أنماط الاستهلاك المجتمعي في مصر في ظل الأوضاع الاقتصادية

أ. أماني عاطف
المدير التنفيذي للإدارة العامة للقضايا الاستراتيجية
مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء

تتأثر أنماط الاستهلاك المجتمعي بالأوضاع الاقتصادية في الدول، وفي ظل ما تشهده مختلف دول العالم من أزمات اقتصادية جراء الأزمة الروسية-الأوكرانية، وجائحة كورونا، وما تبعهما من ارتفاع في معدلات التضخم العالمية، وارتفاع أسعار الغذاء نتيجة تضرر سلاسل الإمداد العالمية، فقد تأثرت أنماط الاستهلاك المجتمعية على نحو ملحوظ نتيجة هذه الأوضاع، وانطلاقًا من أن مصر ليست بمعزل عن مختلف دول العالم، فقد أثّر ارتفاع معدل التضخم جراء الأزمات الدولية في أنماط الاستهلاك المجتمعية، لا سيما في ظل ارتفاع مستويات الأسعار، وهو ما تبرز معه أهمية الوقوف على أثر ارتفاع معدلات التضخم في السلوك الاستهلاكي للأفراد، والعوامل الحاكمة لأنماط الاستهلاك المجتمعي، فضلًا عن استعراض أبرز مظاهر التحول في أنماط استهلاك الأسر المصرية خلال السنوات الأخيرة.

أولًا: أثر ارتفاع معدلات التضخم في السلوك الاستهلاكي للأفراد

مَثَّل ارتفاع معدلات التضخم تحديًا كبيرًا للأسر في أنحاء العالم، بالنظر إلى ما يترتب على ارتفاع الأسعار من انخفاض القوة الشرائية للمواطن، وتراجع قيمة المدخرات الحقيقية، ويختلف تأثير ارتفاع معدلات التضخم من فئة إلى أخرى؛ فتكون الأسر منخفضة ومتوسطة الدخل أكثر عرضة لمخاطر ارتفاع معدلات التضخم مقارنة بالأسر ذات الدخل المرتفع؛ وذلك بسبب تركيبة دخلها وممتلكاتها، وأنواع السلع التي تقدم على شرائها.

واستجابة للارتفاعات المتتالية في الأسعار يقدِم الأفراد في المجتمع على تغيير أنماط استهلاكهم، مع الاتجاه لحفظ قيمة مدخراتهم من خلال تنويع حيازة الأصول، وينعكس ارتفاع معدلات التضخم على سلوك المستهلكين من عدة جوانب، كالتالي:

١. **انخفاض القوة الشرائية:** مع ارتفاع الأسعار، تنخفض قيمة النقود، وتتراجع القوة الشرائية للمواطن، ما يترتب عليه تقلص الإنفاق الاستهلاكي للأسر.

٢. **التحول في أنماط الاستهلاك:** من شأن التضخم تغيير عادات إنفاق المستهلكين، من خلال التوجه نحو بدائل أقل سعرًا، أو استبدال علامات تجارية بأخرى، أو الاستغناء عن بعض السلع والكماليات وترشيد الاستهلاك، وغيرها من سبل التغير في أنماط الاستهلاك.

٣. **انخفاض المدخرات:** يقوم بعض المستهلكين بتقليل مدخراتهم وتخصيص المزيد من دخلهم للاستهلاك الحالي؛ حيث يضطرون إلى إنفاق المزيد من النقود من مدخراتهم للحصول على القدر نفسه من السلع والخدمات التي كانوا يحصلون عليها قبل ارتفاع معدلات التضخم، ما ينخفض معه معدل الادخار.

٤. **تنويع حيازة الأصول:** في أوقات التضخم يجنح المستهلكون إلى الاستثمار في الأصول الثابتة كبديل عن ادخار أموالهم في البنوك، بالنظر إلى تراجع القيمة الشرائية للنقود، ما يدفع المستهلكين إلى الاستثمار في العقارات، أو الذهب من أجل التحوط ضد مخاطر فقدان القوة الشرائية، الأمر الذي يترتب عليه ارتفاع أسعار هذه الأصول، كما قد يؤدي هذا الاتجاه الاستثماري إلى إنعاش قطاعات معينة كالقطاع العقاري على حساب القطاعات الإنتاجية، وهو ما ينعكس سلبًا على النمو الاقتصادي.

٥. **انخفاض ثقة المستهلك في الاقتصاد:** يرتبط ارتفاع التضخم المستمر بحالة من عدم اليقين وضبابية المستقبل، ما يؤدي إلى تراجع ثقة المستهلك في الاقتصاد، الأمر الذي ينعكس بدوره على انخفاض معدلات النمو الاقتصادي.

ثانيًا: العوامل الحاكمة لأنماط الاستهلاك الأسري

تشير أنماط الاستهلاك إلى الطريقة التي يستخدم بها الأفراد والأسر والمجتمعات مواردهم لتلبية رغباتهم واحتياجاتهم. ويمكن أن يشمل ذلك مجموعة واسعة من السلع والخدمات، مثل: المأكل والملبس والمسكن والنقل والترفيه. **وتختلف أنماط الاستهلاك بشكل كبير بناءً على مجموعة متنوعة من العوامل، أهمها ما يلي :**

١. **مستوى الدخل:** هو أحد أهم العوامل التي تؤثر في أنماط الاستهلاك؛ حيث تكون الأسر ذات الدخل المنخفض والمتوسط أكثر عرضة للتأثر جراء الأوضاع الاقتصادية، في المقابل تكون الأسر ذات الدخل المرتفع أكثر قدرة على الإنفاق والتكيف مع التغيرات الاقتصادية.

فغالبًا ما تواجه **الأسر ذات الدخل المنخفض** قيودًا مالية تحد من قدرتها على الإنفاق على السلع والخدمات؛ حيث تميل هذه الأسر إلى تخصيص نسبة أعلى من دخلها للضرورات، مثل: الغذاء والسكن والرعاية الصحية ، مقابل انخفاض الإنفاق على السلع الكمالية والترفيهية، وتعتمد هذه الأسر على وسائل النقل العام، وتتجه إلى تعليم أبنائها في المدارس الحكومية.

أمَّا **الأسر ذات الدخل المتوسط**، فتكون أكثر قدرة على تحمل تبعات التغيرات الاقتصادية من الأسر ذات الدخل المنخفض، غير أن نمط استهلاكها يتأثر بتلك التغيرات، وتركز هذه الأسر نفقاتها على الطعام، وتسعى إلى امتلاك مسكن بدلًا من الإيجار، وتخصص جزءًا من نفقاتها لامتلاك سيارة سواء أكانت مستعملة أم جديدة بدلًا من استخدام وسائل النقل العام، كما تخصص هذه الأسر جزءًا كبيرًا من دخلها للإنفاق على تعليم أطفالها، وتخصص جزءًا أصغر من دخلها لأنشطة الترفيه، وقد يفضلون البقاء في المنزل ومشاهدة التلفزيون، أو المشاركة في أنشطة مجانية، مثل: زيارة الحدائق أو المكتبات لتوفير نفقات الترفيه، كما قد يختارون شراء علامات تجارية عامة بدلًا من العلامات التجارية العالمية لتوفير النفقات.

على صعيد آخر، تميل **الأسر ذات الدخل المرتفع** إلى الإنفاق على السلع الفاخرة والكماليات، من خلال شراء السيارات الفارهة، والملابس الفاخرة، كما يخصصون جزءًا كبيرًا من نفقاتهم للطعام الجيد والسفر، ويتجهون إلى تعليم أبنائهم في المدارس الدولية، ويستثمرون في تنمية قدراتهم ومهاراتهم.

٢. **النوع الاجتماعي:** للنوع الاجتماعي تأثير واضح في أنماط الاستهلاك، فعلى سبيل المثال، تميل النساء إلى الإنفاق على الملابس، ومنتجات العناية الشخصية أكثر من الرجال.

٣. **العمر:** يؤثر العمر في أنماط الاستهلاك، فيميل المستهلكون الأصغر سنًا إلى أن يكونوا أكثر انفتاحًا على شراء المنتجات والخدمات الجديدة، بينما المستهلكون الأكبر سنًا فمعظم مشترياتهم تكون للمنتجات الضرورية فقط، كما يميل المستهلكون الأصغر سنًا إلى الشراء عبر المواقع الإلكترونية، ويتأثرون بشكل أكبر بالعروض والخصومات التي تروج لها هذه المواقع.

٤. **المستوى التعليمي:** يكون الأفراد الأكثر تعليمًا أكثر وعيًا بتأثير عاداتهم الاستهلاكية في المجتمع والبيئة.

٥. **المستوى الثقافي:** تؤثر القيم والمعتقدات والعادات في أنماط الاستهلاك، فعلى سبيل المثال قد تفضل بعض الثقافات الادخار والاقتصاد، بينما قد يركز البعض الآخر بشكل أكبر على الاستهلاك.

٦. **التطور التكنولوجي:** أثّر التطور التكنولوجي بشكل كبير في أنماط الاستهلاك؛ وسهل الوصول إلى السلع والخدمات؛ حيث أتاح التسوق عبر الإنترنت للأشخاص شراء المنتجات من أي مكان في العالم، كما سهلت تطبيقات الأجهزة المحمولة طلب الطعام وخدمات النقل.

٧. **التسويق والإعلانات:** تؤثر الحملات التسويقية والإعلانية تأثيرًا كبيرًا في أنماط الاستهلاك من خلال التأثير في تصورات الناس عن المنتجات والخدمات، ويمكن أن تشجع حملات التسويق الأشخاص على تجربة منتجات جديدة، أو زيادة استهلاكهم من المنتجات الحالية.

٨. **الوضع الاجتماعي:** هو عنصر حاكم لنمط استهلاك الأفراد، فعادة ما تعكس أنماط استهلاك الأفراد وضعهم الاجتماعي وهويتهم؛ حيث يميل الأشخاص ذوو الدخل المرتفع على سبيل المثال إلى شراء علامات تجارية معروفة لتعكس ثراءهم ووضعهم الاجتماعي، كما قد يفضل البعض شراء المنتجات الصديقة للبيئة لتعكس قلقهم بشأن الأزمات البيئية، فيما يفضل الأفراد ذوو الدخل المنخفض والمتوسط شراء العناصر والمنتجات المتاحة بأسعار معقولة.

٩. **التفضيلات الشخصية:** تمارس التفضيلات الشخصية دورًا مهمًا في تحديد أنماط الاستهلاك، فعلى سبيل المثال، قد ينفق هواة الطهي المزيد من الأموال على أجهزة المطبخ وأدوات الطهي، فيما قد ينفق الأفراد في مجال الأزياء المزيد من الأموال على الملابس، وتتأثر التفضيلات الشخصية بعوامل، مثل: العمر والنوع الاجتماعي، والتعليم، وأسلوب الحياة.

تتكامل العوامل السابقة لتحديد طبيعة ونمط استهلاك الأفراد، واحتياجاتهم، وإن كان بعضها أكثر أهمية من البعض الآخر، لا سيما مستوى الدخل، والذي يحدد القوة الشرائية للمواطن خاصة في أوقات الأزمات الاقتصادية، غير أن جميعها له تأثير واضح في أنماط استهلاك وتفضيلات المواطنين.

ثالثًا: مظاهر التحول في أنماط استهلاك الأسر المصرية

في ظل تطورات الأوضاع الاقتصادية التي تشهدها مصر جراء الأزمات والضغوط الاقتصادية العالمية المتتالية، فقد سعت الأسر المصرية إلى تغيير أنماط استهلاكها في السنوات الأخيرة، للتكيف مع ارتفاع مستويات الأسعار، وتراجع القوة الشرائية للمواطنين، وهو ما تجلّى في عدة مظاهر، على النحو التالي:

١. **ترشيد الاستهلاك وخفض الإنفاق:** عكفت العديد من الأسر المصرية، لا سيما ذات الدخل المنخفض والمتوسط على ترشيد استهلاكها، وتحديد أولويات الإنفاق وفق الضرورات بالتركيز على الغذاء والسكن والرعاية الصحية، وذلك من خلال شراء السلع التي تحتاج إليها الأسرة

بشكل أسبوعي، واستخدامها بشكل معقول، وترشيد استهلاك الكهرباء والغاز، والحفاظ على بواقي الطعام وعدم إلقائها في القمامة، مع خفض بنود الإنفاق الأخرى إلى حدها الأدنى.

وفي هذا الإطار، كشفت دراسة أجراها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في نوفمبر ٢٠٢٢، بعنوان: «أثر الأزمة الروسية-الأوكرانية على الأسر المصرية ٢٠٢٢» شملت ١٧٧١٠ أسر، أن الكثير من الأسر المصرية خفضت استهلاكها من السلع نتيجة ما ترتب على هذه الأزمة من ارتفاع في الأسعار، وتشير البيانات إلى أن نحو ٧٤% من الأسر خفضت استهلاكها، في مقابل حفاظ ٢٥,٨% من الأسر على معدل استهلاكهم السابق للأزمة نفسها، فيما أوضحت الدراسة تأثر نمط إنفاق ٦٦% من الأسر على السلع الغذائية وغير الغذائية .

٢. **الاستغناء عن بعض الضرورات:** لجأ عديد من الأسر المصرية، لا سيما منخفضة الدخل إلى تقليل استخدامها من البروتينات (اللحوم والدجاج)، حيث خفضت٩٠% من الأسر استهلاكها من البروتينات، ممثَّلة في اللحوم والدجاج والأسماك مقارنة بما قبل الأزمة ، من خلال شراء اللحوم مرة واحدة أسبوعيًّا، واستخدام بروتينات أرخص في السعر باقي أيام الأسبوع، لتحقيق التوازن في نفقاتها. وفي هذا الإطار، كشفت دراسة استقصائية أجراها المعهد الدولي لبحوث السياسات الغذائية (IFPRI) ، والتي قامت بمسح أكثر من ٦٠٠٠ أسرة فقيرة وشبه فقيرة من أنحاء مصر جميعها عبر الهاتف في أكتوبر ونوفمبر ٢٠٢٢، أن أكثر من ٧٠% من الأسر خفضوا استهلاكهم من الدجاج والبيض.

٣. **تفضيل المنتج المحلي كبديل للمستورد:** مع ارتفاع أسعار المنتجات المستوردة على نحو غير مسبوق، توجهت بعض الأسر المصرية إلى البحث عن بدائل محلية لمنتجات مستوردة، وذلك في مجموعة واسعة من المنتجات، تشمل

الطعام ومنتجات العناية بالبشرة، والمشروبات، والملابس والأحذية... وغيرها؛ وفي هذا السياق، دشن مواطنون عبر مواقع التواصل الاجتماعي دعوات إلى ترشيد الاستهلاك، والاعتماد على المنتجات محلية الصنع بديلًا للسلع المستوردة، وتداولوا منشورات تحت عنوان: «تريد مساعدة بلدك... اشتر المنتج المصري»، تتضمن مجموعة من النصائح لمساعدة مصر على مجابهة تداعيات الأزمة الاقتصادية، مع توضيح أسماء السلع والمنتجات محلية الصنع، التي يمكن الاعتماد عليها. وعزز من هذا التوجه حملات المقاطعة للسلع والمنتجات المستوردة التي تزايدت وتيرتها مع اندلاع حرب غزة.

٤. **التوقف عن سداد الديون وخفض الإنفاق على التعليم والصحة:** كشفت الدراسة الاستقصائية -سالفة الذكر- التي أجراها المعهد الدولي لبحوث السياسات الغذائية (IFPRI) أن بعض الأسر المصرية انتهجت سياسات بيع الأصول الإنتاجية، وخفض الإنفاق على الصحة والتعليم، والتوقف عن سداد الديون، وذلك للتغلب على ارتفاع الأسعار؛ حيث أفادت ٨٤% من الأسر بلجوئهم إلى إيقاف سداد الديون، يلي ذلك التحول إلى أطعمة وعلامات تجارية منخفضة الجودة (٧٠%)، وتقليل استهلاك الغذاء (٤٧%). كما أفادت نسبة كبيرة من الأسر بخفض النفقات على الصحة (٤٣%) ، والتعليم (٢٥).

٥. تحولات استهلاكية مع قدوم شهر رمضان: على الرغم من خفض الأسر على مدار الفترات الماضية لاستهلاكها من السلع الغذائية، فإن قدوم شهر رمضان وما يرتبط به من عادات غذائية لإعداد وجبة الإفطار، والعزومات العائلية، دفع العديد من الأسر المصرية إلى شراء منتجات اللحوم والدواجن والألبان بشكل يفوق احتياجاتها الأسبوعية، وذلك رغم ارتفاع أسعارها، وهو ما تجلّى في ازدحام المحلات والإقبال المتزايد على هذه السلع قبيل شهر رمضان، الأمر الذي يعكس تخوف المواطنين من ارتفاع أسعار هذه السلع مع دخول شهر رمضان، فيما تأثرت قدرة العديد من المواطنين على المشاركة في عادة توزيع شنط رمضان نتيجة ارتفاع الأسعار.

وختامًا، ففي ظل استمرار الأزمات الدولية وارتفاع معدلات التضخم، فإن أنماط الاستهلاك المجتمعي في مختلف دول العالم تظل عرضة للتغير المستمر للتكيف مع الأوضاع الاقتصادية، وتظل الأسر الفقيرة ومتوسطة الدخل هي الأكثر تضررًا من تلك التطورات الاقتصادية، الأمر الذي يفسر اهتمام الحكومة المصرية بتفعيل المبادرات الحكومية؛ لدعم الفئات المجتمعية الأكثر تضررًا من تقلبات الأسعار، من خلال إقامة المعارض السلعية في مختلف محافظات الجمهورية لتوفير السلع الأساسية بأسعار مخفضة، وذلك في إطار مبادرة: «معًا ضد الغلاء»، وغيرها من المبادرات الحكومية، مع تكثيف الرقابة على الأسواق لمنع احتكار السلع، وضمان إتاحتها للمواطنين بأسعار مناسبة.