

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر ضعف التخطيط الشرائي على ترشيد الانفاق :دراسة حالة على شركة نيوليب

أسم الطالب

.....

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	1.2
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
1.3. أهمية الدراسة	7
1.3.1. على المستوى النظري:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
1.4. أسئلة الدراسة	8
1.5. أهداف الدراسة	8
1.6. فرضيات الدراسة	8
1.7. نموذج الدراسة	9
1.8. منهجية الدراسة	9
1.9. الدراسة الميدانية	9
1.10. مخطط المشروع المقترح	9
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
.....	1
	0
2.1. المقدمة:	11
2.2. المتغير المستقل	11
2.3. المتغير التابع	12
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	12
2.5. الخاتمة	12

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يُعدّ الإنفاق الاستهلاكي من أبرز الظواهر الاقتصادية التي تنعكس آثارها على مستوى الفرد والأسرة والمجتمع على حدٍ سواء، إذ يمثل المحرك الأساسي للنشاط الاقتصادي ويؤثر بصورة مباشرة في مستويات الادخار والاستثمار والتنمية. وقد شهدت العقود الأخيرة تحولات جذرية في أنماط الاستهلاك نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع، وانتشار منصات التجارة الإلكترونية، وتوسّع أنظمة الدفع الرقمي، فضلاً عن تكثيف الحملات التسويقية والعروض الترويجية التي تستهدف المستهلكين بأساليب نفسية متقدمة. وقد أدت هذه التحولات مجتمعةً إلى خلق بيئة استهلاكية شديدة التحفيز تُغري المستهلك بالشراء المتكرر وغير المدروس، مما يضع تحدياً حقيقياً أمام قدرته على التحكم في نفقاته وإدارة موارده المالية بصورة رشيدة.

وفي هذا السياق، يبرز مفهوم التخطيط الشرائي بوصفه أحد الأدوات الجوهرية التي تُمكن الفرد والأسرة من ضبط الإنفاق وتوجيهه نحو تلبية الاحتياجات الحقيقية وفق أولويات محددة. ويُقصد بالتخطيط الشرائي تلك العملية المنهجية التي يقوم فيها المستهلك بتحديد احتياجاته مسبقاً، وإعداد قوائم المشتريات، وتخصيص ميزانية محددة لكل بند من بنود الإنفاق، والمقارنة بين البدائل المتاحة قبل اتخاذ قرار الشراء. وقد أثبتت الدراسات الحديثة أن التخطيط المسبق للنفقات يُقلّل بشكل ملحوظ من عدد المشتريات غير المخطط لها ومن إجمالي المبالغ المنفقة، كما أن الأفراد الذين يمارسون التخطيط المالي ويضعون ميزانيات واضحة يكونون أقل عرضة للانخراط في سلوكيات الشراء الاندفاعي والاستهلاك المفرط. (Akbar et al., 2026)

غير أن الواقع يكشف عن فجوة واسعة بين أهمية التخطيط الشرائي من الناحية النظرية وبين الممارسة الفعلية للمستهلكين، إذ تشير الإحصاءات إلى أن نحو 84% من المتسوقين قاموا بعمليات شراء اندفاعية، وأن المشتريات غير المخطط لها تُشكّل ما يقارب 40% من إجمالي الإنفاق على التجارة الإلكترونية. كما أظهرت

دراسة أمريكية أن 83% من المستهلكين يعترفون بأنهم يُنفقون أكثر مما ينبغي، وأن 84% ممن يمتلكون ميزانية شهرية يتجاوزونها بصورة متكررة. (NerdWallet, 2023)

ويترتب على ضعف التخطيط الشرائي تداعيات خطيرة تتجاوز الجانب المالي لتطال الأبعاد النفسية والاجتماعية للفرد والأسرة، فهو يُفضي إلى اختلال التوازن بين الدخل والنفقات، وتآكل القدرة الادخارية، وتراكم الديون الاستهلاكية، فضلاً عن تولّد مشاعر الندم والقلق المالي التي تؤثر سلباً في الرفاهية النفسية والاستقرار الأسري. وقد أكدت الأبحاث الحديثة أن الإفراط في الإنفاق الناتج عن ضعف التخطيط يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتدني الرفاهية المالية والوقوع في دائرة الفقر. (Achtziger et al., 2022)

ومن هنا تتبلور أهمية ترشيد الإنفاق بوصفه منهجاً يقوم على التوظيف الأمثل للموارد المالية المتاحة بما يضمن تلبية الحاجات الأساسية أولاً، ثم توجيه الفوائض نحو الادخار والاستثمار، وهو ما لا يتحقق إلا من خلال تخطيط شرائي فعّال ومنضبط.

وانطلاقاً مما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف أثر ضعف التخطيط الشرائي على ترشيد الإنفاق، من خلال تحليل العلاقة بين غياب أو ضعف التخطيط المسبق لقرارات الشراء وبين مستوى الرشد في الإنفاق الاستهلاكي، وذلك بهدف تقديم إطار علمي يُسهم في فهم هذه الظاهرة وطرح توصيات عملية تساعد الأفراد والأسر والمؤسسات المعنية على تعزيز ثقافة التخطيط الشرائي وتحقيق الانضباط المالي.

1.2 مشكلة الدراسة

على الرغم من تزايد الاهتمام الأكاديمي والمؤسسي بموضوعات ترشيد الإنفاق والتخطيط المالي، إلا أن ظاهرة ضعف التخطيط الشرائي لا تزال تمثل إشكالية محورية تؤثر في الأنماط الاستهلاكية للأفراد والأسر، لا سيما في ظل البيئة الاستهلاكية الرقمية المعاصرة التي تُضعف آليات الرقابة الذاتية على الإنفاق. وتتمحور مشكلة هذه الدراسة حول فجوات نظرية وتطبيقية يمكن تحديدها على النحو التالي:

1.2.1 فجوات على المستوى النظري

تُظهر مراجعة الأدبيات السابقة أن معظم الدراسات التي تناولت السلوك الشرائي ركزت بشكل أساسي على الشراء الاندفاعي من منظور نفسي بحت، مُعالجة إياه بوصفه سلوكاً فردياً مرتبطاً بسمات الشخصية والعوامل العاطفية (Iyer et al., 2024)، دون أن تُولي اهتماماً كافياً للعلاقة المنهجية بين ضعف التخطيط الشرائي بمكوناته المتعددة — كغياب قوائم المشتريات، وانعدام الموازنة المسبقة، وعدم تحديد الأولويات الشرائية — وبين مستوى ترشيد الإنفاق كمخرج سلوكي واقتصادي متكامل. كما أن كثيراً من الدراسات اقتصرَت على تناول التخطيط المالي بمعناه الواسع الذي يشمل الادخار والاستثمار وإدارة الديون (Iram et al., 2023)، دون تخصيص إطار نظري مستقل يتناول التخطيط الشرائي تحديداً بوصفه عملية سابقة لقرار الشراء ومؤثرة فيه. علاوة على ذلك، هناك ندرة في النماذج النظرية التي تربط بين ضعف التخطيط الشرائي وبين الأبعاد المتعددة لترشيد الإنفاق — كالبُعد الاقتصادي المتمثل في خفض الهدر المالي، والبُعد السلوكي المتمثل في ضبط النفس الشرائي، والبُعد الاجتماعي المتمثل في الاستقرار المالي الأسري — في نموذج تكاملي واحد. كذلك، فإن أغلب الأطر النظرية المستخدمة في هذا المجال نشأت في سياقات غربية ولم تُختبر بشكل كافٍ في البيئات العربية التي تتميز بخصوصيات ثقافية واجتماعية واقتصادية مختلفة تؤثر في أنماط الاستهلاك وسلوك الشراء.

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي

على الصعيد التطبيقي، تكشف المؤشرات الميدانية عن فجوة واضحة بين وعي المستهلكين بأهمية التخطيط الشرائي وبين ممارستهم الفعلية له، إذ يعترف غالبية المستهلكين بأنهم يتجاوزون ميزانياتهم بشكل متكرر رغم إدراكهم لأهمية الانضباط المالي. وعلى المستوى العربي، تشير التقارير إلى أن ضعف وجود الأولويات في الإنفاق وعدم الترتيب والتخطيط للاحتياجات وتنظيم الميزانية الأسرية يؤثر سلباً على تزايد الإنفاق الاستهلاكي ويُفاقم من هشاشة الأوضاع المالية للأسر. كما أن أغلب الدراسات التطبيقية السابقة أُجريت في سياقات اقتصادية مختلفة — كالاقتصادات الغربية وبعض الاقتصادات الآسيوية — وركزت على فئات عمرية محددة كجيل Z أو طلاب الجامعات (Czarnecka et al., 2020; Akbar et al., 2026)، مما يُنشئ فجوة تطبيقية فيما يتعلق بدراسة الظاهرة في السياق العربي وعلى مستوى شرائح مجتمعية أوسع تشمل الأسر ومختلف الفئات العمرية والاقتصادية. فضلاً عن ذلك، هناك نقص في الدراسات التطبيقية التي تقيس الأثر الكمي

المباشر لضعف التخطيط الشرائي على مؤشرات ترشيد الإنفاق — كنسبة الإنفاق غير الضروري إلى الدخل، ومعدل الادخار، ومستوى المديونية الاستهلاكية — باستخدام أدوات قياس دقيقة ومنهجيات بحثية صارمة.

وبناءً على ما تقدّم من فجوات نظرية وتطبيقية، يمكن صياغة السؤال الرئيسي لهذه الدراسة على النحو التالي:

ما أثر ضعف التخطيط الشرائي على ترشيد الإنفاق لدى الأفراد والأسر، وما الآليات التي يمكن من خلالها تعزيز التخطيط الشرائي لتحقيق مستويات أعلى من الرشد في الإنفاق الاستهلاكي؟

1.2. أهمية الدراسة

أهمية الدراسة

1.3.1 على المستوى العلمي (النظري):

- تسهم الدراسة في إثراء الإطار النظري المتعلق بالعلاقة بين التخطيط الشرائي وترشيد الإنفاق، من خلال تقديم تحليل متكامل يربط بين المفهومين في نموذج واحد بدلاً من تناولهما بشكل منفصل كما في أغلب الأدبيات السابقة.
- تُضيف الدراسة إلى المكتبة العربية مرجعاً علمياً متخصصاً في موضوع لا يزال يعاني من ندرة البحوث المحلية، مما يفتح المجال أمام الباحثين لاستكمال البناء المعرفي في هذا الاتجاه.
- تُسهم في تطوير مقاييس وأدوات بحثية يمكن توظيفها في دراسات مستقبلية لقياس مستوى التخطيط الشرائي ومدى تأثيره على رشد الإنفاق الاستهلاكي في بيئات ثقافية واقتصادية متنوعة.
- تساعد في الكشف عن الأبعاد المتعددة لضعف التخطيط الشرائي، سواء النفسية أو المعرفية أو البيئية، وبيان كيفية تفاعلها في التأثير على السلوك الإنفاقي للمستهلك.
- توفر إطاراً مفاهيمياً يُميّز بين التخطيط الشرائي بوصفه عملية سابقة لقرار الشراء وبين التخطيط المالي العام، وهو تمييز نظري مهم لم تُؤله كثير من الدراسات السابقة الاهتمام الكافي.

1.3.2 على المستوى العملي (التطبيقي):

- تُقدّم توصيات عملية قابلة للتطبيق تساعد الأفراد والأسر على تبني أساليب فعّالة في التخطيط لمشترياتهم، مثل إعداد القوائم الشرائية وتحديد سقف إنفاق مسبق لكل عملية تسوّق.
- تُزوّد صانعي السياسات والمؤسسات المعنية بحماية المستهلك ببيانات ميدانية تدعم تصميم برامج توعوية وتثقيفية مبنية على أدلة علمية لتعزيز ثقافة ترشيد الإنفاق في المجتمع.
- تُفيد المؤسسات التعليمية في تطوير محتوى تدريبي ومناهج متخصصة في التثقيف المالي والتخطيط الشرائي، موجّهة لمختلف الفئات العمرية وخاصة فئة الشباب الأكثر عرضة للإنفاق غير المخطط.
- تُساعد المؤسسات المالية والمصرفية في تصميم أدوات وتطبيقات ذكية لإدارة الميزانيات الشخصية والأسرية تُعزّز قدرة العملاء على ضبط إنفاقهم اليومي.
- تُسلّط الضوء على المخاطر الاقتصادية والاجتماعية والنفسية المترتبة على غياب التخطيط الشرائي، مما يُحفّز الأسر على إعادة النظر في سلوكياتها الاستهلاكية وتحقيق التوازن بين الاحتياجات الآنية والأهداف المالية المستقبلية.
- تُقدّم نتائج يمكن أن تستفيد منها الجهات الحكومية في صياغة سياسات اقتصادية تدعم الادخار الأسري وتحدّ من ظاهرة الاستدانة الاستهلاكية المرتبطة بضعف التخطيط.
- تُوفّر مؤشرات قابلة للقياس حول العلاقة بين ضعف التخطيط الشرائي ومتغيرات مثل نسبة الادخار ومعدل المديونية ومستوى الرضا المالي، مما يُمكن من بناء تدخلات عملية دقيقة وموجّهة.

1.3 أسئلة الدراسة

1.4 أهداف الدراسة

1.5. فرضيات الدراسة

1.6. نموذج الدراسة

1.7. منهجية الدراسة

1.8. الدراسة الميدانية

1.9. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

- Davydenko, M., & Peetz, J. (2020). Shopping less with shopping lists: Planning individual expenses ahead of time affects purchasing behavior when online grocery shopping. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(3), 240–250. <https://doi.org/10.1002/cb.1812>
- Czarnecka, B., Schivinski, B., & Keles, S. (2020). How values of individualism and collectivism influence impulsive buying and money budgeting: The mediating role of acculturation to global consumer culture. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(5), 479–491. <https://doi.org/10.1002/cb.1833>
- Iram, T., Bilal, A. R., & Latif, S. (2023). Impact of financial literacy, mental budgeting and self-control on financial wellbeing: Mediating role of investment decision-making behavior. *PLOS ONE*, 18(11), e0294466. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294466>
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2024). Consumer impulsive buying: Causes, consequences, and control. In *Handbook of Consumer Psychology* (pp. 100–120). Elsevier. ISBN: 978-0-443-13437-1
- Akbar, A., Gami, E. R. P., Tumanggor, M. B., & Azzahra, N. (2026). The Influence of Financial Planning and Self-Control on Generation Z's Consumptive Behavior on E-Commerce Platforms. *Journal of Innovative and Creativity*, 6(1), 4919–4932. ISSN: 2775-771X