

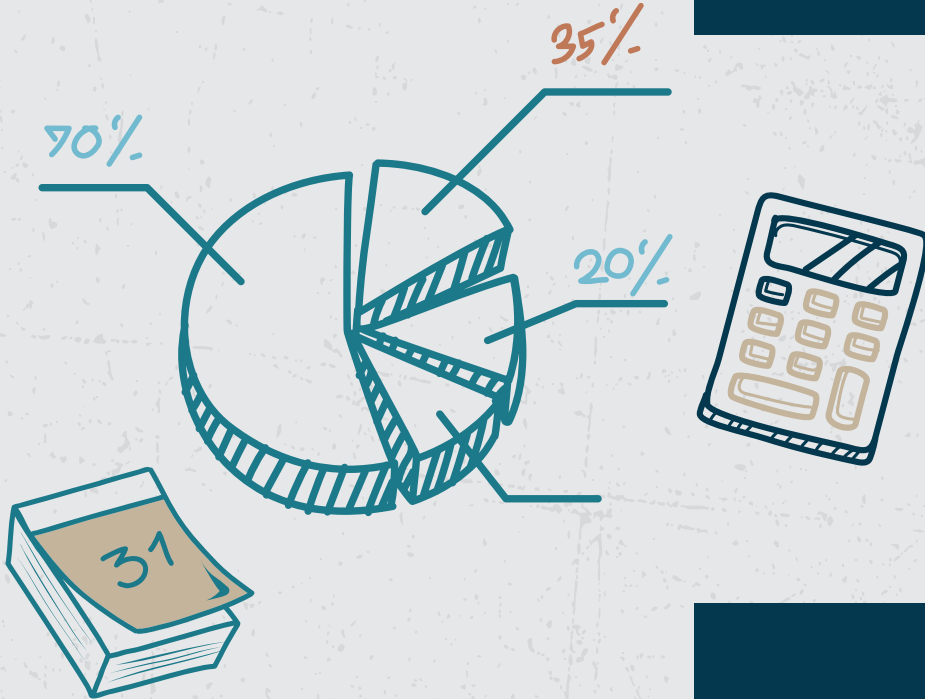


الاقتصاد السلوكي
Behavioural Economics

وزارة الاقتصاد
Ministry of Economy



كيف نحسن قراراتنا الاستهلاكية؟





في هذا المنشور

2

● مقدمة

● مصطلحات ومفاهيم

4

التضخم في أرقام

6

ما الذي يركز عليه هذا
المنشور؟

7

ما الذي يؤثر على
استهلاكنا؟

11

كيف نحسن
استهلاكنا؟

17

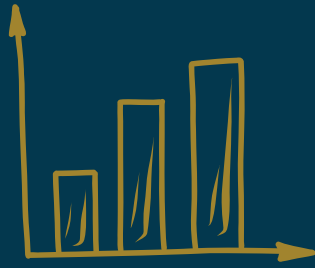
ما الأساليب التي تساندنا على
تحسين قرارنا الاستهلاكي؟

مقدمة

يقدم هذا المنشور نظرة سلوكية حول موضوع الاستهلاك وطرق تحسينه باستخدام علم الاقتصاد السلوكي، حيث يخبرنا المختصون أن هناك مؤثرات عديدة تؤثر على سلوكنا الاستهلاكي، والتي من شأنها جعل قراراتنا الاستهلاكية في غير صالحنا، يستعرض المنشور بعض الأساليب المساندة في تحسين قراراتنا الاستهلاكية لتحقيق الاستقرار المالي.

مصطلحات ومفاهيم

التضخم



هو الارتفاع المستمر في المستوى العام لأسعار السلع والخدمات التي تهم المواطنين

الاقتصاد السلوكي

علم يجمع بين الاقتصاد وعلم النفس وعلم الاجتماع، ويقوم بدراسة أثر العوامل والدوافع النفسية والاجتماعية والمعرفية والعاطفية على اتخاذ القرارات للأفراد والمؤسسات وتوجيههم نحو قرارات أكثر عقلانية.

تحيز التوافر

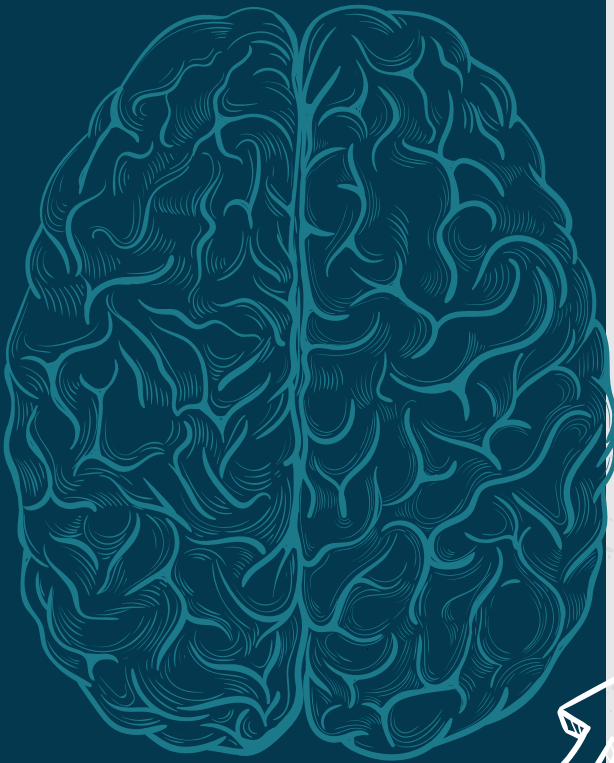
هو الإفراط في تقدير أهمية المعلومات المتاحة واتخاذ القرارات أو الحكم على الأشياء فقط بناءً عليها.

التحيزات المعرفية

هي أنماط لأخطاء منهجية في التفكير تؤثر على عقلانية ودقة القرارات والأحكام.

العقل اللاواعي

هو مجموعة من العمليات العقلية التي تحدث دون مستوى الإدراك الواعي والتي قد تؤثر في سلوك الفرد، وتدخل ضمن نطاق اتخاذ القرارات والأحكام التي تعالج خارج نطاق الوعي، إضافة إلى الحدس المبني على الافتراضات، والخبرات المتراكمة، والمعرفة.



53
- 21

32



التضخم في أرقام

أبريل 2022

وصلت معدلات
التضخم العالمي

7.8 %

وكانت تلك المعدلات في
اقتصادات الأسواق الصاعدة
والاقتصادات النامية في
حدود

9.4 %

الارتفاع المتصاعد والمستوى الذي
وصلت إليه معدلات التضخم غير
مسبوق على مستوى الاقتصادات
المتقدمة منذ عام 1982.

فلماذا يحدث كل ذلك؟

1 تأثيرات جائحة كورونا (كوفيد-19) غير
المسبوق على الاقتصادات العالمية

3 الاضطرابات في سلاسل
الإمداد والتوريد

2 تغيير الجائحة أنماط
استهلاك الأفراد

5 الاضطرابات الدولية وتأثير
الدول المصدرة للمواد
الغذائية

4 تدابير تنشيط الاقتصاد
والتعافي من تأثيرات
الجائحة (زيادة الطلب)

بين

و أغسطس 2021
أغسطس 2022

ارتفع المؤشر العام
للتضخم في سلطنة
عُمان بنسبة

2.4%

كان هذا الارتفاع في أعلى
مستوياته بالنسبة لمجموعة:

مجموعة الفواكه

7.5%



تعتبر كل المجموعات من المكونات
الرئيسية لسلة استهلاك الفرد في
سلطنة عُمان.

الزيوت والدهون

19.2%



8.8% اللحوم



متوسط إنفاق الأسرة العمانية على مجموعات السلع والخدمات
حسب نتائج مسح نفقات ودخل الأسرة (إصدار مارس 2020)

5.7%

الاتصالات

7.5 %

الملابس
والأحذية

27.9% الطعام

9.1%

التجهيزات
المنزلية

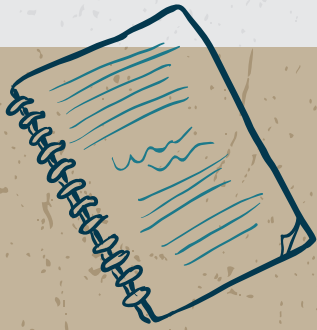
15.5%

وسائل
النقل

9.1% المسكن

في أوقات التضخم الشديدة يُعول دائماً على ثلاثة عناصر أساسية:

- 1 السياسات المالية والنقدية
- 2 دعم الاستهلاك
- 3 ترشيد الأسر والأفراد وتجويد القرارات الاستهلاكية



من أجل التخفيف من انعكاسات التضخم وارتفاع الأسعار على حياتنا؛ هناك عدة أمور قد تساعدنا كأفراد في تحسين استهلاكنا، وذلك من خلال التركيز على الاحتياجات وتقليل الصرف على الكماليات غير الضرورية.

هناك ثلاثة محاور من شأنها مساعدتنا في تحسين قرارنا الاستهلاكي، حيث يساعدنا المنشور في معرفة الآتي:

ما الأساليب التي تساعدنا على تحسين قرارنا الاستهلاكي؟

كيف نحسن استهلاكنا؟

ما الذي يؤثر على استهلاكنا؟

ما الذي يؤثر على استهلاكنا؟

توجد العديد من المؤثرات التي تؤثر على سلوكنا الاستهلاكي كأفراد، منها ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية، كالوضع الاقتصادي للمجتمع، ودخل الفرد، وتوفر المنتجات الاستهلاكية، ومنها ما يتعلق بطريقة اتخاذ الفرد للقرار، وتأثير العوامل النفسية والاجتماعية على قرارات الاستهلاك، وهناك مؤثرات سلوكية عديدة، إلا أن وعينا بهذه المؤثرات وكيف تنعكس على الاستهلاك قد يكون له دور في تقليل تأثيرها على استهلاكنا.

هل تعلم

أننا نتخذ في اليوم
الواحد ما يزيد عن

35000 قرار؟

المؤثرات السلوكية

أولاً

إرهاق اتخاذ القرارات

كثرة هذه القرارات ينتج عنها ضعف قدرتنا كأفراد في الاستمرار في اتخاذ قرارات أفضل، ومن ضمن القرارات التي نقوم بها في اليوم هو قرار الاستهلاك والشراء، مما يؤدي إلى استهلاكنا لمنتجات غير ضرورية، أو قد نقوم باختيار منتجات لا تتناسب مع احتياجاتنا ومستوى دخلنا.

ثانيًا

تحيز التوافر

هي ميلنا إلى اتخاذ قرارات تعتمد على معلومات أو تجارب حديثة تسهل علينا كأفراد تذكرها عندما نفكر في قرار ما.

يؤثر تحيز التوافر كثيرًا في قرارات المستهلك الفردي، فمثلًا عند رغبتنا في شراء منتج محدد نتأثر بالمعلومات التي تتبادر إلى أذهاننا في وقت الاختيار، كتذكر إعلان للمنتج، أو سماعنا أحدًا يتحدث عنه، ولذلك قررنا شراء هذا المنتج بدون تقييمه فعليًا، مما ينتج عنه شراء منتجات غير ضرورية وليست مناسبة.

ثالثًا

الأعراف الاجتماعية

الأحيان ذو طابع إيجابي حيث أن المنتج يتناسب مع احتياجاتنا كأفراد، إلا أنه في كثير من الأحيان قد نتجه لشراء منتجات استهلاكية بحتة وبسعر مرتفع وذلك لاستخدام معارفنا لنفس المنتج ورغبتنا في أن نكون مثلهم، مثل اقتناء هواتف أو كماليات وملابس ذات سعر مرتفع.

تلعب الأعراف الاجتماعية دورًا كبيرًا في تشكيل السلوك الاستهلاكي، فقد نُقبل كأفراد على بعض المنتجات كونها تُستخدم من قبل بعض معارفنا، أو تم التسويق لها بشبكات التواصل الاجتماعي، أو قامت بعض المؤسسات بترويج عدد أو نسبة مستهلكي المنتج. كل هذا له دور في تحفيزنا لاختيار وشراء منتجات محددة دون غيرها، وقد يكون هذا التأثير في بعض

رابعاً

تحيز المرساة

مثال:

غالباً عندما نقرر شراء منتج نتأثر كثيراً بأول منتج نطلع عليه، حيث نقوم بمقارنته مع باقي المنتجات المشابهة بسعر هذا المنتج، وقد تكون المقارنة صحيحة إذا كان المنتج الأول يمثل متوسط ما هو موجود بالأسواق، ولكن في كثير من الأحيان يكون المنتج مكلفاً وبالتالي قد يعطي مقارنة خاطئة مع المنتجات الأخرى.

في كثير من الأحيان عند تقييمنا لبعض القرارات والخيارات نعتمد على أول معلومة نحصل عليها، بعد ذلك نقوم باعتماد هذه المعلومة لتقييم المعلومات الأخرى وهو ما يسمى بتحيز المرساة.

خامساً

تأثير العقل اللاواعي



وجد أن

95%

من قرارات الشراء تتخذ دون وعي المستهلك، ذلك لاستخدام وسائل خداع تصل إلى العقل اللاواعي، فقد يجذبك سعر العرض 9.99 ريال على سلعة معينة، فتعتقد أن تلك الصفقة يجب عدم تفويتها، بينما في الواقع ستكون مضطراً لدفع المبلغ كاملاً.

هنالك عدة مؤثرات في العقل اللاواعي قد لا نلاحظها أو نشعر بها كأفراد تؤثر على تصرفاتنا، حيث تقوم بعض المؤسسات باستخدام هذه المؤثرات لتحفيز الاستهلاك، فمثلاً تقديم قسيمة أو خصم يمكن أن يثني المستهلكين عن البحث عن نفس المنتج في مكان آخر، وذلك لأن الخصومات تخلق إحساساً بضرورة الشراء، مما يصرف انتباه المتسوقين عن البحث عن خيارات أخرى.

سادسًا

تشكيل العادات

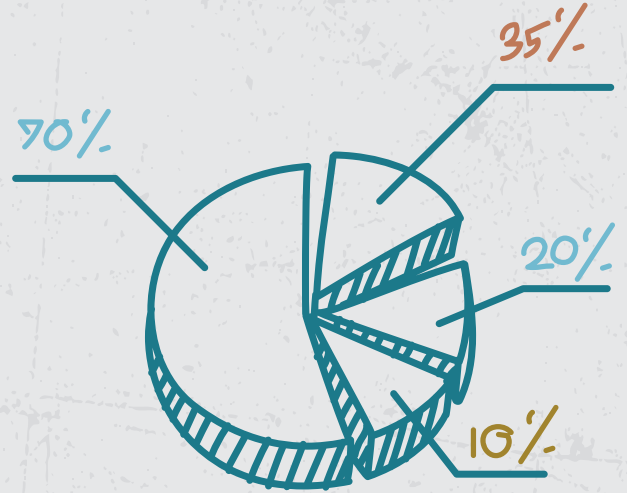
العادات هي سلوكيات تتكرر في سياق محدد نقوم بها دون الحاجة الى التفكير فيها، حيث تمثل ما يقارب

من السلوكيات اليومية.

40%

تقوم المؤسسات التجارية بعض الأحيان بزيادة سلوكنا الاستهلاكي عن طريق التأثير في هذه العادات لتغييرها: على سبيل المثال قد تلجأ بعض المحلات التجارية إلى التغيير المستمر في طريقة وضع المنتجات على الرفوف بهدف تشجيعنا كمستهلكين على التجول في أماكن أخرى في المحل؛ وذلك لاستكشاف وشراء منتجات أخرى، بهدف تشكيل عادات جديدة.

يوجد العديد من أنماط الاستهلاك قد تكون عادات تعودنا عليها كأفراد ولم نعد نفكر في تغييرها أو تقليلها، مثل عادات التسوق في بعض المناسبات كالأعياد، أو ترك الأجهزة الإلكترونية في وضعية الشحن طوال فترة النوم.



إعداد الميزانية الشهرية



كيف نحسن استهلاكنا؟

الميزانية الجيدة هي الميزانية التي تناسبك بكل بساطة، فهي تسمح لك بتلبية احتياجاتك والتخطيط لأهدافك، والأهم من ذلك أنها تحفزك على الاستمرار في وضع الميزانية.

الخطوة الأولى لتحقيق الاستقرار المالي هي إعداد الميزانية، وذلك لأن الميزانية هي خطة لما ستفعله بكل أموالك، فالإنفاق بشكل عشوائي في ظل غياب ميزانية نلتزم بها يؤدي غالباً لزيادة الاستهلاك وعدم القدرة على ضبطه.



إجراءات إعداد الميزانية الناجحة

1

حدد هدفك المالي

يمكن أن يساعدنا وضع سقف صرف لفاتورة الهاتف المحمول أو الانترنت أو حتى الكهرباء في تعزيز التزامنا بما نخصه من ميزانية لهذه الاستخدامات، أو استخدام خيار بطاقات الاستهلاك محددة السقف التي تصدرها البنوك أو بعض الشركات.

إن وجود هدف مالي سيغير نظرتك إلى أموالك، فمثلاً إذا لم يكن لديك أهداف مالية، فستكون عملية شراء كوب قهوة كل يوم أو التسوق لشراء الكماليات كل نهاية أسبوع عملية غير مخططة.



ستساعدك آلية تحديد الأهداف الذكية SMART في وضع هدف واضح والذي من شأنه أن يزيد فرصة تحقيقه والوصول إليه.

ابدأ الآن واكتب أهم أهدافك المالية من إعداد ميزانية شهرية واختار الهدف ذو الأولوية في الوقت الراهن أيًا كان، كالالتزام بالميزانية التي تريد وضعها، أن تنفق أقل على الكماليات وتوفر أكثر، أو تسديد الدين عن طريق الادخار.

مثال

سأبدأ بالادخار من دخلي الشهري	1 محدد Specific
سأدخر ما نسبته 5% من إجمالي الدخل أو 50 ريال شهرياً	2 قابل للقياس Measurable
سأضع المبلغ المستقطع للادخار في حساب التوفير بداية كل شهر	3 قابل للتحقيق Attainable
سيساعدني الادخار في تحقيق الاستقرار المالي ومعالجة الأمور الطارئة	4 ملائم وذو صلة Relevant
سأبدأ بالادخار في الشهر القادم وذلك لمدة سنتين	5 مرتبط بالوقت Timely

الآن استخدم الجدول أدناه لتحديد الهدف المالي الخاص بك من إعداد الميزانية:

مثال

	1 محدد Specific
	2 قابل للقياس Measurable
	3 قابل للتحقيق Attainable
	4 ملائم وذو صلة Relevant
	5 مرتبط بالوقت Timely

2

تتبع جميع نفقاتك الشهرية

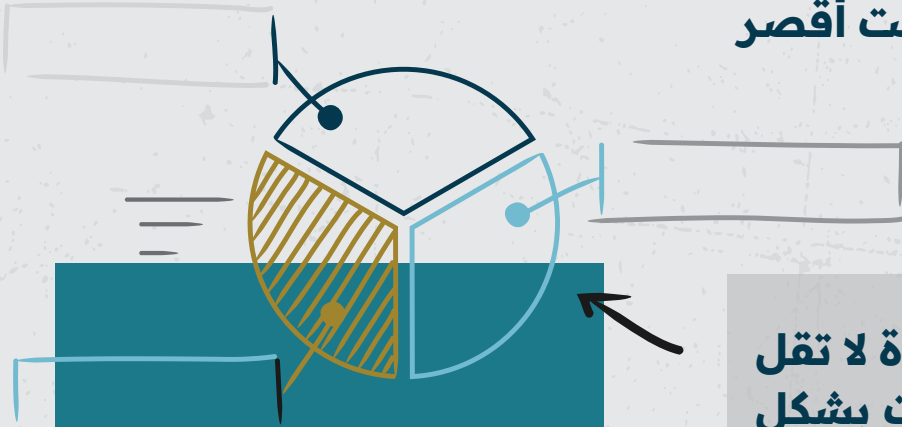
تتبع النفقات يعني أن تدرك أين تذهب أموالك حينما تنفقها خلال الشهر. عندما تتعقب نفقاتك الخاصة فإنك بذلك تظهر أمرين على الفور.

1

2

تبدأ في إدراك أن كل معاملة، بغض النظر عن حجمها أو صغرها، إما أن تساهم في تحقيق الهدف الذي وضعته لإعداد الميزانية أو تبتعد عنه. فقد تلاحظ أن خروجك العشوائي المتكرر للمحلات التجارية بدون غرض واضح يكلفك أكثر مما تظن، تلك المبالغ المدفوعة كانت لتساعدك في سدادك للديون أو الادخار بوقت أقصر مما هو متوقع.

الأمر الثاني الذي ستلاحظه هو أنه من خلال تتبع إنفاقك فأنت تقوم أيضاً بتتبع جهودك وتُنشئ سجلاً لتقدمك جنباً إلى جنب مع سجل مصاريفك الشهرية.



جرب متابعة مصاريفك لمدة لا تقل عن شهر، وستجد أنك تعرفت بشكل أفضل على عاداتك الاستهلاكية من حيث نوعية وحجم المصاريف، على المدى سيكون لديك دليل ملموس على مدى التقدم في تحقيق حياة مالية مستقرة.

ابدأ الآن

مثال تطبيقي لجدول تتبع النفقات الشهرية

البند	1 الإنفاق في الأسبوع الأول	2 الإنفاق في الأسبوع الثاني	3 الإنفاق في الأسبوع الثالث	4 الإنفاق في الأسبوع الرابع	إجمالي الإنفاق
إجمالي الدخل					
إيجار السكن					
الفواتير (ماء-كهرباء-انترنت)					
الطعام					
الملابس					
القرض الشخصي					
التأمين					
المدخرات					
مستلزمات رعاية الطفل					
احتياجات مدرسية					
الوقود/المواصلات					
مستلزمات المنزل					
نفقات الطوارئ					
إجمالي الإنفاق					

3 قِيم وكافئ نفسك

ميزانيتنا يجب أن تتوافق مع طبيعة واحتياجات صرفنا، فلا ينصح بإعداد ميزانيات مجحفة في حق الفرد وأسرته وذلك لصعوبة تطبيقها وتقليل جودة الحياة للفرد.

بعد وضع الأهداف وتتبع النفقات ينبغي علينا مراجعتها شهرياً، فالمرونة في تطبيق الميزانية أمر مهم وضروري. فقد يتم ملاحظة أن مبلغ الادخار المستهدف لا يمكن تحقيقه وينبغي خفضه قليلاً، بالمثل قد تطرأ بعض البنود التي تستدعي إضافتها أو أخرى يجب حذفها.

مكافأة نفسك تعني تشجيعك والاحتفال بتقدمك وأنت تخلق عادات مالية أكثر استدامة، تعد المكافآت أمر مهم لضمان استمرارية التقدم في وضع الميزانية، حيث أنها تسلط الضوء على إنجازاتنا وتجدد التزامنا. فالحصول على المكافأة والاستمتاع بها يخلق شعوراً جيداً بحيث يجعل العقل يرغب بالحصول عليه مجدداً ويدفعك لمزيد من الإنجاز لتكراره.



يمكن أن نكافئ أنفسنا على أساس



الإنجاز

كسداد أحد ديون
بطاقة الائتمان.



الوقت

نخصص مكافأة معينة لأنفسنا إذا
التزمنا بتطبيق الميزانية كل شهر.



الزيادة

كوصول صندوق المدخرات الخاص بنا إلى مبلغ جيد ، ويمكن أن تتخذ
المكافآت أشكالاً عديدة مثل تناول العشاء في مطعم، أو قضاء يوم للتنزه
أو أن تقوم بشراء أحد الكماليات لنفسك، وليس بالضرورة أن تكون هذه
لمكافآت مادية.

ما الأساليب التي تساندنا على تحسين قرارنا الاستهلاكي؟

عند اتخاذ قرار استهلاكي فإننا نتأثر بكثير من العوامل منها
عوامل داخلية مثل العاطفة أو الشعور بالملل، وأخرى عوامل
خارجية كالبيئة المحيطة وتصميم وشكل المنتج.



1

إعداد قائمة تسوق مسبقة
لتجنب التسوق العشوائي
لمتطلبات المنزل

2

يفضل استخدام عنصر التأثير
الاجتماعي كمشاورة الأصحاب
والمعارف عند شراء بعض
المنتجات غير الضرورية، فقد
يقدموا أسباب مقنعة لعدم
شراءنا للمنتج.

3

في حالة التفكير في شراء منتج
استهلاكي غير ضروري يفضل أن
نعطي أنفسنا بعض الوقت لاتخاذ
القرار النهائي، ويفضل ألا تقل
المدة عن يوم واحد، فغالبًا عند
إتاحة بعض الوقت للتفكير تبرز
مدى أهمية المنتج لنا، وتقلل من
تأثير المؤثرات السلوكية التي
تتواجد في أماكن التسوق.

4

من المفضل اختيار الوقت المناسب
عند الرغبة في توجيه سلوك معين،
فاختيارنا للوقت المناسب له بالغ
الأثر في قيامنا بالسلوك المرغوب،
كقيام التطبيقات البنكية بإرسال
رسالة تذكيرية للفرد في وقت
استلام الراتب تنبهه إلى مزايا
الانضمام لحسابات التوفير والادخار.

- أهم نتائج مسح نفقات ودخل الأسرة، المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، مارس 2020
- تقرير الآفاق الاقتصادية العالمية، البنك الدولي، يونيو 2022
- تقرير التضخم، المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، يوليو 2022
- Ashraf, N., Karlan, D., & Yin, W. (2006). Tying Odysseus to the mast: Evidence from a commitment savings product in the Philippines. *The Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 635-672.
- Bateson, M., Nettle, D., & Roberts, G. (2006). Cues of being watched enhance cooperation in a real-world .
- Bicchieri, C., & Muldoon, R. (2011). Social norms. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 1(1), 1-31.
- Jain, R., & Bagdare, S. (2011). Music and consumption experience: a review. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Kahneman, D., Slovic, S.P., Slovic, P. and Tversky, A. eds., 1982. *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge university press.
- Pignatiello, G.A., Martin, R.J. and Hickman Jr, R.L., 2020. Decision fatigue: A conceptual analysis. *Journal of health psychology*, 25(1), pp.123-135.
- Society for Personality and Social Psychology. (2014, August 8). How we form habits, change existing ones. *ScienceDaily*. Retrieved July 22, 2022 from www.sciencedaily.com/releases/2014/08/140808111931.htm
- Soman, D., & Cheema, A. (2011). Earmarking and Partitioning: Increasing Saving by Low-Income Households. *Journal of Marketing Research*, 48(SPL), S14-S22.
- Sollisch J (2016) The cure for decision fatigue. *Wall Street Journal*. Available at: <https://www.wsj.com/articles/the-cure-for-decision-fatigue-1465596928>
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *science*, 185(4157), 1124-1131.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive psychology*, 5(2), 207-232.



وزارة الاقتصاد
Ministry of Economy



الاقتصاد السلوكي
Behavioural Economics