



Naif Arab University for Security Sciences

Arab Journal for Security Studies

المجلة العربية للدراسات الأمنية

<https://journals.nau.edu.sa/index.php/ajss>

AJSS

## Panic Buying in Iraq and Oman in Light of the Corona Pandemic: A Comparative Study



CrossMark

### هلح الشراء في العراق وعمان في ظل جائحة كورونا: دراسة مقارنة

أميرة جابر هاشم<sup>1</sup>، ناصر سالم علي السناني<sup>2</sup><sup>1</sup> قسم العلوم التربوية والنفسية، كلية التربية للبنات، جامعة الكوفة، العراق<sup>2</sup> مكتب الإشراف التربوي بولاية السويق، مديرية التربية والتعليم لمحافظة شمال الباطنة، وزارة التربية والتعليم، سلطنة عمانAmeerah Jaber Hashim<sup>1\*</sup>, Nasir Salim Ali Al-Sinani<sup>2</sup><sup>1</sup> Department of Educational and Psychological Sciences, College of Education for Girls, University of Kufa, Iraq<sup>2</sup> Educational supervision office in the state of Suwaiq, Directorate of Education for North Al Batinah Governorate, Ministry of Education, Oman

Received 4 Apr. 2021; Accepted 19 May. 2021; Available Online 01 Jun. 2021

### Abstract

The COVID-19 pandemic affected most areas of life, including the economic sphere in all its aspects. This study aimed to measure the level of panic buying among the study sample as a whole resulting from the outbreak of this pandemic. It also sought to find out the differences in panic buying between Iraqi and the Omani individuals, according to the variables of gender, age, educational level, and job type. To achieve these goals, the study used the scale developed by Lins and Aquino to measure panic buying. After confirming its psychometric properties, it was applied to a sample of 570 individuals of different age groups to both genders with different educational levels and different jobs. The results of the research revealed the existence of panic buying behavior in Iraqi and Omani societies considering the emerging coronavirus pandemic. It also revealed the existence of differences in panic buying behavior according to the variables of gender, age, and education. Moreover, the study revealed the absence of differences according to the variables of job type and the location of the country. The study recommended the need to spread a balanced consumer culture at times of crises, and to adopt a cognitive strategy that contributes to strengthening the concepts of rationalization. The study also recommended

### المستخلص

أثرت جائحة فيروس كورونا المستجد على معظم جوانب الحياة، بما في ذلك المجال الاقتصادي بجميع نواحيه، وقد هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى هلح الشراء لدى أفراد العينة جميعًا الناتج عن تفشي هذه الجائحة، ومعرفة الفروق بين الفرد العراقي والفرد العماني وفق متغيرات النوع والعمر والمستوى التعليمي ونوع الوظيفة. ولتحقيق هذه الأهداف استخدمت الدراسة المقياس المطور من قبل Lins و Aquino لقياس هلح الشراء، وبعد التأكد من خصائصه السيكومترية تم تطبيقه على عينة قوامها 570 فردًا لفئات عمرية مختلفة ولكلا الجنسين من مستويات تعليمية مختلفة ووظائف مختلفة. وكشفت نتائج البحث عن وجود سلوك هلح الشراء للمجتمعين العراقي والعماني في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد، ووجود فروق في سلوك هلح الشراء وفقًا لمتغيرات الجنس والعمر والتعليم وعدم وجود فروق تبعًا لمتغيري نوع الوظيفة ومكان الدولة، وقد أوصت الدراسة بالعمل على بث ثقافة استهلاكية متوازنة في ظل الأزمات، وتبني إستراتيجية معرفية تساهم في تعزيز مفاهيم الترشيح،

**Keywords:** Security Studies, Panic Buying, Corona Covid-19 Pandemic, Across Civilizations, Iraq, Oman.

**الكلمات المفتاحية:** الدراسات الأمنية، هلح الشراء، جائحة فيروس كورونا المستجد، عبر الحضارات، سلطنة عمان، العراق.



Production and hosting by NAUSS



\* Corresponding Author: Ameerah Jaber Hashim

Email: Ameerah.hashim@uokufa.edu.iq

doi: [10.26735/CKUM4361](https://doi.org/10.26735/CKUM4361)

the need to raise awareness of panic buying behavior, through all means, most importantly the media, with the aim of promoting rationalization of consumption and mitigating the psychological impact of the pandemic.

المستهلك يقوم باتخاذ القرار الشرائي، أما إذا حدث العكس نتيجة لتغلب الخوف أو الخجل أو إدراك الخطر وغير ذلك من الكوابح والضغوط الاقتصادية والاجتماعية، فإن ذلك سيؤدي إلى تأثير كافٍ للكوابح مقارنةً بالدوافع، ومن ثم عدم اتخاذ قرار عدم الشراء (Obaidat, 2001, p. 79).

وفي ظل جائحة كورونا، وللحفاظ على الصحة العامة للأفراد كان من الضروري القيام بثلاثة أنواع من السلوك الوقائي استجابة للذمة، وتشمل السلوك الوقائي الصحي؛ مثل: الحفاظ على النظافة عن طريق غسل اليدين وارتداء القناع وتنظيف الأسطح، والسلوك الوقائي التجنبي من خلال تقليل الاتصال بالآخرين في التجمعات البشرية، سواء في التنقل العام أو في العمل، وإدارة سلوك المرض بتناول الأدوية والبحث عن الاستشفاء والنصائح الطبية.

ولقد فرض السلوك التجنبي على المجتمعات ما يسمى بالحجر الصحي والتباعد الاجتماعي، وبذلك تكون معتقد صحي لدى بعض الأفراد لاتخاذ سلوك الحماية الذاتية لتقليل المخاطر، ويعد سلوك الاكتناز (التخزين) قبل أو أثناء الكارثة أو خلالها شكلاً من أشكال سلوك الحماية الذاتية، ويعتبر سلوك الاكتناز سلوكاً مخططاً له مرتبطاً بمصلحة ذاتية ومجتمعية في محاولة لتقليل المخاطر، بحيث يمكن التحوط من المخاطر عن طريق تخزين كميات كبيرة من الإمدادات؛ وذلك لمنح الفرد الشعور بالأمان والرفاهية، على سبيل المثال عن طريق الاكتناز يمكن للأفراد تقليل زياراتهم إلى الأسواق؛ ما يقلل من اتصالاتهم بالأشخاص، ومن ثم تجنب المرض، علاوة على ذلك يمكن أن تكون المخزونات بمثابة عامل أمان خلال الأزمة الصحية (Reznik et al., 2020).

وتعد تحديات الصحة العامة من أهم تحديات الأوبئة؛ ما يترك أثره البالغ على قرار الشراء، ويجعل قرار الشراء عاطفياً، وغالباً على قرار الشراء العقلاني؛ لما يتخلل ذلك من الخوف والذعر والقلق الذي يدفع الناس إلى ما يسمى بـ(هستيريا الشراء)، وهي استجابات بشرية متوقعة، ولوحظت أثناء جائحة كورونا، فقد تميّز الشراء بالذعر على مستوى العالم دون استثناء، فالاستعداد للكوارث ككارثة كورونا بهلع الشراء هو تصرف عاطفي. وهناك فارق كبير بين الاستعداد للكوارث وبين الشراء بدافع الهلع، ففي الحالة الأولى يعرف معظم الناس السلع التي يحتاجون إليها في حال نقص المواد أو انقطاع الاتصالات،

والعمل على نشر الوعي بسلوك هلع الشراء، من خلال جميع الوسائل، وأهمها وسائل الإعلام بهدف تعزيز ترشيد الاستهلاك وتخفيف الأثر النفسي الناتج عن الجائحة.

## 1. المقدمة

أعلنت منظمة الصحة العالمية عن تفشي فيروس كورونا المستجد COVID-19 مع نهاية عام 2019م، ولكثرة الإصابات والوفيات في جميع أنحاء العالم تحول المرض إلى جائحة، ومع تدهور الوضع، اضطرت العديد من الدول في جميع أنحاء العالم إلى اعتماد تدابير التباعد الاجتماعي وغيرها من التدابير الإلزامية لمنع انتشار الفيروس وتقليل آثاره على المستويات المختلفة، ومن ذلك إجراءات الإغلاق والإجراءات الصحية؛ مثل: استخدام معدات الحماية الشخصية، حتى أصبحت إجراءات الحجر الصحي إجراءات روتينية جديدة؛ ما ترك أثراً كبيراً للجائحة تمثل في حدوث تحولات سلوكية للمستهلك منذ ذلك الحين، وخصوصاً من مارس 2020، ومن أهمها هلع الشراء لضمان مواجهة تلك الجائحة، وتم التعامل معه على أنه السلوك "الطبيعي الجديد" الذي تم فيه التوجه إلى تخزين البضائع الاستهلاكية، بالإضافة إلى بعض السلوكيات والاحتكاك القهري ومداهمة المحلات، وهي من سلوكيات التسوق الشائعة المبلغ عنها (Knotek et al., 2020)، ولوحظ أن البحث السلوكي حول هلع الشراء لم يبدأ إلا في عام 2009 بعد حدوث أزمات كبيرة؛ مثل: زلزال كريستشيرس عام 2011 وإعصار مايتو عام 2016 على الرغم من الأهمية المتزايدة لفهم حالة الذعر المؤدية لظاهرة الشراء، مع وجود نقص في الدراسات الأكاديمية في هذا الشأن (Yuen et al., 2020).

## مشكلة الدراسة

تعتبر عملية اتخاذ القرار الشرائي نشاطاً يقوم به المستهلك، وهي عملية مستمرة تبدأ عادة من وقت الشعور بالحاجة إلى السلعة والرغبة في شرائها إلى حين القيام بعملية الشراء. والقرارات الشرائية أنواع مختلفة، منها القرار الشرائي العاطفي والعقلاني، وفي القرار الشرائي العاطفي يندفع الفرد إلى شراء المنتجات دون تقييم موضوعي لإمكاناته المادية، وغالباً ما يكون عفويًا بدون تفكير ودراسة أو لمجرد التقليد أو حب الظهور أو الهلع، أما القرار الشرائي العقلاني فتكون فيه دوافع الشراء عقلانية إذا بني قرار الشراء على أساس من التحليل ودراسة جميع العوامل المرتبطة بقرار منتج ما، ويرى (فرويد) في هذا الصدد "أن سلوك الأفراد يكون نتيجة لصراع قوتين في داخل الفرد: هما: الدوافع والكوابح، فعندما تكون الكوابح أقوى من الدوافع فإن



### أهمية الدراسة

تكمن الأهمية النظرية في تناولها لموضوع حساس، وهو هلع الشراء، والخطورة التي يمثلها هذا السلوك على الفرد والمجتمع، والمتغيرات التي تناولتها كالتنوع والعمر ومستوى التعليم ومستوى الوظيفة وأثرها في هلع الشراء، والوقت الذي تزامن مع جائحة كورونا، وما تشكله الأوبئة من تحديات صحية واجتماعية واقتصادية ونفسية. وكذلك في المقارنة بين المجتمعات من خلال دراسة ثقافية عبر الحضارات لمعرفة الفروق بين المجتمعات في سلوك هلع الشراء. وما تثيره الدراسة الحالية من اهتمام بالمشكلة على النطاق الرسمي والشعبي لكافة المجتمعات. وما يمكن أن تسهم به بفتح المجال أمام الباحثين الآخرين وإحداث تراكم معرفي وتوفير قاعدة بيانات علمية؛ نظرًا لغياب الدراسات العربية التي تناولت هلع الشراء، وبذلك تعد الدراسة الأولى التي تناولت هلع الشراء في الوطن العربي كافة، في حدود علم الباحثين.

وتكمن الأهمية التطبيقية فيما يمكن أن تسهم به نتائج وتوصيات الدراسة الحالية من إعداد اللوائح والإرشادات لمساعدة أفراد المجتمع في كيفية التعامل مع الأزمات. وإعداد دليل توعوي لمواجهة سلوك هلع الشراء في الأزمات من قبل المربين والمسؤولين في مؤسسات الدولة، ومساعدة العاملين في مجال العلوم السلوكية والاجتماعية والنفسية على كيفية التعامل مع سلوك هلع الشراء في ظل الأزمات الصحية وغير الصحية. وكذلك في إعداد البرامج التوعوية والثقافية لأفراد المجتمع لا سيما للذين لديهم سلوك هلع الشراء، وفي فهم الشخصية بمجال الاستهلاك في ظل الأزمات.

### أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى قياس مستوى هلع الشراء لدى أفراد العينة عامة، ومعرفة الفروق بين الفرد العراقي والعماني في هلع الشراء، وتحديد الفروق في هلع الشراء بين العينة العراقية والعينة العمانية وفقاً لمتغيرات: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نوع الوظيفة.

### حدود الدراسة

حددت الدراسة الحالية بعينة من أفراد المجتمع العراقي والمجتمع العماني، من الذكور والإناث بأعمار مختلفة، ومستويات التحصيل الدراسي (تعليم متوسط: شهادة ثانوية، تعليم عالٍ: شهادة دبلوم أو بكالوريوس، تعليم فوق عالٍ: ماجستير أو دكتوراه)، ولذوي وظائف مختلفة (حرة، حكومية، أخرى)، وانحصرت الحدود الزمنية في عام 2020م.

وفي الحالة الثانية تكمن المشكلة في الغموض الذي يكتنف آثار تفشي فيروس كورونا المستجد؛ ما يدفع الناس إلى الإفراط في الإنفاق. إن ثقافة هلع الشراء ثقافة سلبية تؤدي إلى مخاطر لا يقتصر أثرها على الجانب الاقتصادي فقط، بل يمتد إلى الجانب النفسي والاجتماعي والسياسي، فعلى مستوى المخاطر الاقتصادية يؤدي هلع الشراء إلى انهيار المقومات الأساسية للنمو الاقتصادي كالادخار والاستثمار، فالدخل القومي هو محصلة الاستهلاك والادخار، وزيادة الاستهلاك سوف تكون بالطبع على حساب الادخار الذي يساعد على زيادة التكوين الرأسمالي؛ ما يساعد بدوره في زيادة الإنتاج، ناهيك بالآثار التي يتركها الحجر الصحي في ظل أزمة كورونا في المجال الاقتصادي متمثلة بالبطالة وكساد العمل. كما أن هلع الشراء غير المربر قد ينعكس على الذين لا يستطيعون الحصول على المنتجات التي يكتنونها، كما أن الشراء بهلع قد يؤدي إلى تضاعف الحاجات البشرية وتجاوزها لقدرة الموارد المتاحة؛ ما يعني المزيد من ارتفاع الأسعار، فضلاً عن خلق بيئة غير صحية أمام الاقتصاد؛ ما قد يعرضه للانهايار.

ولا يقل الأمر خطورة في الجانب الاجتماعي، فهلع الشراء يؤدي إلى مخاطر اجتماعية على الأسرة والفئات الضعيفة ككبار السن والفقراء الذين لا يستطيعون الحصول على المنتجات التي يحتاجونها، فضلاً عن افتقاد العديد من السلع لمعايير السلامة العامة، علاوة على إرباك ميزانية الأسرة من خلال شرائها العديد من المنتجات وتخزينها، وقد يوقع الأسرة في براثن الاقتراض والإفلاس؛ ما يؤثر على عمليات التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية للأسرة والمجتمع، ويرى كل من Dsouza وآخرين (2020) و Satici وآخرين (2020) أن سلوك التخزين والشراء بهلع ينتقل من كونه سلوكاً شاذاً إلى غريب، ثم إلى اضطراب إكلينيكي عندما يؤثر على حياة الفرد أو على بيئته أو على الآخرين، ويبدو أن هناك عوامل متعددة ومتنوعة لها تأثير في هلع الشراء، منها النفسية والاجتماعية والإعلامية والثقافية، وكذلك متغيرات متعددة، منها الجنس ومستوى التعليم ومستوى الوظيفة، ولذلك يختلف سلوك هلع الشراء من بلد إلى آخر، ومن مجتمع إلى آخر، ومن ثقافة إلى أخرى، ومن هنا جاءت الدراسة الحالية محاولة الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما مستوى الهلع الشرائي لدى أفراد العينة عامة؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى هلع الشراء بين المجتمع العراقي والمجتمع العماني وفقاً للمتغيرات المدروسة (الجنس والعمر ومستوى التعليم ومستوى الوظيفة)؟



وطور كل من Lins و Aquino (2020) مقياساً لهلع الشراء أثناء جائحة كورونا المستجد، يشمل سبع فقرات، وتم تطبيقه على عينة قوامها 393 برازيليًا من الرجال والنساء بمتوسط عمر 42 - 38 سنة وانحراف معياري مقداره 14.70، وتم تطبيقه إلكترونيًا عبر وسائل الاتصال الاجتماعي، وأشارت النتائج من خلال تحليل الاستكشاف العملي إلى قبول دعم السلوك الاجتماعي من الناحية النفسية في السياق البرازيلي، وكان معامل الثبات يساوي 0.92 درجة بطريقة كرونباخ، وبلغ معامل الثبات 0.90 درجة بطريقة كتمان.

في حين حلل Wijaya (2020) عامل هلح الشراء خلال فترة جائحة كورونا في إندونيسيا بهدف معرفة مدى تأثير جائحة كورونا المستجد على السلوك، واستعملت الدراسة الطريقة الاستكشافية، بتطبيق استبانة على عينة قوامها 200 مستهلك، ووجدت الدراسة أن هناك هلحًا للشراء، وأن الاعتبارات العائلية وعامل تجنب الأخطار أثناء الجائحة لهما دور في ذلك.

### 2.3. التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة التي تناولت هلح الشراء في ظل كورونا، يمكن للباحثين ملاحظة تعدد وتنوع أهداف الدراسات، فمنها ما ركز على بناء مقياس هلح الشراء، كما في دراسة كل من Lins و Aquino (2020)، في حين ركزت بقية الدراسات على تطوير المقياس وقياس هلح الشراء كل وفق المنطقة الجغرافية المدروسة. ومن حيث عينة الدراسة يلاحظ أن حجم العينة تراوح بين 200 و393 شخصًا، وأن معظم الدراسات اهتمت بدراسة هلح الشراء لدى الجنسين (الذكور والإناث).

ولوحظ تنوع الأمكنة التي أجريت بها الدراسات السابقة، فمنها ما أجري في تركيا، كما في دراسة (Belen, 2020)، وفي تايلند كما في دراسة (Wongcharee, 2020)، وفي سنغافورة كما في دراسة (Sim et al., 2020)، وفي البرازيل كما في دراسة (Lins & Aquino, 2020)، وفي إندونيسيا كما في دراسة (Wijaya, 2020). ومن حيث المنهج اتبعت أغلب الدراسات المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت مقياس Lins و Aquino (2020) لقياس هلح الشراء. وقد أسفرت نتائج معظم الدراسات عن وجود هلح الشراء لدى العينات المدروسة في ظل جائحة كورونا المستجد في المناطق المدروسة. وقد استفاد البحث الحالي من الدراسات السابقة في تحديد منهج الدراسة وأدواتها وأساليبها الإحصائية الملائمة لتحقيق أهدافه، وفي مناقشة النتائج وتفسيرها في ضوء أهداف الدراسة ومقارنتها من حيث التشابه والاختلاف.

## 2. الإطار النظري

### 2.1. مصطلحات الدراسة

#### هلح الشراء

هو تأثير المشاعر السلبية؛ مثل: الخوف والذعر على السلوك الذي يدفع الناس إلى شراء أشياء أكثر من المعتاد، ويلاحظ هذا السلوك بصورة أكثر شيوعًا خلال فترة الأزمات والأحداث التخريبية، مثل: الكوارث الطبيعية، وكذلك حالات الطوارئ الصحية والعامّة (Lins & Aquino, 2020).

#### فيروس كورونا المستجد (COVID-19)

هو فيروس ينتمي إلى عائلة فيروسات كورونا (الفيروسات التاجية) التي تسبب أمراضًا تتراوح بين نزلات البرد الشديدة إلى الأمراض الأكثر حدة، مثل: متلازمة الشرق الأوسط (MERS-COV) ومتلازمة الجهاز التنفسي الحاد (SARS)، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد قبل تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، وقد تحول هذا المرض الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم (WHO, 2020).

### 2.2. الدراسات السابقة

هدفت دراسة (Belen 2020) إلى معرفة مدى إمكانية تكييف المقياس الذي أعده الباحثان (Lins & Aquino, 2020)، والذي تم تطبيقه على عينة قوامها 369 طالبًا جامعيًا من الذكور والإناث في تركيا بمتوسط عمر بلغ 21.40 سنة وانحراف معياري 2.87، وتم استخراج صدق وثبات المقياس وتطويره على البيئة التركية، وأظهرت نتائج البحث وجود هلح للشراء لدى المجتمع التركي. وهدفت دراسة (Wongcharee 2020) إلى قياس مستوى هلح الشراء لدى التاييلنديين باستخدام مقياس هلح الشراء الذي تم تطبيقه على عينة تتكون من 350 شخصًا تايلنديًا بمتوسط أعمار 21-36 سنة من الرجال والنساء، ووجدت الدراسة معايير صدق وثبات للمقياس، وأن التاييلنديين لديهم ذعر الشراء أثناء أزمة جائحة كورونا. وقام Sim وآخرون (2020) بتحليل هلح الشراء المتعلق بجائحة كورونا الحالية في سنغافورة من خلال تشخيصه، ووجدوا انتشار حالة ذعر الشراء وتفريغ الرفوف (خاصة المواد الغذائية والإمدادات اليومية) في المتاجر في فترة الحجر الصحي، وناقشوا سلوكيات مماثلة في جميع أنحاء العالم كبريطانيا وأمريكا وإسبانيا، وتم تفسير الحالة على أنها استجابات نفسية ومجتمعية لوضع الجائحة.



موزعين بالتساوي بين المجتمعين العراقي والعماني، لحساب صدق وثبات المقياس لاستخدامها مع العينة النهائية.

### 3.2.2. العينة النهائية

تم اختيار أفراد عينة الدراسة النهائية بالطريقة العشوائية الطبقية، التي بلغ قوامها 570 فردًا عراقيًا وعمانيًا، بواقع 285 فردًا عراقيًا و285 فردًا عمانيًا، وفق ما هو موضح بالجدول 1، وتم التواصل مع العينة إلكترونياً.

### 3.3. أداة الدراسة

لتحقيق أهداف البحث الحالي، قام الباحثان بتبني مقياس هلع الشراء للباحثين (Lins & Aquino, 2020)، وتكييفه مع البيئة العربية. حيث تكون المقياس من 7 فقرات، ومن سبعة بدائل، تبدأ بموافق جدًا إلى غير موافق جدًا، واستخرج الصدق العملي والاتساق الداخلي، وكذلك الثبات بنوعيه التجزئة النصفية وألفا كرونباخ. ولتكييف مقياس هلع الشراء تم عرضه على مجموعة من

وحيث إنه لا توجد في الوطن العربي دراسة سابقة تناولت هلع الشراء في ظل جائحة كورونا المستجد بحدود علم الباحثين، فإن ذلك زاد من تدعيم حجة تناول موضوع البحث، وتحقيق إضافة إلى الدراسات السابقة من خلال المقارنة بين المجتمع العراقي والمجتمع العماني في هلع الشراء وفقاً لمتغيرات الدراسة.

### 3.3. منهج وإجراءات الدراسة

#### 3.1. منهج ومجتمع الدراسة

تقوم الدراسة الحالية على المنهج الوصفي المقارن القائم على جمع البيانات ثم وصفها وتفسيرها. وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع أفراد المجتمع العراقي والعماني خلال عام 2020م.

#### 3.2. عينة الدراسة

شملت الدراسة عينتين على النحو التالي:

#### 3.2.1. عينة استخراج الخصائص السيكومترية للمقياس

تم اختيار عينة عشوائية بلغ قوامها 200 فرد عراقي وعماني،

#### الجدول 1 - أفراد عينة الدراسة موزعين حسب متغيرات الدراسة

سلطنة عمان				العراق			
مجموع	العدد	المتغيرات	مجموع	العدد	المتغيرات	المتغيرات	
285	235	ذكور	285	125	ذكور	الجنس	
	50	اناث		160	إناث		
	2	أقل من 20 عامًا		42	أقل من 20 عامًا		
285	25	من 20-30 عامًا	285	43	من 20-30 عامًا	العمر	
	119	من 30-40 عامًا		71	من 30-40 عامًا		
	129	من 40-50 عامًا		62	من 40-50 عامًا		
	10	أكثر من 50 عامًا		67	أكثر من 50 عامًا		
	34	شهادة ثانوية		69	شهادة ثانوية		
285	176	شهادة الدبلوم والبيكالوريوس	285	90	شهادة الدبلوم والبيكالوريوس	مستوى التعليم	
	72	الماجستير والدكتوراه		91	الماجستير والدكتوراه		
	3	غير ذلك		35	غير ذلك		
285	2	حرة	285	120	حرة	نوع الوظيفة	
	280	حكومية		120	حكومية		
	3	غير ذلك		45	غير ذلك		



المجتمعين العراقي والعماني بالتساوي، ووفقاً لمتغيرات الدراسة تم ترتيب الدرجات المتحصل عليها في المقياس من الأكبر إلى الأصغر، ثم أخذ منها نسبة 27% من الدرجات الكبرى ونفس النسبة من الدرجات الصغرى، وطبق بعد ذلك اختبار "ت" لدلالة الفروق بين متوسطي المجموعتين العليا والدنيا، فكانت قيمته المحسوبة تساوي 21.02، وعند مقارنتها بقيمة "ت" الجدولية المساوية 1.96 وجد أن قيمة "ت" دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا يعني أن المقياس يتسم بالصدق التمييزي أيضاً والجدول 3 يوضح ذلك.

- **الصدق العاملي:** تم استخدام التحليل العاملي الاستكشافي على عينة قوامها 300 فرد من غير العينة الاستطلاعية بأسلوب المكونات الأساسية وبطريقة (فاريماكس)، حيث أوضحت النتائج تشبع كل الفقرات، والجدول (4) يوضح ذلك.

ونلاحظ من خلال الجدول 4 بعد الاطلاع على محور الفقرات أنه تم ترتيبها تنازلياً طبقاً لتشبعها، أي من أعلى تشبع إلى أدناه، حيث كانت 0.70، كما أن مؤشر التشبع المقبول 0.40 وهو الذي نعتمده في الدراسة الحالية، وقد قدرت النسبة التراكمية المفسرة للفقرات المفسرة السبعة بـ 80.72 وهو مؤشر مقبول إحصائياً في التحليل العاملي، في حين قدرت قيمة اختبار كايز ماير أولكن بـ 0.88 وهو أيضاً مؤشر دال على صلاحية المقياس واحترامه لشروط التحليل العاملي، في حين كانت القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة الارتباطات 0.0005 وهي أكبر من 0.00001؛ ما يفسر أنها ليست مصفوفة منفردة (Singular matrix) تنطوي على اعتماد خطي تام أي وجود ارتباط قوي (-Multi-collineraity) بين الفقرات.

المحكمين، ومن ثم استخراج الصدق بأنواعه، منها الصدق التمييزي والعاملي والاتساق الداخلي.

### 3.3.1. الخصائص السيكومترية لمقياس هلع الشراء أولاً - صدق المقياس

يعد صدق المقياس (Validity) الاختبار الذي يقيس ما وضع من أجله، وقد تحقق في المقياس الحالي ثلاثة أنواع من الصدق، هي:

- **الصدق الظاهري:** قام الباحثان بعرض المقياس على مجموعة من الخبراء والمختصين في العلوم التربوية والنفسية من أجل الوقوف على مدى ملاءمة المقياس لما وضع من أجله، وكذلك من أجل إبداء ملاحظاتهم ومقترحاتهم على عبارات المقياس، واعتمد الباحثان نسبة 80% كمعيار لقبول العبارة، وبناءً على ذلك تم إجراء التعديلات في عدد البدائل وجعلها 5 بدائل بدلاً من 7 والإبقاء على فقرات المقياس.

- **صدق الاتساق الداخلي:** علاقة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس: لحساب معاملات الارتباط بين درجات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس وبين درجاتهم الكلية للمقياس، تم استخراج معامل ارتباط بيرسون لـ 300 استمارة، موزعة بالتساوي بين العراقي والعماني وفقاً لمتغيرات الدراسة، وكانت معاملات الارتباط تراوح بين 0.732 و-0.910، ويلاحظ أن جميع معاملات الارتباط موجبة، كما هو موضح في الجدول 2.

- **الصدق التمييزي:** قام الباحثان بحسابه اعتماداً على طريقة المقارنة الطرفية؛ حيث طبقت الأداة على عينة الخصائص السيكومترية التي يبلغ قوامها 300 فرد موزعين بالتساوي على

### الجدول 2 - معاملات الارتباط للدرجات على كل فقرة من فقرات المقياس بالدرجة الكلية

Table 2 - Correlation coefficients for degrees on each paragraph of the scale with the total score

الفقرة	1	2	3	4	5	6	7
معامل الارتباط	0.744	0.691	0.840	0.793	0.808	0.890	0.821

### الجدول 3 - دلالة الفروق بين المجموعة العليا والدنيا في مقياس مصادر الضغوط النفسية لعينة البحث (ن=300)

Table 3 - The significance of the differences between the upper and lower groups in the stress source scale for the research sample (n = 300)

المجموعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت المحسوبة	الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
العليا	76.43	1.45	21.02	1.96	298	دالة عند مستوى 0.05
الدنيا	55.09	3.67				



الجدول 4 - تشبعات الفقرات وترتيبها ن = 200

الفقرة	الفقرات	الترتيب	التشبع
2	الخوف من عدم توافر المنتجات التي أحتاج إليها؛ يدفعني إلى شراء المزيد من الأغراض	1	0.89
3	أشعر بالذعر عندما أظن أن البضائع الأساسية قد تنفذ من الرفوف، ولهذا السبب أفضل شراءها بالجملة	2	0.86
1	الخوف يدفعني إلى شراء الأغراض لتخزينها في المنزل	3	0.82
4	الخوف يدفعني لشراء أغراض أكثر مما أفعل عادة	4	0.80
6	إحدى الطرق لتخفيف شعوري بالارتياح هي التأكد من أن لدي كمية جيدة من المنتجات التي أحتاج إليها في المنزل	5	0.78
5	الذعر (الهلع) يجعلني أشترى أشياء أكثر مما أفعل عادة	6	0.76
7	يؤثر شعوري بالارتياح على عاداتي الشرائية	7	0.74
النسبة التراكمية		80.72	

الجدول 5 - نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة في مقياس هلع الشراء لدى أفراد العينة

Table 5 - The results of the t-test for one sample in the panic buying scale in the study subjects

هلح الشراء	N	الوسط		الانحراف المعياري	T		درجة الحرية	مستوى الدلالة
		الفرضي	العينة		المحسوبة	الجدولية		
	570	21	31	2.543	14.001	1.96	569	0.05

البدائل الآتية (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) وتصحح بالأوزان (1, 2, 3, 4, 5) على التوالي، وبذلك تكون الدرجة الكلية للمقياس بين (7-35) درجة.

#### 4. النتائج والمناقشة

##### 4.1. الهدف الأول

تم قياس مستوى هلع الشراء لدى أفراد العينة جميعًا من خلال اختبار الفرضية التالية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسط درجات العينة والمتوسط الفرضي على مقياس هلع الشراء لدى أفراد العينة، ولتحقيق هذا الهدف استعمل الاختبار التائي لعينة واحدة، كما هو موضح في الجدول 5. ويلاحظ وجود هلع في الشراء لدى أفراد عينة البحث؛ حيث إن متوسط العينة يساوي 31 درجة، وهو أكبر من المتوسط الفرضي الذي يساوي 21 درجة، لذا كانت القيمة التائية المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة 0.05، وبذلك يرفض الفرض الصفري، ويقبل الفرض البديل الذي يؤكد وجود فروق بين المتوسطين.

#### ثانيًا- ثبات المقياس (The Reliability)

- الثبات بطريقة التجزئة النصفية: لحساب الثبات بهذه الطريقة طبق المقياس على عينة عشوائية قوامها 60 مفحوصًا، وكانت موزعة على المجتمعين العراقي والعماني بالتساوي وفقًا لمتغيرات الدراسة، وتم حساب معامل ارتباط (بيرسون) بين درجات الأفراد في التطبيقين، وكان مقداره 0.75 درجة وتصحيحه بمعامل ارتباط سبيرمان وكان مقداره 0.90 درجة.

- الثبات بطريقة ألفا كرونباخ: ولحساب الثبات بهذه الطريقة طبق المقياس على عينة عشوائية قوامها 60 مفحوصًا، وكانت موزعة على المجتمعين العراقي والعماني بالتساوي وفقًا لمتغيرات الدراسة، وقد بلغ الثبات 0.88 درجة، وكانت معاملات الارتباط للمقياس جيدة وعالية.

#### 3.2. تصحيح الاستبيان

تكون الإجابة عن المقياس من خلال وضع المفحوص علامة (√) أمام العبارة وتحت البديل الذي يتفق مع وجهة نظره من خلال



**الجدول 6 - نتائج اختبار "ت" لمجموعتين مستقلتين؛ لفحص دلالة الفروق بين عينة العراق وعينة سلطنة عمان في هلع الشراء**

**Table 6 - T-test results for two independent groups; To examine the significance of the differences between the Iraq and Omani samples in panic buying**

المتغير	العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T قيمة	مستوى الدلالة	القرار
عينة العراق	285	16.45	2.98	0.123	0.897	غير دالة عند مستوى 5.05
عينة سلطنة عمان	285	25.32	2.23			

**الجدول 7 - تحليل التباين الخماسي لأثر الجنس، والعمر، ومستوى التعليم، ونوع الوظيفة، ومكان الدولة على استجابات أفراد عينة الدراسة حول هلع الشراء**

**Table 7 - Quintuple analysis of the effect of gender, age, education level, job type, and country location on the responses of the study sample individuals about panic buying**

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	الدلالة الإحصائية	القرار
الجنس	24.511	1	0.929	5.215	.562	دال
العمر	23.352	4	0.868	4.153	.068	دال
مستوى التعليم	27.652	3	0.753	3.373	.717	دال
نوع الوظيفة	11.887	2	0.442	0.258	.019	غير دال
مكان الدولة	9.593	1	0.789	0.311	0.093	غير دال
الخطأ	72.445	558				
الكلية	81.952	569				

\* دالة عند مستوى دلالة إحصائية (a=0.05)

من الزمن فقط، ونتيجة لهذه الأفكار والمعتقدات فإن عقول الأفراد ستعطي موضوع الشراء وزناً وحجماً أكبر وتقديراً أعظم مما هو في الواقع، ولذلك فإن سلوكهم قد يدفعهم إلى استغلال وجود الأشياء قبل اختفائها من السوق.

وقد يكون هلع الشراء بسبب عمل أدمغة الأفراد في أوقات الشك وعدم اليقين، حيث إن جزءاً من الدماغ يتعامل مع المشاعر ومناطق النظام المعرفي، ويعمل على تحليل السلوك وتفسيره، وهذا بدوره يؤدي إلى الذعر، أو قد تكون هناك عوامل اجتماعية تتمثل بتقليد الآخرين في سلوك الشراء دون مبرر، إضافة إلى أثر التنشئة الاجتماعية الأسرية في التعامل مع شراء الأشياء، أو قد تكون لوسائل الاتصال الاجتماعي دور في إثارة دافعية الأفراد نحو الشراء من خلال إثارة المخاوف من الحجر الصحي وآثار جائحة فيروس كورونا المستجد (Awad, 2011)، وجاءت نتائج الدراسة متفقة مع نتائج الدراسات السابقة.

وقد يعزى ذلك إلى عدة عوامل متداخلة، منها أسباب نفسية واجتماعية وثقافية، وأشارت بعض الدراسات إلى أن الأسباب النفسية من أسباب هلع الشراء (Freeland, 2020; Li et al., 2020)، ويشير الباحث Franks وآخرون (2004) إلى "أن سلوك الشراء والتخزين ينتقل من كونه سلوكاً شاذاً أو غريباً إلى اضطراب إكلينيكي عندما يؤثر على حياة الفرد أو على بيئته أو على الآخرين"، ونتيجة شعور الأفراد بالخوف والقلق والتوتر من جائحة فيروس كورونا المستجد قد يؤدي ذلك إلى الإسراف في تجميع الأغراض وتخزينها وعدم قدرتهم على التخلص منها والتعلق بها، أو يعطيهم أملاً كاذباً من أجل استعادة السيطرة.

ويعتقد البعض أن الإجراءات الوقائية والتباعد الاجتماعي لا يليقان بمدى الخطر ولا بجسامة الكارثة، ولهذا يفضلون إنفاق المال على شراء سلع تحميهم من المرض، وقد يرى البعض الآخر أن فرصة الشراء قد لا تتكرر، وأن هذه الفرصة قد تكون متاحة لفترة قصيرة



## 2.4. الهدف الثاني

تم التعرف على الفروق بين الفرد العراقي والفرد العماني في هلع الشراء من خلال اختبار الفرضية التالية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين عينة الأفراد العراقيين وعينة الأفراد العمانيين في هلع الشراء، ولتحقيق هذا الهدف استعمل الاختبار التائي لعينتين مستقلتين، ويوضح جدول 6 النتائج ذات العلاقة. ويتبين من الجدول 6 عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في هلع الشراء بين العينتين العراقية والعمانية، ويمكن تفسير ذلك بأن كليهما تنتمي إلى بيئة عربية معينة لكن بينهما تشابهًا إلى حد ما في القيم والعادات والتقاليد وبعض السلوكيات، إضافة إلى ذلك فإن كليهما تعرضتا لآثار جائحة فيروس كورونا المستجد ولإجراءات الحجر الصحي، ومن ثم يتوقع عدم وجود فروق بينهما في هلع الشراء.

## 3.4. الهدف الثالث

تم معرفة الفروق في هلع الشراء بين العينة العراقية والعينة العمانية وفقاً للمتغيرات: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نوع الوظيفة من خلال اختبار الفرضية التالية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في هلع الشراء بين العينتين العراقية والعمانية وفقاً للمتغيرات: الجنس، العمر، مستوى التعليم، نوع الوظيفة"، ولتحقيق هذا الهدف استعمل تحليل التباين الخماسي، ويوضح الجدول 7 النتائج ذات العلاقة.

- ويتبين من الجدول 7 ما يأتي:
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير العمر.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير مستوى التعليم.

**الجدول 8 -** نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية بين متوسطات هلع الشراء لدى عينة الدراسة الكلية وفق متغيرات النوع والعمر ومستوى التعليم

**Table 8 -** Scheffe's Test results for dimensional comparisons between averages panic buying of the total study sample according to gender, age, and education level variables

المتغيرات		المتوسط الحسابي	العمر
أقل من 20 عامًا	من 20 - 30 عامًا	من 30-40 عامًا	من 40-50 عامًا
		1.487	أقل من 20 عامًا
	0.869*	2.623	من 20-30 عامًا
	0.311	2.812	من 30-40 عامًا
	0.254	3.740	من 40-50 عامًا
0.184		3.840	أكبر من 50 عامًا
			مستوى التعليم
غير ذلك	شهادة الماجستير والدكتوراه	شهادة دبلوم وبكالوريوس	شهادة ثانوية
		0.934*	شهادة دبلوم بكالوريوس
		0.279	شهادة الماجستير والدكتوراه
	0.201	2.321	غير ذلك
0.766*		3.511	
	الإناث	المتوسط الحسابي	النوع
	0.853	2.220	الذكور
		3.791	الإناث

\* دالة عند مستوى دلالة إحصائية (α=0.05)



- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير مكان الدولة، وقد يكون السبب أن سلوك هلع الشراء لا يرتبط بثقافة معينة في الأزمات، ومن ثم يتوقع عدم وجود فروق بين الدولتين العراق وسلطنة عمان في هلع الشراء، ولم يوجد بين الدراسات والأدبيات ما يتفق أو يختلف مع هذه النتائج.

## 5. الخاتمة

### 5.1. الاستنتاج

من خلال العمل على تحقيق أهداف الدراسة، فقد توصلت الدراسة إلى الاستنتاجات الرئيسية التالية:

- ينتشر سلوك هلع الشراء في أغلب المجتمعات في ظل الأزمات كأزمة جائحة فيروس كورونا المستجد، وهذا الانتشار لا يتأثر بثقافة معينة دون غيرها.

- لا توجد فروق بين المجتمع العراقي والمجتمع العماني في مستوى هلع الشراء.

- قد تكون هناك عوامل وأسباب عديدة ومتداخلة وراء سلوك هلع الشراء، قد تكون عوامل اجتماعية تتمثل بتقليد الآخرين في سلوك الشراء دون مبرر؛ إضافة إلى أثر التنشئة الاجتماعية والأسرية في التعامل مع شراء الأشياء، أو قد تكون عوامل متعلقة بوسائل الاتصال الاجتماعي وما لها من دور في إثارة دافعية الأفراد نحو الشراء من خلال إثارة المخاوف من الحجر الصحي أو عوامل نفسية شخصية.

- هناك متغيرات تزيد من سلوك هلع الشراء كالعمر والجنس ومستوى التعليم، بينما لا يتأثر بمتغيري نوع الوظيفة ومكان الدولة.

### 5.2. التوصيات

توصي الدراسة -بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها- بما يلي:  
- أهمية بث ثقافة الاستهلاك المتوازن في ظل الأزمات؛ إذ تلبية حاجات الفرد دون إفراط ومبالغة، بهدف الوصول إلى ثقافة علمية موضوعية تساهم في بناء الاقتصاد الوطني وتعزيز القيم النبيلة التي يتمتع بها المجتمع.

- تبني إستراتيجية معرفية تساهم في تعزيز مفاهيم الترشيد لتصبح هذه المفاهيم جزءاً من الثقافة العامة لدى أفراد المجتمع من خلال المحاضرات والبرامج التلفزيونية والورشات العلمية.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير نوع الوظيفة.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير مكان الدولة.

ويتضح من الجدول 7 أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (a=0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في هلع الشراء تعزى لمتغيرات: الجنس والعمر ومستوى التعليم وللتعرف على مصدر الفروق، استعمل اختبار شيفيه ('Scheffe Test) للمقارنات البعدية، ويوضح الجدول 8 نتائج الاختبار.

ويتبين من الجدول 8 أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في فئات العمر لصالح من هم (من 40-50) عاماً (وأكثر من 50) عاماً في هلع الشراء لعينة الدراسة، وتوجد فروق في مستويات التعليم لصالح شهادة الثانوية في هلع الشراء، ووجود فروق في متغير النوع لصالح الإناث في هلع الشراء، ويمكن تفسير ذلك بالشكل التالي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث، وقد يكون ذلك بسبب أن الأنثى أكثر عاطفة وتوترًا وقلقًا وأكثر حرصًا من الذكر في الحصول على الأشياء وتجميعها وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Marx & Co-hen-Mansfield, 2003)، وتختلف مع دراسة (Samuels et al., 2008).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير العمر لصالح الفئة العمرية (20 - 30) سنة، وهذا يعني أن سلوك هلع الشراء أكثر انتشارًا للفئات العمرية الأصغر سنًا، وذلك لقلة الخبرة الشخصية، أو كون كبار السن أكثر حرصًا على عدم التبذير، ويرى (Frost & Gross, 1993) أن سلوك التجميع والخزن للأشياء تظهر ملامحه في عمر العشرينيات والثلاثينيات.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير مستوى التعليم لصالح الشهادة الثانوية وغير ذلك (وقد تشمل الابتدائية أو الأمي) مقارنة مع شهادة البكالوريوس والشهادات العليا، وقد يكمن السبب في ضعف الوعي الثقافي، وقد يرجع ذلك إلى عدم الاستبصار بهذه المشكلة وضعف الإدراك بأن سلوك هلع الشراء مضيعة للوقت والمال وذو تأثير سلبي على حياتهم.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى لمتغير نوع الوظيفة، وهذا يعني أن سلوك هلع الشراء لا يتأثر بنوع الوظيفة، سواء أكانت حكومية أم خاصة.



Frost, R. & Gross, p. (1993). The hoarding of possessions. *Behaviors Research and Therapy*, 31,367-381.

Belen, H. (2020). Turkish adaptation of panic buying scale: A Reliability and validity study. DOI: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-40529/v1>

Wongcharee, H. (2020). Translation and Validation of the Thai version of Panic Buying Scale (PBS-TH), *Interdisciplinary Sripatum Chonburi Journal (ISCJ)*, 6(3), 43-53.

Sim, K., Chua, H. C., Vieta, E., & Fernandez, G. (2020). The anatomy of panic buying related to the current COVID-19 pandemic. *Psychiatry Research*, 288, 113015.

Knotek II, E. S., Schoenle, R., Dietrich, A., Kuester, K., Müller, G., Myrseth, K. O. R., & Weber, M. (2020). Consumers and COVID-19: A real-time survey. *Economic Commentary*, (2020-08).

Li, S., Wang, Y., Xue, J., Zhao, N., & Zhu, T. (2020). The impact of COVID-19 epidemic declaration on psychological consequences: a study on active Weibo users. *International journal of environmental research and public health*, 17(6), 2032.

Lins, S., & Aquino, S. (2020). Development and initial psychometric properties of a panic buying scale during COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 6(9), e04746.

Marx, M. S., & Cohen-Mansfield, J. (2003). Hoarding behavior in the elderly: a comparison between community-dwelling persons and nursing home residents. *International psychogeriatrics*, 15(3), 289.

Obaidat, M. I., (2001). *Consumer Behavior (Strategic Entrance)*. Dar Wael for Publication and Distribution. Amman, Jordan.

Reznik, A., Gritsenko, V., Konstantinov, V., Khamenka, N., & Isralowitz, R. (2020). COVID-19 fear in Eastern Europe: Validation of the Fear of

- أن تتضمن المناهج الدراسية مقررات تعطي أهمية لترشيد الاستهلاك في ظل الأزمات.

- قيام المؤسسات التربوية والدينية والاجتماعية وشتى الجمعيات التي تهدف إلى العمل التوعوي والتربوي بدور فعال؛ وذلك بنشر ترشيد الاستهلاك من خلال الخطط أو النشاطات التي تنفذها وبشكل خاص بين فئات الشباب والنساء.

- ضرورة العمل على نشر الوعي بسلوك هلع الشراء ومعرفة آثاره السلبية حتى لا يتفاقم، ويؤثر على الجوانب الصحية والنفسية للأفراد.

- قيام وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها بالدور الإيجابي لتعزيز ترشيد الاستهلاك، بحيث تكون هذه الوسائل مصدرًا من مصادر تهدئة النفوس ونشر الوعي حول أهمية الشراء المتوازن.

وتقترح الدراسة ضرورة القيام بدراسات تحليلية لمعرفة العوامل الكامنة وراء سلوك هلع الشراء، وتصميم برامج إرشادية تعمل على الحد من سلوك هلع الشراء لدى الأفراد، والقيام بدراسات لمعرفة علاقة هلع الشراء بسمات الشخصية.

## المصادر والمراجع

### المراجع الأجنبية

Awad, H. (2011). *The Impact of Social Networking Sites in the Development of Social Responsibility Among Young People*. Research publication, Jerusalem, Al-Quds Open University.

Dsouza, D. D., Quadros, S., Hyderabadwala, Z. J., & Mamun, M. A. (2020). Aggregated COVID-19 suicide incidences in India: Fear of COVID-19 infection is the prominent causative factor. *Psychiatry research*, 290, 113145.

Franks, M., Lund, D. A., Poulton, D., & Caserta, M. S. (2004). Understanding hoarding behavior among older adults: A case study approach. *Journal of Gerontological Social Work*, 42(3-4), 77-107.

Freeland, S. (2020, March 18). Why People are Panic Buying and What Can Help. Retrieved April 3, 2020, from <https://news.uga.edu/panic-buying-and-anxiety-tips/>.



Available at: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331490/WHO-2019-nCoV-Mental-Health-2020.1-eng.pdf> .

Wijaya, T. (2020). Factor Analysis of Panic Buying During the Covid-19 Period in Indonesia. *Social Science & Humanities open*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3603750>

Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F., & Li, K. X. (2020). The psychological causes of panic buying following a health crisis. *International journal of environmental research and public health*, 17(10), 3513.

COVID-19 Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00283-3>.

Satici, B., Gocet-Tekin, E., Deniz, M. E., & Satici, S. A. (2020). Adaptation of the Fear of COVID-19 Scale: Its association with psychological distress and life satisfaction in Turkey. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-9.

WHO. Mental health and psychosocial considerations during the COVID-19 outbreak. WHO; 2020 March 18. [Retrieved 2020 March 26].

