

المرشد الأسري وتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المُعيلة

ملخص الدراسة:

عنيت الدراسة الحالية بتحديد دور المرشد الأسري في تعزيز وعي المرأة المُعيلة بالاستهلاك، مع تحديد الواقع الاستهلاكي لها، وتحديد التحديات التي تواجهها، لتطوير وعيها من خلال تحديد آليات مناسبة للتعامل مع ترشيد استهلاكها. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية؛ حيث تهتم بتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المُعيلة من خلال المرشد الأسري، والوقوف على واقعها الاستهلاكي، في محاولة للتوصل إلى آليات مناسبة؛ لترشيد استهلاكها، من خلال تطوير وعيها، في ضوء الموارد المتاحة لديها أو التي يمكن إتاحتها .

وتعتمد الدراسة على المنهج العلمي باستخدام المسح الاجتماعي الشامل للمرشد الأسري بجمعية التنمية الأسرية بالأحساء وعدددهم 49 مرشد أسري، والمسح الاجتماعي بالعينة للمرأة المُعيلة من جمعيات البر بالأحساء وعدددهم 44 امرأة مُعيلة تم اختيارهم بأسلوب العينة المنتظمة مع مراعاة العينة البديلة.

وتشير النتائج إلى أن دور المرشد الأسري في تعزيز وعي المرأة المُعيلة بالاستهلاك يتنوع ما بين أدوار قوية ومتوسطة وفق المتوسطات الحسابية، كما ان المرشد الأسري يعمل على تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المُعيلة وفق أولوياته. وذلك وفقاً لما يلي:

ففي المرتبة الأولى يمددهم بمعلومات تساعد على ضبط النفقات، كما يمددهم بإرشادات تساعد على ضبط النفقات، وكذلك محاربة العادات الخاطئة، وفي المرتبة الرابعة ينمي مهارات الإدارة المالية، وفي المرتبة الخامسة يوضح ثقافة البدائل الأرخص، وفي المرتبة السادسة يقوم ببناء القدرات الذاتية للدخار، وفي المرتبة السابعة يعمل على محاربة العادات الاستهلاكية السلبية، وفي المرتبة الثامنة أيعرفهم بواجباتهم كمستهلكين، كما أنه ينشر الوعي الاستهلاكي، وفي المرتبة العاشرة يدعمهم في شراء الأشياء متعددة المنافع، كما أيعلمهم مراقبة المنتجات من حيث الجودة، وفي المرتبة الثانية عشر يحارب غياب الثقافة الاستهلاكية، كما يعمل على بناء القدرات الذاتية للاستثمار، وفي المرتبة الرابعة عشر يقوم ببناء العادات الشرائية السليمة، كما يعلمهم مراقبة المنتجات من حيث السعر، وفي المرتبة السادسة عشر يقوم ببناء الاتجاهات الشرائية السليمة، وفي المرتبة السابعة عشر يعرفهم بحقوقهم كمستهلكين، وفي المرتبة الثامنة عشر يزودهم بالمعلومات الأساس عن السلع المتوافرة في السوق، وفي المرتبة التاسعة عشر يقدم برامج للتقليل من آثار الأنماط الاستهلاكية.

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان دور المرشد الأسري في تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المُعيلة قوي من المركز الأول إلى المركز الثامن، بينما متوسطة من العاشر إلى التاسع عشر. لذا يجب على المرشد الأسري ان يقوم بالتركيز على الأدوار المتوسطة في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المُعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها وتنمية الجانب الادخاري والاستثماري لديها.

كما ان النتائج تؤكد على أن وتنوع واقع الاستهلاك للمرأة المعيلة ما بين واقع قوي ومتوسط وفق المتوسطات الحسابية، وذلك وفق أولوياتها. كما يلي:

في المرتبة الأولى ذهبها للشراء عند وجود حاجة، حرصها على شراء المنتج المحتاجة إليه فقط أثناء فترة التخفيضات، وفي المرتبة الثالثة أعتبرها أن الشراء في فترة التخفيضات فرصة، وفي المرتبة الرابعة إرجاعها المنتج للمتجر إذا اتضح أنها لا يناسبها، إعدادها قائمة للاحتياجات قبل التسوق، وفي المرتبة السادسة الحكم على جودة المنتج بطريقة صحيحة أثناء التخفيض، وفي المرتبة السابعة استطاعتها التفريق بين التخفيضات الحقيقية والوهمية، وفي المرتبة الثامنة حرصها على متابعة التخفيضات على المحلات التجارية، وفي المرتبة التاسعة تحديدها مبلغاً معيناً عند التسوق، وفي المرتبة العاشرة احتفاظها بفاتورة الشراء، وفي المرتبة الحادية عشر تأجيلها عملية الشراء لحين إقامة التخفيضات، وفي المرتبة الثانية عشر حرصها على شراء المنتج المخفض رغم عدم حاجتها إليها، وتجريبها المنتج قبل شرائه، وفي المرتبة الرابعة عشر حرصها على متابعة الإعلانات المصاحبة للمحلات التجارية، وفي المرتبة الخامسة عشر تسوقها في المحال التجارية التي تم افتتاحها حديثاً، وفي المرتبة السادسة عشر ذهبها للشراء عند الإعلان عن ظهور منتج جديد، وفي المرتبة السابعة عشر شراءها لمنتجات غير مقتنعة به تماماً لمجرد أنها علامة (ماركة).

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان واقع الاستهلاك القوي احتل من المركز الأول إلى المركز الرابع والواقع المتوسطة احتلت من المركز السادس إلى المركز الخامس عشر والواقع الضعيف احتل من المركز السادس عشر إلى السابع عشر. لذا يجب على المرشد الأسري ان يقوم بالتركيز على واقع الاستهلاك القوي ثم المتوسط وأخيراً الضعيف في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها وتنمية الجانب الادخاري والاستثماري لديها. كما يتضح من نتائج الدراسة أن التحديات التي تواجه المرأة المعيلة في الاستهلاك جميعها متوسطة وفق المتوسطات الحسابية، وذلك وفق أولوياتها. كما يلي:

في المرتبة الأولى الانفتاح الثقافي الذي يعمل على توسيع نطاق الاستهلاك، وفي المرتبة الثانية نمو معدلات الاستهلاك بوتيرة متسارعة تفوق القدرة الإنتاجية، وفي المرتبة الثالثة قلة الحملات التوعوية لترشيد الإنفاق، والاقتراض لسد الاحتياجات، وفي المرتبة الخامسة التقنية الحديثة المستخدمة في التسوق، وفي المرتبة السادسة الترويج لثقافة الاستهلاك - باحترافية - من قبل المسوقين، وفي المرتبة السابعة عدم وضوح الهدف من شراء المنتجات.

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان جميع التحديات متوسطة. لذا يجب على المرشد الأسري ان يقوم بالتركيز على واقع التحديات وفق أولوياتها السابقة في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها وتنمية الجانب الادخاري والاستثماري لديها.

كما تؤكد نتائج الدراسة على أن هناك المعوقات تحول دون تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة وتتنوع ما بين معوقات قوية ومتوسطة وفق المتوسطات الحسابية، وذلك وفق أولوياتها. كما يلي:

في المرتبة الأولى العوامل الاقتصادية للمرأة المعيلة، وفي المرتبة الثانية العوامل الاجتماعية للمرأة المعيلة، وفي المرتبة الثالثة قلة البرامج التي تقدمها الجهات الأسرية لتنمية وعي المرأة المعيلة، وفي المرتبة الرابعة ضعف دعم برامج تعزيز الوعي بالاستهلاك، وفي المرتبة الخامسة العوامل النفسية للمرأة المعيلة، وفي المرتبة السادسة صعوبة تنظيم برامج تعزيز الوعي بالاستهلاك.

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان هناك صعوبات تواجه المرشد الأسري في تنمية الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة وتتنوع ما بين قوية ومتوسطة حيث تحتل الصعوبات القوية من المركز الأول إلى المركز الرابع، بينما المتوسطة من الخامس إلى السابع. لذا يجب على الجهات الداعمة للمرأة المعيلة ان تقوم بالتركيز على الصعوبات القوية ثم المتوسطة لتحسين أداء المرشد الأسري في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها. وأخيراً تبين نتائج الدراسة أن هناك آليات لترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة وأنها جميعاً قوية وفق المتوسطات الحسابية، وذلك وفق أولوياتها. كما يلي:

في المرتبة الأولى بناء استراتيجيات لمواجهة العادات الاستهلاكية، وفي المرتبة الثانية التشجيع على الادخار الإيجابي، وفي المرتبة الثالثة ترتيب الأوليات في النفقات العائلية، وفي المرتبة الرابعة تقنين الاستهلاك للنفقات، وفي المرتبة الخامسة التوعية بوسائل الخداع الإلكتروني، وفي المرتبة السادسة التوعية بوسائل التأثير الإلكتروني، وفي المرتبة السابعة بناء استراتيجيات لتمكين المرأة المعيلة، وكذلك التخطيط للموارد الأسرية.

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان هناك آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة وأنها جميعاً قوية. لذا يجب على الجهات الداعمة للمرأة المعيلة ان تقوم بالتركيز على آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة وفق أولويات المرشد الأسري في تقديم برامجها وأنشطتها لتنمية الوعي الاستهلاكي لدي المرأة المعيلة.

واختتمت الدراسة بتحديد تصور مقترح لتنفيذ آليات لتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة من خلال الجهات المعنية بالاستهلاك والمرأة المعيلة بالمملكة العربية السعودية.

مقدمة:

أن المرأة نصف المجتمع ويعد استثمارها وتنميتها؛ هو في الأساس حفاظاً على البناء المجتمعي وأكثر الطرق أماناً لمساعدتها في تنمية وعيها الاستهلاكي. وأصبحت المرأة في الآونة الأخيرة نتيجة غياب رب الأسرة هي المسؤولة عن تدبير شؤون أسرتها.

ومن ثم فقد دعت الحاجة إلى أهمية دراسة الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة للوقوف على أولويات تنمية وعيها السلوكي. لمحاولة التوصل إلى تصور مقترح يمكن من خلاله التخطيط لتنمية وعيها الاستهلاكي في ضوء الموارد المتاحة أو التي يمكن إتاحتها.

ولقد اشتملت الدراسة على مبحثين المبحث الأول المرشد الأسري وتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المُعيلة والمبحث الثاني تحليل نتائج الدراسة، ثم انتهت الدراسة بالمبحث الثالث الذي يحتوي على التصور المقترح لتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المُعيلة.

أهمية البحث وحيثياته:

1. تجاوز نسبة النساء المُعيلات المستفيدات من حساب المواطن 25% من إجمالي المستفيدين.
2. توفير معلومات أساس يتم بناءً عليها وضع الخطط التطويرية لأداء المرشد الأسري في تنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المُعيلة.
3. المساعدة على تجنب الأخطاء الشائعة في تنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المُعيلة.
4. قياس مستوى القصور ومعوقات الأداء المحتملة في تنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المُعيلة.

مشكلة البحث:

يعد الاستهلاك أحد متطلبات بقاء الإنسان على قيد الحياة؛ إلا أن المخاطرة تكمن في التقدم التكنولوجي الهائل في مختلف المجالات، الذي أسهم في توسع وتطور الأنشطة التسويقية للمنتجات والخدمات وساعد على زيادة الاستهلاك. ونظرًا للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها المملكة العربية السعودية في العصر الحالي، ذلك بالإضافة إلى زيادة معدلات الطلاق التي بلغت 38,7% في عام 1439 هـ⁽¹⁾، التي أسهمت بشكل أو بآخر في زيادة أعداد المرأة المعيلة (الأسر ذات العائل الواحد) في الآونة الأخيرة؛ ونظرًا لما تواجهه المرأة المعيلة من تغيرات في حياتها لتغير الأدوار التي تمارسها في الأسرة، فإنها تواجه عددا من المشكلات الاجتماعية والنفسية والاقتصادية؛ مما يدفعها إلى الاستعانة بعدد من الجهات الأسرية لطلب المساعدة أو الاستشارة.

ويستخدم المرشد الأسري بالجهات الأسرية مجموعة من الإجراءات لمساعدة المرأة المعيلة على المواءمة مع الحياة الجديدة، واستعادة التوازن النفسي والاجتماعي والاقتصادي؛ من خلال تمكينها من تنمية قدراتها لتحسين نوعية حياتها، وتحقيق الاستقلال الاجتماعي والاقتصادي وزيادة ثقتها بنفسها.

ويعد نجاح المرشد الأسري في تنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة من خلال تنمية ثقافة الادخار والاستثمار، والبدائل الأرخص، أحد روافد تحقيق الاستقلال الاقتصادي، ومن ثم فقد دعت الحاجة إلى تحديد دور المرشد الأسري في تعزيز وعي المرأة المعيلة بالاستهلاك، والوقوف على الواقع الاستهلاكي لها، في محاولة للتوصل إلى آليات مناسبة لترشيد استهلاكها من خلال تطوير وعيها بالاستهلاك في ضوء الموارد المتاحة لديها أو التي يمكن إتاحتها.

¹ الهيئة العامة للأحصاء: السكان والخصائص الحيوية، عقود الزواج وذكور الطلاق وعدد المأثومين المرخص لهم بمناطق المملكة لعام 1439 هـ.

أهداف البحث:

1. تحديد دور المرشد الأسري في تعزيز وعي المرأة المعيلة بالاستهلاك.
2. تحديد الواقع الاستهلاكي للمرأة المعيلة.
3. تحديد التحديات التي تواجه المرأة المعيلة في الاستهلاك.
4. تطوير وعي المرأة المعيلة بالاستهلاك.
5. تحديد آليات مناسبة للتعامل مع ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة.

تساؤلات البحث:

1. ما دور المرشد الأسري في تعزيز وعي المرأة المعيلة بالاستهلاك؟
2. ما واقع استهلاك المرأة المعيلة؟
3. ما التحديات التي تواجه المرأة المعيلة في الاستهلاك؟
4. ما آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة؟

المنهج العلمي للبحث:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية؛ حيث تهتم بالتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة من خلال المرشد الأسري، والوقوف على واقعها الاستهلاكي، في محاولة للتوصل إلى آليات مناسبة؛ لترشيد استهلاكها، من خلال تطوير وعيها، في ضوء الموارد المتاحة لديها أو التي يمكن إتاحتها. وتعتمد الدراسة على المنهج العلمي باستخدام المسح الاجتماعي الشامل للمرشد الأسري بجمعية التنمية الأسرية بالأحساء، والمسح الاجتماعي بالعينة للمرأة المعيلة من جمعيات البر بالأحساء.

أدوات جمع بيانات البحث:

- أداة استبيان مقننة للمرشد الأسري بجمعية التنمية الأسرية بالأحساء.
- أداة استبيان مقننة للمرأة المعيلة المستفيدة من خدمات جمعيات البر بالأحساء.

خطة البحث:

المجال البشري: اختيار عدد 44 امرأة معيلة مستفيدة من خدمات جمعيات البر بالأحساء بأسلوب العينة المنتظمة مع مراعاة العينة البديلة باستخدام قانون تحديد حجم العينة من إجمال المجتمع المقدر بحوالي 1642 امرأة معيلة، وعدد 49 مرشد أسري بجمعية التنمية الأسرية بالأحساء هم جميع العاملين بالجمعية.
المجال المكاني: مدينة الأحساء.
المجال الزمني: شهر فقط.

النتائج المتوقعة:

1. تحديد دور المرشد الأسري الحالي في تعزيز وعي المرأة المعيلة بالاستهلاك.
2. تحديد واقع استهلاك المرأة المعيلة من وجهة نظر المرشد الأسري.
3. تحديد التحديات التي تواجه المرأة المعيلة في الاستهلاك.
4. مستوى القصور ومعوقات الأداء المحتملة في تنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة.
5. وضع آليات لترشيدها الاستهلاك للمرأة المعيلة.

المبحث الأول: المرشد الأسري وتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة

ان الإرشاد عملية تهتم بمساعدة المرأة المعيلة لتنمية وعيها الاستهلاكي ومواجهة المشاكل التي تواجهها⁽¹⁾. وهناك نوعين من الإرشاد هما:

1. الإرشاد المباشر الموجه والمركز حول المرشد ويقوم فيه بدور إيجابي نشط في كشف الصراعات وتفسير السلوك وتوجيه المرأة المعيلة نحو السلوك الإيجابي المخطط له مسبقا مما يؤدي إلى التأثير المباشر في تغيير السلوك الاستهلاكي لها.

¹ عبد الحميد النعيم: أسس التوجيه والإرشاد النفسي، مركز التنمية الأسرية بالأحساء، 2008، ص: (10).

2. الإرشاد غير المباشر - غير موجه - الممرز حول المسترشد ويستخدم بنجاح مع أنواع معينة من المرأة المعيلة وخاصة أولئك الذين لديهم طاقة لفظية.

ويستخدم الإرشاد المباشر مع المرأة المعيلة التي تتميز بما يلي:

- السرعة في إيجاد الحلول
- نقص المعلومات
- المشكلات الواضحة والمحددة

بينما يستخدم الإرشاد غير المباشر في:

- الإرشاد العلاجي
- الإرشاد الزواجي
- المشكلات الشخصية للمرأة المعيلة
- حالات يكون فيها مفهوم الذات سلبياً⁽¹⁾.

والإرشاد الأسرى هو عملية مساعدة المرأة المعيلة في فهم الأنماط الاستهلاكية لتحقيق التوافق والاستقرار الأسرى والتقليل من حجم استهلاكها. وذلك من خلال تعلم كيفية التعامل مع الأنماط الاستهلاكية للأبناء وأصول التنشئة الاجتماعية لتقوية الأسرة وتحسينها ضد زيادة حجم استهلاكها⁽²⁾.

وتتمثل الخدمات الإرشادية للمرأة المعيلة في:

- توعيتها بواجباتها وحقوقها الاستهلاكية
- تقريب وجهات النظر في أنماط الاستهلاك لزيادة التماسك الأسرى
- تغيير السلوك الاستهلاكي
- مراعاة الفروق الفردية والخصوصية لأفراد الأسرة في وعيهم بالاستهلاك
- تعديل أنماط السلوك الاستهلاكي كآلية لتوازن منظومة الأسرة

في حين أن خطوات الإرشاد الأسرى هي:

- التعاقد الإرشادي مع المرأة المعيلة
- تهيئة المرأة المعيلة للعملية الإرشادية
- تحديد المشكلة وإشراك المرأة المعيلة في العملية الإرشادية
- التركيز على تغيير الأنماط الاستهلاكية

¹ عبد الحميد النعيم: مرجع سبق ذكره، ص: (39-40).

² سهير معوض: علم الاجتماع الأسرى، مركز التنمية الأسرية بالإحساء، 2009، ص: 93.

• تنمية اساليب جديدة لمواجهة السلوك الاستهلاكي (1).

ويستخدم المرشد الأسرى مجموعة من المناهج والاستراتيجيات لتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة منها(2):

المنهج الإنمائي

ويطلق عليه المنهج الإنشائي أو التكويني ويحتوي على الإجراءات والعمليات التصحيحية التي تؤدي إلى تنمية المرأة المعيلة والارتقاء بأنماط سلوكها حتى يتحقق أعلى مستوى من النضج الاستهلاكي عن طريق نمو مفهومها نحو الاستهلاك، وتحديد أهداف سليمة لاستهلاكها، وتوجيه الدوافع والقدرات والإمكانات التوجيه السليم لإدراك حجم الاستهلاكي الحقيقي لأسرتها.

المنهج الوقائي

ويطلق عليه التحصين النفسي ضد زيادة حجم استهلاكها، وهو الطريقة التي تسلكها المرأة المعيلة كي تتجنب الوقوع في مشكلات الاستدانة المالية.

المنهج العلاجي

ويتضمن مجموعة الخدمات التي تهدف إلى مساعدة المرأة المعيلة لعلاج مشكلات الاستهلاك المفتوح والغير محدد والعودة إلى حالة ترشيد الاستهلاك طبقاً للاحتياج الفعلي، ويهتم هذا المنهج باستخدام الأساليب والطرق والنظريات العلمية المتخصصة في التعامل مع مشكلات الاستهلاك المفتوح من حيث تشخيص انماط الاستهلاك ودراسة أسبابه، وطرق علاجه.

وتلك المناهج والاستراتيجيات للإرشاد الأسرى تهدف إلى:

أ-تحقيق الذات Self - actualization

فلا شك أن الهدف الرئيسي للمرشد الأسرى على هذا النحو هو العمل مع المرأة المعيلة لترشيد الاستهلاك، والعمل معها ومساعدتها في تحقيق ذاتها إلى درجة تستطيع فيها بالرضا عن سلوكها الاستهلاكي. وهناك هدف بعيد المدى للإرشاد الأسرى وهو "توجيه الذات self-guidance" أي تحقيق قدرة المرأة المعيلة على توجيه حياتها بنفسها بذكاء وبصيرة وكفاية في ترشيد استهلاكها، وتحديد أهدافها الاستهلاكية وفق فلسفة واقعية لتحقيق الرضا النفسي.

ب - تحقيق التوافق Adjustment

ويعنى بتغيير وتعديل السلوك الاستهلاكي حتى يحدث توازن بين المرأة المعيلة وبيئتها، وهذا التوازن يتضمن إشباع حاجاتها الاستهلاكية مقابلة متطلباتها البيئية.

ويجب النظر إلى التوافق نظرة متكاملة بحيث يتحقق التوافق المتوازن في كافة مجالاته. ومن أهم مجالات تحقيق التوافق ما يلي:

تحقيق التوافق الشخصي

1 عبد الحميد النعيم: مرجع سبق ذكره، ص: (46-50).

2 كاملة الفرخ، عبد القادر تيم: مبادئ التوجيه والإرشاد النفسي، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 1999، ص ص: 69-71.

أي تحقيق السعادة مع النفس والرضا عنها وإشباع الدوافع والحاجات الاستهلاكية للحد من الصراع.

تحقيق التوافق التربوي

وذلك عن طريق مساعدة المرأة المعيلة في اختيار أنسب المواد التوعوية في ضوء قدراتها وميولها لبذل أقصى جهد ممكن بما يحقق ترشيد الاستهلاك.

تحقيق التوافق المهني

ويتضمن الاختيار المناسب للمهنة لزيادة دخل المرأة المعيلة والشعور بالرضا والنجاح، أي وضعها في المكان المناسب بالنسبة لها وبالنسبة للمجتمع لمساعدتها على تحقيق وفرة مالية لإشباع احتياجاتها الاستهلاكية.

تحقيق التوافق الاجتماعي

ويتضمن سعادة المرأة المعيلة مع الآخرين بالتزامها بأخلاقيات المجتمع ومعاييرها الاجتماعية وقواعد ضبطه الاجتماعي وتقبل التغيير والتفاعل الاجتماعي السليم والعمل لخير اسرتها وتعديل قيمها مما يؤدي لترشيد الاستهلاك.

ج - تحقيق الصحة النفسية

إن الهدف العام الشامل للإرشاد الأسرى هو تحقيق الصحة النفسية للمرأة المعيلة. ويلاحظ هنا فصل تحقيق الصحة النفسية كهدف عن تحقيق التوافق كهدف ويرجع ذلك إلى أن الصحة النفسية والتوافق ليسا مترادفين. فالمرأة المعيلة قد تكون متوافقة مع بعض الظروف ولكنها قد لا تكون صحيحا نفسيا لأنها قد تساير البيئة خارجيا ولكنها ترفضها داخليا.

د - تحسين العملية التربوية

تحتاج العملية التربوية إلى تحقيق جو نفسي صحي له مكونات منها احترام المرأة المعيلة ككرب للأسرة وكعضو في الأسرة والمجتمع وتحقيق الحرية والأمن والارتياح بما يتيح فرصة نمو شخصيتها من كافة جوانبها ويحقق تسهيل عملية ترشيد الاستهلاك من خلال البدائل الارخص وثقافة الادخار والاستثمار، ولتحسين العملية التربوية يُوجّه الاهتمام إلى ما يلي:

- إثارة الدافعية وتشجيع الرغبة في ترشيد الاستهلاك واستخدام الثواب والتعزيز لتحقيق الفائدة المرجوة.
- حساب الفروق الفردية بين السيدات المعيلات لمساعدتها على ترشيد استهلاكها في ضوء قدراتها.
- إعطاء كم مناسب من المعلومات تفيد في معرفة المرأة المعيلة لذاتها وتحقيق التوافق النفسي والصحة النفسية وتلقي الضوء على مشكلات الاستهلاك وتعليمها كيفية حلها.
- توجيه المرأة المعيلة إلى أفضل الطرق الممكنة لترشيد الاستهلاك حتى يحققوا أكبر درجة ممكنة من النجاح.

المبحث الثاني: تحليل النتائج

أولاً: استمارة المرأة المعيلة

أ. وصف مجتمع الدراسة:

جدول (1)

مؤهل المرأة المعيلة

ن=44

م	المؤهل	التكرار	النسبة
1	دكتوراه	1	2,3%
2	ماجستير	صفر	صفر%
3	بكالوريوس	7	15,9%
4	أقل من بكالوريوس	36	81,8%
	المجموع	44	100%

يتضح من جدول (1) أن النسبة الأكبر من المرأة المعيلة ليس لديها مؤهل جامعي حيث بلغت 81,8%، تليها من تحمل مؤهل جامعي بنسبة 15,9%، وأخيراً من تحمل شهادة الدكتوراه بنسبة 2,3%. ويشير ذلك إلى ضرورة اتباع أساليب متنوعة لمراعاة التباين بين المؤهل الدراسي للمرأة المعيلة لإشباع حاجاتهم وثقل خبراتهم في مواجهة ظاهرة الاستهلاك، مع التركيز على الفئة التي ليس مؤهل جامعي حيث إنها الفئة الأكثر تمثيلاً بمجتمع الدراسة.

جدول (2)

تخصص المرأة المعيلة

ن=44

م	التخصص	التكرار	النسبة
1	أصول دين	1	2,3%
2	اقتصاد	1	2,3%

3	جغرافيا	1	2,3%
4	دراسات اجتماعية	1	2,3%
5	دين	1	2,3%
6	تمريض	1	2,3%
7	كيمياء	1	2,3%
8	لغة إنجليزية	1	2,3%
9	لا يوجد تخصص	63	81,6%
	المجموع	44	100%

يؤكد جدول (2) أن النسبة الأكبر من المرأة المعيلة ليس لديها تخصص محدد بنسبة 81,6% وهذا يؤكد نتائج الجدول الأول في أن غالبية المرأة المعيلة بالدراسة ليس لديها مؤهل جامعي. كما تتنوع التخصصات للمرأة المعيلة بين أصول الدين والاقتصاد والجغرافيا والدراسات الاجتماعية والدين والتمريض والكيمياء واللغة الإنجليزية بنسبة متساوية تقدر بـ 2,3%.

جدول (3)

سن المرأة المعيلة

ن=44

م	السن	التكرار	النسبة
1	أقل من 30	3	6,8%
2	30 -	9	20,5%
3	-40	18	40,9%
4	50 فأكثر	14	31,8%
	المجموع	44	100%

يشير جدول (3) أن النسبة الأكبر للمرأة المعيلة تقع في الفئة العمرية ما بين 40 عاماً وأقل من 50 عاماً بنسبة 40,9%، تليها الفئة العمرية من 50 عاماً فأكثر بنسبة 31,8%، ثم الفئة العمرية من 30 عاماً حتى أقل من 40 عاماً، وأخيراً الفئة العمرية أقل من 30 عاماً بنسبة 6,8%.

جدول (4)

فترة الحياة بدون عائل

ن=44

يتضح من جدول (4) أن النسبة الأكبر من المرأة المعيلة هي من قضت فترة خمس سنوات فأكثر بدون عائل وتقدر بـ 70,4%، تليها من قضت سنتان إلى أقل من خمسة سنوات بنسبة 20,5%، وأخيرة من قضت أقل من سنتين بنسبة 9,1% وهذا ما يتضح بنتائج الدراسة حيث تشير إلى وعي المرأة المعيلة بترشيد الاستهلاك من خلال البدائل الأرخص إلا أنه ينخفض وعيها بالادخار والاستثمار.

جدول (5)
عدد الأولاد

ن=44

م	عدد الأولاد	التكرار	النسبة
1	لا يوجد	6	13,6%
2	أقل من 3 فترة الحياة بدون عائل	9	20,5%
3	3 فأكثر أقل من سنتين	29	65,9%
1		4	9,1%
2	المجموع أقل من 5 من 2 إلى أقل من 5	44	100%
		9	20,5%
3	5 فأكثر	31	70,4%
	المجموع	44	100%

يؤكد جدول (5) أن النسبة الأكبر من المرأة المعيلة لديها عدد ثلاثة أطفال فأكثر بنسبة 65,9%، وهذا ما يؤكد الأعباء التي تتحملها المرأة المعيلة وواجب المجتمع نحو مشاركتها همومها وتقويتها لمساعدتها في مواجهة أعبائها الاقتصادية وذلك فيما يتعلق بقدرتها على ضبط الانفاق وترشيد الاستهلاك لاستكمال مسيرتها نحو دعم المجتمع بأبناء صالحين قادرين على خدمة الوطن، في حين أن من لديها أقل من ثلاثة أولاد تقدر بنسبة 20,5%، بينما من لم تحظي بالإنجاب تقدر بنسبة 13,6%.

جدول (6)

عدد المرأة المعيلة العاملة

ن=44

م	عدد المرأة المعيلة العاملة	التكرار	النسبة
1	تعمل	13	29,5%
2	لا تعمل	31	70,5%
	المجموع	44	100%

يشير جدول (6) أن النسبة الأكبر من المرأة المعيلة بنسبة 70,5% لا تعمل وهذا ما يتطلب إجراءات تأهيلية للمرأة المعيلة لمساعدتها على إيجاد عمل دائم يلبي احتياجاتها الاستهلاكية وعدم الاستدانة أو التوجه إلى جمعيات البر لطلب المساعدات الدائمة أو الغير دائمة لمواجهة الظروف الطارئة التي تمر بها، في حين أن نسبة من تعمل تقدر بحوالي 29,5%.

جدول (7)

المسمى الوظيفي للمرأة المعيلة العاملة

ن=13

م	المسمى الوظيفي	التكرار	النسبة
1	رجل أمن	1	7,7%
2	عاملة في روضة	1	7,7%
3	فنية تمريض	1	7,7%
4	كاشير	1	7,7%
5	مساعد إداري	2	15,4%
6	مشرفة تدريب وتطوير	1	7,7%
7	مشرفة القسم النسائي	1	7,7%
8	معلمة	2	15,4%
9	موظفة	3	23%

المجموع	13	%100
---------	----	------

يوضح جدول (7) المسمى الوظيفي للمرأة المعيلة العاملة حيث أن من تعمل موظفة تقدر بنسبة 23%، في حين من تعمل معلمة أو مساعد أداري تمثل مسبة 15,4%، وأخيراً من تعمل بالأمن أو عاملة روضة أو فنية تمرير، أو كاشير أو مشرفة تدريب وتطوير أو مشرفة للقسم النسائي بنسب متساوية تقدر بحوالي 7,7%.

جدول (8)

سنوات الخبرة للمرأة المعيلة العاملة

ن=13

م	سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
1	أقل من سنتين	7	%53,8
2	من 2 إلى أقل من 5	2	%15,4
3	5 فأكثر	4	%30,8
	المجموع	13	%100

يوضح جدول (8) سنوات الخبرة للمرأة المعيلة العاملة حيث أن من تعمل أقل من سنتين 53,8%، في حين من تعمل خمس سنوات فأكثر 30,8%، بينما من تعمل من سنتين إلى أقل من خمس سنوات تقدر بنسبة 15,4%.

ب. مؤشرات واقع الاستهلاك للمرأة المعيلة

جدول (9)

يوضح واقع الاستهلاك للمرأة المعيلة

ن=44

م	واقع الاستهلاك للمرأة المعيلة	نعم	إلى حد ما	لا	التكرار المرجح	الوزن المرجح	المتوسط الحسابي	واقع الاستهلاك	الترتيب
1	أعد قائمة للاحتياجات قبل التسوق	25	15	4	109	36,3	2,5	قوي	4
2	أحدد مبلغا معينا عند التسوق	20	13	11	97	32,3	2,2	متوسط	9
3	أذهب للشراء عند وجود حاجة	35	9	صفر	123	41	2,8	قوي	1
4	أذهب للشراء عند الإعلان عن ظهور منتج جديد	1	9	34	55	18,3	1,3	ضعيف	16
5	أحتفظ بفاتورة الشراء	17	17	10	95	31,7	2,2	متوسط	10
6	أجرب المنتج قبل شرائه	9	14	21	76	25,3	1,7	متوسط	12
7	أرجع المنتج للمتجر إذا اتضح أنها لا تناسبني	27	11	6	109	36,3	2,5	قوي	4
8	أشتري منتجات غير مقتنعة به تماما لمجرد أنها علامة (ماركة)	3	2	39	52	17,3	1,2	ضعيف	17
9	أحرص على متابعة الإعلانات المصاحبة للمحلات التجارية	6	18	20	74	24,6	1,7	متوسط	14
10	أتسوق في المحال التجارية التي تم افتتاحها حديثا	6	12	26	68	22,7	1,5	متوسط	15
11	أحرص على متابعة التخفيضات على المحلات التجارية	21	16	7	102	34	2,3	متوسط	8
12	أؤجل عملية الشراء لحين إقامة التخفيضات	15	19	10	93	31	2,1	متوسط	11
13	أستطيع التفريق بين التخفيضات الحقيقية والوهمية	23	14	7	104	34,7	2,4	متوسط	7
14	أحرص على شراء المنتج المخفض رغم عدم حاجتي إليه	3	8	33	76	25,3	1,7	متوسط	12
15	أحكم على جودة المنتج بطريقة صحيحة أثناء التخفيض	24	14	6	106	35,3	2,4	متوسط	6
16	أقوم بشراء كميات كبيرة أثناء التخفيضات	3	15	26	65	21,7	1,5	متوسط	

17	أحرص أثناء فترة التخفيضات على شراء المنتج المحتاجة إليه فقط	37	5	2	123	41	2,8	قوي	1
18	أعتبر الشراء في فترة التخفيضات فرصة	34	9	1	121	40,3	2,8	قوي	3

يوضح جدول (9) واقع الاستهلاك للمرأة المعيلة وتتوعها ما بين واقع قوي ومتوسط وفق المتوسطات الحسابية المبينة بالجدول، كما يرتب الجدول واقع الاستهلاك للمرأة المعيلة وفق أولوياتها. وذلك وفقاً لما يلي:

- في المرتبة الأولى أذهب للشراء عند وجود حاجة، كما أحرص أثناء فترة التخفيضات على شراء المنتج المحتاجة إليه فقط.
- في المرتبة الثالثة أعتبر الشراء في فترة التخفيضات فرصة.
- في المرتبة الرابعة أرجع المنتج للمتجر إذا اتضح أنها لا تناسبني، كما أعد قائمة للاحتياجات قبل التسوق.
- في المرتبة السادسة أحكم على جودة المنتج بطريقة صحيحة أثناء التخفيض.
- في المرتبة السابعة أستطيع التفريق بين التخفيضات الحقيقية والوهمية.
- في المرتبة الثامنة أحرص على متابعة التخفيضات على المحلات التجارية.
- في المرتبة التاسعة أحدد مبلغاً معيناً عند التسوق.
- في المرتبة العاشرة أحتفظ بفاتورة الشراء.
- في المرتبة الحادية عشر أؤجل عملية الشراء لحين إقامة التخفيضات.
- في المرتبة الثانية عشر أحرص على شراء المنتج المخفض رغم عدم حاجتي إليها، كما أجرب المنتج قبل شرائه.
- في المرتبة الرابعة عشر أحرص على متابعة الإعلانات المصاحبة للمحلات التجارية.
- في المرتبة الخامسة عشر أتسوق في المحال التجارية التي تم افتتاحها حديثاً.
- في المرتبة السادسة عشر أذهب للشراء عند الإعلان عن ظهور منتج جديد.
- في المرتبة السابعة عشر أشتري منتجات غير مقتنعة به تماماً لمجرد أنها علامة (ماركة).

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان واقع الاستهلاك القوي احتل من المركز الأول إلى المركز الرابع والواقع المتوسطة احتلت من المركز السادس إلى المركز الخامس عشر والواقع الضعيف احتل من المركز السادس عشر إلى السابع عشر. لذا يجب على المرشد الأسري ان يقوم بالتركيز على واقع الاستهلاك القوي ثم المتوسط وأخيراً الضعيف في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها وتنمية الجانب الادخاري والاستثماري لديها.

ت. التحديات التي تواجه المرأة المعيلة

جدول (10)

التحديات التي تواجه المرأة المعيلة

ن=44

م	التحديات التي تواجه المرأة المعيلة	نعم	إلى حد ما	لا	التكرار المرجح	الوزن المرجح	المتوسط الحسابي	واقع التحديات	الترتيب
1	عدم وضوح الهدف من شراء المنتجات	5	13	26	67	22,3	1,5	متوسط	7
2	التقنية الحديثة المستخدمة في التسوق	16	17	11	93	31	2,1	متوسط	5
3	الاقتراض لسد الاحتياجات	21	13	10	99	33	2,3	متوسط	3
4	نمو معدلات الاستهلاك بوتيرة متسارعة تفوق القدرة الإنتاجية	19	19	6	101	33,7	2,3	متوسط	2
5	الترويج لثقافة الاستهلاك - باحترافية - من قبل المسوقين	17	16	11	84	31,3	1,9	متوسط	6
6	قلة الحملات التوعوية لترشيد الإنفاق	20	15	9	99	33	2,3	متوسط	3
7	الانفتاح الثقافي الذي يعمل على توسيع نطاق الاستهلاك	22	15	7	103	34,3	2,3	متوسط	1

يوضح جدول (10) التحديات التي تواجه المرأة المعيلة جميعها متوسطة وفق المتوسطات الحسابية المبينة بالجدول، كما

يرتب الجدول التحديات التي تواجه المرأة المعيلة وفق أولوياتها. وذلك وفقاً لما يلي:

- في المرتبة الأولى الانفتاح الثقافي الذي يعمل على توسيع نطاق الاستهلاك.
- في المرتبة الثانية نمو معدلات الاستهلاك بوتيرة متسارعة تفوق القدرة الإنتاجية.
- في المرتبة الثالثة قلة الحملات التوعوية لترشيد الإنفاق، والاقتراض لسد الاحتياجات.
- في المرتبة الخامسة التقنية الحديثة المستخدمة في التسوق.

- في المرتبة السادسة الترويج لثقافة الاستهلاك - باحترافية - من قبل المسوقين.
 - في المرتبة السابعة عدم وضوح الهدف من شراء المنتجات.
- ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان جميع التحديات متوسطة. لذا يجب على المرشد الأسري ان يقوم بالتركيز على واقع التحديات وفق أولوياتها السابقة في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها وتنمية الجانب الادخاري والاستثماري لديها.

ثانياً: استمارة المرشد الأسري

أ. وصف مجتمع الدراسة

جدول (11)

المؤهل العلمي للمرشد الأسري

ن=49

م	المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
1	دكتوراه	3	6,1%
2	ماجستير	14	28,6%
3	دبلوم عالٍ في الإرشاد	17	34,7%
4	بكالوريوس	15	30,6%
	المجموع	49	100%

يتضح من جدول (11) أن النسبة الأكبر من العاملين بمجال الإرشاد الأسري لديهم دبلوم عالٍ في الإرشاد حيث بلغ 34,7%، تليها من يحمل مؤهل جامعي بنسبة 30,6%، ثم من يحمل ماجستير بنسبة 28,6%، وأخيراً من يحمل الدكتوراه بنسبة 6,1%.

جدول (12)
تخصص المرشد الأسري

ن=49

م	تخصص المرشد الأسري	التكرار	النسبة
1	إرشاد أسري	17	34,7%
2	دراسات إسلامية	16	32,7%
3	لغة عربية	5	10,2%
4	علوم تربوية	3	6,2%
5	علوم اجتماعية	4	8,2%
6	طفولة	1	2%
7	موارد بشرية	1	2%
8	حقوق	1	2%
9	علم نفس	1	2%
	المجموع	49	100%

يشير جدول (12) أن النسبة الأكبر من العاملين بمجال الإرشاد الأسري تخصصهم إرشاد أسري حيث بلغ 34,7% وهو ما يؤكد نتائج الجدول السابق، يليها تخصص دراسات إسلامية بنسبة 32,7%، ثم لغة عربية بنسبة 10,2%، ثم علوم اجتماعية بنسبة 8,2%، ثم علوم تربوية بنسبة 6,2%، وأخيراً طفولة وموارد بشرية وحقوق وعلم نفس بنسبة متساوية تقدر بحوالي 2%.

جدول (13)
مجال الخبرة للمرشد الأسري

ن=49

م	مجال الخبرة	التكرار	النسبة
1	استشارات أسرية	30	60,2%
2	إصلاح أسري	11	22,5%
5	استشارات تربوية	8	16,3%

المجموع	49	%100
---------	----	------

يؤكد جدول (13) أن النسبة الأكبر من العاملين بمجال الإرشاد الأسري خبرتهم في الاستشارات الأسرية حيث بلغ ت 60,2%، يليها الإصلاح الأسري بنسبة 22,5%، وأخيراً الاستشارات التربوية بنسبة 16,3%.

جدول (14)

نوع للمرشد الأسري

ن=49

م	النوع	التكرار	النسبة
1	ذكر	31	%63,3
2	أنثي	18	%36,7
	المجموع	49	%100

يوضح جدول (14) أن النسبة الأكبر من العاملين بمجال الإرشاد الأسري ذكور بنسبة 63,3%، في حين أن الإناث يقدرون بنسبة 36,7%.

جدول (15)

سن المرشد الأسري

ن=49

م	السن	التكرار	النسبة
1	أقل من 30	5	10,2%
2	30 -	10	20,4%
3	-40	24	49%
4	50 فأكثر	10	20,4%
	المجموع	49	100%

يوضح جدول (15) ان النسبة الأكبر من المرشدين الأسرى تقع في الفئة العمرية ما بين 40 عاماً وأقل من 50 عاماً بنسبة 49%، تليها الفئة العمرية من 50 عاماً فأكثر والفئة العمرية من 30 عاماً إلى أقل من 40 عاماً على التوازي بنسبة 20,4%، واخيراً الفئة العمرية أقل من 30 عاماً بنسبة 10,2%.

جدول (16)

فترة العمل في الإرشاد الأسري

ن=49

م	فترة العمل في الإرشاد الأسري	التكرار	النسبة
1	أقل من 5	11	22,4%
2	-5	15	30,6%
3	10 فأكثر	23	47%
	المجموع	49	100%

يشير جدول (16) ان النسبة الأكبر من فترة العمل في الإرشاد الأسري تقع في الفئة 10 أعوام فأكثر بنسبة 47%، تليها الفئة العمرية من خمسة أعوام حتى أقل من 10 أعوام بنسبة 30,6%، واخيراً الفئة العمرية أقل من 5 أعوام بنسبة 22,4%.

جدول (17)

الحصول على دورات في ترشيد الاستهلاك

ن=49

م	الحصول على دورات في ترشيد الاستهلاك	التكرار	النسبة
1	نعم	29	59,2%
2	لا	20	40,8%
	المجموع	49	100%

يؤكد جدول (17) ان النسبة الأكبر من الحاصلين على دورات في ترشيد الاستهلاك تقدر بنسبة 59,2%، بينما 40,8% لم يتلقون أي تدريب في ترشيد الاستهلاك.

ب. مؤشرات تحديد دور المرشد الأسري في تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة

جدول (18)

يوضح دور المرشد الأسري في تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة

ن=49

م	دور المرشد الأسري في تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة	نعم	إلى حد ما	لا	التكرار المرجح	الوزن المرجح	المتوسط الحسابي	قوة دور المرشد	الترتيب
1	أقوم ببناء القدرات الذاتية للدخار	26	23	0	124	41,3	2,5	قوي	6
2	أعمل على بناء القدرات الذاتية للاستثمار	21	28	0	119	39,7	2,4	متوسط	12
3	أوضح لهم ثقافة البدائل الأرخص	29	19	1	126	42	2,6	قوي	5
4	أمدهم بمعلومات تساعد على ضبط النفقات	36	12	1	133	44,3	2,7	قوي	1
5	أمدهم بإرشادات تساعد على ضبط النفقات	35	14	0	133	44,3	2,7	قوي	1
6	أعلمهم مراقبة المنتجات من حيث السعر	22	22	5	115	38,3	2,3	متوسط	14
7	أعلمهم مراقبة المنتجات من حيث الجودة	25	21	3	120	40	2,4	متوسط	10
8	أقدم برامج للتقليل من آثار الأنماط الاستهلاكية	8	24	17	89	29,7	1,8	متوسط	19
9	أعمل على محاربة العادات الاستهلاكية السلبية	28	18	3	123	41	2,5	قوي	7
10	أنشر الوعي الاستهلاكي	27	19	3	122	40,7	2,5	قوي	8
11	أحارب العادات الخاطئة	36	12	1	133	44,3	2,7	قوي	1
12	أدعمهم في شراء الأشياء متعددة المنافع	28	15	6	120	40	2,4	متوسط	10
13	أحارب غياب الثقافة الاستهلاكية	24	22	3	119	39,7	2,4	متوسط	12
14	أعرفهم بواجباتهم كمستهلكين	27	19	3	122	40,7	2,5	قوي	8
15	أعرفهم بحقوقهم كمستهلكين	23	17	9	112	37,3	2,3	متوسط	17
16	أزودهم بالمعلومات الأساس عن السلع المتوافرة في السوق	14	20	15	97	32,3	2	متوسط	18
17	أقوم ببناء العادات الشرائية السليمة	23	20	6	115	38,3	2,3	متوسط	14

16	متوسط	2,3	38	114	5	23	21	أقوم ببناء الاتجاهات الشرائية السليمة	18
4	قوي	2,6	42,3	127	2	16	31	أنمي مهارات الإدارة المالية للأسرة	19

يوضح جدول (18) دور المرشد الأسري في تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة وتنوعه ما بين أدوار قوية ومتوسطة وفق المتوسطات الحسابية المبينة بالجدول، كما يرتب الجدول دور المرشد الأسري في تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة وفق أولوياته. وذلك وفقاً لما يلي:

- في المرتبة الأولى أمدّهم بمعلومات تساعد على ضبط النفقات، كما أمدّهم بإرشادات تساعد على ضبط النفقات، وكذلك أحارب العادات الخاطئة.
- في المرتبة الرابعة أنمي مهارات الإدارة المالية للأسرة.
- في المرتبة الخامسة أوضح لهم ثقافة البدائل الأرخص.
- في المرتبة السادسة أقوم ببناء القدرات الذاتية للادخار.
- في المرتبة السابعة أعمل على محاربة العادات الاستهلاكية السلبية.
- في المرتبة الثامنة أرفعهم بواجباتهم كمستهلكين، كما أنشر الوعي الاستهلاكي.
- في المرتبة العاشرة أدمهم في شراء الأشياء متعددة المنافع، كما أعلمهم مراقبة المنتجات من حيث الجودة.
- في المرتبة الثانية عشر أحارب غياب الثقافة الاستهلاكية، كما أعمل على بناء القدرات الذاتية للاستثمار.
- في المرتبة الرابعة عشر أقوم ببناء العادات الشرائية السليمة، كما أعلمهم مراقبة المنتجات من حيث السعر.
- في المرتبة السادسة عشر أقوم ببناء الاتجاهات الشرائية السليمة.
- في المرتبة السابعة عشر أرفعهم بحقوقهم كمستهلكين.
- في المرتبة الثامنة عشر أزوّدهم بالمعلومات الأساس عن السلع المتوافرة في السوق.
- في المرتبة التاسعة عشر أقدم برامج للتقليل من آثار الأنماط الاستهلاكية.

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان دور المرشد الأسري في تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة قوي من المركز الأول إلى المركز الثامن، بينما متوسطة من العاشر إلى التاسع عشر. لذا يجب على المرشد الأسري ان يقوم بالتركيز على الأدوار المتوسطة في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها وتنمية الجانب الادخاري والاستثماري لديها.

ت. المعوقات التي تحول دون تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة

جدول (19)

يوضح المعوقات التي تحول دون تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة

ن=49

م	المعوقات التي تحول دون تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة	نعم	إلى حد ما	لا	التكرار المرجح	الوزن المرجح	المتوسط الحسابي	قوة المعوقات	الترتيب
1	العوامل النفسية للمرأة المعيلة	23	25	1	120	40	2,4	متوسط	5
2	العوامل الاجتماعية للمرأة المعيلة	30	18	1	127	42,3	2,6	قوي	2
3	العوامل الاقتصادية للمرأة المعيلة	33	15	1	130	43,3	2,7	قوي	1
4	صعوبة تنظيم برامج تعزيز الوعي بالاستهلاك	18	27	4	112	37,3	2,3	متوسط	6
5	صعوبة تقديم خدمات لتعزيز الوعي الاستهلاكي	15	30	4	109	36,3	2,2	متوسط	7
6	قلة البرامج التي تقدمها الجهات الأسرية لتنمية وعي المرأة المعيلة	30	15	4	124	41,3	2,5	قوي	3
7	ضعف دعم برامج تعزيز الوعي بالاستهلاك	26	21	2	122	40,7	2,5	قوي	4

يؤكد جدول (19) على المعوقات التي تحول دون تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة وتنوعه ما بين معوقات قوية ومتوسطة وفق المتوسطات الحسابية المبينة بالجدول، كما يرتب الجدول المعوقات التي تحول دون تعزيز الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة وفق أولويات المرشد الأسري. وذلك وفقاً لما يلي:

- في المرتبة الأولى العوامل الاقتصادية للمرأة المعيلة.

- في المرتبة الثانية العوامل الاجتماعية للمرأة المعيلة.
- في المرتبة الثالثة قلة البرامج التي تقدمها الجهات الأسرية لتنمية وعي المرأة المعيلة.
- في المرتبة الرابعة ضعف دعم برامج تعزيز الوعي بالاستهلاك.
- في المرتبة الخامسة العوامل النفسية للمرأة المعيلة.
- في المرتبة السادسة صعوبة تنظيم برامج تعزيز الوعي بالاستهلاك.

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان هناك صعوبات تواجه المرشد الأسري في تنمية الوعي بالاستهلاك للمرأة المعيلة وتتنوع ما بين قوية ومتوسطة حيث تحتل الصعوبات القوية من المركز الأول إلى المركز الرابع، بينما المتوسطة من الخامس إلى السابع. لذا يجب على الجهات الداعمة للمرأة المعيلة ان تقوم بالتركيز على الصعوبات القوية ثم المتوسطة لتحسين أداء المرشد الأسري في تقديم استشارته أو تدريباته أو الأنشطة التي يتعامل فيها مع المرأة المعيلة لتنمية الوعي الاستهلاكي لديها.

ث. آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة

جدول (20)

يوضح آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة

ن=49

م	آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة	نعم	إلى حد ما	لا	التكرار المرجح	الوزن المرجح	المتوسط الحسابي	واقع الآليات	الترتيب
1	بناء استراتيجيات لمواجهة العادات الاستهلاكية	42	7	0	140	46,7	2,9	قوي	1
2	بناء استراتيجيات لتمكين المرأة المعيلة	35	13	1	132	44	2,7	قوي	7
3	التخطيط للموارد الأسرية	36	11	2	132	44	2,7	قوي	7
4	التشجيع على الادخار الإيجابي	43	4	2	139	46,3	2,8	قوي	2
5	التوعية بوسائل الخداع الإلكتروني	40	6	3	135	45	2,8	قوي	5
6	التوعية بوسائل التأثير الإلكترونية	38	8	3	133	44,3	2,7	قوي	6
7	تفتين الاستهلاك للنفقات	39	9	1	136	45,3	2,8	قوي	4
8	ترتيب الأوليات في النفقات العائلية	41	7	1	138	46	2,8	قوي	3

يوضح جدول (20) على آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة وأنها جميعاً قوية وفق المتوسطات الحسابية المبينة بالجدول، كما يرتب الجدول آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة وفق أولويات المرشد الأسري. وذلك وفقاً لما يلي:

- في المرتبة الأولى بناء استراتيجيات لمواجهة العادات الاستهلاكية.
- في المرتبة الثانية التشجيع على الادخار الإيجابي.
- في المرتبة الثالثة ترتيب الأوليات في النفقات العائلية.
- في المرتبة الرابعة تقنين الاستهلاك للنفقات.
- في المرتبة الخامسة التوعية بوسائل الخداع الإلكتروني.
- في المرتبة السادسة التوعية بوسائل التأثير الإلكتروني.
- في المرتبة السابعة بناء استراتيجيات لتمكين المرأة المعيلة، وكذلك التخطيط للموارد الأسرية.

ووفق النتائج السابقة يلاحظ ان هناك آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة وأنها جميعاً قوية. لذا يجب على الجهات الداعمة للمرأة المعيلة ان تقوم بالتركيز على آليات ترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة وفق أولويات المرشد الأسري في تقديم برامجها وأنشطتها لتنمية الوعي الاستهلاكي لدي المرأة المعيلة.

المبحث الثالث: التصور المقترح لتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة

جدول (21)

يوضح آليات تنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة

م	الجهة	آلية لتنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة المعيلة
1	وكالة الوزارة لحماية المستهلك بوزارة التجارة والاستثمار	1. بناء استراتيجيات للتوعية بوسائل الخداع الإلكتروني. 2. بناء استراتيجيات للتوعية بوسائل التأثير الإلكتروني.
2	جمعية حماية المستهلك	1. بناء استراتيجيات لمواجهة العادات الاستهلاكية. 2. وضع آليات لترشيد الاستهلاك للمرأة المعيلة. 3. بناء استراتيجيات لتمكين المرأة المعيلة.
3	الجهات الأسرية	1. بناء برامج للتشجيع على الادخار الإيجابي.



2. تقديم تدريبات على تحديد الأوليات في النفقات العائلية.		
3. تقديم ندوات توعوية لتقنين الاستهلاك للنفقات.		
4. تقديم تدريبات على ترتيب الأوليات في النفقات العائلية.		
5. تقديم تدريبات على التخطيط للموارد الأسرية.		

المراجع

- (1) الهيئة العامة للإحصاء: السكان والخصائص الحيوية، عقود الزواج وصكوك الطلاق وعدد المأذونين المرخص لهم بمناطق المملكة لعام 1439هـ.
- (2) سهير معوض: علم الاجتماع الاسرى، مركز التنمية الأسرية بالإحساء، 2009.
- (3) عبد الحميد النعيم: أسس التوجيه والإرشاد النفسي، مركز التنمية الاسرية بالإحساء، 2008.
- (4) كاملة الفرخ، عبد القادر تيم: مبادئ التوجيه والإرشاد النفسي، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 1999.