

النتائج الأولية لبحث حول إستهلاك الشباب 18-35 سنة



ملاحظة: هذه النتائج أولية وسيتم تعميق النظر فيها بالقراءة والتحليل وإنجاز التقاطعات اللازمة.

أفرز استجواب 2023 شابا وشابة من الجنسين موزعين على الولايات الأربع والعشرين للجمهورية (موزعة إلى سبعة أقاليم) ومن ست (06) فئات عمرية مداها 3 سنوات (من 18 إلى 35 سنة)، وأجري في نوفمبر 2017، أهم النتائج التالية:

خصائص العينة:

- حسب الوسط: 68% من المستجوبين ينحدرون من الوسط البلدي، و32% من الوسط غير البلدي.
- حسب الوضعية الشغلية: 47% منهم يشتغلون، مقابل 22% عاطلون عن العمل و17% يزاولون تعليمهم، إلى جانب 12% ربات بيت و 3% يجمعون بين الدراسة والشغل.
- حسب تركيبة الأسرة: 53% من المستجوبين ينتمون إلى أسر تعدد من 3 إلى 4 أفراد، مقابل 25% من أسر لا يتجاوز عدد أفرادها (2) و21% تضم أسرهم 5 أفراد فأكثر.
- حسب عدد المشتغلين في الأسرة: 47% من أسر المستجوبين يشتغل منها فرد وحيد، مقابل 44% يشتغل منها فردان فأكثر و9% لا يشتغل أي من أفرادها.
- حسب عدد المتمدرسين في الأسرة: 52% من الأسر ليس من بين أفرادها من يزاول تعليمه، مقابل 22% تضم فردا وحيدا في طور الدراسة و 15% تضم فردين و 11% يدرس منها 3 أفراد فأكثر.
- حسب عدد غير النشيطين في الأسرة: 15% من أسر المستجوبين ينشط جميع أفرادها (إما في طور الدراسة أو مشتغلون)، مقابل 33% تضم فردا واحدا من غير المشتغلين وغير المزاولين لتعليمهم، و 32% من بين أفرادها 2 غير نشيطين و19% بها 3 غير نشيطين فأكثر.

- حسب الحالة الزوجية: 52% من المستجوبين في وضع عزوبية، مقابل 36% متزوجون و 11% في حالة خطوبة.
- حسب الوضعية السكنية: 53% من الشبان يقيمون مع عائلاتهم، مقابل 30% متزوجون ومستقلون في المسكن و 6% يقيمون بمفردهم، إلى جانب 4% متزوجون وينتشاركون الإقامة مع عائلة القرين و 4% ينتشاركون المسكن مع الأصدقاء.

الوضعية المادية:

- 51% من المستجوبين المشتغلين (وعدددهم 1006) "يرون أن دخلهم الحالي يتيح لهم مجابهة مصاريفهم اليومية"، مقابل 48% يرون عكس ذلك.
- بالنسبة للمشتغلين الذين يرون أن راتبهم الحالي لا يكفي لمجابهة المصاريف اليومية (وعدددهم 487)، فإنهم في المعدل يطمحون إلى مستوى دخل في حدود 1405 د يروونه مناسباً لمجابهة المصاريف اليومية.
- بالنسبة لغير المشتغلين (وعدددهم 773)، أهم مصدر لمصرف الجيب يتمثل في "العائلة"، في 76% من الحالات، تليه "مداخيل الأعمال الحرة الظرفية" بنسبة 39%، مقابل حوالي 7,5% لكل من "المنح الدراسية" و "الزوج/الخطيب".
- كما أن 56% من هؤلاء يعتبرون مصرف الجيب الحالي "كافياً" لتغطية النفقات الشهرية مقابل 43% يرون عكس ذلك. الفئة الأخيرة (338 مستجوباً) يطمحون إلى مصرف جيب في حدود 400 د شهرياً في المعدل.
- المعاملات المالية: 48% من المستجوبين "لهم حساب جارٍ"، و 31% "يتملكون دفتر ادخار"، مقابل 24% "لهم بطاقة بنكية" و 22% "يعتمدون الدفع الإلكتروني" - دينار" و 6% فقط "لهم دفتر شيكات". 35% "ليس لهم أي من وسائل المعاملات المالية" المذكورة.
- 28% "لهم قروض أو عليهم ديون".
- 63% يتوقعون "تحسن وضعهم المادي" خلال المدى المتوسط، مقابل 30% يرون عكس ذلك.

الشباب والتغذية:

- 67% يتناولون فطور الصباح "بانتظام" أو "غالبا" في المنزل، مقابل 23% يفضلونه "خارج المنزل" و9% "لا يعتمدون هذه الوجبة".
- 24% "متعودون" على تناول وجبة وسيطة (تحريشة) بين وقت فطور الصباح ووقت الغداء و32% "بصفة مناسبة"، مقابل 44% "لا يتناولونها مطلقا". وتوجد أكبر نسبة من الشباب التي تقوم بالتحريشة في منطقة الشمال الغربي، و من الناحية العمرية في الشريحة 18-20 سنة.
- 2,7 مرات أسبوعيا هو معدل عدد الوجبات من خارج المنزل بمتوسط كلفة بـ 20,5 د، علما وأن 27% لا يأكلون خارج المنزل مطلقا. والشباب بالشمال الغربي هو الأكثر إنفاقا خارج المنزل.
- بالنسبة لمن يتناولون مرة واحدة أسبوعيا على الأقل من خارج المنزل فإن حوالي الثلثين منهم يتناولون "الأكلة السريعة" و28% "الوجبات (Menu)". وتتصدر "الأصناف التقليدية الخفيفة" (كفتاجي، تن، ...) قائمة الاختيارات (22%)، تليها "البيتزا" (19%) و"سندويشات الإسكالوب" (16%).

الشباب و وسائل الإتصال والإعلام:

- 84% من المستجوبين لديهم حساب فايسبوك (يقضون ما معدله 2,8 ساعة ارتباط يوميا)، 70% "يمتلكون هواتف ذكية" مع بلوغ نسبة 80 بالمائة كأقصى في إقليم تونس الكبرى، و 78 بالمائة بالشريحة العمرية 18-20 سنة، و 65% "يرتبطون بالإنترنت عبر الهاتف".
- 87% من المستجوبين يرتبطون بشبكة الانترنت بما معدله 2,5 ساعة يوميا، (منهم 23% بما يزيد عن 4 ساعات في اليوم)، مقابل 10,5% لا يرتبطون أبدا.
- ترتيب اهتمامات الشباب على الانترنت يضع "مواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى، يليها "البحث عن المعلومات" ثم "متابعة الأخبار".

- 61% يعتمدون "المكالمات الهاتفية العادية" في التواصل مع معارفهم، مقابل 25% من خلال "تطبيقات الهاتف عبر الانترنت"، وذلك بمعدل كلفة اتصالات بـ 8,3 د أسبوعياً.
- لا يتجاوز معدل مشاهدة التلفاز لدى الشباب 1,9 ساعات يومياً. وتتصدر اهتماماتهم في هذا المجال: "الأفلام والمسلسلات الأجنبية" تليها "البرامج والمنوعات الترفيهية" ثمّ "الأفلام والمسلسلات العربية".

الشباب والثقافة والترفيه والرياضة:

- خلال الـ 12 شهراً السابقة لتاريخ البحث، 46% من الشباب قاموا بزيارة داخلية مع الإقامة، و35% اختاروا قراءة الكتب و31% سجلوا حضورهم بالمهرجانات، مقابل 20% لم تكن لهم أي اهتمامات ترفيهية وثقافية (أو لم تسنح لهم).
- 25% فقط من الشباب يمارسون الرياضة "غالبا" أو "بانتظام"، مقابل 30% بصفة غير منتظمة (بمعدل 5,3 ساعات أسبوعياً) أغلبهم "في القاعات الرياضية" أو "في الفضاء الخارجي"، مقابل 45% "لا يمارسون أي نشاط رياضي".

الشباب و المظهر الخارجي:

- 41% من المستجوبين أفادوا "بإيلائهم أهمية كبرى" لهذا الجانب و 43% "أهمية متوسطة"، مقابل 16% "لا يمثل لهم المظهر الخارجي أهمية كبرى" أو "بتاتا". وحسب التقاطعات فإن الشباب بالشمال الشرقي من أكثرهم إيلاء أهمية للمظهر الخارجي.
- 34% من الشباب يسايرون الموضة في "أغلب الأوقات" أو "بانتظام" مقابل 37% "لا يولون لها أهمية".
- 838 د سنويا هو معدل إنفاق فئة الشباب على الملابس، و أغلبية بـ 55% منهم يتراوح إنفاقهم "بين 50 و 600 د".

- بالنسبة للتزود من الملابس، تمثل محلات الملابس المستعملة (الفريب) المصدر الأول لدى فئة الشباب، تليه المساحات التجارية الكبرى ثم المحلات المختصة، فالأسواق الأسبوعية وأخيرا التوريد من الخارج. وبالنسبة للتواتر يأتي "الفريب" في المرتبة الأولى لدى 40% من "الموظبين (دائما)".
- 39% من الشباب اشتروا أو استعملوا لباسا تقليديا خلال الـ 12 عشر شهرا السابقة لتاريخ البحث.
- 51,3 د شهريا هو معدل إنفاق فئة الشباب على النظافة والتجميل، و أغلبية بـ 20% منهم يتراوح إنفاقهم "بين 20 و 30 د".

الشأن الإستهلاكي:

- في ترتيب أماكن التسوق الثلاث الأولى المعتادة لدى فئة الشباب تأتي المساحات التجارية الكبرى في المرتبة الأولى (67%) يليها "عطار الحومة" (45%) ثم المساحات الصغرى والمتوسطة (30%).
- خلال الـ 12 شهرا السابقة لتاريخ البحث، 32% من الشباب قاموا بشراءات عبر الأنترنت. في حين نفى البقية ذلك لاعتبارات تتعلق أساسا بعدم الثقة في سلامة المعاملات على الخط والتخوف من الاحتيال والشك في مصداقية العروض وضماداتها.
- وفي سؤال حول معرفة الشباب لمؤسسات أو هياكل أو جمعيات تهتمّ بالشأن الإستهلاكي، أفاد 84% بعدم علمهم بأي منها، مقابل 15% يعرفون منظمة الدفاع عن المستهلك و 1,1% لفائدة المعهد الوطني للإستهلاك وأخيرا المجلس الوطني لحماية المستهلك المعروف لدى 0,6% من المستجوبين.