

السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا باستخدام نظرية

السلوك الشرائي في الأزمات

محمد مخزوم مصباح محمود

mkajpara@gmail.com

باحث

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
جامعة مصراتة

هاجر أحمد الشريف

hajer.alshref@eps.misuratau.edu.l

محاضر

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
جامعة مصراتة

خيرية محمد شبيب

K.shabash@eps.misuratau.edu.ly

محاضر مساعد

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
جامعة مصراتة

الملخص

هدف البحث إلى معرفة السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا باستخدام نظرية السلوك الشرائي في الأزمات، وكذلك إلى فهم التغير في السلوك الشرائي للمستهلكين بمدينة مصراتة باختلاف العوامل الديموغرافية (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الدخل) في ظل جائحة كورونا، وتم استخدام المنهج الوصفي للوصول إلى النتائج، ولتحقيق أهداف البحث تم جمع البيانات من خلال توزيع صحيفة الاستبانة على عينة البحث المكونة من (308) من المستهلكين بمدينة مصراتة، وتوصل البحث إلى العديد من النتائج، أهمها: أظهرت نتائج البحث أن مستوى التغير في السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا لعينة البحث جاء متوسطاً، كما أشارت نتائج البحث إلى عدم وجود فروقات في السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير العمر، وأوضحت نتائج البحث أيضاً وجود فروق في السلوك الشرائي تعزى لمتغير المستوى التعليمي. الكلمات الدالة: السلوك الشرائي، جائحة كورونا.

Purchasing behavior in light of the Corona pandemic using the theory Purchasing behavior in crises

Khiria M. Shabash

The faculty of economic
and political science
Misurata University

Hajer A. Elshared

The faculty of economic
and political science
Misurata University

Muhammad M. Eljpara

The faculty of economic
and political science
Misurata University

Abstract

The aim of the research was to know the purchasing behavior in light of the Corona pandemic using the theory of purchasing behavior in crises, as well as, Understanding the change in the purchasing behavior of consumers in the city of Misurata according to different demographic factors (age, gender, educational level, marital status, income) in light of Corona pandemic, and the descriptive approach was used to reach the results, and to achieve the objectives of the research the data was collected through Distribution of the questionnaire newspaper to the research sample consisting of (308) consumers in the city of Misurata , The results of the research showed that the level of purchasing behavior under the Corona pandemic for the research sample was average, and the results of the research showed its absence Differences in purchasing behavior in light of the spread of the Corona pandemic due to the age variable, and the results of the study also showed a study of differences in purchasing behavior in light of the Corona pandemic due to the educational level variable.

Keywords: purchasing behavior, corona pandemic

1. الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

أصبحت جائحة كورونا هي الشغل الشاغل للعالم اليوم؛ وذلك لما تسببه من تأثير على كافة جوانب الحياة: الصحية، والسياسية، والاجتماعية، والاقتصادية وغيرها من المجالات الأخرى، بل وأصبحت هذه الأزمة جزءا من حياتنا اليومية، وامتد تأثيرها إلى سلوكياتنا الشرائية، حيث تغير الكثير منها بسبب ما فرضته الأزمة علينا من انخفاض المنتجات المعروضة في الأسواق، وذلك لانخفاض في معدلات المبادلات التجارية العالمية، وإقامة حظر التجول، والحجر الصحي، ومنع إقامة التجمعات، بالإضافة إلى الالتزام بالإجراءات الوقائية، والمحافظة على الصحة العامة.

ونتيجة للمتغيرات والأحوال الاستثنائية كان لابد من إعادة النظر، ودراسة السلوك الشرائي والمؤثرات والأبعاد التي تؤثر عليه بما يساهم في ترشيد السلوك الشرائي وجعله أكثر عقلانية، فالسلوك الشرائي هو سلوك إنساني واعٍ يقوم به الفرد في ظل الكثير من المتغيرات التي تؤثر في اتخاذ قراره الشرائي، والذي يختلف من فرد لآخر حسب اختلاف المتغيرات المحيطة، وهذا ما صعب من عملية التنبؤ بالسلوك الشرائي في الأحوال المستقرة، والتي زادت صعوبة في ظل الأزمات نتيجة عدم الاستقرار والاضطراب التي يعاني منه الأفراد.

وفي ضوء ما سبق يوجه البحث الحالي الاهتمام نحو دراسة السلوك الشرائي باستخدام نظرية السلوك الشرائي في الأزمات.

2.1 مشكلة البحث

تسبب ظهور فيروس كورونا في اضطراب في أغلب دول العالم، والتي من بينها ليبيا، التي اضطرها إلى قفل حدودها، لمنع دخول وخروج المواطنين إلا عند الضرورة وبعد إجراء الفحوصات الوقائية، وهذا تسبب في تعطيل المصالح الاقتصادية، وظهر ما يعرف بالحجر المنزلي كنوع من الوقاية والخوف من قبل المواطنين؛ مما دفعهم إلى شراء وتخزين العديد من المستلزمات الاستهلاكية وهذا بدوره أثر في السلوك الشرائي لديهم.

و يذكر بن جروة وطواهير (2020) أن الهوس الشرائي يجعل الأفراد يقومون بشراء كميات كبيرة من المنتجات وبشكل غير عادي، نتيجة لتجنب النقص في المستقبل، وهذا ما اتضح في الأزمات السابقة، وقد برز هذا مجددا في سنة (2020) مع ظهور جائحة كورونا، فبعد ظهور الجائحة وانتشار الكثير من الإشاعات زادت من نشر الهلع بين أفراد المجتمع. وهذا ما استدعى لإجراء دراسة استطلاعية، بواقع (13) مقابلة شخصية (شبه مهيكلة) مع المستهلكين بمدينة مصراتة، ومن خلال الإجابات على أسئلة المقابلات تبين أن أغلب المشاركين يتوجهون لشراء المنتجات الوقائية خلال فترة الحجر، وذلك بسبب الخوف من الإصابة بوباء كورونا، كما يرى آخرون أنهم التزموا بشراء المنتجات الأساسية بشكل أكبر من المعتاد خوفا من انخفاض الكميات المعروضة في الأسواق، في حين أن عددا من المشتركين في الدراسة الاستطلاعية اهتموا بشراء المنتجات التي تساعدهم في أداء وظائفهم عن بعد خلال فترة الحجر الصحي، وركز الآخرون أكثر على اقتناء المنتجات الترفيهية للتأقلم مع أحوال الحجر. كما أوضحت نتائج المقابلات أن تأثير الأقارب والأصدقاء كان له دور كبير في عملية الشراء خلال جائحة كورونا، كل ذلك يظهر مؤشرات تعكس تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا.

1.3 تساؤلات البحث

- بناءً على مشكلة البحث تم وضع تساؤلات البحث في التالي:
- ما مستوى الإدراك في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا؟
- ما مستوى الخوف من المجهول في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا؟
- ما مستوى سلوك التأقلم في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا؟
- ما مستوى العوامل الاجتماعية في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا؟
- هل يختلف مستوى التغير في السلوك الشرائي للمستهلكين بمدينة مصراتة باختلاف المتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس، الدخل، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية).

4.1 أهداف البحث

- يهدف البحث إلى دراسة السلوك الشرائي باستخدام نظرية السلوك الشرائي في الأزمات، من خلال تحقيق الأهداف الآتية:
- معرفة مستوى الإدراك في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا.
 - معرفة مستوى الخوف من المجهول في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا.
 - معرفة مستوى سلوك التأقلم في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا.
 - معرفة مستوى العوامل الاجتماعية في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا.
 - يهدف البحث إلى فهم التغير في السلوك الشرائي للمستهلكين بمدينة مصراتة باختلاف العوامل الديمغرافية (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الدخل) في ظل جائحة كورونا.

5.1 أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من كونه يتطرق لدراسة آثار جائحة كورونا التي يمر بها العالم أجمع في السلوك الشرائي للمستهلكين باستخدام نظرية السلوك الشرائي في الأزمات. وكذلك دراسة سلوكيات وتصرفات المستهلك الشرائية وفقاً لجائحة كورونا، والتعرف على الأنماط الشرائية التي ظهرت بعد هذه الجائحة؛ لمساعدة منظمات الأعمال في وضع خطط لمواجهة مثل هذه الأزمات.

6.1 منهجية البحث

تم الاعتماد على المنهج الوصفي في هذا البحث؛ نظراً لكونه المنهج الأكثر استخداماً في دراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية، فهو يعتمد على وصف الظاهرة بصورة نوعية أو كمية للحصول على حقائق ذات علاقة بالمستهلكين؛ لوصف الظاهرة المراد دراستها وبيانها كما توجد في الواقع، فالمنهج الوصفي هو أسلوب من أساليب التحليل المبني على معلومات دقيقة عن موضوع معين من خلال فترة زمنية معينة؛ من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية. وذكر عليان وغثيم (2013) أن استخدام المنهج الوصفي يرتبط بتحديد المشكلة وصياغتها وعرض الفروض وجمع البيانات، ثم تحليلها وتفسيرها؛ للوصول إلى النتائج وفهم علاقة الظاهرة مع غيرها من الظواهر، ويوضح الرفاعي (2009) أن المنهج الوصفي يقدم في البحث العلمي

عديد الفوائد التي تساعد على فهم الظواهر الاجتماعية؛ فهو يتيح الطرق أمام الباحثين، ويستطيع من خلاله استخدام أكثر من أسلوب، ويساعد في دراسة العلاقات بين الظواهر المختلفة.

7.1 مجتمع البحث وعينته:

تمثل مجتمع البحث في المستهلكين في مدينة مصراتة، وتم أخذ عينة عشوائية بسيطة تمثلت في (308) مفردة.

8.1 الأدب النظري والدراسات السابقة

تعد دراسة السلوك الشرائي من الدراسات التي لها أهمية كبيرة، باعتبارها تتعلق بردود وتصرفات المستهلكين واتجاهاتهم نحو المنتجات المختلفة، حيث إن فهم السلوك الشرائي يساعد منظمات الأعمال على تقديم المنتجات التي تلبي حاجات المستهلكين.

• السلوك الشرائي

يعرف الصيرفي (2005،124) السلوك الشرائي على: " أنه تحديد الأفعال التي يقوم بها المستهلك بعد اتخاذ قرار ماذا يشتري ومتى يقوم بالشراء الفعلي"، ويشير العوادلي (2006،23) بأن السلوك الشرائي هو: "النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للمنتجات والأفكار التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته ورغباته". أما الزعبي (2010) فيرى أن السلوك الشرائي للمستهلك يمثل مجموعة من الأنشطة والتصرفات التي يقوم بها أثناء بحثه عن السلع والخدمات التي يحتاجها؛ بهدف إشباع حاجاته ورغباته، ويمثل مجموعة من الأفعال والتصرفات التي يقوم بها من أجل اتخاذ قرار الشراء.

وبذلك تساعد دراسة سلوك المستهلك الشرائي المستهلكين في تفهم قراراتهم الشرائية والاستهلاكية، وكذلك التعرف على الدوافع والأسباب الكامنة خلف هذه القرارات والسلوكيات، كما تساعد على تفهم العوامل التي تؤثر على تفكيرهم في اختيارهم لسلعة معينة دون غيرها، كما أنها تفسر أسباب سلوكهم والنتائج المترتب عليها في ظل هذه التأثيرات؛ مما يعطي المستهلكين الفرصة لتحسين سلوكهم وترشيد قراراتهم الشرائية.

من جانب آخر يوضح بن عيسى (2003) اهتمام المنظمات الصناعية والتجارية بالسلوك الشرائي للمستهلكين تماشياً مع المفهوم الحديث للتسويق، الذي يرى بأن المستهلك هو نقطة الأساس في وضع خططها واستراتيجياتها، وبذلك فإن المنظمات تهدف إلى تحقيق حاجات

ورغبات المستهلك؛ بهدف ضمان ولاء المستهلك، وزيادة الحصة السوقية لها، وهذا لا يتحقق إلا بدراسة سلوك المستهلك الشرائي وتحليل العوامل والمتغيرات الذي تؤثر فيه. وتتمثل أهمية دراسة سلوك المستهلك كما بينها زاوي (2013) في أنها تساعد المستهلك على التبصر في فهم عملية شرائه واستهلاكه للمنتجات والخدمات، أي معرفة ماذا ولماذا يشتري؟ وكيف يحصل عليها؟ وذلك عن طريق الترويج بمختلف عناصره، وأيضا تسهل دراسة وفهم العلاقة ما بين المؤثرات الخارجية والداخلية التي تؤثر على الأفراد وسلوكياتهم الاستهلاكية. كما أنها تساعد في تصميم الاستراتيجيات التسويقية الملائمة التي لا تتم بدون الوصول إلى الفهم الكامل لسلوك المستهلك، والكشف عن الفرص التسويقية المناسبة للمؤسسات في ظل المنافسة السوقية لتطوير وتحسين المنتجات والخدمات، للاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في حاجات ورغبات المستهلكين.

وفي ظل الأزمات غالبا ما يشعر المستهلك بالسعادة عند عملية التسوق، ولكن عادة ما تلي هذه السعادة مشاعر الذنب والخيبة عن بعض السلوكيات الشرائية التي قام بها، لذلك فإن المستهلك الذي يشعر بالقلق والخوف في ظل الأزمات قد يخفي هذه المشاعر عن الآخرين، في حين أن البعض الآخر يشهر كل ما يشتريه ويتفاخر بسلوكه الشرائي، ويحاول إقناع الغير بتصرفاته، وأن كل ما قام به مخطط مسبقا (نارك وآخرون، 2020).

ويذكر صالح (2012) أن سلوكيات الشراء تتم وفق ثلاثة طرق؛ منها الشراء غير المخطط، ويحدث غالبا عندما يكون المستهلك غير معتاد على مخطط للشراء أو تحت ضغط الوقت، أو تذكر حاجته إلى شيء عندما يراه وهو يتجول داخل المتجر لخدمة نفسه. وقد يكون الشراء اندفاعيا ناتجا عن وجود إلحاح لحظي بالشراء، لا يستطيع المستهلك مقاومته، أو ناتج عن تكرار المستهلك لزيارة المتاجر في أوقات متقاربة بسبب إحساسه بالملل أو الضيق.

وفي نفس الجانب مع نهاية عام (2019) بدأت جائحة كورونا في الانتشار حول العالم بداية من الصين والدول المجاورة لها مرورا بدول قارة أوروبا وصولا إلى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مخلفة وراءها العديد من الضحايا، ونتيجة لذلك استوجب على الحكومات مجابهة هذه الجائحة ومقاومتها، مما اضطرت هذه الحكومات باتخاذ قرارات تحد من انتشار هذه الجائحة بإغلاق

المطارات، وتخفيض حركة التجارة البرية، والبحرية والجوية، بالإضافة إلى إصدار قوانين الحظر الجزئي أو الكلي في بعض الحالات، وتقليل عدد ساعات العمل، أو التوقف التام، وهذا بدوره أثر على سلوك المستهلك وعلى قراراته الشرائية.

فقرار الشراء الذي يعرفه الصميدعي وآخرون (2007) على أنه: الخطوات التي يمر بها المستهلك عند اختيار المنتجات التي يفضل شراءها. وهذه السلوكيات والخطوات لن تتم في ظل ظروف اعتيادية فقط بل أيضا في ظل الأزمات، وبذلك ستتأثر بالأزمة لما تفرضه من قيود على المستهلكين، فعادة ما يصاب الأفراد في ظل الأزمات بسلوك الهلع الشرائي والذي ترجع أسباب وقوعه كما وضحها العماري (2020) المتمثلة في تعزيز الشعور بالأمان في ظل الغموض وعدم الاستقرار وفقدان السيطرة، فإن المستهلك يجد الأمان في تكديس السلع. وكذلك الانطباع الخاطيء بندرة السلع، فعادة ما تصحب الأزمات بالإشاعات، فالحديث عن نقص المنتجات في أرفف الأسواق التجارية ينتشر بين الناس بسرعة، سواء أكان ذلك حقيقة أما توقعات وإشاعات ليس لها أساس من الصحة، وهذا ما يدفع الأشخاص إلى الشراء فوق الحاجة، كما يدفع البعض للجوء للطرق الغير رسمية وبأسعار مضاعفة من المنتفعين بالأزمات.

هناك العديد من الدراسات التي تناولت السلوك الشرائي، كدراسة بن جرودة و طواهرير (2020) التي بينت أن ظهور جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد-19 أثر بدرجة متوسطة في السلوكيات الشرائية للفرد الجزائري نتيجة للثقة التي تم إعادة بنائها بين الدولة والمستهلك خاصة ما تعلق بتطعيمات الدولة على أن المخزون الاستهلاكي للمواد الأكثر استهلاكاً يكفي لأكثر من 6 أشهر، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة تعزى للمتغيرات الشخصية (الدخل والجنس). وأشارت دراسة نرمين علي (2020) إلى وجود علاقة عكسية بين مخاوف الشرائية للمبحوثين عبر الإنترنت: (مخاوف الأمان، وجودة المنتج، والسعر)، وبين تبنيهم للسلوك الشرائي عبر الإنترنت خلال أزمة كورونا.

كما أظهرت دراسة نصور (2016) أن الأزمة الاقتصادية التي تمر بها السوق المحلية قد عملت على تغيير سلوك المستهلك السوري، إضافة إلى أن هذه الأزمة قد ولدت أنماطا جديدة للسلوك الشرائي، سواء بتأخير وتأجيل المشتريات من السلع المعمرة، أو بظهور السلوك الرشيد

المتمثل في ترشيد الإنفاق الاستهلاكي والإقبال على شراء منتجات مستعملة ومنتجات ذات جودة منخفضة، وذلك نتيجة لانخفاض القدرة الشرائية لدى المستهلك السوري.

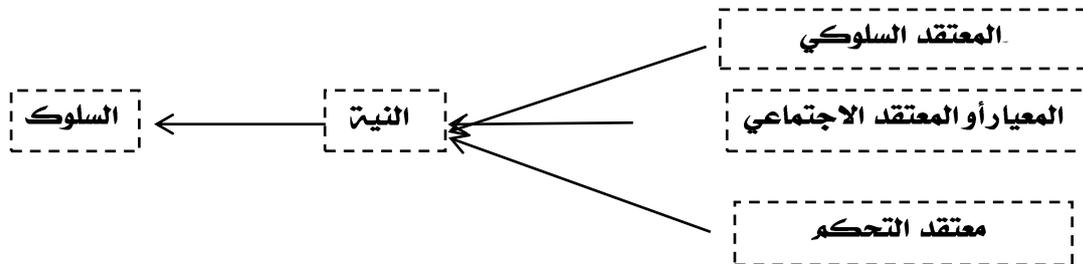
وأكدت دراسة بوسنينة (2006) أن الإعلان التلفزيوني له دور إيجابي في المراحل السلوكية التي يمر بها المستهلك الليبي قبل اتخاذ قرار الشراء، خاصة في استثارة حاجاته. في حين بينت دراسة غوجل (2015) وجود تأثير لمحتوى الرسالة الإعلانية بخصائصها المختلفة في السلوك الشرائي للمستهلك السوري، كما أثبتت نتائج الدراسة وجود ارتباط سلبي بين المحتوى المزج للرسالة الإعلانية والسلوك الشرائي.

واستخدمت دراسة إبراهيم وآخرون (2018) أبعاد نظرية السلوك المخطط وبذلك توصلت إلى وجود علاقة بين مواقف واتجاهات المستهلكين نحو شراء المنتجات الصديقة للبيئة، إلا أن التأثيرات كانت جزئية.

إضافة إلى ذلك، تعددت نظريات ونماذج سلوك الشراء وذلك بسبب تعقد هذه الظاهرة وتعدد الدراسات التي أجريت لتفسير وفهم هذا السلوك، وفيما يلي توضيح لهذه النظريات وهي:

✓ نظرية السلوك المخطط

ترى هذه النظرية بأن كل سلوك بشري يمكن التنبؤ انطلاقاً من نيته. فإذا تعرفنا على نية شخص ما للإقدام على فعل ما، فيمكن التنبؤ بتنفيذ الفعل من عدمه، فالنية هنا محددة بمجموعة من العوامل (الاتجاه نحو السلوك، إدراك المعايير الاجتماعية، إدراك التحكم في السلوك). ولتوضيح هذه النظرية تم وضع هذه المكونات في نموذج يفسر هذه النظرية كما يلي:



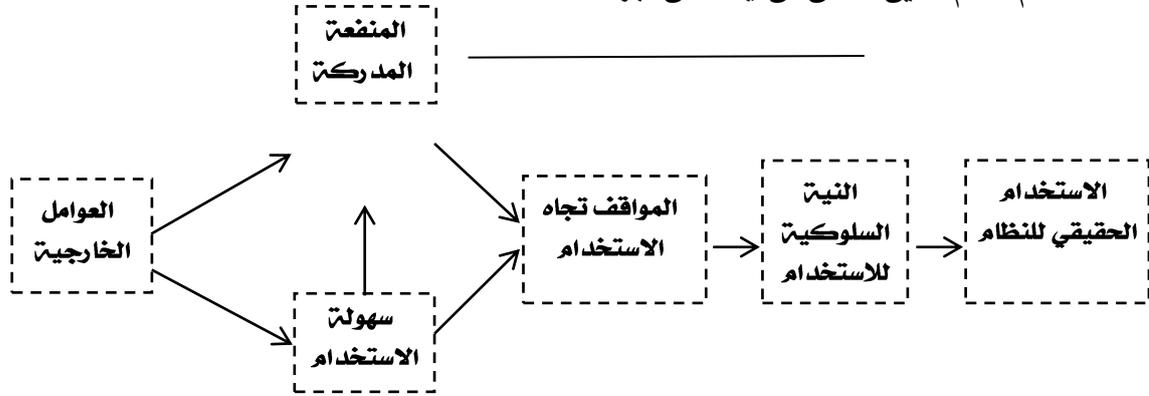
شكل رقم (1): تصور نظرية السلوك المخطط

المصدر: (Ajzen، 1991)

حيث تلعب النية دور الوسيط بين العوامل الثلاثة المبدئية والسلوك، فالإتجاه، وإدراك المعايير الاجتماعية، وإدراك التحكم السلوكي تؤثر في السلوك بطريقة غير مباشرة.

✓ نظرية قبول التكنولوجيا

يفترض هذا النموذج وجود محددات مستقلة لاتجاه الفرد نحو استخدام التكنولوجيا. (Davis، 1989) وهما: المنفعة المدركة والتي تعرف على أنها مدى اعتقاد الفرد بأن استخدام نظام ما ممكن يعزز لأدائه، وكذلك سهولة الاستخدام والتي تعبر عن درجة اعتقاد الفرد عند استخدام نظام معين ممكن أن يقلل من جهد العمل.



الشكل رقم (2): نموذج قبول التكنولوجيا

المصدر: (Davis، 1989)

يوضح هذا النموذج أن المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام هما المحددان الرئيسيان المؤثرين على الموقف أو الإتجاه نحو الاستخدام والذي بدوره يؤثر على النية السلوكية ومنها إلى الاستخدام الحقيقي.

✓ نظرية المفاهيم

ويقصد بهذه النظرية أن عملية الشراء تتأثر بمجموعة من العناصر الرئيسية المتمثلة في الجودة ويقصد بها مقابلة المنتج الذي تم شراؤه لحاجة المشتري، وكذلك السعر: ومن المعروف أن السعر هو القيمة الذي يدفعها المشتري مقابل الحصول على المنتج. بالإضافة إلى الكمية و عادة ما تحدد الكميات بحجم أو وزن معين يكون مناسب لعملية التسويق، و إلى إمكانية الاستفادة من اقتصاديات الحجم وهذا من شأنه التأثير على سعر المنتج نتيجة لتفاعل الطلب مع العرض مما يؤدي إلى التباين في حجم المشتريات من المنتجات المنافسة، وأيضاً وقت ومكان

التوريد، حيث أن لا شك في أن توافر المنتجات في الوقت المناسب والمكان المناسب يزيد من نسب الشراء، ولكن عند اختيار مكان ووقت التوريد يجب الأخذ في الاعتبار تكلفة مكان التوريد بالإضافة إلى تكلفة التخزين ومخاطره والذي يضمن توافر المنتجات بشكل مستمر (أدم سعيد، 2020).

✓ نظرية السلوك الشرائي في وقت الأزمات

صنف (فان يوين وآخرون، 2020) في دراسته للسلوك الشرائي والدوافع في وقت الأزمات وفق الإدراك وينقسم إلى التهديد المدرك وهو يمثل الخوف من الخسارة، السلوك الوقائي، المخاطر المتعلقة بسوء فهم المعلومات، المخاطر المتوقعة، الادخار المدفوع بالمخاطر إضافة إلى الندم المتوقع نتيجة عدم الشراء، الندرة المتصورة للمنتجات والخدمات، نقص المنتجات والخدمات المعروضة بالفعل، وكذلك الندرة المدركة من خلال الندم المتوقع نتيجة عدم الشراء، والندرة المتصورة للمنتجات والخدمات، نقص المنتجات والخدمات المعروضة بالفعل. أو يكون بناء على الخوف من المجهول والمتمثل في القلق، الخوف، الاضطراب العاطفي، الخوف من الفشل في تكوين ثروة، الإجهاد الناجم عن أحداث الحياة، اضطراب الحالة المزاجية والتأملات المصاحبة له، وقد يكون هذا السلوك نتيجة التأقلم إضافة لتأثير العوامل النفسية والاجتماعية.

2. الدراسة الميدانية

1.2 أداة القياس

من خلال إطلاع الباحثين على المقاييس المستخدمة في الدراسات السابقة، تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث، ومن ثم الاعتماد على نظرية الشراء في الأزمات المعدة من قبل فان يوين وآخرون (2020) والتي تفسر أساليب الشراء أثناء الأزمات، حيث ينقسم النموذج إلى أربعة مكونات (أبعاد) متمثلة في: (الإدراك، الخوف من المجهول، سلوك التأقلم، والعوامل الاجتماعية).

جدول رقم (1): يوضح معامل الثبات لفقرات الاستبانة

المتغير	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	مستوى الثبات
السلوك الشرائي لأفراد في ظل جائحة كورونا	16	0.905	عال جدا

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال بيانات الجدول السابق نجد أن معامل ألفا كرونباخ كان 0.905 وأن مستوى الثبات كان عال جداً، وهذا يدل على أن الفقرات تمثل وتعكس البعد الذي تقيسه، وأن الاستبانة ستحقق نتائج مشابهة إذا ما تم إعادة توزيعها في نفس الظروف، وبالتالي فإن هذا يدل على إمكانية الاعتماد على الاستبانة في التطبيق الميداني للبحث.

2.2 وصف خصائص العينة:

أولاً: الجنس: تم تحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة وفق الجنس في الآتي:

جدول رقم (2): يوضح نسبة أفراد العينة وفق الجنس

المتغير	النسبة المئوية
ذكور	49.5%
إناث	50.6%

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (2) يتضح أن نسبة أفراد العينة من الجنسين متقاربة وهذا يعني أن تغيير في السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا متقارب لدى كلا من الذكور والإناث.

ثانياً: العمر: تم تحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة وفق العمر في التالي:

جدول رقم (3): يوضح نسب أفراد العينة حسب الفئة العمرية

المتغير	النسبة المئوية
أقل من 18 عام	1.3%
من 18 إلى 35 عام	86%
من 36 إلى 50 عام	11%
من 51 عام فما أكثر	1.6%

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

بناء على بيانات الجدول رقم (3) يتضح أغلب أفراد العينة من الفئة العمرية من 18 إلى 35 عام، حيث كانت هذه الفئة هم الأكثر تأثيراً في تغيير سلوكهم الشرائي خلال جائحة كورونا.

ثالثاً - الدخل: تم تحليل البيانات للأفراد العينة وفق الدخل في الآتي:

جدول رقم (4): يوضح نسب أفراد العينة حسب الدخل

المتغير	النسبة المئوية
أقل من 850 دينار	63.3%
من 851 إلى 1799 دينار	28.2%
1800 دينار فأكثر	8.5%

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (4) يتضح أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئة ذات الدخل أقل من 850 دينار، وهذا يدل على أن أصحاب الدخل المنخفضة يتأثر سلوكهم الشرائي في جائحة كورونا أكثر من أصحاب الدخل المتوسطة والمرتفعة.

رابعا: المستوى التعليمي: تم تحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة وفق المستوى التعليمي في الآتي:

جدول رقم (5): يوضح نسب أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المتغير	النسبة المئوية
شهادة متوسطة فما أقل	36%
شهادة جامعية	51.6%
ماجستير فما أعلى	12.4%

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (5) نجد أن أكثر من نصف أفراد العينة هم من أصحاب الشهادات الجامعية وأنهم سلوكهم الشرائي في ظل جائحة كورونا أكثر تأثراً من باقي أفراد العينة وهذا قد يرجع إلى الوعي والإدراك للأزمة.

خامسا: الحالة الاجتماعية: تم تحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة وفق الحالة الاجتماعية في التالي:

جدول رقم (6): يوضح نسب أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

المتغير	النسبة المئوية
أعزب	77.3%
متزوج	22.7%
الإجمالي	100%

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

بناء على الجدول السابق يتضح لنا أن معظم أفراد العينة من العازبين وهذا يدل على أن العازبين هم الأكثر تأثراً في سلوكهم الشرائي خلال جائحة كورونا وكذلك قد يرجع كون أن المتزوج لديه مسؤوليات أخرى.

3.2 عرض وتحليل بيانات ونتائج متغير البحث

تم وصف متغير البحث (السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا)، حيث تم إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابات، كالتالي:

أولاً: متغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا

لوقوف على نتائج إجابات أفراد العينة حول السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا، وللإجابة على تساؤلات البحث، تم استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للفقرات المتعلقة بمتغير البحث وأبعاده كآتي:

جدول رقم (7): يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
البعد الأول (الإدراك)			
1	أثر فيروس كورونا على تصرفاتي الشرائية	3.5000	1.05392
2	دفعتي ندرت المنتجات في الأسواق إلى الشراء	3.3052	1.02304
3	عالمية أزمة جائحة كورونا دفعني للشراء	3.2695	1.07781
4	تعد جائحة كورونا السبب الأكبر للشراء دون تخطيط	3.3409	1.16015
الإدراك			
البعد الثاني (الخوف من المجهول)			
5	قلقت بشأن نقص الإمدادات من المنتجات واشترت منتجات قمت بتخزينها	3.1981	1.30261
6	ما أشاهده من نسب الإصابة بفيروس كورونا دفعني للشراء	3.0195	1.16949
7	اشترت المنتجات خلال فترة جائحة كورونا بسبب الخوف من ارتفاع اسعارها	2.9968	1.25430
8	عدم وضوح الرؤية بشأن أزمة جائحة كورونا دفعني للشراء	3.0714	1.11319
الخوف من المجهول			
البعد الثالث (سلوك التأقلم)			
9	اقتنعت بسلوكياتي الشرائية خلال فترة جائحة كورونا	3.1948	1.02781
10	أرى أن سلوكي الشرائي سيتغير بعد أزمة جائحة كورونا	3.2922	1.11212
11	اشترت الكثير من منتجات الترفيه للتأقلم مع وضع الحجر المنزلي	3.2370	1.26812
12	أقوم بالتسوق في أوقات غير اعتيادية وذلك للتماشي مع وضع الحجر الجزئي المفروض	3.5974	1.13298
سلوك التأقلم			
البعد الرابع (العوامل الاجتماعية والنفسية)			
13	حديث الإعلام حول عواقب أزمة جائحة كورونا كان سببا في شراي المزيد من المنتجات	3.0162	1.23852
14	هرعت لشراء الكثير من المنتجات بسبب الأخبار حول جائحة كورونا	2.9318	1.25505
15	اشترت المنتجات بسبب إمكانية تطبيق الحكومة للحجر الكلي	3.6039	1.15236
16	مشتريات الأصدقاء والأقارب لها تأثير كبير على مشتريات الشخصية	2.7078	1.15522
العوامل الاجتماعية والنفسية			
السلوك الشرائي			
		3.2052	0.74447

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (7) يتضح أن المتوسط الحسابي للبعد الأول (الإدراك) بلغ 3.3539 وهذا يعني أن إجابات أفراد العينة تتجه إلى أن يكون مستوى الإدراك في ظل جائحة كورونا يحدث تغير في السلوك الشرائي بدرجة متوسطة. أما المتوسط الحسابي للبعد الثاني وهو (الخوف من المجهول) بلغ 3.0714 وهذا يدل على أن مستوى الخوف من المجهول في ظل جائحة كورونا يحدث تغير في السلوكي الشرائي بدرجة متوسطة أيضا.

كذلك المتوسط الحسابي للبعد الثالث (سلوك التأقلم) بلغ 3.3304 وهذا يعني أن مستوى سلوك التأقلم في ظل جائحة كورونا يحدث تغير في السلوك الشرائي بدرجة متوسطة، أما البعد الرابع (العوامل الاجتماعية والنفسية) كان المتوسط الحسابي له 3.0649 وهذا يعني أن مستوى العوامل الاجتماعية والنفسية في ظل جائحة كورونا يحدث تغير بدرجة متوسطة. في حين كان المتوسط الحسابي للسلوك الشرائي بأبعاده الأربعة 3.2052 وهذا يوضح أن مستوى السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا تغير بدرجة متوسطة في مجمله.

ثانيا: هل يختلف مستوى جائحة كورونا في تغير السلوك الشرائي للمستهلكين بمدينة مصراتة باختلاف المتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس، الدخل، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية).

لإجابة على هذا السؤال إجراء كلا من اختباري (تي، وانوفا) باستخدام اختبار تي لتحليل إجابات أفراد العينة على الأسئلة المتعلقة بالعوامل الديموغرافية والتي لها إجابتان فقط، أما اختبار أنوفا فيستخدم في تحليل إجابات العينة على الأسئلة المتعلقة بالعوامل الديموغرافية والتي لها أكثر من إجابتان.

جدول رقم (8): يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لإفراد العينة حسب الجنس

Group Statistics					
الجنس		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
السلوك الشرائي	ذكر	152	3.2430	.73493	.05961
	أنثى	156	3.1683	.75418	.06038

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات

جدول رقم (9): يوضح اختبار العينات المستقلة لمتغير الجنس

Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
F	Sig.	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference			
						Lower	Upper		
						.09228	.24176		
Equal variances assumed	0.126	0.723	0.881	306	0.379	0.07474	0.08488	.09222	.24170
Equal variances not assumed			0.881	306.00	0.379	0.07474	0.08485		

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة sig بلغت 0.379 وهي أعلى من القيمة المعنوية التي بلغت 0.05 وهذا يعني أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في التغير في السلوك الشرائي وفقاً لمتغير الجنس وهذه الفروق لصالح الذكور، وذلك لأن فئة الذكور تحمل قيمة متوسط حسابي أعلى حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للذكور 3.2430 مقابل 3.1683 للإناث.

جدول رقم (10): يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لإفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
أعزب	238	3.2555	.70787	.04588
متزوج	70	3.0339	.84046	.10045

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

جدول رقم (11): يوضح اختبار العينات المستقلة لمتغير الحالة الاجتماعية

Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
F	Sig.	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference			
						Lower	Upper		
						.02364	.41953		
Equal variances assumed	6.633	0.010	.203	306	0.028	.22159	.10060	.00247	.44070
Equal variances not assumed			.006	99.534	0.048	.22159	.11044		

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة sig بلغت 0.028 وهي أقل من القيمة المعنوية التي تبلغ 0.05 وهذا يعني أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في التغيير في السلوك الشرائي وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (12): يوضح اختبار العينات المستقلة لمتغير العمر

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.881	3	1.627	2.993	.031
Within Groups	165.269	304	.544		
Total	170.150	307			

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة sig بلغت 0.031 وهي أقل من القيمة المعنوية التي تبلغ 0.05 وهذا يعني أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في التغيير في السلوك الشرائي تعزى لمتغير العمر.

جدول رقم (13): يوضح اختبار العينات المستقلة لمتغير الدخل

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.120	2	1.560	2.848	.059
Within Groups	167.030	305	.548		
Total	170.150	307			

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة sig بلغت 0.059 وهي أعلى من القيمة المعنوية التي تبلغ 0.05 وهذا يعني أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في التغيير في السلوك الشرائي تعزى لمتغير الدخل.

وللتعرف على المجموعات التي يوجد بينها تباين لمعرفة موقع فرق بين المتوسط والتباين بين

المتوسطات، نرجع إلى نتائج اختبار شافيه والذي يظهره لنا الجدول التالي:

جدول رقم (14): يوضح اختبار شافيه لمتغير الدخل

الدخل	N	Subset for alpha =0.05	
		1	2
من 1800 دينار فأكثر	26	2.8774	3.2119
من 851 إلى 1799 دينار	87	3.2119	3.2458
Sig. 850 دينار فما أقل	195	0.063	0.972

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

يتبين من نتائج الجدول السابق أن متوسط درجات السلوك الشرائي لمجموعات الدخل بلغ:

من 1800 دينار فأكثر = 2.8774

من 851 إلى 1799 دينار = 3.2119

850 دينار فما أقل = 3.2458

كما يتضح أيضا من خلال الجدول السابق أن الفروق الإحصائية تميل إلى الفئة الدخل المحددة ب 850 دينار فما أقل حيث تبلغ قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفئة 3.2458 وهي أعلى متوسط حسابي من الفئتين الأخرين.

جدول رقم (15): يوضح اختبار العينات المستقلة لمتغير المستوى التعليمي

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.274	3	.758	1.373	.251
Within Groups	167.876	304	.552		
Total	170.150	307			

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة sig بلغت 0.251 وهي أعلى من القيمة المعنوية التي تبلغ 0.05 وهذا يعني أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (16): يوضح اختبار شافيه لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	N	Subset for alpha = 0.05
		1
شهادة جامعية	159	3.2201
شهادة متوسطة فما أقل	111	3.2365
ماجستير فما أعلى	38	3.5125
Sig.		.246

المصدر: إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

يتبين من نتائج الجدول السابق أن متوسط درجات السلوك الشرائي لمجموعات المستوى التعليمي

بلغ: شهادة الجامعية = 3.2201

شهادة متوسطة فما أقل = 3.2365

ماجستير فما أعلى = 3.5125

كما يتضح أيضا من خلال الجدول السابق أن الفروق الإحصائية تميل إلى فئة المستوى التعليمي ماجستير فما أعلى حيث تبلغ قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفئة 3.5125 وهي أعلى قيمة متوسط حسابي من الفئتين الآخرين.

4.2 مناقشة نتائج البحث

أظهرت نتائج البحث أن مستوى (الإدراك) في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا لعينة البحث جاء متوسط بقيمة (3.3539) واختلفت هذه النتيجة مع دراسة على (2020) حيث كان مستوى الإدراك لعينة هذه الدراسة ضعيف بقيمة (1.88). ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن عينة البحث لها تجارب سابقة مع أزمات مختلفة تتمثل في نقص الإمدادات من الأدوية والمعدات الطبية وأزمة الحرب الإقليمية التي تمر بها البلاد في الآونة الأخيرة والتي بدورها يتفرع منها العديد من الأزمات الأخرى، كأزمة نقص الأمن وصعوبة تبادل المنتجات داخليا وخارجيا وهذا ما أعطى هذا المستوى.

كما أظهرت نتائج البحث أن مستوى الخوف من المجهول في التغير في السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا جاء بقيمة متوسط قدرها (3.0714) واختلفت هذه النتيجة مع دراسة على (2020)، حيث كان مستوى الخوف من المجهول لعينة البحث وهي مجموعة من الشباب المصري ضعيف جدا بقيمة (1.79). ويرى الباحثين أن هذه النتيجة ترجع إلى الخوف من الوقوع في مشاكل مشابهة للدول والمدن التي تفشى فيها فيروس كورونا في بداية الأزمة وربما الوقوع في أزمة أكبر وذلك لاختلاف الوضع التي تمر به البلد عن غيرها، بالإضافة إلى أن الدول التي تفشى فيها الفيروس في بداية الأزمة تعتبر من الدول المتقدمة ولها قدرة كبيرة على التكيف مع الأزمات وهذا ما سبب في ارتفاع مستوى الخوف من المجهول لعينة البحث.

كذلك فإن نتائج البحث أوضحت أن مستوى سلوك التأقلم في تغير السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا جاء بقدر متوسط حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.3304) واختلفت هذه الدراسة أيضا مع دراسة على (2020) حيث كان مستوى سلوك التأقلم في دراسة على ضعيف بمتوسط حسابي قدره (1.97). ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن عينة البحث لهم قدرة على

التأقلم والتكيف مع الأزمة، وهذا يرجع إلى توفر الوقت اللازم للاستعداد لازمة جائحة كورونا والاستفادة من تجارب الدول والمدن التي تصدرت أولوية تفشي فيروس كورونا.

أيضا من خلال نتائج البحث تبين أن مستوى العوامل الاجتماعية في ظل جائحة كورونا جاء بقدر متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.0649) واختلفت هذه النتيجة مع دراسة علي (2020) حيث كان مستوى العوامل الاجتماعية في دراسة علي ضعيف بمتوسط حسابي قدره (1.92). ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى قوة الترابط والتواصل الاجتماعي داخل مدينة مصراتة بالإضافة إلى سرعة انتشار الأخبار وتداولها عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام المختلفة.

وأظهرت نتائج البحث أيضا أن مستوى السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا جاء بقدر متوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.2052) واختلفت هذه النتيجة مع دراسة بن جرودة وطواهير (2020)، حيث كان متوسط السلوك الشرائي في دراسة بن جرودة ضعيف بمتوسط حسابي قدره (2.0877). ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن مستوى السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا يتحدد من خلال أبعاده في الأزمة وهي (الإدراك، الخوف من المجهول، سلوك التأقلم، العوامل الاجتماعية).

كما أوضحت نتائج البحث وجود فروق لمستوى السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس، وجاءت هذه الفروق لصالح الذكور ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن الذكور هم من يتكفلون عادة بمهام التسوق والشراء وتختلف هذه الدراسة مع دراسة بن جرودة وطواهير (2020) ودراسة علي (2020) ودراسة غوجل (2015).

أما فيما يخص متغير العمر فإن نتائج البحث أشارت إلى عدم وجود فروقات في السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير العمر، ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن جميع الفئات العمرية تعنى بعملية الشراء للحصول الشخصي والعائلي وتتفق هذه النتيجة مع دراسة علي (2020) ودراسة غوجل (2015).

أظهرت نتائج البحث أن هناك فروق لمستوى السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير الدخل، وجاءت هذه الفروق لصالح الفئة منخفضة الدخل المحددة بـ 850 دينار فما أقل، ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن الأفراد منخفضي الدخل ليس لهم مرونة كبيرة في عملية الشراء مما يفسر رشد سلوكهم الشرائي وتغير في مستواه في ظل جائحة كورونا بشكل أكبر من الفئات الأخرى، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة غوجل (2015) ودراسة بن جرودة (2020) وتتفق مع دراسة على (2020).

وأوضحت نتائج البحث أيضا وجود فروق في السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وجاءت هذه الفروق لصالح حاملي شهادات الماجستير فما أعلى ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن هذه الفئة لها درجة كبير من النضج والانفتاح الذهني والرشد في سلوكياتهم الشرائية وتختلف هذه النتيجة مع دراسة غوجل (2015) ودراسة على (2020).

وأشارت نتائج البحث لعدم وجود فروق في السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا لمتغير الحالة الاجتماعية، ويعزو الباحثين هذه النتيجة إلى أن عملية الشراء يقوم بها كل من المتزوجين والعازبين على حد سواء، كما أن كلا الفئتين تنتميان إلى عائلة ولهم دور في عملية الشراء وتتفق هذه النتيجة مع دراسة غوجل (2015).

5.3 التوصيات

بناء على نتائج التي توصل إليها يوصي البحث بتفعيل دور الإعلام في تقديم إرشادات بخصوص الأزمة، وتقديم معلومات موثوقة عن الوضع الصحي في ظل جائحة كورونا وإعطاء أفكار وتقديم محتوى يساعد الأشخاص على التعامل مع هذه الأزمة. بالإضافة إلى تفعيل دور المؤسسات، وتنظيم ندوات ومحاضرات علمية وتوعية توجه الأفراد نحو السلوك الشرائي الأمثل في ظل هذه الجائحة وذلك بناء على دراسات وتحليلات علمية لتجارب الدول السابقة.

إضافة إلى تفعيل دور الدولة بتوفير احتياجات الأفراد من المنتجات وتسهيل عملية وصول المنتجات لهم، وأيضا وتكفل الدولة بتوفير مخزون سلعي يغطي احتياجات الأفراد في الأزمة، ودعم إنشاء المتاجر الإلكترونية وعملية الدفع الرقمي خاصة في وقت الأزمات.

المراجع

- إبراهيم، صديق.أسحق، عماد الدين.محمود،حاتم. (2018)،"العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي الأخضر"،مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، (ج.19)، (ع.1)، (ص.152-163)
- الجديلي، ربحي. (2006)،"واقع استخدام أساليب إدارة الأزمات في المستشفيات الحكومية الكبرى في قطاع غزة"، رسالة ماجستير الجامعة الإسلامية، غزة.
- الرفاعي، أحمد حسين (2009)، "مناهج البحث العلمي: تطبيقات إدارية واقتصادية"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط6.
- الزعيبي، فلاح. (2010)،"مبادئ وأساليب التسويق"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان
- الصميدعي، محمود . يوسف، ردينة. (2007)،"سلوك المستهلك"،دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- الصيرفي، محمد. (2005)،"مبادئ التسويق"، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية.
- العماري، خالد. (2020)،"الهلع الشرائي"، متاح من خلال: [HTTPS://al-sharq.com/opinion](https://al-sharq.com/opinion) بتاريخ الدخول 22\4\2020.
- العوادلي، سلوى. (2006)،"الإعلان وسلوك المستهلك"، دار النهضة، القاهرة.
- بن جرودة، حكيم.طواهرير، عبد الجليل. (2020)،"رصد سلوكيات الفرد الجزائري جراء ظهورجائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد-19"،مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (م.20)، (عدد خاص)، (ص.183-192).
- بن عيسى، عنابي. (2003)،"عوامل التأثير النفسي"، ديوان المطبوعات بالجامعة، الجزائر.
- بوسنينه، عزالدين. (2006)،"أثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للمستهلكين الليبيين"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، (ج.20)، (ع.1)، (ص.65-94)
- زاوي، عمر. (2013)،"تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد"،رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر.
- صالح محمود. (2012)،"الشراء غير المخطط من متاجر التجزئة"،مجلة العلوم الإدارية جامعة الملك سعود، (ج.24)، (ع.01,2012,33-62).
- علي،نرمين.(2021)،"فاعلية الإجراءات الاحترازية المتخذة لمواجهة الأزمات العالمية في تقليص مخاوف الشراء عبر الإنترنت"،مجلة البحوث الإعلامية، (ج.1)،(ع.56)، (ص.220-266).
- غوجل، سايا. (2015)،"أثر الإعلان عبر الهاتف المحمول في السلوك الشرائي للمستهلكين"، رسالة ماجستير جامعة دمشق، دمشق.

- غنيم، عثمان محمد (2013)، " أساليب البحث العلمي والنظرية والتطبيق"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط5.
- مظلوم، محمد. (2012)، "إدارة الأزمات الأمنية (مواجهة الكوارث الطبيعية)"، كلية العلوم الاستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- ناراك،كاران.شارما،فارون. اسبيشا، ام.راجيندار، كوراف. (2020)،"الإدمان على التسوق"،كلية العلوم الطبية،جامعة دلهي، نيودلهي.
- نصور،ريزان. (2016)،"تقييم سلوك المستهلك الشرائي في الأزمات"،مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، (ج.38)، (ع.3)، (ص.31-48).
- AjzenI. (1991),"the theory of planned behavior".organizational behavior and human decision process, Vol.50,179-211
- Coombs, T. (2007)"a protecting organization reputations during a crisis: the development and applicant of situational crisis communication theory", corporate Review 163-176(3)10.
- Davis,F,D.(1989),"perceived usefulness,perceived ease Use, and user acceptance of information technology", of Mis quarterly,13(3):319-340
- Yuen, F., Wang, X., Ma, F., Li,K.,(2020)."the psychological causes Panic buying following health crisis",int.j.enviro.res.public of Health,17, (3513), pp.1-14

للاستشهاد بهذا المقال وفق طريقة (APA):

شيش، وآخرون. (11، ديسمبر، 2021). السلوك الشرائي في ظل جائحة كورونا باستخدام نظرية السلوك الشرائي في الأزمات. ورقة مقدمة إلى المؤتمر الأكاديمي الرابع لدراسات الاقتصاد والاعمال، مصراتة، ليبيا، 79- 100

https://misuratau.edu.ly/journal/eps/paperS.php?ed_id=319