



الاستهلاك المستدام في أوساط شباب العالم العربي يوليو 2024



يتزايد تبني الممارسات المستدامة حول العالم ويتزايد معه اهتمام الناس من كافة مناحي الحياة بما يعنيه هذا التحول بالنسبة لهم وكيف يؤثر عليهم وما يمكنهم فعله لدعم التنمية المستدامة. وعادةً ما تركز المؤسسات الكبرى، سواء أكانت الشركات أو الحكومات أو المنظمات غير الربحية، على الإجراءات واسعة النطاق والخطط طويلة المدى. أما على صعيد الأفراد، فالتركيز ينصب أكثر على اتخاذ خيارات يومية لها وقعها الملحوظ مع مرور الوقت، وغالباً ما تدور حول كيفية شراء المنتجات والخدمات واستخدامها بطريقة لا تضر بالبيئة أو المجتمع. وهذا ما نسميه «الاستهلاك المستدام».

وهذا تحول متنامٍ في العالم العربي حيث أصبح المجتمع أكثر وعياً بالحاجة الملحة إلى تحقيق التنمية المستدامة. وتزداد بالتالي أهمية المنتجات أو الخدمات الصديقة للبيئة والممتثلة للقواعد الأخلاقية، مدفوعةً بالاتجاهات العالمية وأيضاً التحولات الحاصلة في الطلب. وفي سياق ذلك، نجد الحكومات والشركات في شتى أرجاء العالم أكثر اهتماماً بفهم وتلبية احتياجات المستهلكين الشباب وقدرتهم الشرائية، لا سيما مع تحول أذواقهم نحو تفضيل الخيارات المستدامة².

وسعيًا إلى تحسين فهمنا لطريقة تفكير الشباب العربي فيما يخص القرارات المتعلقة بالاستهلاك المستدام، نستعين بهذا الاستطلاع لتقييم مدى مراعاة الشباب العربي للاستدامة والتأثيرات البيئية عند إجرائهم عمليات الشراء أو اتخاذهم قرارات الاستهلاك ذات الصلة بالتغذية والملابس والسفر والمواصلات وديكور المنزل، وغيرها، مع مراعاة أسباب إقدامهم أو امتناعهم في هذا الخصوص. ونستكشف مدى فهم الشباب العربي للممارسات المستدامة في العديد من مجالات الاستهلاك ولأسباب الكامنة وراء خياراتهم ذات الصلة.



المنهجية



حجم العينة
758 مستجيباً



المنطقة المستهدفة
22 بلداً



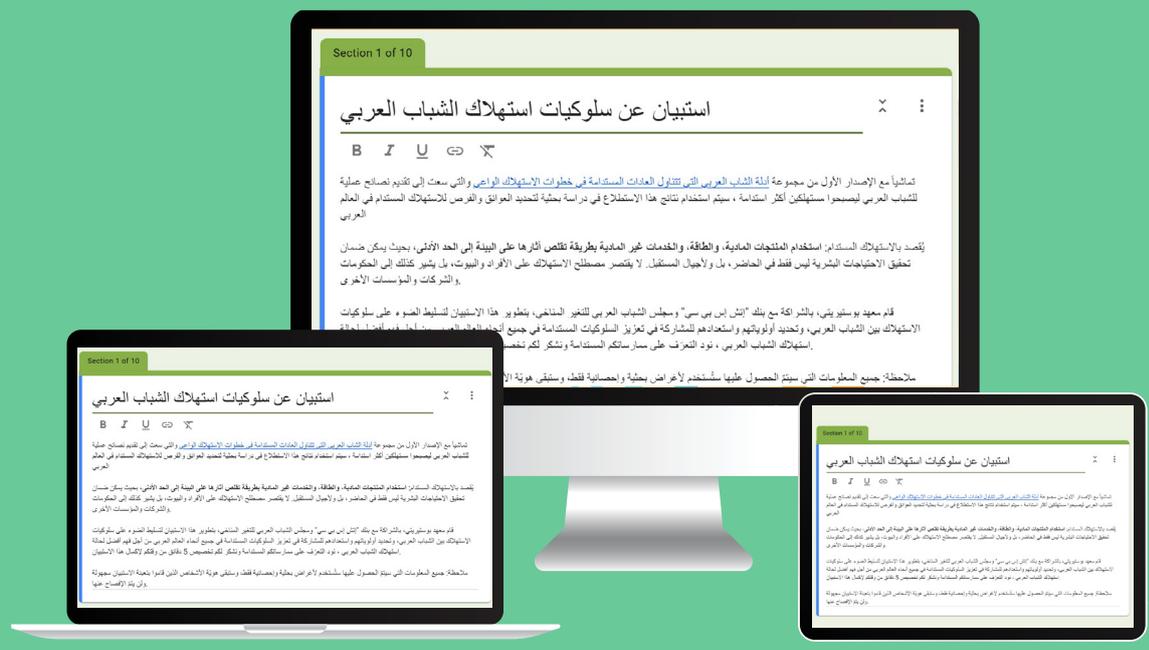
معايير العينة
الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين
18 و 35 سنة ويحملون جنسية
عربية ويقومون في المنطقة

وتم أيضاً توزيع العينة على أساس الجنسين بشكل متساوٍ تقريباً، حيث أفاد **48.7%** من المستجيبين أنهم إناث و**51.3%** أنهم ذكور. أضف إلى ذلك أن غالبية المستجيبين، أي **64%** منهم، قد حصلوا على شهادات في التعليم العالي، في حين أن **28%** منهم قد حصلوا على شهادة الدراسة الثانوية فقط.

تطلب إجراء الاستطلاع توزيعه من خلال الوسائل الرقمية على **758** شاباً ممن تتراوح أعمارهم بين **18 و 35** سنة، وذلك من دون أن يتم تحديد أي متطلبات أخرى. وتم توزيعه على هؤلاء المستجيبين في كافة الدول العربية الـ **22**، وهي الأردن والإمارات العربية المتحدة والبحرين والجزائر والمملكة العربية السعودية والسودان والصومال والعراق والكويت والمغرب وتونس وجزر القمر وجيبوتي وسوريا وعمان وفلسطين وقطر ولبنان وليبيا ومصر وموريتانيا واليمن.

قيود البحث

جرى توزيع الاستطلاع من خلال موقع «فرصة» Forga. واقتصرت العينة على المشتركين في هذا الموقع، الذين من المفترض أنهم يتشاركون وجهات نظر أو دوافع متشابهة نسبياً، ما يعني أنّ العينة قد لا تكون متنوّعة بما يكفي إلى حد معقول لتأهيلها كتمثيل دقيق للشريحة الشبابية الأوسع في الدول العربية. وعلاوة على ذلك، جُمعت نتائج الاستطلاع من خلال التقارير الذاتية، الأمر الذي صعب معرفة ما إذا كان الشباب العربي يمتلك فهماً حقيقياً للاستهلاك المستدام.



ملخص تنفيذي

يطغى السلوك الاستهلاكي على شباب المنطقة، الأمر الذي يُعزى جزئياً إلى قيام الشركات بتغذية النزعة الاستهلاكية وإلى كون الاستهلاك يزداد سهولة من خلال الرقمنة والتجارة الإلكترونية. ومع ذلك، فإن الاستدامة، وبالتالي الاستهلاك المستدام، أحد القضايا ذات الأهمية المتزايدة في شتى أرجاء العالم العربي، حيث يولي الشباب اهتماماً خاصاً للموضة المستدامة والأنظمة الغذائية النباتية وأنماط الحياة الخالية من النفايات وغير ذلك الكثير.

وانطلاقاً من النتائج الأولية التي توصلنا إليها، نسلط الضوء على ما يلي:

1. لدى الشباب العربي فهم عام للاستهلاك المستدام. 
2. يأخذ غالبية الشباب العربي التأثيرات البيئية وتغير المناخ في الاعتبار عند اتخاذ خياراتهم المتعلقة بالمياه والتغذية. 
3. يحاول معظم الشباب العربي أن يمتثلوا لمبادئ التسوق المستدام عند شراء الملابس أو السلع الاستهلاكية الأخرى. 
4. يحاول معظم الشباب العربي أن يعتمدوا خيارات النقل المستدام قدر الإمكان. 
5. عمد بعض الشباب العربي الذين شملهم الاستطلاع إلى تطبيق التصميم المستدام في منازلهم؛ غير أن لدى الأغلبية فهم محدود لهذا النوع من التصميم. 
6. إعادة التدوير هو أكثر مجال يدرك الشباب العربي ماهيته مقارنةً بغيره. 
7. بالرغم من أن الشباب العربي لا يعرفون الكثير عن السياحة البيئية، إلا أنهم يؤكّدون تفضيلهم للسفر إلى الوجهات التي تحافظ على البيئة. 
8. لا يبدو أن فوائد التمويل الأخضر تحمل الأهمية نفسها كالاستراتيجيات التي تضعها المؤسسات المالية الخضراء. 
9. يكمن أحد التحديات الرئيسية أمام تحقيق الشباب العربي للاستدامة في الافتقار إلى الخيارات 'الخضراء' الداعمة لجهود التحول إلى عادات الاستهلاك المستدام. 
10. لم تبدُ التكلفة أحد العوامل البارزة التي تحدّ من تبني عادات الاستهلاك المستدام. 

بناءً على النتائج المذكورة أعلاه، نقترح ستة توصيات رئيسية لتسريع اتباع العادات المستدامة، بما في ذلك زيادة جهود التوعية والتثقيف وتوفير الخيارات المستدامة ومكافأة المستهلكين الذين يعتمدون هذه الخيارات وإلزام المؤسسات بوضع علامات على المنتجات تحدد تأثيرها على البيئة.

الاستهلاك المستدام في الوطن العربي

وعلاوة على ذلك، يحظى الشباب في العصر الحالي بإمكانية الوصول من خلال التجارة الإلكترونية إلى سلع وخدمات معيّنة تعُدّ عليهم الوصول إليها في السابق.³

باتت النزعة الاستهلاكية أمراً طبيعياً في أجزاء مختلفة من العالم، بما في ذلك الدول العربية، وهي عملية الإفراط في استهلاك السلع والخدمات لتعزيز الرفاهية والرضا الشخصي. وباتت أيضاً هذه السلوكيات سائدة بين الشباب في المنطقة، حيث هنالك مجموعة متنوعة من العوامل - كالثقافة والطبقة الاجتماعية وقدرة تحمل تكاليف السلع والخدمات وكثرة استخدام التكنولوجيا - التي تسهل اتباع نمط حياة قائم على الاستهلاك؛ فالشباب يستهلكون السلع والخدمات، ثم يتخلصون منها ليُقدّموا على شراء ما هو جديد وعيش خبرات جديدة.



لكنها أصبحت اليوم في متناول الفرد على مدار 24 ساعة مقارنةً بالمُتاجر الفعلية، كما يمكن الحصول عليها بسهولة من المنزل بدون أي قيود على الحركة

الأمر الذي يشجّع الشباب على التعامل مع هؤلاء التّجار عبر

الإنترنت وإجراء المعاملات في أي وقت ومن أي مكان تقريباً. وبينما من الصحيح أنّ الإنفاق الاستهلاكي يغيّدي النمو الاقتصادي، إلا أنّ ارتفاع الطلب قد يؤدي أيضاً إلى ارتفاع الأسعار. وقد يحدث ذلك أيضاً على الإسراف في الإنفاق ويدفع الشباب إلى الإفراط في الاستهلاك مع استمرارهم في إعادة شراء الأغراض التي ربّما سبق لهم أن اشتروها. ومع مرور الوقت، تصبح هذه المستويات العالية من الاستهلاك عادة مقبولة، ما يتسبّب بظهور ثقافة استهلاكية، حيث تولي الأولوية للإنفاق والاستهلاك ويتم التقليل من أهمية العوامل الاقتصادية الأخرى، مثل الادخار، والعوامل البيئية كذلك.



تأثيرات الاستهلاك

يكن التأثير السلبي الأكثر وضوحاً للزعة الاستهلاكية في استغلال الموارد الطبيعية. فهذا من شأنه أن يسبب تدمير الغابات من أجل الحصول على الأخشاب، وتخریب التربة من أجل استخراج المعادن، وإطلاق رحلات استكشافية إلى المحيطات من أجل استخراج الوقود الأحفوري. ولا يقتصر ضرر كل هذه العمليات على استهلاك الكثير من الطاقة فحسب، وهي خاصة سنناقشها لاحقاً، بل تشكل أيضاً مصدر تعطيل للنظم البيئية الطبيعية والتنوع البيولوجي في المناطق المحيطة. وتبعاً لتقرير نشرته لجنة الموارد الدولية التابعة لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، فإن أكثر من 90% من فقدان التنوع البيولوجي العالمي ناجم عن عمليات استخراج الموارد⁴، التي يليها نقل هذه المواد الخام إلى المنشآت حيث تتم معالجتها وتصنيعها ثم توزيعها كمنتج نهائي على المستهلكين. وفي كل مرحلة من هذه العمليات، بدءاً من الاستخراج وحتى التسليم النهائي للمنتج، يتم انبعاث كميات كبيرة من غازات الدفيئة التي تُحدث تأثيراً تراكمياً يصل إلى 70% من انبعاثات الكربون المباشرة وغير المباشرة⁵. وتشكل هذه الانبعاثات المساهم الرئيسي في أحد التحديات الأكثر تعقيداً أمام البشرية في التاريخ الحديث: وهو تغير المناخ. يؤدّي إذا الطلب المتزايد على السلع والخدمات إلى تضخيم كل من العمليات المذكورة أعلاه، ما يزيد بالتالي من تعاقم حجم الانبعاثات التي تدخل الغلاف الجوي وتدفع تغير المناخ. وبالإضافة إلى ذلك، تُعتبر المجتمعات الاستهلاكية منتجة للنفايات بكميات كبيرة، وتجري إدارة النفايات هذه باستخدام التقنيات التقليدية، ما يعني أنه غالباً ما يتم التخلص من مواد النفايات في مدافن النفايات - التي تشكل مصدراً بارزاً لانبعاثات غاز الميثان، وهو غاز دفيئة أكثر قوة وضرراً ويمثل حوالي 11% من إجمالي الانبعاثات السنوية العالمية لغازات الدفيئة⁶. لذلك، تُعتبر أنماط الحياة الاستهلاكية ضارة جداً بالبيئة وتؤدي إلى تأخير الجهود العالمية وعرقلتها في مجال مكافحة تغير المناخ.



4. (18 November 2020). 'Resource Efficiency and Climate Change: Material Efficiency Strategies for a Low-Carbon Future'. United National Environment Programme. https://www.unep.org/resources/report/resource-efficiency-and-climate-change-material-efficiency-strategies-low-carbon?_ga=2.40173728.306018139.1670501360-1093080042.1670501360

5. Kolaczowski, M. (February 8 2021). 'What can consumers do to help solve the climate change crisis?' World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2021/02/consumers-help-solve-climate-change/#:~:text=Consumers%20are%20responsible%20for%2060.%2D%20and%20high%20income%20households>

6. Dickie, G. (August 11 2022). 'Landfills around the world release a lot of methane - study'. Reuters. <https://www.reuters.com/business/environment/landfills-around-world-release-lot-methane-study-2022-08-10/#:~:text=Landfill%20waste%20%E2%80%93%20responsible%20for%20about,according%20to%20the%20World%20Bank>

تأثيرات الاستهلاك



تؤثر النزعة الاستهلاكية سلباً على الاستدامة الاجتماعية.

وعلى الرغم من هذه العواقب الملحوظة، غير أن العديد من الشركات لا تزال تصب اهتمامها على تعزيز هذه السلوكيات من أجل زيادة دخلها. ولم يعد تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يقتصر على التحديات بشأن العائلة والأصدقاء أو الاهتمامات والهوايات فحسب. فالشخص العادي معرّض الآن بنسبة كبيرة لإعلانات السلع والخدمات عدّة مرّات في اليوم من خلال المنافذ التي يستخدمها بانتظام، مثل الهواتف الذكية والحاسوب المحمول. وفي الواقع، يمكن لمواقع إلكترونية شهيرة، مثل «جوجل» أو «فيسبوك»، أن تفرض على الشركات حوالي 500 ألف دولار يومياً لتشغيل مساحاتها الإعلانية⁷. وهذا مجرد مثال واحد يوضّح رغبة الشركات في تحفيز الأفراد وتشجيعهم على شراء المزيد. ففي نهاية المطاف، تبدو هذه المبالغ ضخمة مقارنة بالقدرة الشرائية المقدّرة بنحو 3 تريليون دولار لجيل الألفية (جيل Y) وجيل Z⁸. ومع ذلك، بينما تؤدي الشركات دوراً رئيسياً في تشجيع النزعة الاستهلاكية، إلا أنّ الأفراد يتحملون أيضاً المسؤولية تجاه قراراتهم الشرائية. ومن خلال زيادة وعيهم حيال تأثيرات عاداتهم الاستهلاكية وضرورة اتخاذ خيارات مدروسة، يمكن للمستهلكين التأثير على الشركات لإيلاء الأولوية للممارسات الأخلاقية والمستدامة.

فمن جهة، كي تتمكن الشركات الكبيرة من تلبية الطلب المتزايد باستمرار على السلع والخدمات، تلجأ إلى إسناد عملياتها الإنتاجية إلى مصادر خارجية في دول تكون فيها تكاليف التصنيع والعمالة أرخص بكثير وأقل تنظيمياً مما لو اختارت الإنتاج المحلي. ومن جهة أخرى، تدفع العديد من الشركات أجوراً لا تكفي لمعيشة الكثير من موظفي هذه المصادر الخارجية، بينما تصنّع منتجات ذات هوامش ربح ضخمة لزيادة الإيرادات بشكل غير عادل مع الحفاظ على تكاليف منخفضة على حساب الأقل حظاً وتنفيذ المزيد من إجراءات خفض التكاليف عن طريق اختصار عمليات الصحة والسلامة⁹. وفي كثير من الحالات، ولمواكبة التصنيع بكميات التوريد المطلوبة، تلجأ العديد من المصانع إلى استغلال عمالة الأطفال⁸. وأخيراً، تُعتبر المجتمعات الاستهلاكية بمثابة «ترف» للذين يستطيعون تحمل تكاليف هذه السلوكيات. ولوضع هذا الأمر في السياق المناسب، فإنّ البلدان مرتفعة الدخل التي تستضيف حوالي 16% من سكان العالم تستهلك قرابة ثلاثة أرباع الموارد العالمية المتاحة⁹، ما يترك غالبية سكان العالم بالكاد ربع الموارد العالمية. وهذا معناه أنّ هذه الغالبية من سكان العالم، لا سيّما الجزء الذي ليس مسؤولاً بشكل كبير عن تلويث الكوكب والتسبّب في تغيّر المناخ والذي في الوقت نفسه أقل قدرة بكثير على التكيّف بفعالية مع آثار تغيّر المناخ، يجب أن يتحملوا العبء الأكبر من التأثيرات الناجمة عن نمط الحياة الاستهلاكي.

7. Nguyen, L. (October 10, 2022). 'Fast Fashion: The Danger of Sweatshops'. Earth.Org. <https://earth.org/sweatshops/>

8. UNICEF USA. (n.d.) 'Conscious Consumerism and You: Demanding an End to Child Labor and Trafficking'. <https://www.unicefusa.org/sites/default/files/UUSA%20Conscious%20Consumerism%20and%20You.pdf>

9. Hickel, J. (06 April 2022). 'High income countries are responsible for 74 percent of excess resource use causing ecological breakdown'. London School of Economics News. <https://www.lse.ac.uk/News/Latest-news-from-LSE/2022/d-Apr-22/High-income-countries-responsible-for-74-percent-of-excess-resource-use#:~:text=They%20found%20that%20high%20income,cumulative%20excess%20resource%20use%20worldwide.>

10. Kovalenko, I. (14 October 2021). 'How Much Should I Charge for Advertising on My Website: Deconstructing Website Ad Rates'. Smartyads. <https://smartyads.com/blog/web-site-ad-rates-how-much-should-i-charge/>



الاستهلاك في متناول اليد: الأدوات الرقمية كمحفّزات

من المتوقع أن تشهد سوق التجارة الإلكترونية نمواً سريعاً في كافة أنحاء الشرق الأوسط لتبلغ **9.2 مليار دولار** في الإمارات العربية المتحدة بحلول عام 2026 و **13.3 مليار دولار** في المملكة العربية السعودية بحلول عام 2025 و **4.74 مليار دولار** في مصر بحلول عام 2025.

ومع ظهور «أجيال متمرّسة في مجالات التكنولوجيا»، فضلاً عن التكامل الهائل للنظم الرقمية ضمن أكبر اقتصادات العالم العربي، فقد أصبحت التجارة الإلكترونية بالفعل مساهماً راسخاً ومهماً في الاقتصاد الإقليمي، لا سيّما من خلال المستهلكين الشباب.

وفي الواقع، تبعاً لاستطلاع آراء الشباب العربي، أفاد **ثلاثة أرباع** الشباب المستجيبين من **17 دولة** ومنطقة عربية أنهم أجروا عمليات شراء عبر الإنترنت في عام 2021؛

وقال **53%** منهم إنهم كانت لغرض حجز مطعم أو طلب وجبات جاهزة



بينما قال **45%** منهم إنهم كانت لغرض لشراء الملابس¹².



وقد جرى أيضاً تطوير العديد من الأدوات المالية لدعم انتشار التجارة الإلكترونية ونموّها. على سبيل المثال، سهّلت المحافظ الرقمية أو المحافظ الإلكترونية (مثل PayPal أو Apple Pay أو Google Pay) تجربة التسوّق عبر الإنترنت، حيث يستخدم المستهلكون في عدّة دول، مثل الكويت وقطر، المحافظ الرقمية لإجراء 6% من عمليات الشراء عبر الإنترنت، في حين أنّ قرابة ربع المعاملات عبر الإنترنت في دولة الإمارات تمّ باستخدام المحافظ الرقمية في عام 2021¹³. وعلاوة على ذلك، يكمن أحد المحفّزات القوية للتجارة الإلكترونية لدى المستهلكين الشباب في دمج المتاجر الإلكترونية بشكل مباشر في منصات التواصل الاجتماعي الشهيرة، مثل «إنستجرام» أو «فيسبوك».

وأدّى أيضاً ظهور حل الدفع 'اشتر الآن وادفع لاحقاً' (BNPL) إلى تغذية النزعة الاستهلاكية، لا سيّما في المناطق ذات المعدّلات المنخفضة لانتشار بطاقات الائتمان. وترجع شعبية هذه الخدمة إلى قدرتها على توفير خطوط ائتمان قصيرة الأجل للمشتريين الشباب وجعل السلع ميسورة التكلفة، ما يرفع توقّعات نمو سوق هذه القروض لتزيد عن 90 مليار دولار بحلول عام 2030 في دول مجلس التعاون الخليجي وحدها¹⁴.

ومع ذلك، فإنّ النزعة الاستهلاكية في العالم العربي ليست كلّها إيجابية ولا تعكس النمو الاقتصادي فحسب، بل هنالك أيضاً العديد من التحديات الناجمة عن نمط الحياة الاستهلاكي للشباب في العالم العربي، ومنها بشكل أساسي العبء المالي المترتب على الشباب. فيما أنّ النزعة الاستهلاكية تدفعهم إلى الإسراف المتواصل في الإنفاق، يولّد تبني نمط الحياة هذا صراعات مالية على المديين المتوسط والطويل. وعلى سبيل المثال، في عام 2023، عانى 9% من الشباب العربي في المنطقة من الديون الشخصية بسبب الإفراط في التسوّق¹⁵، وذلك بزيادة قدرها 2% عن مستويات عام 2020؛ ما يدلّ على تزايد الاستهلاك المفرط في المنطقة. وتوجد أيضاً أدلة على أنّ خدمة 'اشتر الآن وادفع لاحقاً' تزيد ديون المستهلكين، ما يبرهن أنّ أدوات التكنولوجيا المالية المصمّمة لتسهيل معاملات الأفراد يمكن أن تسبّب في الوقت نفسه مشاكل مالية خطيرة¹⁶. وبالرغم من ذلك، فقد لوحظ تحوّل كبير في سلوك المستهلكين من بين الشباب العربي حيث تؤدي الاستدامة دوراً أكثر محورية.

11. (January 09, 2020). 'Millennials & Gen Z Teens' Combined Spending Power is Nearly \$3 Trillion in 2020'. YPulse. <https://www.ypulse.com/article/2020/01/09/millennials-gen-z-teens-combined-spending-power-is-nearly-3-trillion-in-2020/>

12. (2021). 'Arab Youth Survey – 13th Annual Edition 2021'. Asda'a BCW. https://arabyouthsurvey.com/wp-content/uploads/whitepaper/AYS-2021-WP_English-14-Oct-21-ABS-FINAL.pdf

13. (04 April 2023). 'Digital Wallets are Driving E-commerce Momentum in the Middle East and Africa'. FYST. <https://fyst.com/blog/digital-wallets-are-driving-e-commerce-momentum-in-the-middle-east-and-africa>

14. Mathew, J. (29 August 2022). 'GCC's BNPL market predicted to explode over 1100 percent by 2030'. Arabian Business. <https://www.arabianbusiness.com/industries/banking-finance/gcc-buy-now-pay-later-market-predicted-to-explode-over-1100-percent-by-2030>

15. (2023). 'Arab Youth Survey – 15th Annual Edition 2023'. Asda'a BCW. <https://arabyouthsurvey.com/en/findings/>

16. Ramady, M. (20 September 2021). 'BNPL: Democratization of credit or a looming debt crisis'. Arab News. <https://www.arabnews.com/node/1932426>

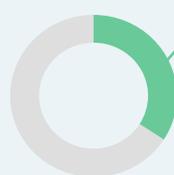
اتجاهات الاستهلاك داخل المنطقة

تظهر أيضاً أوجه تشابه في العادات الشرائية في العالم العربي، وبشكل أكثر تحديداً، بين الشباب العربي.

على سبيل المثال لا الحصر، أظهر مؤشر «كيرني» لتطور تجارة التجزئة العالمية لعام 2021، الذي يصنف م C دى جاذبية الأسواق الوطنية لتجار التجزئة العالميين، أن خمساً من أفضل عشرين سوقاً نامية تقع في العالم العربي¹⁷.

وتتألف شريحة كبيرة من قاعدة المستهلكين في المنطقة من الشباب العربي، مع الأخذ في الاعتبار أن

34% من سكان المنطقة بأكملها أي نحو 150 مليون فرد - تتراوح أعمارهم بين 15 و 34 عاماً¹⁸.



كما أدت التباينات في الحالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لكل دولة من الدول الـ 22 الأعضاء في جامعة الدول العربية إلى إنشاء ملفات تعريفية مختلفة للعملاء من بين الشباب العربي، ولكل منها أولويات خاصة للإنفاق. وعلى سبيل المثال، يتميز الشباب في دول مجلس التعاون الخليجي، مثل الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية، بدخل متاح أكبر يمكن التصرف به وعادات مختلفة بالنسبة للإنفاق والاستهلاك، وذلك بالمقارنة مع نظرائهم في بلاد الشام.

وقد أظهرت دراسة بحثية أن الاستهلاك المفرط في العالم العربي، خاصة في الدول ذات القدرة الشرائية العالية، يُستخدم كـ «رمز للمكانة»، حيث يُعتبر المستهلكون الشباب، لا سيما فئة الإناث، أكثر عرضة لشراء السلع ذات العلامات التجارية المعروفة بغية إظهار وفرة مواردهم وتمييز مكانتهم عنّ حولهم¹⁹. وتم أيضاً تأكيد هذا السلوك في دراسة مقارنة سلّطت الضوء على أن جودة المنتجات الباهظة والفاخرة تشكل عاملاً حاسماً لشراء هذه المنتجات، كما أن الشعور بالإنجاز و«الهيبة الاجتماعية» والتميز الذي يغمر المستهلك عند شراء المنتجات يؤدي دوراً مهماً كذلك²⁰. وفي الواقع، تشير التقديرات إلى أن أسواق السلع الفاخرة، خاصة في الدول ذات القدرة الشرائية العالية في العالم العربي مثل دول مجلس التعاون الخليجي، ستشهد تضاعف قيمتها تقريباً لتصل إلى **24 مليار دولار** بحلول عام 2027²¹. وهناك عامل مؤثر آخر يغيّج نمط الحياة الاستهلاكي، خاصة بالنسبة للسلع الفاخرة، وهو تعرّض الشباب العربي باستمرار للاستراتيجيات الإعلانية عبر منصات التواصل الاجتماعي. وقد أظهرت إحدى الدراسات أن ما يقرب من **75%** من السعوديين المشاركين في الدراسة قد اشتروا منتجات الأزياء بسبب تأثرهم بحملتها التسويقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي²².



17. 'Leapfrogging into the future of retail - The 2021 Global Retail Development Index'. Kearney. <https://www.kenarney.com/global-retail-development-index>

18. Selim, A. (11 May 2021). 'The Challenges Behind Youth Leadership in the Arab World'. Fikra Forum. <https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/challenges-behind-youth-leadership-arab-world>

19. Na'ameh, M. M. (11 July 2019). 'Brand consumption among Emirati youth: a socio-cultural perspective'. Social Identities. <https://doi.org/10.1080/13504630.2021.1948827>

20. Farah, M. and Fawaz, R. (June 2016). 'A Comparison of the Influence of Personal and Cultural Values on the Consumption of Luxury Goods across Arab Regions: Levant versus Gulf'. Contemporary Management Research. doi:10.7903/cmr.15067

ظهور الاستهلاك المستدام

أصبحت الاستدامة قضية متزايدة الأهمية في أوساط الشباب العربي لعدة أسباب، بما في ذلك القلق حيال تغيّر المناخ وزيادة الوعي حيال القضايا البيئية والاجتماعية المرتبطة بالنزعة الاستهلاكية والقضايا الاجتماعية والاقتصادية التي تشجّع على تبني نمط حياة استهلاكي أكثر وعياً بدلاً من الإنفاق المفرط. وبالتالي، يبرز اتجاه متزايد نحو اتباع ممارسات استهلاكية أكثر استدامة، بما فيها ما يلي:

1. الموضة الأخلاقية والمستدامة: يتزايد وعي الشباب العربي حيال

التأثير البيئي والاجتماعي لقطاع الأزياء ويتزايد معه بحثهم عن خيارات مستدامة وأخلاقية، بما فيها الملابس المصنوعة من مواد مستدامة، مثل القطن العضوي أو المواد المعاد تدويرها، فضلاً عن العلامات التجارية التي تولي الأولوية لممارسات العمل العادلة والاستدامة البيئية. ويلاحظ أيضاً نمو كبير في الطلب على السلع الفاخرة المستعملة²⁴ وكذلك متاجر التوفير²⁵ لأسباب اقتصادية وبيئية.



2. الأنظمة الغذائية النباتية: يتبنّى الكثير من الشباب العربي أنظمة غذائية نباتية لتقليل تأثيرهم البيئي وتحسين صحتهم وعافيتهم. وهذا الاتجاه ملحوظ بشكل خاص في الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية²⁶، حيث يبرز عدد متزايد من المطاعم النباتية وخيارات الطعام النباتي في متاجر البقالة.



3. نمط حياة خالٍ من النفايات: يتزايد أيضاً اهتمام الشباب العربي بالعيش بنمط حياة خالٍ من النفايات، ما يتضمّن تقليل النفايات عبر تجنّب المواد البلاستيكية أحادية الاستخدام وعبر إعادة التدوير والتسميد. ويثمر هذا الاتجاه عن ظهور متاجر خالية من النفايات وأسواق المواد الغذائية السائبة في شتّى أرجاء المنطقة. وعلى سبيل المثال، أطلقت حركة الشباب العربي للمناخ في قطر (AYCMQ) حملة نمط حياة خالٍ من النفايات لتشجيع الشباب في كافة أنحاء قطر على تقليل نفاياتهم²⁷.



هذه بعض الأمثلة التي توضح أنّ الاستدامة تتحوّل إلى قضية ذات أهمية متزايدة بالنسبة للشباب العربي وأنهم يتبنّون اتجاهات وممارسات استهلاكية جديدة لتقليل تأثيرهم البيئي وتعزيز مستقبل أكثر استدامة. ولكنّ هذه الاتجاهات لم تصبح عادة سائدة بعد في كافة أرجاء المنطقة، حيث لا تزال النزعة الاستهلاكية تشكّل نمط حياة شائعاً للغاية بين الشباب. وبالتالي، تم تطوير هذه الدراسة لاستكشاف الوضع الحالي للمستهلك الشبابي العادي في المنطقة ولزيادة فهمنا لمدى استعداد الشباب العربي لتبني أنماط حياة أكثر استدامة.

21. IMARC Group. 'GCC Luxury Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027'. <https://www.imarcgroup.com/gcc-luxury-market#:~:text=The%20GCC%20luxury%20market%20was,US%24%2012.5%20Billion%20in%202021.>
 22. Alatawy, K. S. (December 2021). 'The Role Social Media Marketing Plays in Customers' Purchase Decisions in the Context of the Fashion Industry in Saudi Arabia'. International Journal of Business and Management. 10.5539/ijbm.v17n1p117
 23. Essaid, Salim. (20 October 2022). 'Arab designers respond to demand for sustainable fashion'. Al Monitor. <https://www.al-monitor.com/originals/2022/10/arab-designers-respond-demand-sustainable-fashion#ixzz800LbYn7I>
 24. Naaman, M. (05 June 2021). 'Pre-Owned Luxury and the Arab Youth'. Fashion Trust Arabia. <https://fashiontrustarabia.com/pre-owned-luxury-and-the-arab-youth/>
 25. Halawi, D. (05 December 2021). 'Thrift stores become popular in crisis-hit Lebanon' ZinhuaNet. http://www.news.cn/english/2021-12/05/c_1310353075.htm
 26. Tashkandi, H. (25 July 2019). 'Appetite for veganism has added bite among Saudi youth'. Arab News. <https://www.arabnews.com/node/1530911/lifestyle>
 27. MENAFN. (04 June 2021). 'Environmental group aims for 'zero-waste' lifestyle in Qatar'. <https://menafr.com/1101873312/Environmental-group-aims-for-zero-waste-lifestyle-in-Qatar>

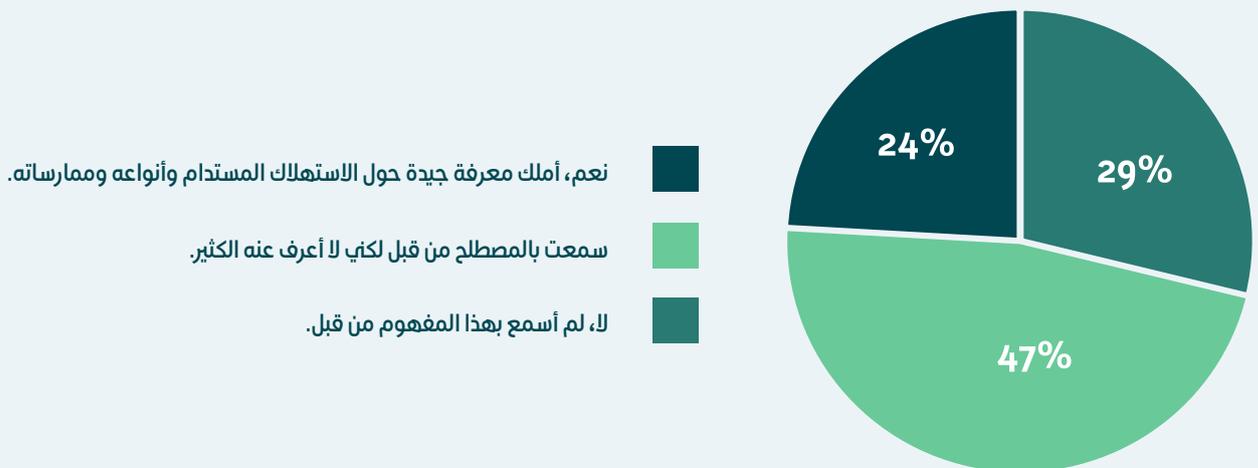
الشباب العربي والاستهلاك المستدام

بناءً على نتائج الاستطلاع، تم تحديد عشرة اتجاهات رئيسية عند مناقشة الاستهلاك المستدام بين الشباب العربي:

1. لدى الكثير من الشباب العربي بعض الفهم - ولو ليس عميقاً - لمفهوم الاستهلاك المستدام.

إن أقل من 30% من المستجيبين ليس لديهم معرفة حول مصطلح أو مفهوم الاستهلاك المستدام. وفي المقابل، تدور إجابات معظم المستجيبين، أي حوالي 47% من إجمالي العينة، حول أنهم سمعوا بالاستهلاك المستدام ولديهم فكرة عامة عن ماهيته، لكنهم لم يعرفوا عنه ما يكفي لإظهار درجة كبيرة من الإلمام به.

هل سبق لك أن سمعت بمفهوم الاستهلاك المستدام؟



عندما سئلوا عما إذا كانوا يواجهون أي عوائق أو صعوبات في اعتماد الاستهلاك المستدام، نفى 17% من العينة مواجهة أي عوائق وأكدوا التزامهم به، بينما أشار 28% إلى عدم وجود خيارات مستدامة في منطقتهم، وقال 14% إن الاستهلاك المستدام له تكلفة مرتفعة للغاية، وزعم 36% أن ليس لديهم معرفة حول كيفية اعتماد الاستهلاك المستدام.

وعلاوة على ذلك، فإن نسبة الشباب الذين أفادوا بعدم فهم كيفية الاستهلاك المستدام، أكبر من نسبة الذين أفادوا بأنهم لم يسمعوا قط عن هذا المفهوم. وهذا معناه، إلى حد ما، أن بعض الشباب العربي الذين لديهم وعي محدود حيال مفهوم الاستهلاك المستدام لا يعرفون عنه بعد ما يكفي لتغيير سلوكهم وفق فهمهم، حتى لو أرادوا ذلك.

ما هي العوائق الرئيسية التي تواجهها والتي قد تمنعك من الاستهلاك المستدام؟

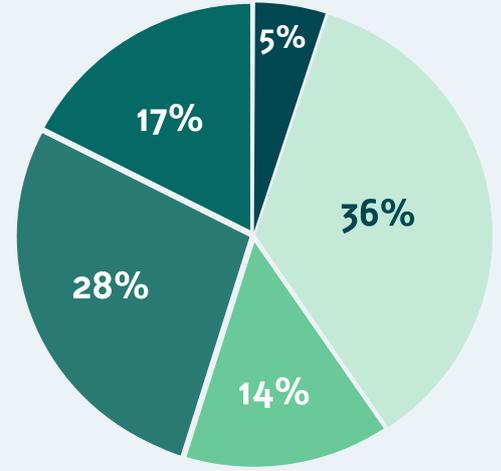
لا يوجد عوائق، أنا ملتزم بالاستهلاك المستدام الصديق للبيئة.

لا يوجد خيارات استهلاك مستدام في منطقتي.

تكلفة الاستهلاك المستدام الباهظة.

لا أعرف كيفية القيام بالاستهلاك المستدام.

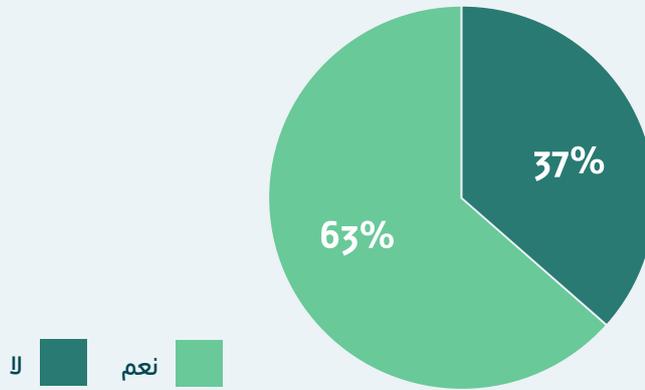
أخرى



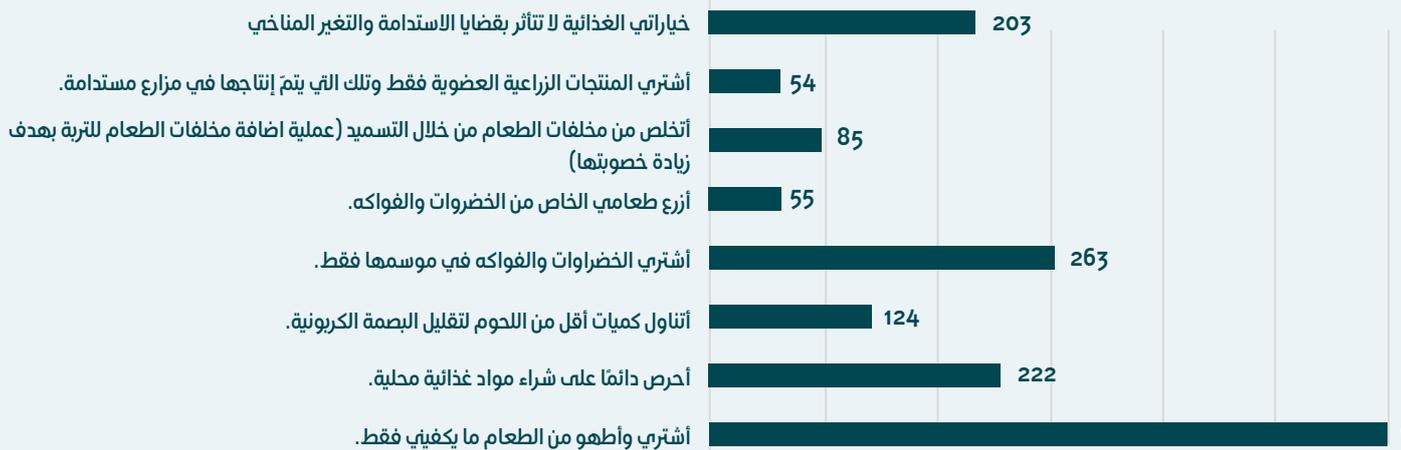
2. لقضايا الاستدامة وتغيّر المناخ تأثير عام على الخيارات الغذائية لحوالي ثلثي الشباب العربي.

بالنسبة لمعظم المستجيبين، أي ما يقل قليلاً عن 65% منهم، تؤثر قضايا الاستدامة وتغيّر المناخ على خياراتهم الغذائية. وقد ذكر حوالي 68% منهم أنهم يشترون ويطلبون فقط ما يكفي من الطعام لهم ولأسرهم بدون إسراف. وضمت الإجابات الأخرى شراء الفواكه والخضار في موسمها والمواد الغذائية المنتجة محلياً، مع الحد من تناول اللحوم تحديداً لتقليل البصمة الكربونية.

هل تتأثر خياراتك الغذائية بقضايا الاستدامة وتغيّر المناخ؟

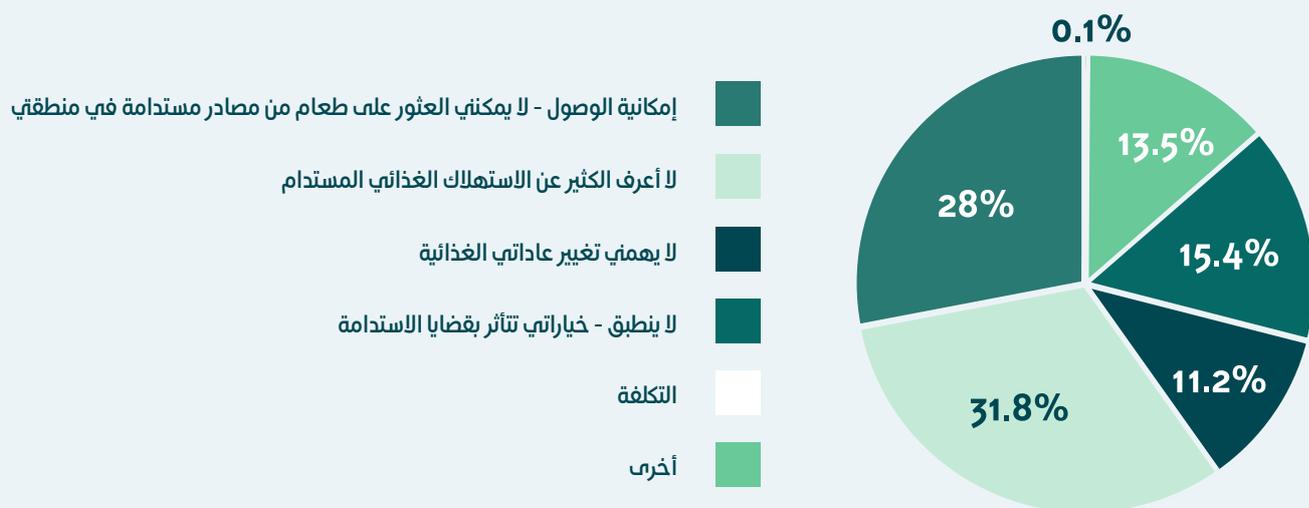


أيّ الممارسات المستدامة التالية تنطبق عليك عند استهلاك الغذاء؟



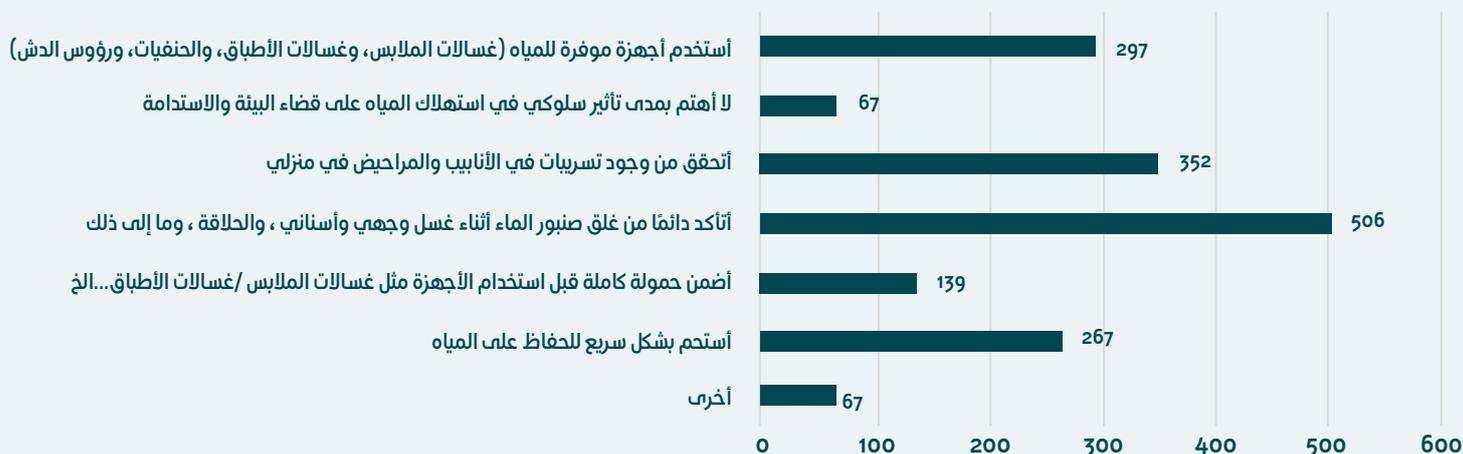
عندما طُلب منهم تقديم المزيد من التفاصيل حول خياراتهم الغذائية وتداخلها مع الاستدامة، أفاد 27% بأنّ خياراتهم الغذائية لا تتأثر بقضايا الاستدامة أو تغيّر المناخ. وفي حين أنّ هذا التناقض قد لا يعنى الكثير، غير أنّه يشير إلى احتمال، بعد مزيد من التفكير، أنّ تكون عادات التغذية لدى الشباب العربي أكثر استدامة ممّا تم توقّعه أو تقييمه في البداية. وأفادت النسبة الأكبر من المشاركين (32%) أنّ السبب الرئيسي وراء عدم تأثر خياراتهم الغذائية بمفهوم الاستهلاك المستدام يكمن في افتقارهم إلى المعرفة حول الاستهلاك الغذائي المستدام.

إذا كانت اختياراتك الغذائية لا تتأثر بقضايا الاستدامة والتغير المناخي، ما السبب الرئيسي لذلك؟



ومع ذلك، عندما يتعلّق الأمر بالاستخدام المستدام للمياه، فقد اتّفق ثلثا المستجيبين على أنّهم يحرصون دائماً على إغلاق الصنبور أثناء اهتمامهم بنظافتهم الشخصية (غسل الوجه والأيدي وتنظيف أسنانهم وغير ذلك). وقد أجاب 46% من أفراد العينة بأنّهم يتأكدون من إغلاق كافة التسريبات الموجودة والمحتملة في الأنابيب والمراحيض، في حين أنّ 9% أفادوا بعدم اهتمامهم بعادات استخدامهم للمياه.

أيّ الممارسات المستدامة التالية تنطبق عليك عند استهلاك المياه؟

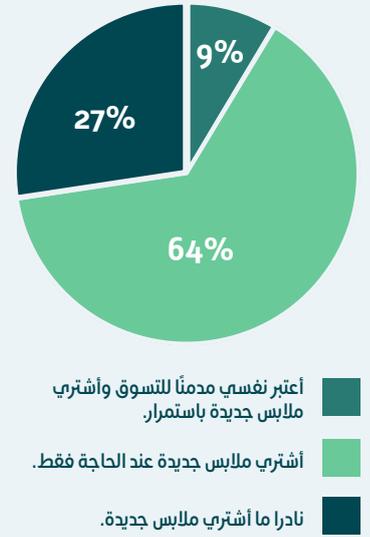
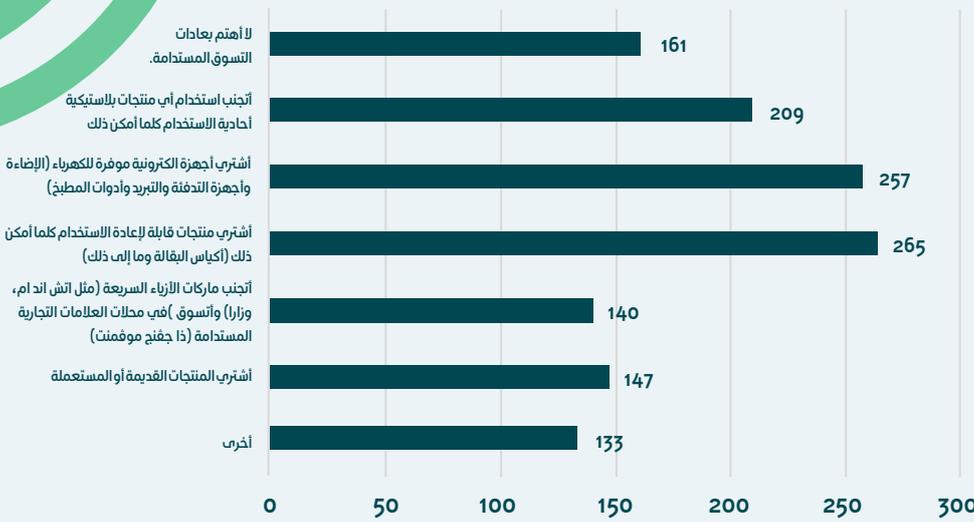


3. يتبنى معظم الشباب العربي بعض عادات الاستهلاك المستدام عندما يتعلق الأمر بتسوق الملابس أو سلع أخرى.

عند التطرق إلى عادات التسوق المتعلقة بالملابس والأزياء، قال 64% من المستجيبين إنهم اشتروا ملابس جديدة فقط على أساس الحاجة. ويشكل تقليل الاستهلاك الإجمالي للأزياء والملابس نقطة تحوّل نحو العادات المستدامة، حيث إنّ معظم الشباب العربي، الذين يشترون ملابس جديدة فقط على أساس الحاجة، يتبنون عادات تسوق أكثر استدامة إلى حد ما².

أيّ الممارسات المستدامة التالية تنطبق عليك عند التسوق؟

كيف تقيم عاداتك في شراء الملابس؟

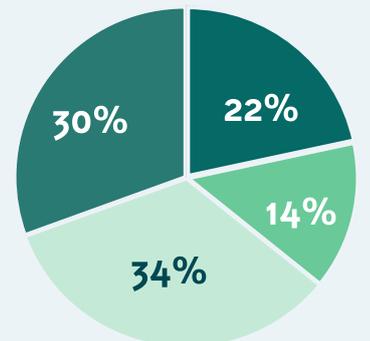


وفي المقابل، قال 21% من المستجيبين إنهم لا يهتمون بالعادات التسوقية المستدامة، سواء بالنسبة للأزياء/الملابس أو عادات التسوق عموماً. ولكن غالبية المستجيبين يعتمدون على بعض العادات المستدامة عند إجراء عمليات الشراء. ومن أبرزها عادة يتبنّاها حوالي 35% من المستجيبين وهي شراء الأغراض القابلة لإعادة الاستخدام مثل أكياس البقالة، ما يقلل أكثر من الاستهلاك الإجمالي.

وأفاد 22% بأنهم يتبعون ممارسات تسوقية مستدامة، بينما زعم 34% أنّ ليس لديهم فهم لماهية هذه الممارسات، في حين أنّ 30% أفادوا بصعوبة الوصول إلى خيارات التسوق المستدامة في منطقتهم و14% أكدوا أنّهم غير مهتمين بهذه الخيارات والممارسات.

إن كانت عادات التسوق الخاصة بك لا تتأثر بالاستدامة، فما هو السبب وراء ذلك؟

- لا يوجد خيارات تسوق مستدامة في منطقتي.
- لم أكن أعرف ما هي خيارات التسوق المستدامة.
- لا أهتم بعادات التسوق المستدامة.
- لا ينطبق (أتبع عادات مستدامة في التسوق).

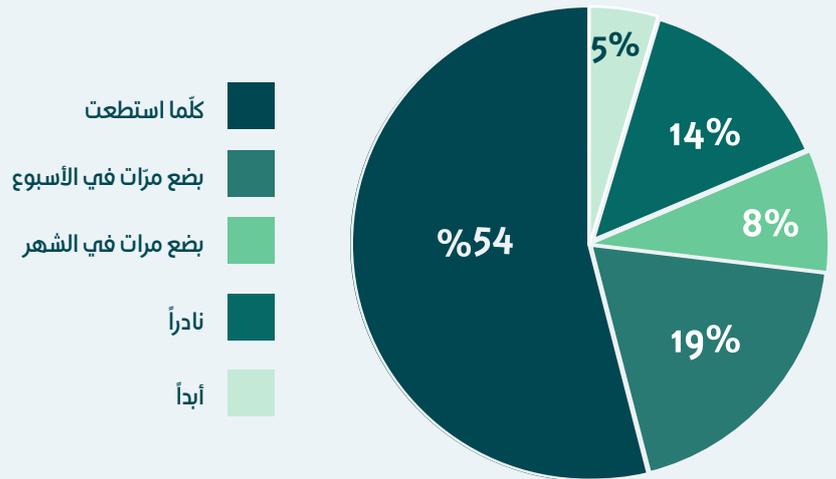


4. يبدو أنّ وسائل النقل هي المجال الرئيسي الذي يتّبع فيه الشباب العربي عادات الاستهلاك المستدام.

أجرى الباحثون في مبادرة الطاقة التابعة لمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا دراسة صنّفت الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية ومصر ضمن أفضل 10 دول «تفخر بالسيارات»، ما يشير إلى كيفية ربط مختلف الأفراد المكانة الاجتماعية والصورة الشخصية بامتلاك سيارة واستخدامها²⁹. وعلى الرغم من التركيز على ملكية السيارات، فقد برزت مؤخراً استثمارات كبيرة في البنية التحتية للسيارات الكهربائية والنقل العام وأشكال التنقل «النشط»، مثل ركوب الدراجات والمشبي، وغير ذلك للمساعدة على جعل وسائل النقل في كافة أنحاء المنطقة أكثر مراعاة للبيئة³⁰.

وفي هذا السياق، ليس من المستغرب أن تبدو وسائل النقل حتى اليوم الطريقة الشائعة للشباب لإظهار التزامهم بالاستدامة، حيث بين 54% من المستجيبين أنّهم يلجأون إلى وسائل النقل المستدامة، التي تم تعريفها لغرض هذا الاستطلاع على أنّها المشبي أو ركوب الدراجات أو استخدام وسائل النقل العام أو مشاركة السيارة عند الحاجة إلى التنقل من مكان إلى آخر.

ما مدى استخدامك لوسائل النقل المستدامة (المشبي/ ركوب الدراجة/ استخدام وسائل النقل العام/ مشاركة السيارات) للوصول إلى وجهتك؟



ومع ذلك، اتضح أنّ إجابة «كلّما استطعت» تعني أشياء مختلفة من شخص لآخر. ولكن يشير العدد الكبير من المستجيبين إلى درجة من الالتزام لدى الشباب العربي باستخدام وسائل النقل المستدامة وإلى أنّ استعدادهم لاستخدامها قد تعرقله عوامل أخرى.

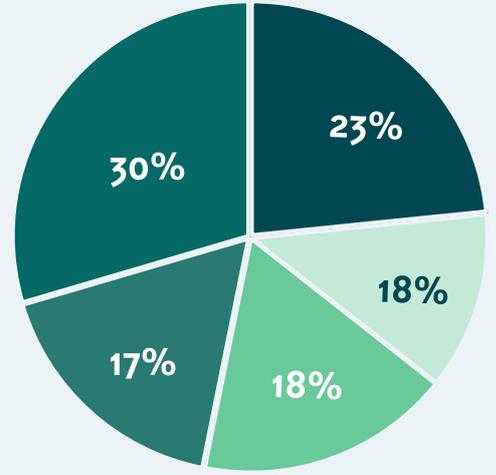
وعند الإجابة على سؤال يتعلّق بأسباب عدم لجوء المستجيبين إلى وسائل النقل المستدامة، قال 30% منهم إنّ هذه الخيارات غير متوفرة في منطقتهم، بينما أفاد 17% بعدم معرفتهم سابقاً أنّ وسائل النقل المذكورة مؤهلة كوسائل نقل مستدامة وعبر 17% آخرون عن عدم تفضيل استخدام وسائل النقل العام أو الخيارات المستدامة الأخرى. وأشار 12% من المستجيبين إلى أنّ لديهم أسباباً أخرى غير المذكورة أعلاه لتجنّب استخدام خيارات النقل المستدام.

28. <https://www.linkedin.com/pulse/sustainable-mobility-middle-east-you-might-expect-elberbali/>

29. <https://www.linkedin.com/pulse/sustainable-mobility-middle-east-you-might-expect-elberbali/>

ما هي الأسباب التي تمنعك من اللجوء إلى وسائل التنقل المستدامة؟

- لا تتوفر في منطقتي وسائل نقل مستدامة.
- لا أفضل استخدام وسائل النقل العام أو الوسائل الأخرى المستدامة.
- لم أكن أعرف أنّ هذه الوسائل مستدامة.
- لا ينطبق (ألتزم باستخدام وسائل نقل مستدامة)
- أخرى

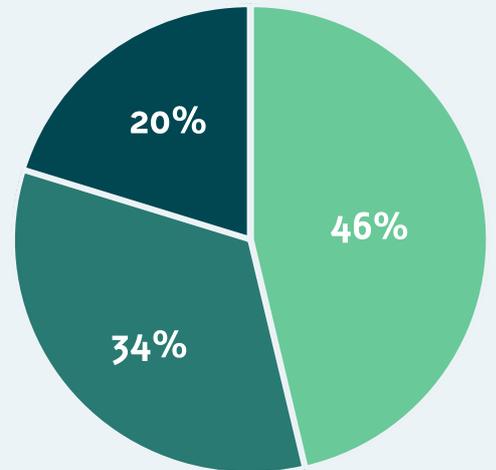


5. توجد نسبة قليلة من الشباب العربي الذين يمتلكون فهماً أو وعياً جيداً بالتصميم المستدام، بالرغم من أنّ معظمهم قاموا بتنفيذ - أو خطّطوا لتنفيذ - عناصر التصميم المستدام في منازلهم.

وبخلاف الاستهلاك المستدام، فإنّ الغالبية العظمى من الشباب العربي الذين شملهم الاستطلاع لا يمتلكون معرفة أو فهماً لمصطلح «التصميم المستدام». وقد يُعزى هذا الأمر إلى أسباب ثقافية - إذ يعيش الشباب عادةً في المنطقة مع والديهم وفي منازل والديهم حتى يصبحوا مستعدين لتكوين أسرهم الخاصة، وبالنتيجة لن تكون لديهم حاجة كبيرة إلى فهم التصميم المستدام حتى يحين وقت انتقالهم إلى منزلهم الخاص. وقد أفاد 46.3% من المستجيبين بعدم امتلاك معرفة مسبقة حول هذا المصطلح، بينما بيّن 33% فقط أنّهم سمعوا عنه سابقاً ولكن لا يمتلكون فهماً كبيراً له.

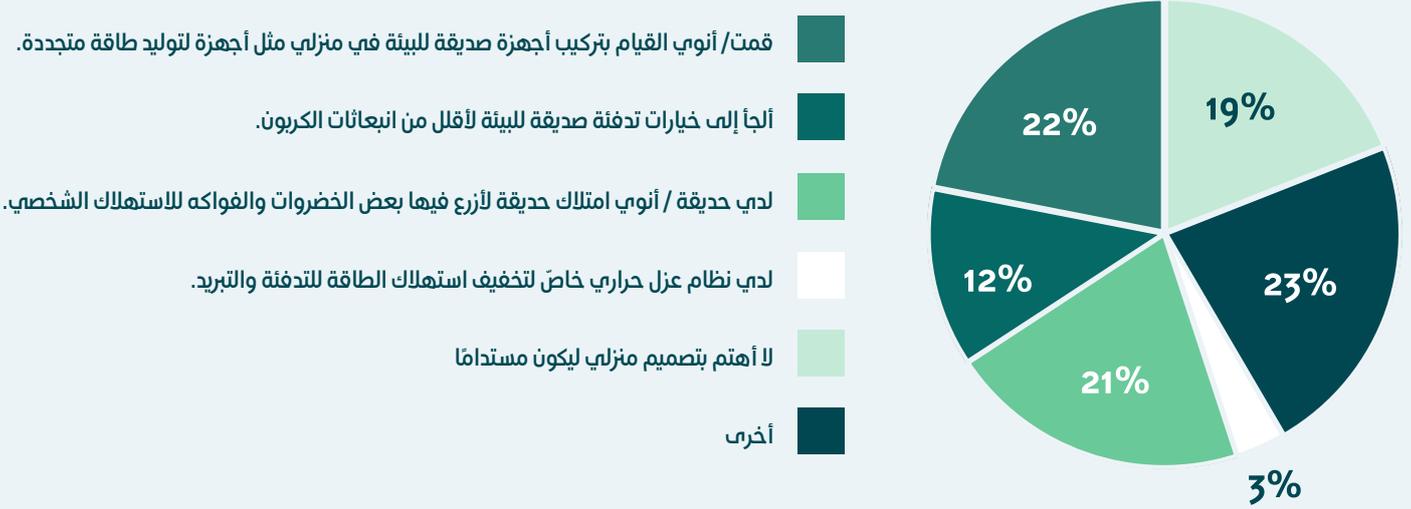
هل سبق لك أن سمعت بمفهوم التصميم المستدام؟

- نعم (أملك معرفة جيدة حول هذا المفهوم)
- سمعت بهذا المصطلح من قبل لكني لا أعرف عنه الكثير.
- لا، لم أسمع من قبل بهذا المفهوم ولا أعرف عنه شيئاً.



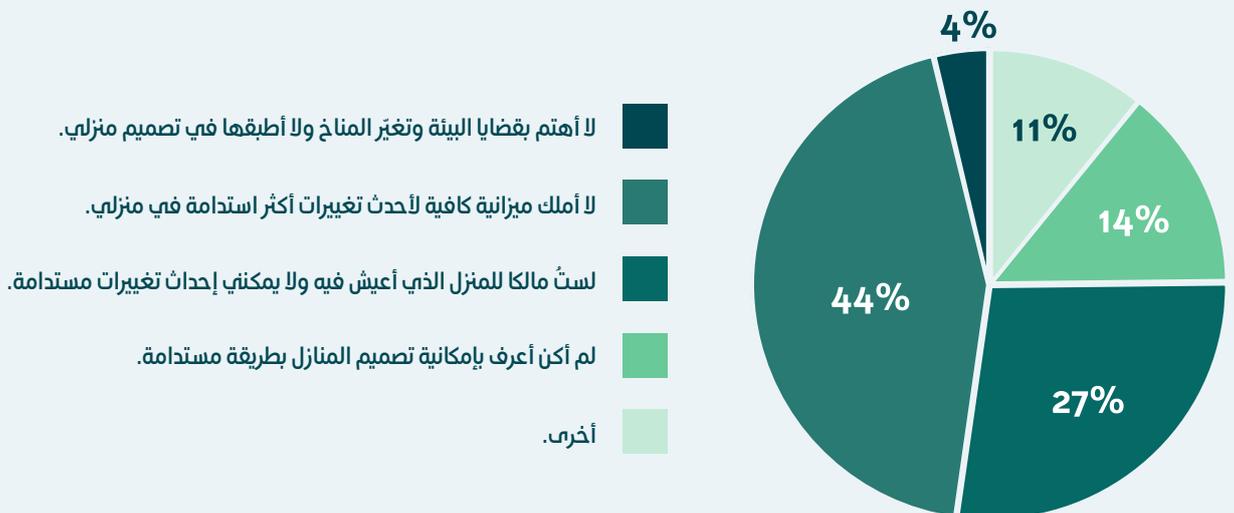
عندما سئلوا عن الممارسات المستدامة التي قد تنطبق عليهم عند تصميم منازلهم أو تحديثها، لم تتبين أي ممارسة رئيسية واضحة - فمن كانوا يعتزمون تطبيق ممارسة مستدامة على خطة تصميم منازلهم كانوا مهتمين بتركيب مصادر الطاقة المتجددة وذلك بقدر متساوٍ تقريباً لاهتمامهم بزراعة حديقة خضراء أو عدم تضمين عناصر التصميم المستدام في منازلهم.

أي الممارسات المستدامة التالية تنطبق عليك في تصميم وتغيير منزلك؟



ويبدو أنّ التكلفة تشكل عائقاً رئيسياً أمام تضمين ممارسات التصميم المستدام بالنسبة للعديد من الشباب العربي، حيث ذكر 44% من المستجيبين أنّها السبب الرئيسي لعدم قيامهم بدمج عناصر التصميم المستدام في منازلهم. ومن القضايا الأخرى ذات الصلة نظم ملكية المنازل ونقص الوعي حيال كيفية جعل المنازل أكثر استدامة. ومن المثير للاهتمام أنّ أقلية صغيرة منهم تبلغ 4% لا تهتم بقضايا الاستدامة وتغيير المناخ، وبالتالي لا تطبقها في تصميم المنزل.

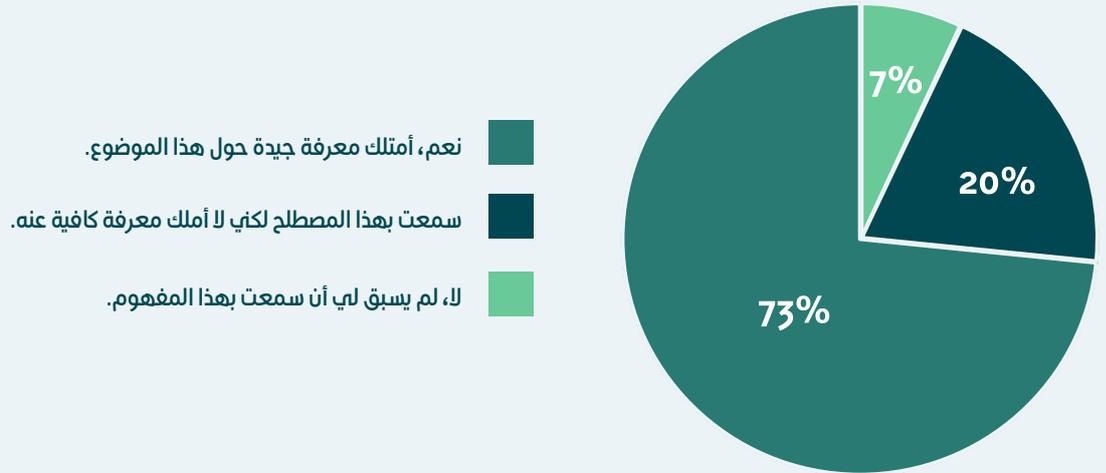
في حال لم تكن تطبق ممارسات مستدامة في تصميم منزلك، فما هو السبب في ذلك؟



6. في حين أن أغلبية واضحة من الشباب العربي على دراية بإعادة التدوير، غير أن قلة منهم فقط يظهرون التزاماً واضحاً بهذا الموضوع، مشيرين إلى صعوبة الوصول كعائق.

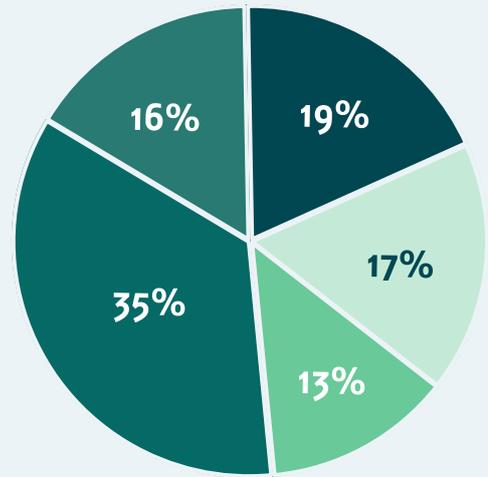
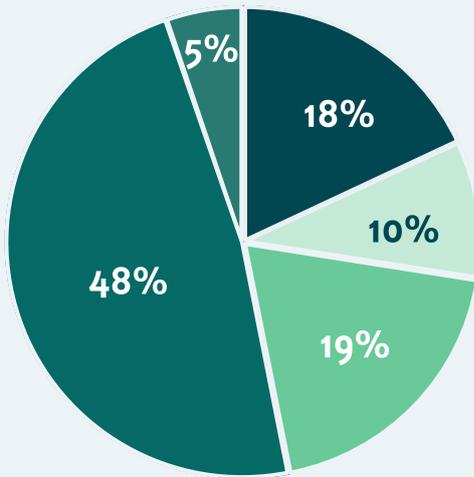
من المسلم به عموماً أن إعادة التدوير قد تكون أحد أكثر المفاهيم المعروفة المرتبطة بالتنمية المستدامة في شتّى أرجاء العالم. وينعكس هذا في الاستطلاع، حيث أجاب 73% من المشاركين بأن لديهم مستوى جيداً من المعرفة حول الموضوع. ولكن هذه المعرفة، كما أظهر استطلاعنا، لا تُترجم مباشرة إلى عمل.

هل سبق لك أن سمعت بمفهوم إعادة التدوير؟



عندما سئلوا عن التزامهم بإعادة التدوير، قال 35% إنهم يطبقون ذلك قدر الإمكان، بحسب نوع النفايات، مقارنة بـ 16% من المشاركين الذين يلجأون دائماً إلى إعادة التدوير بغض النظر عن نوع النفايات.

ما مدى التزامك بتدوير النفايات الخاصة بك؟ في حال لم تكن ملتزماً بتدوير النفايات الخاصة بك، فما هو السبب في ذلك؟



لا أهتم بموضوع التدوير وقضايا الاستدامة والحفاظ على البيئة.

لا يوجد خيارات للتدوير حيث أعيش.

لا أعرف كيف أعيد التدوير.

لا ينطبق (أهتم بإعادة التدوير وأقوم بتدوير نفاياتي)

أخرى

دائماً - أتأكد دائماً من إعادة تدوير نفاياتي

في غالب الأحيان - يعتمد ذلك على نوع النفايات.

أحياناً - فقط عندما أتذكر ذلك

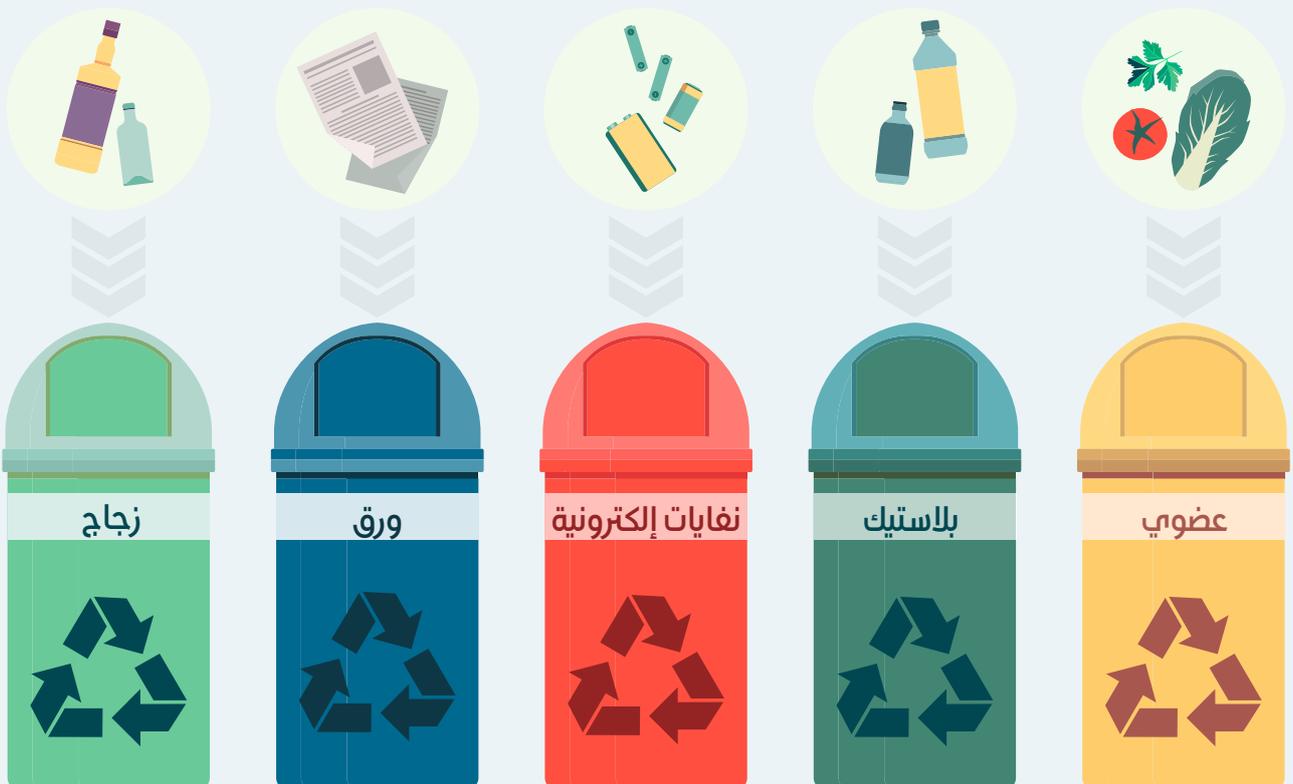
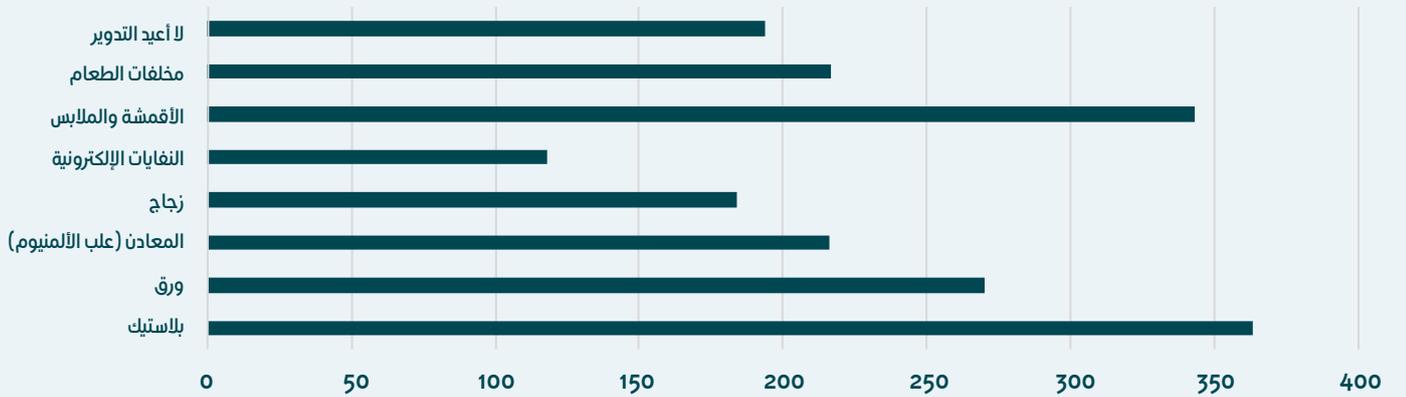
نادراً

أبداً

أفاد حوالي خمس المستجيبين، وتحديداً 18% منهم، بعدم محاولتهم قط أن يعيدوا تدوير نفاياتهم الشخصية. وهو أمر يمكن تفهمه، حيث أشار أقل من 50% إلى وجود نقص في خيارات إعادة التدوير بالقرب من منطقتهم السكنية، بينما قال 19% إنهم يجهلون كيفية إعادة التدوير - وقد يضمن ذلك معرفة ما يمكن إعادة تدويره وكيفية فصل النفايات بالشكل الصحيح ومعرفة أماكن التخلص من النفايات المنفصلة. وأفاد 5% آخرون بعدم اهتمامهم بإعادة التدوير أو الحفاظ على البيئة.

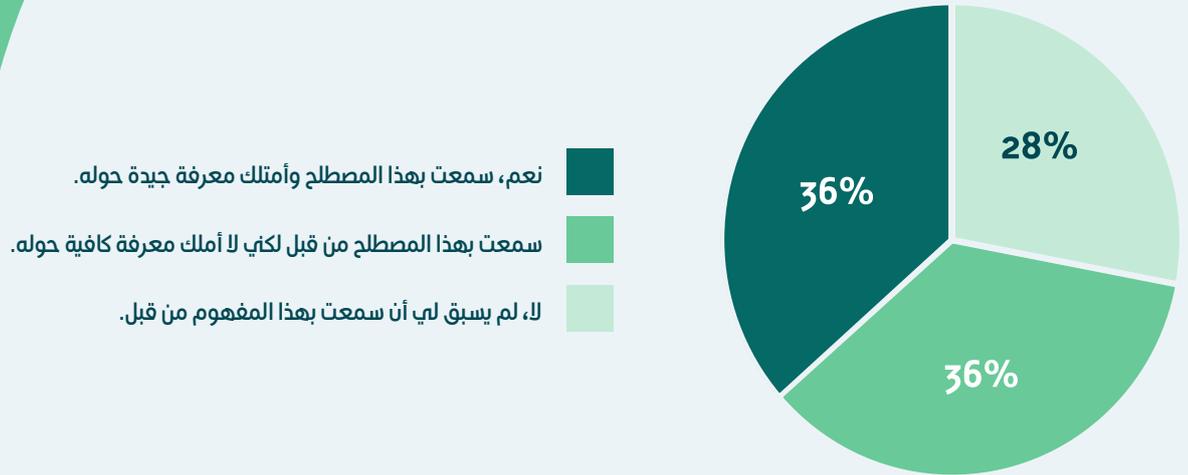
تقتصر المواد القابلة لإعادة التدوير والأكثر شعبية بين الشباب العربي على المنسوجات/الملابس والبلاستيك، حيث اختار 45% من المستجيبين الخيار الأول و48% الخيار الثاني. أما الورق، فقد اختاره حوالي 36% من المستجيبين، تليه المعادن ومخلفات الطعام التي اختارها 29% تقريباً. ويعتمد 24% فقط إلى إعادة تدوير الزجاج، في حين أن 16% يقصدون إعادة تدوير النفايات الإلكترونية. والأمر الملفت للانتباه أن هذه الاتجاهات لا تعكس ما تشدد عليه الصناعة بشأن إعادة التدوير - فالزجاج والألومنيوم هما المادتان اللتان تحققان أكبر فائدة عند إعادة تدويرهما، في حين أن إعادة تدوير البلاستيك أقل فعالية بكثير³. وعلاوة على ذلك، من الملفت أن نرى عدد المستجيبين الذين عبّروا عن ميلهم إلى إعادة تدوير أي من هذه المواد، نظراً إلى أن معظمهم أجابوا أيضاً بأن صعوبة الوصول إلى خيارات ملائمة لإعادة التدوير تمثل عائقاً رئيسياً أمام الالتزام بهذا الموضوع.

ما هي المواد التي تعيد تدويرها (يرجى اختيار كل ما ينطبق)؟

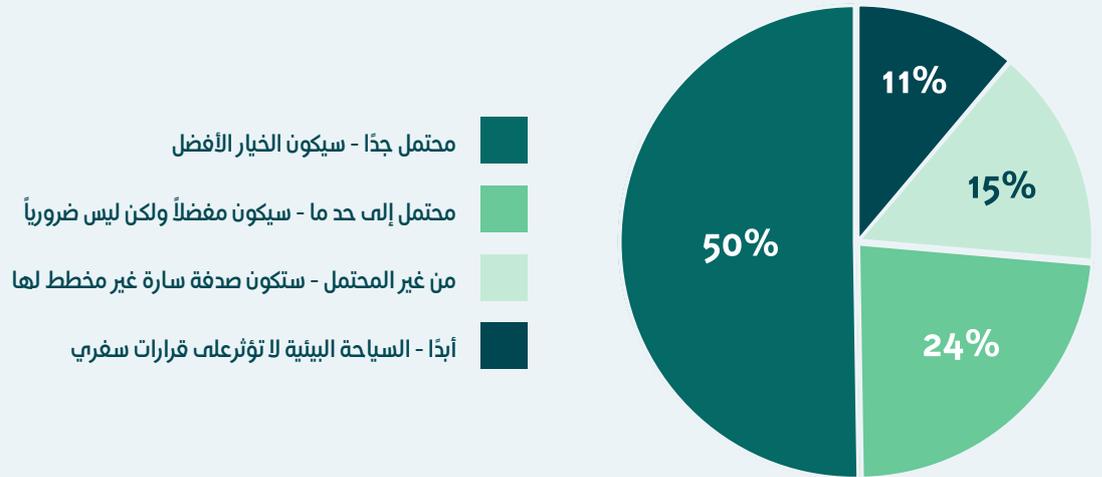


7. في حين أنّ معظم الشباب العربي قد لا يمتلكون فهماً عميقاً للسياحة البيئية، إلا أنّ معظمهم أيضاً يفضلون السفر إلى وجهات السياحة البيئية.

هل سبق لك أن سمعت بمفهوم السياحة البيئية؟



ما مدى احتمالية اختيار وجهة سفر بناءً على "السياحة البيئية" (السياحة الصديقة للبيئة)؟

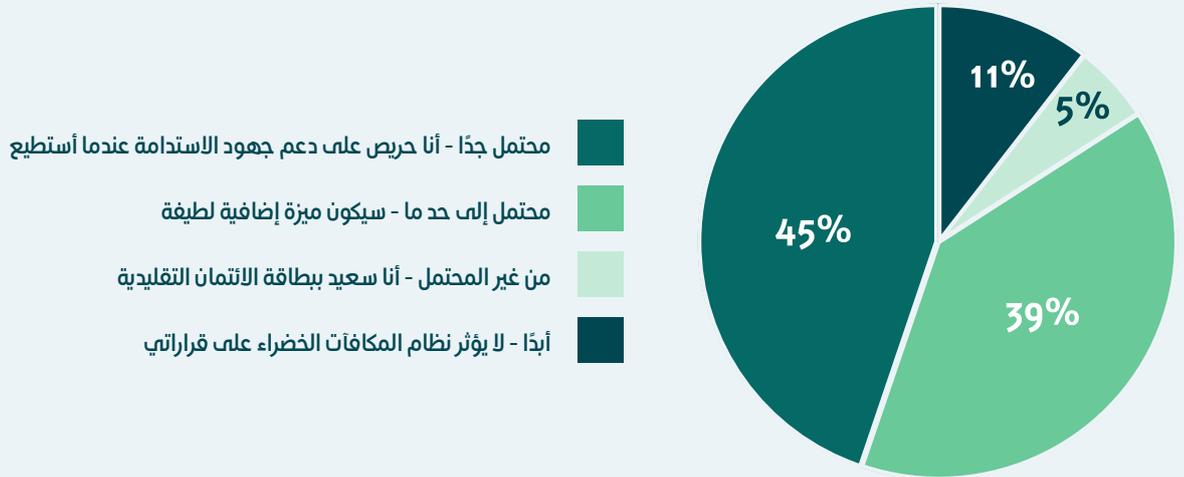


فإنّ 72% من المشاركين في الاستطلاع على دراية بمصطلح السياحة البيئية، مقسمين بالتساوي تقريباً إلى مجموعتين؛ أولئك الذين لديهم فهم جيّد للمصطلح وأولئك الذين لديهم فهم أقل له. ويعكس هذا ارتفاعاً في انتشار وصف الوجهات السياحية في المنطقة بأنها «مستدامة» - مع التركيز تحديداً على منطقة العلا السعودية وخطة تطوير حتّا، دبي، بالإضافة إلى مدينة الجونة، مصر، وعدد متزايد من النزل البيئية في مختلف أنحاء المنطقة³². وقد أظهر استطلاعنا أنّ هذا المستوى العالي من الوعي والتوافر يعكس مستوى الاستعداد والتشويق للمشاركة في السياحة المستدامة، حيث قال ما يزيد قليلاً عن 50% من المشاركين إنّه من المحتمل جداً أن يختاروا وجهة سياحية بيئية، في حين أنّ 11.2% أفادوا بأنّ السياحة البيئية لا تؤدي دوراً في قرار سفرهم.

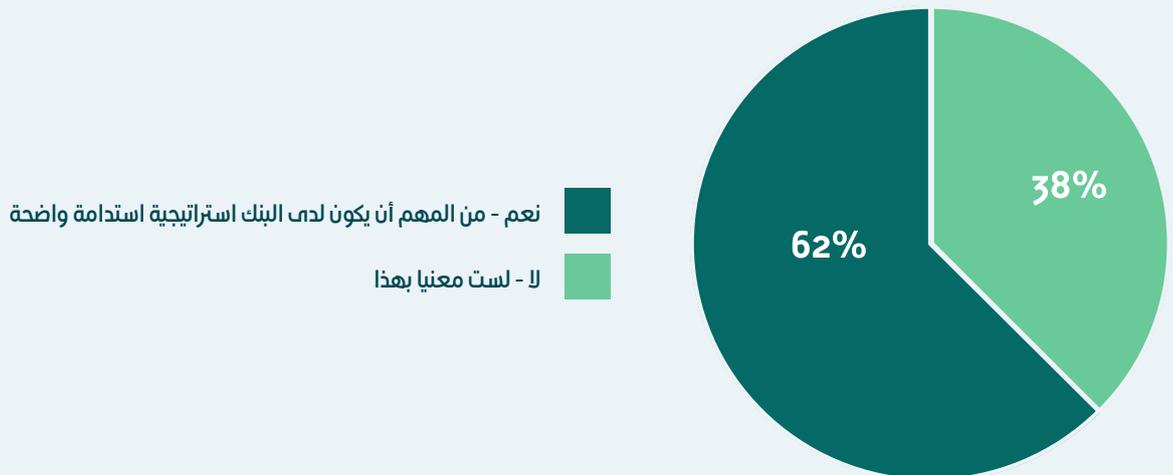
8. بينما تبرز أهمية الاستراتيجيات الخضراء، إلا أنّ فوائد التمويل الأخضر لا تبدو حتى الآن بنفس الأهمية بالنسبة للشباب العربي.

وافق 44% من المستجيبين على أنّه من المحتمل جداً أن يختاروا بطاقة ائتمان بناءً على تطبيقاتها وامتيازاتها المراعية للبيئة، مع شرط إضافي يتمثل في أنّها توفر نفس أسعار الفائدة والمزايا المالية التي توفرها بطاقة الائتمان التقليدية. وقد ذكر 39% أنّها ستكون ميزة رائعة ولكن غير ضرورية. وفي الوقت نفسه، أفاد ما يقل قليلاً عن ثلثي المشاركين بأنّ جهود الاستدامة التي تبذلها بنوكهم ستؤثر على قراراتهم بفتح حساب.

ما مدى احتمالية اختيارك بطاقة ائتمان تكافئ مبادرات صديقة للبيئة (تزرع الأشجار لكل معاملة، وتدعم إعادة التدوير وتدعم الطاقة النظيفة) علماً أنّ تقدّم نفس الفوائد ومعدل الفائدة مثل بطاقة الائتمان التقليدية؟



هل تؤثر جهود الاستدامة التي يبذلها البنك على قرارك عند فتح حساب في البنك؟



علاوة على ذلك، يمكن استخلاص بعض الملاحظات الشاملة حول كافة أنواع الاستهلاك المستدام. فإنّ التكاليف، ونقص الدعم أو إمكانيات الوصول، هما من العوائق الرئيسية التي تمنع الناس من عيش نمط حياة مستدام، بما يتوافق مع الاتجاهات العالمية إلى حد ما. وفي دراسة أجراها اتحاد لشركات عالمية متعددة الجنسيات، اعتُبر كلاهما عائقين حاسمين. ومع ذلك، فقد تبين أنّ التكلفة تشكل عائقاً أكثر بروزاً³³. وإلى حد ما، لا تنعكس هذه النتيجة في بحثنا.

9. يشكّل تعذّر الوصول ونقص الخيارات عائقاً رئيسياً أمام تنفيذ عادات الاستهلاك المستدام.

كما ذكرنا أعلاه، فإنّ صعوبة الوصول قد تشكل عائقاً أمام الشباب العربي الراغبين في تبني ممارسات مستدامة عن طريق إعادة التدوير ووسائل النقل والتسوّق والتغذية، حيث أشار ما يقرب من 48% و30% و34% و28% من المشاركين على التوالي إلى تعذّر الوصول أو غياب الخيارات كالسبب الرئيسي وراء عدم مشاركتهم في العادات المستدامة ذات الصلة.



التغذية

28% من المشاركين على التوالي إلى تعذّر الوصول أو غياب الخيارات



التسوّق

34% من المشاركين على التوالي إلى تعذّر الوصول أو غياب الخيارات



وسائل النقل

30% من المشاركين على التوالي إلى تعذّر الوصول أو غياب الخيارات



إعادة التدوير

48% من المشاركين على التوالي إلى تعذّر الوصول أو غياب الخيارات

10. لا يبدو أنّ التكلفة تؤدي دوراً رئيسياً في الحد من اتباع عادات الاستهلاك اليومي المستدام، لكنّها تشكّل عاملاً مؤثراً على الاستثمارات الأكبر في مجالات الاستدامة.

لا يبدو أنّ الشباب العربي عموماً يعتبرون التكلفة عاملاً رئيسياً يؤثر على قدرتهم على الاستهلاك المستدام - فالخيارات اليومية المستدامة كالتغذية والتسوّق والنقل لا تبدو أكثر تكلفة بكثير مقارنة بالخيارات غير المستدامة أو الأقل استدامة. ومع ذلك، عند اتخاذ قرارات أكبر وأطول أجلاً، مثل تلك المتعلقة بتصميم المنزل، يبدو أنّ التكلفة تشكّل عائقاً، حيث أجاب 44% ممّن شملهم الاستطلاع بأنّ التكلفة تُعتبر العامل الأكبر الذي يمنعهم عن تنفيذ التصميم المستدام.



التوصيات

استناداً إلى الأفكار المستخلصة من الاستطلاع، نقدّم التوصيات التالية بهدف تعزيز الاستهلاك المستدام ودفع عجلته في أوساط الشباب العربي:

زيادة التوعية

سواء من خلال الحملات الوطنية أو البرامج التعليمية أو الحملات على مواقع التواصل الاجتماعي أو الفعاليات العامة واسعة النطاق، فمن المهم التأكيد من أنّ جميع الشباب العربي باتوا على الأقل مدركين إلى حد ما لأنواع المختلفة من الاستهلاك المستدام، وذلك لضمان التحول بكفاءة وفعالية إلى اقتصاد دائري. وسيكون حتى من الحكمة الحرص على أنّ الشباب العربي باتوا على دراية تامة بالأنواع المختلفة من الاستهلاك المستدام، فضلاً عن الفوائد التي يمكن للاستدامة أن توفرها لهم. وبالرغم من أنّ العديد من هذه البرامج قد تقودها الحكومة، إلا أنّ الضرورة تستوجب إشراك كل من القطاع الخاص والمجتمع المدني للمساعدة على نشر الوعي حيال الاستدامة.



دعم الخيارات المستدامة

على الرغم من أنّ التكلفة لا تمثل المشكلة الأساسية التي يواجهها الشباب العربي في تحولهم نحو الاستهلاك المستدام، إلا أنّ دعم الخيارات المستدامة قد يكون حافزاً مفيداً، سواء من حيث الخيارات ذات التأثير قصير الأمد أو الخيارات ذات التأثير طويل الأمد (أي مثلاً اختيار شراء المنتجات ذات المصادر المحلية من السوبرماركت وتحديث تركيبات الإضاءة في المنزل). ومن شأن تعزيز قدرة الشباب على اتخاذ الخيار المستدام وتحمل تكاليفه أن يزيد من ميلهم إلى «اتخاذ قرارات صديقة للبيئة» مع كل عملية شراء. وبالمثل، فإنّ ضمان تحفيز الشركات على توفير خيارات أكثر استدامة سيثمر بدوره عن طرح هذه الخيارات في السوق وبالتالي منح المستهلكين مجموعة واسعة من الخيارات المستدامة.



الإلزام بوضع علامات على المنتجات تحدد تأثيرها على البيئة

قد لا يكفي تعزيز الوعي وتوفير المزيد من الخيارات، خاصةً إذا صعب على المستهلكين تحديد ما يميّز الخيار المستدام عن الخيار الأقل استدامة. لذلك من المفيد بشكل خاص توضيح الخيار المستدام عبر وضع علامة أو تسمية واضحة تشير إلى تأثير المنتج أو الخدمة على البيئة مقارنةً بتأثير الخيار غير المستدام أو الأقل استدامة، وذلك بغية تسهيل توجيه الشباب العربي إلى الخيار الأكثر استدامة خلال عملية الشراء. وإذا فرضت الحكومات المحلية قانوناً ينصّ على أنه يمكن تحديد السلع والخدمات «الخضراء» من خلال العلامة الخضراء، على سبيل المثال، سيعود الأمر إلى الشركات ومزودي الخدمات لتطبيق هذه العلامة على السلع والخدمات المؤهلة وبالتالي المساهمة في تمييز سلعها وخدماتها المستدامة عن السلع والخدمات الأقل استدامة.



دمج الاستدامة في مناهج التعليم

من شأن دمج المبادئ والممارسات الخاصة بالاستدامة في المناهج التعليمية على كافة المستويات أن يعزز ثقافة الوعي البيئي منذ سن مبكرة ويدعم تنمية العادات المستدامة. فمن خلال الدمج بين المواد الدراسية ومواضيع مختلفة عن الاستدامة، مثل العلوم البيئية والحفاظ على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، يستطيع الشباب العربي أن يكتسبوا فهماً أعمق لأهمية الحياة المستدامة وتأثيرها عليهم. وبالإضافة إلى ذلك، سيطلعون على العادات العملية التي يمكنهم دمجها في حياتهم اليومية ليتبعوا نمط حياة أكثر استدامة. ويمكن التعاون مع المؤسسات التعليمية ومطوري المناهج الدراسية لدمج الاستدامة في الدورات الحالية وضمان أن تصبح هذه المعرفة جزءاً لا يتجزأ من مراحل التعليم.



تشجيع خيارات التمويل المستدام

تؤدي البنوك والمؤسسات المالية دوراً حاسماً في تعزيز الاستهلاك المستدام من خلال تقديم المنتجات والخدمات المالية التي تدعم المبادرات الصديقة للبيئة. ويمكنها تطوير حزم قروض خاصة أو فرص استثمارية مصممة خصيصاً للمستهلكين الشباب الراغبين في اتباع خيارات نمط الحياة المستدامة، مثل تجديد المنازل بطرق صديقة للبيئة أو تركيب أجهزة موفرة للطاقة أو شراء سيارات كهربائية. ومن خلال تحفيز الاستثمارات المستدامة وطرح شروط مواتية للمبادرات الخضراء، يمكن للبنوك تمكين الشباب العربي من اتخاذ قرارات مالية أكثر وعياً بالبيئة، مع المساهمة في التحوّل إلى اقتصاد أكثر استدامة.



تنفيذ اللوائح الحكومية بشأن الأعمال التجارية

يمكن للحكومات أن تسنّ لوائح تستهدف الشركات لتعزيز الاستهلاك المستدام. ويضم ذلك تدابير عدة، مثل حظر الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام وغيرها من المواد غير القابلة للتحلل، وإلزام استخدام مصادر الطاقة المتجددة في عمليات الإنتاج، ووضع معايير الانبعاثات للصناعات. ومن خلال فرض مثل هذه اللوائح على الشركات، تستطيع الحكومات التأثير في توافر المنتجات والخدمات المستدامة وإمكانية وصول الشباب العربي إليها. ويشجّع هذا الإطار التنظيمي الشركات بدورها على تبني ممارسات صديقة للبيئة، كما يوفر للمستهلكين خيارات أكثر استدامة، ما يساهم في التحوّل الشامل إلى اقتصاد أكثر اخضراراً.



وفي الختام، تسلّط هذه الدراسة الضوء على الدور المحوري الذي يؤديه الشباب العربي في تشكيل مستقبل مستدام للمنطقة. وباعتبارهم قادة المستقبل في مجالات الاستدامة، فإنّ مشاركتهم والتزامهم بممارسات الاستهلاك المستدام أمر ضروري لدفع عجلة التغيير الإيجابي. كما يمكن بذل جهود متضافرة لتعزيز ثقافة الوعي والمسؤولية حيال الحفاظ على البيئة، من خلال العمل الجماعي والتعاون بين الحكومات والشركات والمؤسسات التعليمية والمجتمع المدني. وبإمكان العالم العربي، من خلال تمكين الشباب العربي عبر المعرفة والموارد والفرص لتبني الاستدامة، أن يحمي موارده للأجيال القادمة، بينما يطور مجتمعاً قائماً على مبادئ الإدارة الرشيدة والمرونة وتحقيق غد أكثر استدامة.





لمستقبل مستدام بسواعد الشباب

تم إعداد الدليل من قبل معهد بوستيري