذائي لاي دولة ولكن هل لديها اكتفاء ذاتي معقول.. فالفرد ممكن يحصل على الغذاء بلا معاناة لان الدولة توفره لكن مع حدوث متغيرات بالعرض والطلب للسلع والمواد بالسوق اي يتطلب سياسة اقتصادية من الدولة وحساب الموسم وحاجة المستهلك هناك مجتمعات لديها ثقافة استهلاكية من جراء ما توارثته من احدث كانت سببا لسيادة هذه الثقافة.. اي الجانب التربوي يظهر واضحا هناك مؤشرات للامن الغذائي منها قيمة الانتاج الزراعي المحلي الى الانتاج المستورد عندها نقول ان البلاد مكتفية ذاتيا ام لا...!! ولكن طالما نبقى نستورد سنبقى طوع الغير وتحت رحمة الاستيراد وهذا له علاقة بالجانب السياسي وفرض الهيمنة وايضا هناك مؤشر اخر هو الاتفاق على الغذاء الى اجمالي الدخل القومي.. والشعوب العربية استهلاكية ومنها بلدا. هناك علاقة تكاملية بين ثقافة الاستهلاك الرشيد لتحقيق الامن الغذائي للبلد طالما لدينا سياسة او خطة وضعتها مؤسسات بهدف الترشيد وليس بالضرورة (بخلا) لان ذلك سيساهم بالتنظيم، نتقنا الادارة والتنظيم بكل شيء.. ومنها ثقافة ترشيد استهلاك الماء والكهرباء وعكس ذلك سنبقى بلدا يستورد كل شيء وتابعنا للآخرين.

شراهة الاستهلاك نفسياً واجتماعياً

*في دراستها التي نفذتها بين طالبات كلية التربية للبنات عن شراهة الاستهلاك حددت الدكتورة الطاف ياسين سببان نفسي واجتماعي للشراهة منها لشعور الضيق والتوتر او الهروب للطعام او الرغبة والسعادة بالاكل او من جراء الوحدة.. او الفضل بالدراسة وتفسير هذا السلوكيات عدم التمكن من منع نفسي من الشراهة والرغبة بتملك المواد او اثبتت نفسي انني قادرة على الشراء لوحدني او كثرة النفود وكونع من التفاخر...!!

ومن الاسباب الاجتماعية.. شراء مواد لا احتاجها بسبب وجود تطور سريع بالتكنولوجيا كاقترناء الموبايلات الجديدة.. وهذا سببه التربية الاسرية، وهناك من يقبل على شراء بضاعة جذابة وماركات عالمية او مقلدة للاصل.. وايضا تلف البضاعة وقلة جودتها ويعني استمرارية الشراء.. وفي الماضي القريب كنا نقتني اجهزة معمرة وعليها ضمان الصيانة.. هناك من يرغب بامتلاك اشياء كما عند الاصدقاء فضلا عن اعتبار السلوك هذا يعتبر مدخلا لاحترام الاخرين والتفاخر والمظهري.. فكل هذه السلوكيات هي تؤدي للشراهة بالاستهلاك..

هل المرأة مرشدة أم منقفة؟

*دراسة استطلاعية عن ٨٥٠ امرأة تناولت سلوكهن الاستهلاكي وتكشفت لنا الأستاذة اسيل حمدي عثمان من الكلية التقنية الادارية، وتقول:

وزعنا الاستمارات على نساء بغداد من الكرخ والرصافة وشملت الامله وربة البيت والعمالة والموظفات وأعمار مختلفة وهدفنا معرفة مستوى ثقافة الاستهلاك عند المرأة وهل هي مرشدة ام منقفة وهل تمتلك صفة الادخار وما مؤثرات الوعي عندها..؟ ووضعنا معيارين عن اسباب الانفاق ثم مقاييس التمييز .

وكما يقال ان المرأة هي رئيس وزراء الأسرة او وزارة الداخلية لانها تتصرف بميزانية البيت.. في حين نلاحظ احياناً ان صرفيات الرجل اكثر من الزوجة..! ومن اسباب خروجها للسوق شعورها بالسعادة او عندما تشعر بالكآبة او متعبة من متابعة امور الابناء في حين هناك من ترغب بقاء تبادل اخبار صديقاتها او لديها مناسبة لتهيئة هدية أو من تنبها بشراء حاجيات او لقتل وقت فراغها والمتنفس هو الحركة في السوق.. وايضاً لدينا من تتابع عروض موديلات جديدة..!

اما المدبرة.. فأنها تشعر بالسيطرة على رغباتها وليس السوق ضالتها.. وهي مقتنعة بالمصاريف اليومية.. وما تشتريه موسمياً يكفي احتياجاتها ولا ترغب بالتغيير.. وهناك من تقوم بدراسة حاجاتها من المواد وتعتمد وضع قائمة باذخار بعض المصروفات اليومية وتحديد وقت الشراء او سماح اعلان تخفيضات بالمعروضات واخرى تحدد توجهها للسوق عند المناسبات والاعيداء فقط..!

*وعن نتائج الدراسة الاستطلاعية.. ظهر لدينا انها مدبرة او منقفة بدرجة متوسطة ويعود هذا للفتات العمرية التي اعتمدها بسن (٤١) سنة فما فوق وهذا له الاثر بالنتائج كونها عاصرت ظروف الحصار والحروب وضغوط الحياة المعيشية..

هل المواطن منقف استهلاكياً أم لا..؟

*وهي دراسة استطلاعية لآراء عينة من الاسر في بغداد اعدها الباحث حسام موفق صبري ومشاركة الدكتور بدياء ستار وجان سبريل وهم من مركز بحوث السوق وحماية المستهلك. عن تفاصيل الدراسة واهدافها والنتائج التي خرجت بها يقول الباحث حسام موفق: استطلعنا آراء (٢٤٢) رب أسرة بموجب استبانة ادخلناها بخانة التحليل الاحصائي واستخدمنا اسلوب النسب في قضاء الكرخ ٦١% والرصافة ٣٨% وكان نصيب الاثناث ٥٣% والذكور ٤٦% اما المهن فجاءت ٥٨% من ارباب الاسر من القطاع الحكومي والمتبقي توزعوا بين ربات بيوت وقطاع خاص وكسبة ومتقاعدون وطلبة وعاطلين.. اما التحصيل العلمي فظهر ٢٨% حملة شهادة البكالوريوس و ١٩% دبلوم و ١٨% اعدادي و ١٧% ماجستير ودكتوراه وتوزع الباقيين ابتدائي وامي.. وهنا نلاحظ وجود حس علمي لدى العينة المختارة وهذا يخدم طبيعة البحث..

*ويشير الباحث لاهداف الدراسة وحددها بهدفين اساسيين الثقافة الاستهلاكية للمستهلك اولا ثم الوعي الاستهلاكي لديه.. ففي الهدف الاول استطلعنا منه عن معرفته المستمرة بأسعار السلع والخدمات ودرجة مصروفاته عموماً وان كان يتجول بالاسواق وما تأثره بشيء اكثر من غيره.. كالاتم المرنى او المسموع او نصابح الاصنقاء عند الشراء ومقدار نفقاته في الاعياد او المناسبات او الترفيه ثم اردنا قياس الوعي الاستهلاكي كقياس درجة وعيه بالسلعة التي يشتريها ومدى مطالبته من البائع بقائمة المشتريات او الاسعار وان صار ضرراً ما من سلعة ما.. ماذا يعمل..؟ هل يتجه الى القضاء ام مطالبة صاحب المحل بالتعويض او يرمي السلعة ويتخلص منها.. وهل يقرأ المعلومات المثبتة على العلبة او المادة وينتبه لصلاحيتها ومعرفة مصدرها.. او يشتريها او يتجنبها.. وهل يعرف قوانين حماية المستهلك وطبيعة عمل جهاز التقييس والسيطرة النوعية..؟ وهل يراعي بعملية الشراء الجودة فيها ام سعرها؟ واحياناً يكون الانسان محكوم بسعر المادة..!!

*اما نتائج الدراسة فقد ظهرت كما يقول الباحث حسام.. ان المستهلك العراقي يمتلك ثقافة لكن الى حد متوسط..! وهو ايضاً يمتلك درجة متوسطة من الوعي الاستهلاكي.!

ويضيف.. عن النتائج اعلاه نستطيع القول بأن المواطن والمستهلك يحتاج الى العديد من مقومات التوعية وعوامل عدة التي تساعده ليطور ثقافته الاستهلاكية بحيث لا يقع في يوم امام محاولات غش او يخدع بسلعة ما تؤثر على صحته وحياته.

*ثم سألناه عن اختصار الاستطلاع على الاسرة البغدادية دون الاسر الريفية او المناطق النائية..؟ فقال: حقيقة هذه من امنياتنا.. ولدينا ملاكات علمية مدربة من الباحثين والمساحين في التدريب ועمل اي استبانته من دهوك الى البصرة، ولكن لضعف الامكانيات المادية والتي تحتاج لدعم من جهات ومؤسسات حكومية لتنفيذ مختلف الاستطلاعات والدراسات الميدانية..

الإعلام وصناعة الوعي الاستهلاكي

* عن هذا الجانب يقول الباحث الدكتور سالم محمد عيود من مركز بحوث السوق وحماية المستهلك.. البحوث التي طرحت في ندوة الثقافة الاستهلاكية في المجتمع وتأثيرها في ادارة وبناء الدولة برأينا اعطت شيئاً ما وليس نهاية المطاف والعمل تكاملي يبدأ من الافراد والأسر والباحثين والدولة والمنظمات المدنية والاعلام والتوعية الدينية كلها لها ادوار تلقي جميعاً في بناء سلوك حضاري للاستهلاك وخلق وازع داخلي ينبع من روح المواطنة ويدعم الانتماء وروح المسؤولية وهذه ان لم تكن لدينا المسؤولية.. اعتقد الاوراق لاتنفع ولا تضر.. لكن يبقى الانسان وعلاقته بذاته.. في عملية صناعة الوعي ثمة اسئلة.. من الذي يضعه وهل هو قدوة حسنة فعلاً.. وكيف يمكننا ان نستمر بعملية صيانة الوعي امامنا مهام بالعملية تلك والاستمرار بعملية النهوض بمسؤولية المشاركة.. اننا اركز على قضية مهمة ان المواطن ان لم يشعر بأن هذا البلد ملكه وعنده انتماء وان القيادة امامه هي قدوة حسنة اعتقد عندها ان كل الوعظ واشكاله لاجدي..!!

*وحول فاعلية وجدوى توصيات الندوة وما طرحت من بحوث خلالها والجهات المعنية بترجمتها للواقع على الصعيد الحكومي والشعبي.. يقول عيود صراحة وجدنا جدية من قبل دائرة التخطيط في مجلس الامن الوطني التابع لرئاسة مجلس الوزراء باعتماد الدراسات التي طرحت في الندوة كونها خضعت للحوار والنقاش، وجاءت محاورها ليس كبحث اكايمي بل كبحث اجرائي بهدف تحويلها لسلوك جمعي ومجتمعي ومواجهة اشكاليات التبذير والاسراف في ظواهر يومية نراها في المناسبات الاجتماعية والدينية والوطنية.. توصيات حولها مجلس الوزراء والنواب ووزارات البيئة والصحة والتربية والتعليم العالي والتجارة والصناعة ومنظمات مجتمع مدني.. وفيها حدتنا الواجبات والمهام وما ينبغي عليه من عمل وخطوات اجرائية، وهي امور باتجاه تنمية الوعي بشكل عام..!

توصيات.. نحو نشر الوعي الاستهلاكي

(ترشيح الاستهلاك دليل وعي المستهلك) شعار اعتمده مركز بحوث السوق وحماية المستهلك خلال فعاليات ندوته التخصصية والتي عقدها مؤخراً في جامعة بغداد وطرحت خلالها (١٠) بحوث ودراسات من جهات اكايدمية عديدة ومشاركة ممثل عن مجلس الامن الوطني برئاسة مجلس الوزراء ووزارات ومؤسسات ومنظمات مجتمع مدني وتم اغناء البحوث بمناقشات وتعليقات وبلورة وصياغة التوصيات ورفعها لجهات ذات العلاقة.. ويؤدي الاعلام دوره هنا في تسليط الضوء على اشكال الممارسات والسلوكيات الضارة بالانسان والمجتمع والبيئة والاقتصاد نحو اعتماد رؤية مستقبليّة وبرامج عمل لتطوير اقتصادنا الوطني وملاحظة تجارب الشعوب والامم في مفاهيم الثقافة والوعي الاستهلاكي وبشكل حضاري بعيداً عن التبذير والاسراف وبحجج الجاهلة والعرف الاجتماعي، وهذا ما نراه يومياً في الشارع والبيت والعمل والمدرسة..

*اشار بيان توصيات الندوة التي اصدرها المركز الى (١٤) فقرة حددت فيها مهام كل مؤسسة واعتمادها كمشروع وطني وواصت بتنظيم حملات توعية وتنقيف بدور الثقافة الاستهلاكية وخلق جيل وبيئة افضل لمجتمعنا.. التوصيات اشارت على مجلس النواب مسؤولية اعتماد يوم وطني للاحتفال بالمستهلك العراق وترامنه مع اليوم العالمي للمستهلك في ١٥ آذار من كل عام والاقتراح على مجلس الوزراء تشكيل مجلس حماية المستهلك كما جاء بقانون رقم ١ لسنة ٢٠١٠ وتفعيل وتعاون دور الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية ووضع خارطة الطريق لتنمية الثقافة الاستهلاكية لمدة (٥) سنوات وضرورة قيام وزارة التعليم العالي بتوجيه البحوث والدراسات لموضوع ثقافة الاستهلاك وبيان المتغيرات التي طرأت على السلوك الاتفاقي للمستهلك ونشر التوعية بين الطلبة واعادة العمل بالزبي الموحد. وما يخص وزارة التربية اشارت التوصيات لاعادة العمل بنظام التغذية المدرسية لكل المراحل وتشجيع الممارسات الجماعية بالتعاون مع النفايات وتضمين المناهج التربوية الحديثة قضايا تنمية الثقافة الاستهلاكية واقامة فعاليات بالمناسبات وبيان مفهوم الاقتصاد في الاستهلاك والاتفاق وخاصة بمواد التربية الاسلامية والاسرية والوطنية.

دعوة وزارة التخطيط لتوفير قاعدة بيانات وطنية بالجانب الصحي والطبي والبيئي ونتاج الغذاء ونسب الاكتفاء الذاتي والسلع المستوردة ونوعياتها ووضع سياسات استراتيجية مع وزارات التجارة والصناعة والمواد المائنة.

وشاركت مؤسسات وزارة الصحة بنشر الثقافة الغذائية والدوائية الصحيحه وكشف الآثار السلبية لاستهلاك المواد الرخيصة وضررها على المستهلك. ومطالبة وزارة البيئة بوضع برامج تنمية ثقافة البيئة للمستهلك والتعامل الصحيح مع النفايات، واعتماد آلية الفرز والتدوير ووضع جوائز مالية للمستهلكين والتنسيق مع مجالس المحافظات والدوائر البلدية وان تتولى وزارة التجارة وبالتعاون مع الجهات المعنية بالاصلاح الاقتصادي للتوصل الى منهجية عمل لمنع او تقنين دخول البضائع رديئة النوعية. وعلى وزارة الصناعة الارتقاء بمستوى المنتج الوطني لاكسابه المزايا التنافسية وتوفير الدعم المالي وازالة جميع العوائق التي تحد من تطوير المنتجات الوطنية، ومحاربة سياسة الاعراق باسواقنا من سلع وبضائع رديئة..والعمل بين الشباب بقيام منتديات ودوائر وزارة الشباب والرياضة بحملات توعية في المناسبات الرياضية ونشر الوعي الاستهلاكي.

ومايخص دواوين الاوقاف بتعميم ونشر التعاليم السماوية في تنمية الالتزام الديني والاخلاقي والقانوني لدى المنتج والمستهلك التي تحرم الغش والتدليس واستثمار المناسبات الدينية لنشر هذه الثقافة بين افراد المجتمع.. ثم تعزيز دور الجمعيات والمنظمات المدنية والمهنية واجراء تقييم اداء لعملها ومدى تحقيقها لاهدافها التي قامت من اجلها. ودعوة وزارة المرأة.. لإقامة ندوات وورش عمل نحو تنمية الثقافة الاستهلاكية السليمة والمتوازنة للمرأة وتقديم برامج توعية لاكسابها مهارات ادارة المنزل في الانفاق والاستهلاك.

وعلى مستوى هيئات الاعلام.. استثمارها نحو ترشيد الاستهلاك ووضع ضوابط لوسائل الترويج التي تمارس تأثيراً خطيراً على المستهلك وتسويق برامج خاصة بتنمية الثقافة الاستهلاكية ودعوة كل وسائل الاعلام للتعاون مع مركزنا باعداد برامج مرئية ومسموعة تهتم بحماية المستهلك.

[تهيئة الطابعة](#) [العودة الى صفحة تفاصيل الخبر](#)