

The Impact of Economic Risk Perception on Consumer Behavior: A Field Study in the City of Jericho after October 7, 2023

Dr. Hanadi Khalil Barahma

Ministry of Social Development | Palestine

Received:

01/02/2026

Revised:

12/02/2026

Accepted:

10/03/2026

Published:

30/05/2026

* Corresponding author:

hanadibarahma@gmail.com

Citation: Barahma, H. K. (2026). The impact of economic risk perception on consumer behavior: A field study in the city of Jericho after October 7, 2023. *Journal of Economic, Administrative and Legal Sciences*, 10(5S), 119 – 146.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.H020226>

2026 © AISRP • Arab Institute for Sciences & Research Publishing (AISRP), United States, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) [license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract: The study aimed to analyze the perception of economic risks among residents of the city of Jericho during the war on Gaza and its relationship with consumer behavior patterns, while examining the role of demographic characteristics in moderating this relationship. The researcher employed the explanatory quantitative method, collecting data from 238 respondents using a questionnaire based on previous literature. Data were analyzed using the PLS-SEM structural equation model, and findings were reinforced through in-depth interviews with specialized local entities.

Results indicated that economic risk perception was high ($M=4.35$) and was associated with frugal consumer behavior, including reduced spending, focusing on essential goods, benefiting from offers, and turning to local products, with multiple strategies adopted to cope with the crisis. Demographic variables showed no significant moderating effect, reflecting the systemic nature of the crisis that transforms risks from individual to collective.

Based on the findings, the study recommended enhancing households' financial awareness, encouraging saving and local production, developing flexible social protection programs, supporting low-income families, establishing a national economic monitoring observatory, integrating financial education into school curricula, promoting responsible economic media, controlling prices and monitoring markets, and organizing the stock of basic goods to strengthen household resilience and community stability during crises.

Keywords: Perceived Risks, Consumer Behavior, Behavioral Economics, Economic crises, Coping strategies.

أثر إدراك المخاطر الاقتصادية على السلوك الاستهلاكي: دراسة ميدانية في مدينة أريحا بعد تاريخ 7 أكتوبر 2023

الدكتورة / هنادي خليل براهما

وزارة التنمية الاجتماعية | فلسطين

المستخلص: هدفت الدراسة تحليل إدراك سكان مدينة أريحا للمخاطر الاقتصادية خلال الحرب على غزة، وعلاقته بأنماط السلوك الاستهلاكي، مع دراسة دور الخصائص الديموغرافية في تعديل هذه العلاقة، استخدمت الباحثة المنهج الكمي التفسيري، وجمعت البيانات من 238 مستجيباً باستخدام استبانة مستندة إلى الأدبيات السابقة، وخللت إحصائياً عبر نموذج المعادلات الهيكلية PLS-SEM، مع تعزيز النتائج بمقابلات متعمقة مع جهات محلية متخصصة أظهرت النتائج أن إدراك المخاطر الاقتصادية كان مرتفعاً ($M=4.35$)، وارتبط بسلوك استهلاكي تقشفي يتمثل في تقليل الإنفاق، والتركيز على السلع الأساسية، والاستفادة من العروض، والتوجه نحو المنتجات المحلية، مع اتباع استراتيجيات متعددة للتكيف مع الأزمة. لم تُظهر المتغيرات الديموغرافية تأثيراً معنوياً على العلاقة، ما يعكس طبيعة الأزمة الكلية التي تحولت المخاطر من فردية إلى جماعية.

وأوصت الدراسة بتعزيز الوعي المالي للأسر، تشجيع الادخار والإنتاج المحلي، تطوير برامج حماية اجتماعية مرنة، دعم الأسر منخفضة الدخل، إنشاء مرصد وطني للرصد الاقتصادي، إدماج التربية المالية في المناهج، وتعزيز الإعلام الاقتصادي المسؤول، وضبط الأسعار ومراقبة الأسواق، وتنظيم مخزون السلع الأساسية.

الكلمات المفتاحية: إدراك المخاطر، السلوك الاستهلاكي، الاقتصاد السلوكي، الالتزامات الاقتصادية، استراتيجيات التكيف.

1- المقدمة:

في أوقات الأزمات الاقتصادية، كثيراً ما تعجز النظريات الاقتصادية التقليدية مثل نظرية المنفعة ونظرية كفاءة الأسواق عن تفسير تصرفات الأفراد وارتباطها بعلم النفس الخاص بسلوك الأفراد (Ben Zair & Ben Zair, 2017)، على الرغم من وضوح هذه التصرفات وارتباطها بالواقع الاقتصادي، ويعود ذلك إلى تأثير العوامل النفسية والعاطفية والاجتماعية على سلوك المستهلك، ما يؤدي أحياناً إلى تقلبات في الأسواق، فقاعات سعرية، أو أزمات مالية ومصرفية. (Kahneman & Tversky, 1979)

فالاقتصاد السلوكي (Behavioral Economics) هو نموذج متطور يربط علم الاقتصاد بعلم النفس، ويتيح تفسير الظواهر الاقتصادية التي تعجز النظريات التقليدية عن تفسيرها، كما يوفر أدوات لصانعي السياسات لتصميم تدخلات فعالة تهدف إلى تعزيز الشمول المالي، زيادة الادخار، ودعم السياسات الاقتصادية المستدامة، مما يجعل الاقتصاد السلوكي أداة محورية لفهم وإدارة السلوك الاستهلاكي أثناء الأزمات. (Thaler & Sunstein, 2008)

تؤثر الأزمات الاقتصادية الناتجة عن الحروب، بشكل كبير على سلوك الأفراد الاستهلاكي، إذ تدفعهم إلى إعادة ترتيب أولوياتهم المالية والاستهلاكية وفق إدراكهم للمخاطر الاقتصادية المحيطة بهم وبالمجتمع ككل. وتعاني فلسطين بشكل عام من تبعات الحرب على قطاع غزة التي بدأت في السابع من أكتوبر 2023، فوفق تقارير رسمية تراجع الناتج المحلي الإجمالي بأكثر من 53.5% (85% في قطاع غزة، وحوالي 22% في الضفة الغربية)، كما تراجع الاقتصاد الفلسطيني بنسبة الثلث مقارنة بما قبل الحرب، وارتفع معدل البطالة في فلسطين إلى 51%. وكغيرها من محافظات الضفة الغربية، تأثرت مدينة أريحا بتلك التراجعات من حيث فقدان أو انخفاض مستوى دخل السكان، وفقدان فرص العمل، وارتفاع أسعار السلع. (Palestinian Central Bureau of Statistics (PCBS), 2024)

تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير إدراك سكان مدينة أريحا للمخاطر الاقتصادية، مثل البطالة، التضخم، فقدان الدخل، وعدم الاستقرار السياسي، على قراراتهم الاستهلاكية أثناء الأزمات. وتكتسب دراسة السلوك الاستهلاكي في ظل إدراك المخاطر الاقتصادية أهمية خاصة في مدينة أريحا نظراً لخصوصيتها الاقتصادية والاجتماعية، حيث تعتمد غالبية الأسر على الزراعة والسياحة الموسمية الخارجية والداخلية (الحداد، 2026)، وتتأثر مباشرة بتقلبات الدخل، وأسعار السلع، وفرص العمل نتيجة النزاعات والحروب. ويتيح فهم كيفية استجابة السكان للأزمات الاقتصادية، مثل تقليل الاستهلاك أو التحول نحو السلع الأساسية وزيادة الادخار، لصانعي السياسات تصميم برامج دعم مالي واجتماعي فعالة، وتعزيز القدرة على الصمود الاقتصادي والاجتماعي بما يتناسب مع الاحتياجات المحلية ويخفف من تداعيات الأزمة على المجتمع.

مشكلة الدراسة:

أظهرت الدراسات السابقة أن الأزمات والصدمات الاقتصادية والصدمات تؤدي إلى تغير واضح في السلوك الاستهلاكي، حيث يعيد الأفراد ترتيب أولويات الإنفاق نحو السلع الأساسية ويتأثر قرارهم بالشراء بعوامل نفسية واجتماعية وتوقعات اقتصادية غير يقينية، إضافة إلى الخصائص الديموغرافية تؤثر في اختلاف استجابات المستهلكين للأزمات. ومع ذلك، ركزت معظم هذه الدراسات على أزمات مالية أو صحية أو تضخمية في بيئات مستقرة نسبياً، ولم تتناول بصورة كافية تأثيرات الصدمات غير المباشرة الناتجة عن النزاعات المسلحة أو الحروب في البيئات الهشة، كما في الحالة الفلسطينية التي امتدت فيها آثار الحرب اقتصادياً إلى مناطق غير متضررة عسكرياً من الحرب، إذ أدت الحرب على قطاع غزة إلى تداعيات اقتصادية امتدت آثارها إلى مختلف المدن الفلسطينية، بما فيها مدينة أريحا، من خلال ارتفاع الأسعار، فقدان مصادر الدخل، وتزايد حالة عدم اليقين الاقتصادي. وفي مثل هذه الظروف، لا يتحدد السلوك الاستهلاكي للأفراد فقط بقدرتهم الشرائية الفعلية، بل يتأثر أيضاً بدرجة إدراكهم للمخاطر الاقتصادية المتوقعة، الأمر الذي يدفعهم إلى تغيير في أنماط الإنفاق بحيث تكون أكثر حذراً أو إلى تغيير في أولويات الاستهلاك.

وتبرز أهمية دراسة هذه الظاهرة في فهم العلاقة بين إدراك المخاطر الاقتصادية والسلوك الاستهلاكي، خاصة في البيئات التي تعيش حالة عدم استقرار، حيث قد تختلف استجابات الأفراد وفقاً لخصائصهم الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية.

وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل مستوى إدراك سكان مدينة أريحا للمخاطر الاقتصادية الناجمة عن الحرب على قطاع غزة، وقياس انعكاس هذا الإدراك على سلوكهم الاستهلاكي، إضافة إلى تحديد دور المتغيرات الديموغرافية في تفسير الاختلافات في الاستجابات الفردية. وصولاً إلى فهم استراتيجيات التكيف التي يعتمد عليها السكان في مواجهة الأزمة من خلال التساؤلات التالية:

- 1- ما مستوى إدراك سكان مدينة أريحا للمخاطر الاقتصادية خلال الحرب على غزة؟
- 2- هل تختلف أنماط السلوك الاستهلاكي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، مستوى الدخل، مصدر الدخل، عدد افراد الاسرة، مستوى التعليم)؟
- 3- ما هي أبرز استراتيجيات التكيف التي يتبعها السكان لمواجهة الأزمة الاقتصادية؟

أهداف الدراسة:

1. قياس مستوى إدراك سكان مدينة أريحا للمخاطر الاقتصادية خلال الحرب على غزة.
2. تحليل العلاقة بين إدراك المخاطر الاقتصادية وأنماط السلوك الاستهلاكي (الإنفاق، الادخار، التحول إلى السلع الأساسية).
3. تحديد دور الخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، مستوى الدخل، مصدر الدخل، عدد أفراد الأسرة، مستوى التعليم) في تعديل العلاقة بين إدراك المخاطر والسلوك الاستهلاكي.

أهمية الدراسة:

- تبرز أهمية هذه الدراسة في سد فجوة معرفية حول العلاقة بين إدراك الأفراد للمخاطر الاقتصادية وسلوكهم الاستهلاكي خلال الأزمات، من خلال تطبيق منظور الاقتصاد السلوكي على الواقع الفلسطيني، وبالتحديد في مدينة أريحا كنموذج لمجتمع تأثر مباشرة بتقلبات الحرب على غزة، مما يساهم في دمج البعد السلوكي في تحليل الأزمات الاقتصادية وتصميم استجابات أكثر ملاءمة لاحتياجات المواطنين في الظروف الاستثنائية التي تمر بها فلسطين، وتبرز أهمية الدراسة من خلال جوانب متعددة:
- الأهمية العلمية: توسع الدراسات والأدبيات حول تأثير الإدراك النفسي للمخاطر على القرارات الاقتصادية،
 - الأهمية التطبيقية: تكمن في تقديم قاعدة معرفية لصانعي السياسات والمنظمات لوضع استراتيجيات حماية اجتماعية وخطط صمود اقتصادي تراعي سلوك الأمر التي تتأثر بالأزمات، مما يعزز فاعلية التدخلات التنموية والمساعدات الإنسانية.

الفرضيات:

- الفرضية الأولى: يؤثر السلوك الاستهلاكي بشكل إيجابي وذو دلالة إحصائية على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية لدى الأفراد.
- الفرضية الثانية: يؤثر كل من (الجنس، المستوى التعليمي، حجم الأسرة، مستوى الدخل، مصدر الدخل، الحالة الاجتماعية، العمر) بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.
- الفرضية الثالثة: تؤثر استراتيجيات التكيف بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.

2- الإطار النظري:

من هو المستهلك:

المستهلك هو الفرد الذي يقوم بشراء السلع والخدمات لاستخدامه الشخصي أو العائلي، مثل شراء الصابون للاستعمال المنزلي، أو شراء الخبز للعائلة، أو اقتناء الملابس لأحد أفراد الأسرة، أو لتقديمها كهدية لشخص آخر (Ben Issa، 2003) وتم تعريف المستهلك بأنه الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يحصل على المنتج الاستهلاكي النهائي لإشباع حاجة حقيقية أو رغبة مصطنعة أثارها الدعاية والإعلان (Hawas & Al-Baz، 2018)، وقد يكون المستهلك شخص طبيعي أو معنوي، ومن وجهة النظر التسويقية، يُعدّ المستهلك المحور الأساسي الذي تدور حوله جميع عمليات الإنتاج والتسويق (Sonya، 2017)، ويتميز بأنه يتخذ قرارات اختيارية بناءً على تفضيلاته، قدراته المالية، والمعلومات المتاحة حول السلع والخدمات. وتشمل عملية الاستهلاك كلاً من الشراء، الاستخدام، والتقييم بعد الاستهلاك (Solomon، 2020).

من هنا يتضح أن دوافع الشراء والاستهلاك والاستخدام تختلف من شخص إلى آخر، وأن السلوك الشرائي يتباين تبعاً لهذه الدوافع، مما يتيح تصنيف المستهلكين إلى أنواع متعددة وفق معايير مختلفة إلى نوعين رئيسيين:

1. المستهلك النهائي: ينتهي إلى ما يُعرف "بسوق الأسر"، وهو الفرد أو الجهة التي تشتري السلع أو الخدمات أو تستخدمها بشكلها النهائي لتلبية حاجاتها الشخصية أو العائلية، دون أن يعيد بيعها أو استخدامها في إنتاج سلعة أخرى (up Counsel، 2025).
2. المستهلك الصناعي: أو ما يُعرف بالمشتري الصناعي، وينتهي إلى السوق الصناعية أو سوق الأعمال (Belkheir، 2018)، قد يكون فرداً أو مجموعة (شركة، مؤسسة، مصنع)، مدني أو حكومي، يقوم بشراء السلع أو الخدمات لاستهلاكها في العملية الإنتاجية أو لتقديم خدمة أو سلعة جديدة، ثم بيعها، فالهدف الأساسي من شراء السلع ليس الاستهلاك المباشر، وإنما إدخالها في الإنتاج أو المساعدة في العملية الإنتاجية، غالباً ما تتم عمليات شراء هذا النوع من المستهلكين بكميات كبيرة وبطرق معقدة تمر بعدة مراحل (Barbara، 2022).

السلوك الإنساني وسلوك المستهلك:

يُعرف السلوك الإنساني بأنه سلسلة متعاقبة من الأفعال وردود الأفعال التي يقوم بها الإنسان في محاولاته المستمرة لتحقيق أهدافه وإشباع رغباته المتجددة والمتغيرة، وهو يشمل الأفعال والاستجابات التي يعبر بها الفرد عن قبوله أو رفضه لمحاولات التأثير الموجهة إليه من عناصر البيئة المحيطة به، سواء كانت عناصر بشرية أو مادية (Al-Salmi، 1997)، كما يُعرف بأنه الأنشطة المرتبطة بشراء السلع والخدمات

واستخدامها والتخلص منها، بما في ذلك الاستجابات العاطفية والعقلية والسلوكية للمستهلك التي تسبق أو تلي هذه الأنشطة (eixeira, Kallas & Dias, 2024)

فالسُّلوك بوجه عام هو كل تصرف يصدر عن الإنسان نتيجة تعرضه لمؤثر داخلي أو خارجي (Obaidat, 2004)، ويشمل جميع أنشطة الفرد القابلة للملاحظة بشكل مباشر أو غير مباشر مثل المشي، الكلام، الضحك، أما السلوك غير القابل للملاحظة المباشرة مثل التفكير والمرح، وحسب بعض الباحثين الغربيين فسلوك المستهلك هو الكيفية والأسباب التي تدفع الأفراد إلى استهلاك منتجات أو خدمات معينة (Nassè, 2021). حسب Engel، والسلوك الإنساني هو "الأفعال والتصرفات المباشرة للأفراد من أجل الحصول على المنح أو الخدمة، ويتضمن إجراءات اتخاذ قرار الشراء (Al-Sumaida'i, 2017)، وهو التصرف الذي يبرزه المستهلك في الدراسة عن شراء أو استخدام السلع والخدمات أو الأفكار أو الخبرات التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته، وحسب الإمكانيات الشرائية المتاحة (Obaidat, 2004)، وحسب الصحن والسيد فهو تلك العملية المرتبطة بقيام فرد أو ماء أو جماعة من الأفراد باختيار وشراء واستخداماته والتخلص من منتج ما أو خدمة ما، بما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبب وتحدد هذه التصرفات (Al-Sahen & Al-Sayed, 2001)، كما عُرف أنه مجموعة من التصرفات والأفعال التي تصدر عن الإنسان في محاولته المستمرة لتحقيق أهدافه وإشباع حاجاته ورغباته المتطورة والمتغيرة (Barbara, 2022)، وهناك من يعتبر السلوك المستهلك بمثابة نظام تفاعلي فيه مجموعة من الأنظمة الفرعية والتي تتمثل بشكل أساسي في الدوافع، الإدراك، الشخصية، التعلم، الاتجاهات، إضافة إلى تفاعلها مع البيئة المحيطة بالشكل الذي يقود إلى تكوين الصورة، الموقف أو القرار... الخ (Ben Issa, 2003)، بينما عرف (Solomon, 2020) سلوك المستهلك بأنه دراسة العمليات التي يمر بها الأفراد أو الجماعات عند اختيارهم أو شرائهم أو استخدامهم أو التخلص من المنتجات أو الخدمات أو الأفكار أو التجارب بهدف تلبية احتياجاتهم ورغباتهم.

يُعدُّ السلوك الاستهلاكي من الحلقات المحورية في العملية التسويقية، إذ يشمل مجموعة من التصرفات والأنشطة التي يقوم بها الفرد أثناء اتخاذ قرار الشراء والتصرفات المباشرة للأفراد من أجل الحصول على المنتج أو الخدمة (Al-Jureissi, 1427 هـ) بهدف تحقيق الإشباع الأمثل لحاجاته ورغباته وتوقعاته. فالقرار الشرائي، الذي يتضمن الدراسة عن السلع والخدمات واقتنائها، يتأثر بالصفات الشخصية وهي الصفات والخصائص النفسية الداخلية التي تحدد وتعكس كيفية تصرف الفرد وسلوكه نحو كافة المنهات الداخلية أو الخارجية البيئية التي تعرض لها بشكل دوري أو منظم (Soum, & Mahmoud, 2021)، ويتمثل في التصرفات التي يقوم بها المستهلك عند الدراسة عن السلع والخدمات التي يحتاج إليها لتلبية رغباته وتوقعاته (Al-Sumaida'i & Youssef, 2006)، في ويُعرَّف أيضاً بأنه «الدراسة التي تبحث كيف ولماذا يشتري الأشخاص، وماذا يشترون، ومتى يشترون، وكيف يستخدمون سلعاً أو خدمات لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم» (Singh, Arora & Choudhry, A. 2023)

محددات الاستهلاك:

يتأثر الاستهلاك بمجموعة من العوامل الاقتصادية والاجتماعية، وذلك لكونه نشاطاً اقتصادياً واجتماعياً في آنٍ واحد.

أولاً: العوامل الاقتصادية

- الدخل: إذ يرتبط حجم الاستهلاك بقدرة الفرد الشرائية ودخله المتاح بعد خصم الضرائب، فكلما ارتفع الدخل زاد الإنفاق الاستهلاكي، بينما يؤدي انخفاضه إلى الاعتماد على المدخرات أو الدعم الخارجي (Radhia, 2009)، وأن الاستهلاك يتحدد بناءً على الدخل النسبي للفرد وليس على الدخل المطلق لا الحالي (Kahwaji, & Makidish, 2021)، وعلى توقعات الفرد لمستوى دخله المستقبلي وليس ما يحصل عليه في فترة زمنية محدودة (Abdel Rahman, 1988).
- المستوى العام للأسعار يؤدي ارتفاع المستوى العام للأسعار (التضخم) إلى تراجع القوة الشرائية للأفراد، مما يقلل الاستهلاك ويدفع بعضهم لبيع ممتلكاتهم لتغطية احتياجاتهم الأساسية لمواجهة هذا الظرف الطارئ (Ben Naji, 2015).
- سعر الفائدة: بالرغم من أن كينز قد رفض أن يكون لسعر الفائدة تأثير كبير على الاستهلاك، فإن الدراسات الحديثة قد أوضحت أن الانفاق على السلع المعمرة مثل التجهيزات والمعدات والسيارات حساس تماماً لسعر الفائدة، فقد يكون تمويل تلك السلع عن طريق الاقتراض، فارتفاع سعر الفائدة على القروض يؤدي لتزايد قيمة المدفوعات الشهرية اللازمة لشراؤها وبالتالي لا تشجع الأفراد على شرائها (Abdel Rahman, 1998).
- توفر السلع والخدمات: يتصرف المستهلك استناداً إلى ما يشاهده من سلع وخدمات فيتأثر الاستهلاك بتوفر السلع والخدمات، إذ يؤدي نقص العرض إلى زيادة الادخار حتى مع ارتفاع الدخل، بينما يوسع تنوع السلع الناتج عن الاستثمار والإنتاج فرص الاستهلاك (Ali, 2007).

- توقع الظروف الاقتصادية في المستقبل: إذا توقع الناس ارتفاع دخلهم في المستقبل فهم ينفقون جزءاً من دخلهم الحالي وعلى العكس فإن التشاؤم بالنسبة للمستقبل يجعل العائلات تخفض من انفاقها الحالي، فعند ارتفاع معدلات البطالة يصبح الناس متشائمين بخصوص العمالة، بالتالي يخفضوا من انفاقهم (Abdel Rahman، 1998).
- الضرائب: يتأثر الدخل الممكن التصرف فيه للأفراد بمستوى الضرائب الشخصية، ذلك أن أي زيادة على معدلات الضرائب تقلل من الدخل الممكن التصرف فيه المستهلكين بما يجعلهم يخفضون استهلاكهم، والعكس صحيح، فزيادة الدخل الممكن التصرف فيه يؤدي إلى زيادة استهلاكهم الجاري (Abdel Rahman، 1998).

ثانياً: العوامل الاجتماعية

تؤثر الطبقة الاجتماعية على سلوك الأفراد، نمط حياتهم، عاداتهم وتقاليدهم، وحجم الطلب على السلع والخدمات، فالجماعة المرجعية هي المجموعة التي يستخدمها الأفراد إطاراً لتوجيه قراراتهم الشرائية وتشكيل مواقفهم وسلوكهم، كما يشجع الدين على الاعتدال في الاستهلاك، تنظيم الأولويات، الإنفاق الخيري، وتحديد معايير الحلال والحرام، بينما تؤثر الثقافة العامة والتراث على اختيار المنتجات وأنماط الاستهلاك، بما في ذلك استخدام التكنولوجيا والمنتجات الحديثة (Shuaibi، 2018). كما تعمل الثقافة المادية والروحية على توسيع خيارات الأفراد وتعريفهم بالمنتجات الجديدة، مما يعزز الطلب والاستهلاك المستمر (Al-Mansour، 2006).

الاستهلاك الاجتماعي:

الاستهلاك الاجتماعي مفهوم حديث نسبياً في دراسات سلوك المستهلك والعلوم الاجتماعية، وهو يختلف عن الاستهلاك الفردي المرتبط فقط بإشباع الحاجات المادية أو النفسية، فهو نمط الاستهلاك الذي يتجاوز تلبية الاحتياجات الفردية أو الأسرية ليشمل التأثيرات والعلاقات الاجتماعية، حيث يقوم الأفراد بشراء أو استخدام سلع وخدمات ليس فقط لفائدتها الشخصية، بل أيضاً لتعزيز مكانتهم الاجتماعية، الالتزام بالمعايير الاجتماعية، أو المشاركة في شبكات المجتمع (Wilk، 2020).

النماذج المفسرة لسلوك المستهلك:

النموذج هو بناء نظري يهدف إلى تمثيل الظاهرة في الحياة العلمية، من خلال تحديد العناصر المؤثرة فيها وبيان العلاقات المتشابكة بين هذه العناصر، وفي مجال سلوك المستهلك، يُعرّف النموذج بأنه تصوير مبسط وواضح لمجموعة العلاقات التي تفسّر العوامل المؤثرة على المستهلك، إضافة إلى العمليات النفسية التي تحدث بداخله، والتي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على قراراته الشرائية (Barbara، 2022)، وتُعد نماذج سلوك المستهلك أدوات أساسية لفهم وتفسير القرارات الاستهلاكية، وتتنوع هذه النماذج بين التقليدية والحديثة، الاقتصادية والنفسية والاجتماعية (Kotler & Keller، 2016).

وتُصنف النماذج المفسرة لسلوك المستهلك إلى نوعين رئيسيين هما النماذج الجزئية التي تركز على تفسير جزء محدد من سلوك المستهلك أو مرحلة معينة من عملية الشراء، والنماذج الشاملة التي تهدف إلى تقديم تصور متكامل يفسّر سلوك المستهلك بجميع مراحل وأبعاده (Barbara، 2022).

- 1- النموذج الاقتصادي لمارشال (المنفعة الحدية): يُعتبر هذا النموذج من أوائل النماذج المفسرة لسلوك المستهلك، يفترض أن المستهلك يتخذ قرارات الشراء بناءً على حسابات اقتصادية عقلانية، حيث يسعى لتعظيم المنفعة التي يحصل عليها من خلال إنفاق دخله على السلع والخدمات التي تحقق له أعلى مستوى من الإشباع، يعتمد هذا النموذج على مبدأ المنفعة الحدية، الذي يشير إلى أن المنفعة الإضافية الناتجة عن استهلاك وحدة إضافية من السلعة تتناقص مع زيادة الكمية المستهلكة (Madani & Khalifi، 2017).
- 2- النموذج النفسي لفرويد: يركز هذا النموذج على الدوافع النفسية والغرائزية التي تؤثر في سلوك المستهلك، يفترض أن الأفراد يسعون لإشباع غرائزهم ورغباتهم، سواء كانت مقبولة اجتماعياً أم لا، ويُستخدم هذا النموذج في التسويق لتحفيز الدوافع النفسية والعاطفية لدى المستهلكين (Belkheir، 2019).
- 3- نموذج فيلن (الإنفاق التفاخر): يركز على تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية في سلوك المستهلك، ويفترض أن الأفراد ينفقون المال ليس فقط لإشباع احتياجاتهم، بل أيضاً لإظهار مكانتهم الاجتماعية وثرائهم، وهو ما يُعرف بالإنفاق التفاخر، أي أن السلوك الاستهلاكي للفرد يتأثر بالمجتمع الذي يعيش فيه وبالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها (Narayan & Boa، 1993).
- 4- النموذج الشامل لسلوك المستهلك: يُعتبر من أكثر النماذج شمولاً، يأخذ في اعتباره مجموعة من المتغيرات النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، والثقافية التي تؤثر في سلوك المستهلك، يُستخدم لتفسير سلوك المستهلك النهائي من خلال تحليل مختلف المفاهيم التسويقية المتعلقة بهذا الموضوع (Journal of Business and Commercial Studies، 2017).

5- نموذج هوبز: يرى (Hobbes Model) أن السلوك الإنساني، بما فيه السلوك الاستهلاكي، تحكمه الرغبات والدوافع، إذ يسعى الإنسان بطبيعته إلى تعظيم المنفعة وتقليل الألم، ويُعد هذا المبدأ أساساً في نظريات المنفعة والاختيار العقلاني التي تفسر قرارات المستهلك، ويُستخدم النموذج كإطار فلسفي لفهم السلوك الاستهلاكي في السياق الاجتماعي والاقتصادي، ولتوجيه استراتيجيات التسويق نحو تلبية رغبات المستهلكين وتحقيق أهداف المؤسسات (Bray, 2008).

نظرية السلوك المخطط (Theory of Planned Behavior) :

طوّر Ajzen هذه النظرية لتفسير العلاقة بين المعتقدات المدركة للفرد وسلوكه الفعلي، التي تؤكد أن المواقف الشخصية، المعايير الاجتماعية، وإحساس السيطرة على السلوك تؤثر على النية السلوكية، والتي تحدد السلوك الفعلي. وتُعتبر المعتقدات المدركة (Perceived Beliefs) عنصراً أساسياً، تحدد تصورات الفرد تجاه النتائج الممكنة وقدرته على التنفيذ والقبول الاجتماعي، وبالتالي توجيه السلوك (Ajzen, 1991 & Bray, 2008)، توفر النظرية إطاراً لفهم دوافع السلوك البشري ودراسة العوامل النفسية والاجتماعية في مجالات مثل الاستهلاك والصحة والعمل والبيئة، كما تساهم المعتقدات المدركة في تفسير الفجوة بين النية والسلوك (Intention-Behavior Gap) وتتأثر بالعوامل الثقافية والسياقية مثل الأعراف الاجتماعية والثقة بالذات والقيم المجتمعية (Conner & Armitage, 1998).

نظرية الاقتصاد السلوكي (Behavioral Economics)

يدرس الاقتصاد السلوكي تأثير العوامل النفسية والمعرفية والعاطفية والثقافية والاجتماعية على قرارات الأفراد والمؤسسات، موضحاً لماذا لا يتصرف الأفراد دائماً وفق المصلحة الاقتصادية المثلى، بل وفق تصوراتهم الذاتية ومشاعرهم تجاه المخاطرة والمكافأة (Thaler, 2008) & Sunstein، وقد نقض هذا العلم فرضيتي العقلانية وكفاءة الأسواق في الاقتصاد التقليدي، ما دفع صانعي السياسات لإيلاء أهمية للجوانب النفسية والسلوكية في اتخاذ القرار الاقتصادي والمالي (قندوز، 2023).

وساهم (Kahneman & Tversky, 1979) في تطوير نظرية الاحتمالات (Prospect Theory)، مبيّنين أن الأفراد يقيمون النتائج نسبة إلى نقطة مرجعية ويميلون لتجنب الخسارة أكثر من تحقيق المكسب، وطوّر (Thaler, 2015) هذا الاتجاه بتوضيح تأثير التأطير والانحياز للحاضر على الادخار والاستهلاك والاستثمار.

يعتمد الاقتصاد السلوكي على ثلاثة مفاهيم رئيسية: التحيزات المعرفية المتأصلة من التجارب والثقافة (Obaidat, 2004)، العقلانية المحدودة بسبب حدود القدرات البشرية (Selter, 1990)، والاستدلال أو الحدس كاستراتيجية ذهنية سريعة لاتخاذ قرارات عملية (Alan, 2018).

إدراك المخاطر (Risk Perception) :

في نظرية القرار الكلاسيكية، تُقاس المخاطرة باختلاف النتائج المحتملة وقيمها، مع افتراض تفضيل صانعي القرار للمخاطر الأقل (Mitchell, 1999) أما في سلوك المستهلك، فالمخاطر المدركة تشمل جانب "الصدفة" المرتبط بالاحتمالية وجانب "الخطر" المرتبط بشدة العواقب السلبية (Wallach & Kogan, 1964)، وتُفسّر وفق مقدار الخسارة المحتملة والشعور بعدم اليقين (Kahneman & Tversky, 1979; Zheng, 2013)، كما يزيد الخطر مع يقين الفرد بتوقع الخسارة (Ston & Winter, 1987) ويشير (Sieberg, 1957) إلى غموض مفهوم المخاطر المدركة وعدم إمكانية تمثيلها بدقة بالاحتمالات.

يُركز التوجه النفسي على الإدراك الشخصي، الذي يتأثر بالبيئة والتجربة الفردية والثقافة (Kotler & Wallach & Bem, 1964) (Loureiro, 2010) (Keller, 2006) ويميز (Cunningham, 1967) بين المخاطر الموضوعية والمدركة، حيث يتفاعل المستهلك فقط مع المخاطر التي يُدرّكها، مثل مخاطر المال أو أداء المنتج، مما يؤثر في سلوكه، غالباً بتقليل الشراء أو البحث عن بدائل أكثر أماناً، حسب نوع المخاطر ومعالجتها (Loureiro, 2010).

الأزمة:

الأزمة هي موقف تواجهه المنظمة تتشابك فيه الأسباب بالنتائج، وتزداد حدتها مع ضعف قدرة صانعي القرار على التحكم في مجريات الأمور (Shuaibi, 2018)، تتميز الأزمات بعدم اليقين، نقص المعلومات، وضغط الوقت، مما يستلزم اتخاذ قرارات سريعة ودقيقة (Aliouh, 2003)، تمرّ الأزمة بثلاث مراحل: ما قبل الأزمة، حيث تظهر مؤشرات تحذيرية: الأزمة نفسها، حيث يظهر الحدث والاضطراب؛ وما بعد الأزمة، حيث تتضح آثارها وقد تكون مدمرة أو توفر فرصاً للتعلم وإعادة البناء (Shuaibi, 2018).

تؤثر الأزمات على التفاوتات الاجتماعية والاقتصادية والصحية، مثل فقدان الوظائف وزيادة البطالة، وتفرض ضغوطاً على سبل العيش حسب الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية، كما أثرت جائحة كوفيد-19 على سلاسل الإمداد والقدرة المالية للحكومات على تعزيز المساواة الاجتماعية (Daniel & Ramesh, 2022).

الدراسات السابقة:

- تناولت دراسة سرجيوس (2025) أثر الأزمة الاقتصادية في مصر منذ مارس 2022 على سلوك المستهلك الشرائي، مع التركيز على الدور الوسيط للعوامل العقلانية والعاطفية والاجتماعية، أظهرت نتائجها أن الأزمة أدت إلى تحول في أولويات المستهلكين نحو السلع الأساسية وتراجع الاهتمام بغير الضرورية، وأن العوامل العقلانية كانت الأكثر تأثراً بالأزمة، بينما كان للعوامل العاطفية تأثير إيجابي في شراء السلع الرفاهية، والاجتماعية في تعزيز الشراء بمختلف أنواعه، وخلصت الدراسة إلى أن الأزمات الاقتصادية تعيد تشكيل سلوك المستهلك وتبرز أهمية فهم أبعاده النفسية والاجتماعية أثناء الأزمات (Sarjius، 2025).
- في دراسة (2025) D'Acunto et al. لصالح بنك التسويات الدولية، تم تحليل إدراك الأسر وتوقعاتها الاقتصادية بعد موجات التضخم التي تلت جائحة كوفيد-19، إذ اعتمدت الدراسة على مسح ميداني شمل 31 دولة، تناول توقعات التضخم والدخل، تصورات ما بعد الجائحة، معرفة البنوك المركزية، والخصائص الديموغرافية والسلوكية للأسر، أظهرت لنتائجها أن الأسر تبالغ في تقدير التضخم وفقدان القوة الشرائية، وأن توقعاتها تتأثر بالعوامل الاجتماعية والنفسية والتعليم المالي، وبيّنت أن زيادة المعرفة بدور البنوك المركزية تساعد على استقرار التوقعات، ما يشير إلى أهمية الثقافة المالية والتواصل الفعال لتوجيه السلوك الاستهلاكي خلال الأزمات.
- في دراسة (2025) Badran حول أثر عدم اليقين في السياسات التجارية والنقدية خلال الصدمات الجيوسياسية على ثقة المستهلك الأمريكي، بيّنت أن ارتفاع الغموض في السياسة التجارية يؤدي إلى تراجع كبير في ثقة المستهلكين، خاصة أثناء الأزمات الكبرى، فيما أظهر عدم اليقين في السياسة النقدية أثر مهدئ يعكس ثقة المستهلكين بتدخلات الاحتياطي الفيدرالي. وأكدت الدراسة أهمية استقرار السياسة التجارية واستخدام الأدوات النقدية المرنة لتعزيز الثقة الاقتصادية في أوقات الاضطراب العالمي.
- دراسة سمهود وعيسى (2025) حول أثر الأزمات الاقتصادية على سلوك المستهلك الليبي، التي هدفت إلى الكشف عن التحولات التي طرأت على قرارات الشراء لأنواع السلع المختلفة (الأساسية، غير الأساسية، الكمالية والإلكترونية). باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، واقتصرت الدراسة ميدانياً على مدينة العجيلان خلال عام 2025.
- وأظهرت نتائج الدراسة أن الأزمة الاقتصادية كان لها تأثير كبير على الدخل الشخصي للمستهلكين نتيجة ارتفاع معدلات التضخم وتدهور سعر صرف الدينار الليبي، الأمر الذي أدى إلى انخفاض القدرة الشرائية وصعوبة متزايدة في تأمين السلع، وخاصة الأساسية منها، كما ساهم نقص السيولة النقدية في تبني الأفراد سياسة تقشفية صارمة للتكيف مع الظروف الاقتصادية الصعبة.
- وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين شدة الأزمة الاقتصادية وتأثيرها على القرارات الشرائية؛ فكلما اشتدت الأزمة زاد تأثيرها المباشر على سلوك المستهلك. وفي ظل هذه الظروف اتجه المستهلكون إلى أنماط استهلاك أكثر حذراً ووعياً، تمثلت في تقليص شراء السلع غير الضرورية والتركيز على الإنفاق على السلع الأساسية.
- دراسة Shang & Li (2024) حللت أثر مؤشر ثقة المستهلك (CCI) على الإنفاق السياحي خلال فترتي الركود والازدهار الاقتصادي، بالاعتماد على بيانات سوق السياحة البريطانية تغطي أزمات مثل الأزمة المالية العالمية 2008 وجائحة كوفيد-19 وفترة الانتعاش (2015-2019)، أظهرت النتائج أن الركود يؤدي إلى انخفاض الإنفاق وزيادة التوجه نحو السياحة الداخلية، في حين ترتفع ثقة المستهلكين والسياحة الدولية في فترات الازدهار، وخلصت الدراسة إلى أن مؤشر ثقة المستهلك يُعد أداة تنبؤية مهمة لسلوك السائح، داعية إلى توظيفه في تصميم السياسات السياحية وفق الدورات الاقتصادية (Shang & Li, 2024).
- دراسة Ichim (2023) حول سلوك المستهلك تجاه المنتجات الزراعية الغذائية خلال أزمة كوفيد-19 في رومانيا التي تناولت سلوك مستهلكي المنتجات الزراعية الغذائية خلال فترة العزل المفروضة في رومانيا في سياق جائحة كوفيد-19 في العام 2020 واستندت إلى استطلاع رأي جمع معلومات حول تأثير العوامل الديموغرافية، مثل الجنس، العمر، وبيئة المعيشة، على تخصيص المستهلكين لدخلهم لشراء المنتجات الغذائية الزراعية، وأظهرت نتائجها أن هذه المتغيرات المستقلة تؤثر بشكل ملحوظ على قرارات الشراء، حيث يميل المستهلكون إلى تعديل سلوكهم وفقاً لبيئة معيشتهم واحتياجاتهم الفردية أثناء الأزمات.
- دراسة (2021) Palau-Saumell لتحليل تأثير جائحة كوفيد-19 على استهلاك المنتجات الغذائية المحلية في إسبانيا باستخدام نموذج موسع لنظرية السلوك المخطط مع إدراج تصور الخطر locavorism ، والتحكم الداخلي (INLOC) استخدمت الدراسة نموذج المعادلات الهيكلية عبر المربعات الصغرى لاختبار السلوك الشرائي والنية للتحول نحو المنتجات المحلي، . فكانت النتائج أن إدراك خطر الإصابة بالجائحة عزز الميل لشراء المنتجات المحلية وأثر إيجابي على المواقف تجاهها، كما بيّنت أهمية INLOC أو locavorism في تشكيل المواقف والنية للتحول، بينما كان للضغط الاجتماعي تأثير واضح على النوايا الشرائية. وأظهرت النتائج أن التحكم في السلوك لم يؤثر إيجابياً على الشراء، مؤكدة أهمية دعم السياسات التي تربط المنتجين المحليين بالمستهلكين وتعزز القنوات الرقمية والتوصيل المتزلي.

- شعبي (2018)، في دراسة له بعنوان "إدارة الأزمات ودورها في مواجهة السلوك الاستهلاكي للأسرة"، هدف إلى التعرف على دور إدارة الأزمات في التأثير على السلوك الاستهلاكي داخل المجتمع السعودي، مع التركيز على العوامل المؤثرة مثل الجماعات المرجعية والطبقة الاجتماعية، أظهرت النتائج أن الجنس والحالة الاجتماعية وحجم الأسرة والعمر والدخل تمثل عوامل حاسمة في إدارة الأزمات وأنماط الاستهلاك؛ حيث كان الذكور وغير المتزوجين والأسر الصغيرة أكثر قدرة على التكيف، في حين كانت الإناث أكثر وعياً في سلوكهن الاستهلاكي، و أن الدخل الشهري والمستوى التعليمي يعدان أكثر المحددات تأثيراً في السلوك الاستهلاكي أثناء الأزمات (Shuaibi, 2018).
- دراسة أبو عيدة (2013)، بعنوان "أثر الإنفاق الحكومي على النمو الاقتصادي في الأراضي الفلسطينية"، هدفت الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الإنفاق الحكومي والنمو الاقتصادي في فلسطين خلال الفترة (2013-1995)، أظهرت نتائجها وجود علاقة سببية موجبة من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي نحو الإنفاق الحكومي الإجمالي والجاري والتطويري، وكذلك علاقة إيجابية من الإنفاق الحكومي الإجمالي والجاري نحو الناتج المحلي الإجمالي، بينما لم تثبت العلاقة السببية بين الإنفاق التطويري والنمو الاقتصادي (Abu Aida, 2013).
- دراسة (Weber & Hsee 1998) بعنوان "الاختلافات الثقافية في إدراك المخاطر والتشابهات في المواقف تجاهها"، هدفت إلى المقارنة بين المستهلكين في الصين، والولايات المتحدة، وألمانيا، وبولندا، لفهم الفروق الثقافية في إدراك المخاطر وتفضيلات اتخاذ القرار، وأظهرت نتائجها أن المشاركين الصينيين أقل نفوراً من المخاطر مقارنة بالأمريكيين عند تقييم الخيارات المالية، وأن هذه الفروق ناتجة عن اختلاف إدراك المخاطر وليس عن اختلاف الموقف منها بعد إدراكها، وأوضحت الدراسة أن الأفراد في جميع الثقافات يفضلون الخيارات التي تُدرك على أنها أقل مخاطرة، مما يعزز مفهوم العائد مقابل المخاطرة في سلوك اتخاذ القرار (Weber & Hsee, 1998).

التحليل المقارن للدراسات السابقة:

بالنظر إلى الدراسات السابقة وتعدد السياقات الجغرافية التي ركزت على تأثير الأزمات الاقتصادية على سلوك المستهلك من منظور واقعي ومقارن، مع توظيف أدوات تحليل متقدمة كالـ PLS-SEM ومؤشرات الثقة، وإظهار الأبعاد النفسية والاجتماعية والاقتصادية الكلية التي تؤثر هذا السلوك إلا أن مراجعتها تكشف عدداً من الجوانب التي لم تُبحث بصورة كافية.

فقد ركزت الدراسات الحديثة على الأزمات الاقتصادية قصيرة أو متوسطة الأمد المرتبطة بالتضخم أو الجائحة أو الركود الدوري، وأظهرت أن المستهلك يميل إلى إعادة ترتيب أولوياته نحو السلع الأساسية، وأن العوامل العقلانية والنفسية والاجتماعية تلعب أدواراً متفاوتة في اتخاذ القرار الشرائي. كما تناولت بعض الدراسات دور الثقة الاقتصادية والسياسات النقدية أو الثقافة المالية في تفسير التوقعات الاستهلاكية، بينما ركزت أخرى على الخصائص الديموغرافية أو إدراك المخاطر أو تأثير الصدمات العالمية على أنماط الاستهلاك.

إلا أن هذه الدراسات تشترك في عدة حدود رئيسية منها الطبيعة المؤقتة للأزمة المدروسة، فمعظم الدراسات تناولت أزمات دورية أو انتقالية (أزمات مالية، تضخم، جائحة)، وهي أزمات يتوقع المستهلك نهايتها خلال أفق زمني واضح قد يكون واضح نسبياً، بينما لم تعالج بشكل كافٍ الأزمات المركبة والممتدة والطويلة التي قد تكون تصبح جزءاً دائماً من البيئة المعيشية، كما هو الحال في الاقتصادات الهشة أو الواقعة تحت قيود سياسية واقتصادية طويلة الأمد، وفي الحالة السياق الفلسطيني الذي يمتاز بالقيود الاقتصادية والسياسية، فإنه لا توجد دراسات سابقة كافية تُفسر سلوك المستهلك الفلسطيني في بيئة يعاني منها بعدم الاستقرار الاقتصادي وقيود على الحركة والوصول إلى الأسواق مع تقلب شديد في مصادر الدخل والمساعدات بالتالي وجود تداخل ما بين العوامل الاقتصادية والسياسية للتأثير على قرارته، وهو ما يجعل نماذج السلوك الاستهلاكي التقليدية غير كافية لتفسير قرارات المستهلك في هذه البيئة.

ركزت الدراسات السابقة بشكل جزئي على أحد الأبعاد السلوكية، حيث غالبية الدراسات تناولت بعداً واحداً أو بعدين من محددات السلوك (اقتصادي، نفسي، اجتماعي)، بينما لم يتم دمج هذه الأبعاد في نموذج واحد يفسر السلوك في ظل الأزمات الممتدة حيث تتحول قرارات الاستهلاك من استجابة مؤقتة إلى نمط معيشة دائم. وافتعال دور التكيف دور الأمد وتحول السلوك إلى استراتيجيات معيشية مثل الاعتماد على المساعدات الاجتماعية

وبناءً على ما سبق، تسعى الدراسة الحالية إلى سد فجوة بحثية تتمثل في تحليل سلوك المستهلك في سياق أزمة ممتدة ومركبة، من خلال نموذج يدمج الأبعاد الاقتصادية والنفسية والاجتماعية في البيئة الفلسطينية غير المستقرة، حيث لا يكون الاستهلاك مجرد استجابة لصدمة مؤقتة، بل آلية تكيف مع واقع اقتصادي طويل الأمد.

3- الطريقة والإجراءات:

منهج الدراسة:

أُستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي التفسيري، حيث تم الرجوع إلى الأدبيات السابقة حول الموضوع لتوضيح الخلفية النظرية للدراسة، وبالأستناد إلى الأدبيات والدراسات السابقة، ثم تصميم استبانة استهدفت جمع البيانات المتعلقة بالموضوع من أفراد العينة وجرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب وتحليلها ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج PLS-SEM، الذي يُعد من أبرز نماذج المعادلات الهيكلية بالحد الأدنى من المربعات الصغرى، نظراً لسهولة استخدامه ودقته في تحليل العلاقات المعقدة بين المتغيرات

مجتمع الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من سكان مدينة أريحا

عينة الدراسة:

تم اختيار العينة باستخدام العينة العشوائية الطبقية، لضمان تمثيل الفئات الديموغرافية المختلفة (الجنس، الفئات العمرية، ومستويات الدخل). وقد بلغ حجم العينة (238) مفردة، تم تحديدها وفق معايير ملاءمة نماذج المعادلات الهيكلية (PLS-SEM) التي تتطلب حداً أدنى مناسباً لحجم العينة مقارنة بعدد المتغيرات والمؤشرات في النموذج.

أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة التي استخدمتها الباحثة باستبيان أُعد لتعرف على تأثير الإدراك بالمخاطر الاقتصادية على السلوك الاستهلاكي للمواطنين في أوقات الحرب، دراسة حالة مدينة أريحا خلال الحرب على قطاع غزة، أما عن طريقة تصميم الاستبيان فقد استعانت الباحثة بالأدبيات والدراسات السابقة في مجال الدراسة، لتحديد صيغ الأسئلة المناسبة، وللتحقق من صدق المحتوى، عُرضت الأداة على عدد (3) من المحكمين المتخصصين في مجالات الاقتصاد، والإدارة، والإحصاء التطبيقي، والعلوم الاجتماعية، وذلك للتأكد من وضوح الفقرات وملاءمتها لأهداف الدراسة، وقد أُجريت التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظاتهم بحيث تكون بصورته النهائية المكونة من 4 محاور ب (20) فقرة تم اختيار المشاركين وفق مجموعة من المعايير لضمان ملاءمتهم لأهداف الدراسة؛ حيث شملت العينة الأفراد الذين تبلغ أعمارهم (18) عاماً فأكثر، باعتبارهم الفئة القادرة على اتخاذ قرارات الاستهلاك والشراء داخل الأسرة أو المشاركة فيها. كما اقتصر الاختيار على الأفراد المقيمين فعلياً في مدينة أريحا خلال فترة الحرب محل الدراسة، وأن يكون المشاركون مسؤولاً بشكل مباشر أو جزئي عن قرارات الشراء أو إدارة الإنفاق الأسري.

واستُبعدت الاستبانات التي أجاب عنها أفراد غير مقيمين في المحافظة، أو ممن لا يندرجون ضمن الفئة المشاركة في اتخاذ القرار الاستهلاكي للأسرة.

ولتعزيز تمثيل مجتمع الدراسة، تم توزيع الاستبانات على مناطق سكنية مختلفة داخل المدينة، وأماكن العمل والأسواق، إضافة إلى نشرها عبر المنصات الإلكترونية المحلية، وكذلك من خلال الأطر المهنية والنقابية الممثلة للعاملين، مثل اتحاد نقابات العمال، بما يساهم في الوصول إلى شرائح اجتماعية واقتصادية متنوعة وتقليل التحيز في الاختيار.

تم جمع البيانات خلال الفترة من (2025/6/24) إلى (2025/8/6)، باستخدام استبيان وُزِع إلكترونياً، حيث تم توزيع 250 استبيان، استُرد منها 238 استبانة صالحة للتحليل، بنسبة استجابة بلغت 95%. ويُعد هذا المعدل مقبولاً إحصائياً في الدراسات الميدانية السلوكية التي تعتمد الاستبانة

قبل إجراء التحليل باستخدام نموذج المعادلات البنائية، خضعت البيانات لعملية فحص وتنقية لضمان جودتها وملاءمتها للتحليل الإحصائي. حيث تم استبعاد الاستبانات التي تجاوزت نسبة البيانات المفقودة فيها (20%)، كما تم حذف الاستجابات النمطية التي اتسمت بتكرار الإجابة نفسها على جميع الفقرات بما يشير إلى عدم الجدية في الإجابة.

أما القيم المفقودة البسيطة (أقل من 5%) فقد عولجت باستخدام أسلوب المتوسط الحسابي، نظراً لانخفاض نسبتها وعدم تأثيرها الجوهرية في تقديرات النموذج. وبعد ذلك تم التحقق من شروط التحليل الإحصائي من خلال اختبار الصدق والثبات لأداة القياس قبل اختبار النموذج البنائي، كما تم اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ ومعامل الثبات المركب (Composite Reliability)، إضافة إلى التحقق من الصدق التقاربي والتمييزي ضمن نموذج القياس في PLS-SEM.

وبعد إتمام عملية التنقية والمعالجة، بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل النهائي (238) استبانة.

استُخدمت المقابلات المتعمقة مع جهات مختصة محلية في الاقتصاد الفلسطيني لتفسير وتعليل أبرز نتائج التحليل الإحصائي.

نتائج تحليل الاستبيان:

نتائج توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من 238 فرداً تم توزيعهم وفق مجموعة من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، وبعد تحليل الاستبانة أظهرت النتائج أن الإناث شكلن 55.5% من العينة مقابل 44.5% للذكور، أما من حيث العمر، فكانت الفئة 35-44 سنة هي الأكبر بنسبة 35.3%، تليها فئة 45 سنة فأكثر بنسبة 38.2%، في حين شكلت الفئة أقل من 25 سنة النسبة الأدنى (6.7%)، فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية، تبين أن 78.6% من أفراد العينة متزوجون مقابل 21.4% عزاب، أما من حيث المستوى التعليمي، فقد كانت الغالبية من حملة البكالوريوس (52.1%)، تليها الدراسات العليا (26.1%)، ما يعكس تنوعاً تعليمياً في عينة الدراسة، وبالنسبة إلى الدخل الشهري للأسرة، فقد تركزت النسبة الأكبر ضمن فئة 2001-4000 شيكل (47.1%)، تليها فئة 4001-6000 شيكل (28.6%)، في حين أن 14.3% تقل دخولهم عن 2000 شيكل. أما مصدر الدخل، فتبين أن 51.7% يعملون في القطاع العام، و 27.3% في القطاع الخاص، و 4.6% كانوا عمال بأجر، و 8.4% في أعمال حرة، وأظهرت البيانات أن غالبية الأسر تتكون من 4-6 أفراد (53.8%)، مقابل 23.1% للأسر الصغيرة (1-3 أفراد)، و 23.1% للأسر التي تتكون من أكثر من أفراد.

حسب متغير الاستراتيجيات التي يتم اتباعها للتكيف مع الأزمة الاقتصادية الحالية:

أظهرت النتائج أن أفراد العينة يتبعون استراتيجيات متنوعة للتكيف مع الأزمة الاقتصادية، أبرزها الاعتماد على التخفيضات والعروض (23.5%) وتقليل الاستهلاك العام (22.7%)، بينما 29% منهم يستخدمون أكثر من طريقة للتكيف، وهذه النتائج تشير إلى تنوع اجتماعي واقتصادي واضح بين أفراد العينة، وإلى أن التحديات الاقتصادية أثرت بشكل مباشر في سلوكهم ونمط حياتهم واختياراتهم اليومية. أولاً: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الأول الرئيس ما مستوى إدراك سكان أريحا للمخاطر الاقتصادية خلال الحرب على غزة؟ ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية لمجال الدراسة الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، والجداول التالية توضح ذلك:

جدول رقم (1): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

التسلسل	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
1	أشعر بقلق دائم من فقدان مصدر الدخل.	4.2	0.93	83.5
2	أعتقد أن الأسعار ستستمر بالارتفاع بشكل حاد.	4.4	0.71	88.8
3	أشعر بأن فرص العمل أصبحت أقل استقراراً.	4.5	0.79	89.2
4	أخاف من عدم القدرة على تلبية الاحتياجات الأساسية للأسرة.	4.3	0.83	85.0
5	الأخبار الاقتصادية تزيد من شعوري بالقلق تجاه المستقبل المالي.	4.4	0.67	88.3
	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	4.3	0.52	86.9

يتضح من نتائج الجدول (1) أن الفقرة "أشعر بأن فرص العمل أصبحت أقل استقراراً" حازت على أعلى متوسط حسابي (4.5)، في حين حصلت فقرة "أشعر بقلق دائم من فقدان مصدر الدخل" على أدنى متوسط (4.2). ويبلغ المتوسط العام لاستجابات المشاركين حول الإدراك بالمخاطر الاقتصادية (4.3)، مما يعكس إدراكاً مرتفعاً للمخاطر، كما يظهر أن القلق من فقدان الدخل حاضراً لدى معظم المشاركين، بمتوسط 4.2 وانحراف معياري 0.93، فيما تلعب الأخبار الاقتصادية دوراً كبيراً في زيادة القلق المالي بمتوسط 4.4 وانحراف معياري 0.67، مما يشير إلى توافق كبير في الرأي. إجمالاً، يبرز الجدول (1) أن المشاركين يمتلكون درجة عالية من الإدراك بالمخاطر الاقتصادية مع تباين بسيط في بعض النقاط، مما يؤكد تأثير القلق الاقتصادي على حياتهم اليومية.

جدول رقم (2): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال السلوك الاستهلاكي

التسلسل	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
1	قمت بالتقليل من شراء السلع الكمالية والترفيهية	4.4	0.71	88.8
2	أركز أكثر على شراء السلع الأساسية.	4.5	0.65	90.9
3	أصبحت أبحث عن بدائل أرخص للسلع العادية	4.2	0.86	84.1

التسلسل	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
4	أجل القرارات الشرائية غير الضرورية إلى حين تحسن الأوضاع الاقتصادية	4.4	0.78	88.0
5	أصبحت أستخدم أساليب للتوفير مثل الشراء بكميات أكبر أو من أماكن أرخص	4.2	0.84	83.4
6	أصبحت أكثر حرصاً على الادخار حتى أواجه الأزمات المستقبلية.	4.0	1.02	79.2
	السلوك الاستهلاكي	4.3	0.55	85.7

الإجابة على السؤال الثاني، أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط السلوك الاستهلاكي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، مستوى التعليم، مستوى الدخل، مصدر الدخل، وحجم الأسرة، حيث تبين أن جميع قيم (T) كانت أقل من (1.96)، وقيم (P) أكبر من (0.05)، كما شملت فترات الثقة عند مستوى 95% القيمة الصفر، مما يشير إلى أن المتغيرات الديموغرافية لم يكن لها تأثير معنوي أو معدل على العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية. وبناءً عليه، يمكن القول إن أنماط السلوك الاستهلاكي متقاربة نسبياً بين فئات الأفراد المختلفة ديموغرافياً ولا تختلف بدرجة ذات دلالة إحصائية في هذا السياق.

الإجابة على السؤال الثالث للدراسة، يتضح من نتائج الجدول رقم (2) أن الفقرة التي تنص على "أركز أكثر على شراء السلع الأساسية" قد حازت على أعلى المتوسطات الحسابية وكان متوسطها الحسابي بمقدار (4.5)، في حين حصلت الفقرة التي تنص على "أصبحت أكثر حرصاً على الادخار حتى أواجه الأزمات المستقبلية" على أدنى متوسط حسابي حيث كان يساوي (4.0).

ومن ذلك، يمكن تفسير أثر السلوك الاستهلاكي حيث بلغ متوسطه الحسابي العام لاستجابات المبحوثين (4.3)، وهو مرتفع، كما يظهر أن المشاركين يتخذون تدابير واضحة لتقليل الإنفاق على السلع الكمالية والترفيهية، حيث حصلت الفقرة المتعلقة بذلك على متوسط حسابي قدره (4.4) والانحراف المعياري (0.71)، مما يدل على توافق جيد في آراء المشاركين حول هذا السلوك.

بالإضافة إلى ذلك، يظهر أن المشاركين يحرصون على البحث عن بدائل أرخص للسلع العادية، حيث حصلت الفقرة المتعلقة بهذا الموضوع على متوسط حسابي (4.2) وانحراف معياري (0.86)، مما يشير إلى تباين بسيط في الإجابات بين المشاركين في هذا الصدد. إجمالاً، يعكس الجدول أن المشاركين يتبعون سلوكاً استهلاكياً يعتمد على توفير المال وتوجيه الإنفاق نحو السلع الأساسية فقط، مما يدل على وعيمهم بالأوضاع الاقتصادية وحرصهم على اتخاذ إجراءات مالية مدروسة لمواجهة التحديات الاقتصادية المستقبلية.

جدول رقم (3) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات مقياس المناهج التعليمية

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	4.35	0.52	86.9
السلوك الاستهلاكي	4.29	0.55	85.7

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (3) أن المجال (الإدراك بالمخاطر الاقتصادية) قد حاز على أعلى متوسط حسابي وكان متوسطه الحسابي يساوي (4.35)، في حين حصل المجال (السلوك الاستهلاكي) على متوسط حسابي أدنى حيث كان المتوسط الحسابي (4.29). بعد جمع إجابات أفراد العينة، جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب، جرى ترميز البيانات وإدخالها ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج PLS-SEM، الذي يُعد من أبرز نماذج المعادلات الهيكلية بالحد الأدنى من المربعات الصغرى، نظراً لسهولة استخدامه ودقته في تحليل العلاقات المعقدة بين المتغيرات. (Sarstedt et al., 2014)

والذي يعد نموذج المعادلات الهيكلية بالمربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) إحدى تقنيات تحليل البيانات متعددة المتغيرات وأحد التطبيقات البرمجية المهمة التي تحظى بشعبية كبيرة بين الباحثين نظراً لميزات إعداد التقارير والواجهة الرسومية سهلة الاستخدام (Sarstedt et al., 2014)، وقد تم استخدامه كأداة إحصائية في الدراسة الحالية ويعتبر من أفضل الأدوات المتاحة لتقييم البيانات المتعلقة بالمشكلات الاجتماعية في الآونة الأخيرة. وفقاً لـ ((Cho et al., 2020; Sarstedt et al., 2017; Hair et al., 2017)، فإن تحليل النموذج الداخلي وتقييمات النموذج الخارجي هما التقييمان اللذان يحدثان من خلال المعادلة ذات الخطوتين المعروفة باسم (PLS-SEM). ويفضل على الانحدار المتعدد وذلك لقدرته على إدارة العديد من المعادلات بشكل ديناميكي وإنشاء علاقات مع جميع الظواهر المباشرة والتدخلية. في (PLS-SEM) هناك معادلة من خطوتين. الخطوة الأولى هي تقييم صلاحية النموذج وموثوقيته النموذج القياس (measurement model) لكل بناء، والخطوة

الثانية هي فحص نتائج النموذج الهيكلي (structural model)، وهو أمر ضروري لتقييم الفرضيات واختبار نموذج الدراسة وإثبات صحة أو نفي الفرضيات.

اعتمدت الدراسة على نهج الخطوتين في تحليل النموذجين الداخلي والخارجي وفقاً لـ (Hair et al., 2023; Sarstedt et al., 2017; Cho et al., 2020)، حيث تتضمن الخطوة الأولى تقييم النموذج القياسي (Measurement Model) للتحقق من صدق وثبات أدوات القياس، بينما تُعنى الخطوة الثانية بتحليل النموذج الهيكلي (Structural Model) لتحديد العلاقات السببية بين المتغيرات المستقلة والتابعة واختبار فرضيات الدراسة، يقسم التحليل باستخدام برنامج التحليل الإحصائي المتقدم (PLS-SEM) إلى جزئين رئيسيين وهما:

1. النموذج القياسي (الخارجي): Measurement Model يختص بالعلاقات بين المتغيرات الكامنة ومؤشراتها، ويستخدم لقياس صدق وثبات أدوات القياس.

2. النموذج الهيكلي (الداخلي) Structural Model: يوضح العلاقات السببية بين المتغيرات المستقلة والتابعة، ويُستخدم لاختبار فرضيات الدراسة وتقدير حجم واتجاه الأثر.

يُقسم تحليل النموذج القياسي Measurement Model إلى قسمين رئيسيين هما:

1. تحليل الصدق التقاربي للمقاييس Convergent validity

يشير الصدق التقاربي Convergent Validity إلى درجة اتساق العناصر المستخدمة لقياس المفهوم مع بعضها البعض، ووفقاً لما أشار إليه فإن تقدير الصدق التقاربي يتم من خلال ثلاثة معايير هي: الاتساق الداخلي - التشبعات Factor Loading، ثبات المقياس Reliability، الموثوقية المركبة Composite Reliability (CR)، ومتوسط التباين المفسر Average Variance Extracted (AVE)، وبالإضافة إلى تلك المعايير يستخدم البرنامج مجموعة من المقاييس مثل:

Bootstrapping (إعادة المعاينة): هو أسلوب إحصائي لا يفترض شكلاً محدداً لتوزيع البيانات، ويعتمد على إعادة سحب عدد كبير من العينات الفرعية من العينة الأصلية (مع الإرجاع) ثم إعادة تقدير النموذج في كل مرة. الهدف منه هو تكوين "توزيع تجريبي" لتقديرات النموذج (مثل معاملات المسارات والأحمال/الأوزان)، ومن خلاله نحصل على الخطأ المعياري للتقديرات، وهو ما يتيح حساب قيم t وبناء فواصل الثقة.

T-statistics تُستخدم لمعرفة ما إذا كان التقدير (مثل معامل مسار) مختلفاً عن الصفر بدرجة يمكن اعتبارها دالة إحصائية. وعادةً تُحسب بقسمة قيمة التقدير على خطئه المعياري الناتج عن Bootstrapping، لذلك كلما كانت t أكبر كان الدليل الإحصائي على وجود أثر أقوى غالباً.

P-values (القيمة الاحتمالية p): القيمة الاحتمالية p تُستخدم لاتخاذ قرار حول دلالة العلاقة/الأثر في ضوء فرضية العدم (أن الأثر يساوي صفراً). في تقارير PLS-SEM تُعرض p-values غالباً إلى جانب t كطريقة شائعة للحكم على دعم الفرضيات (مثل اعتماد عتبة $p < 0.05$).

Confidence Intervals (فواصل الثقة): (مثل 95% CI) هو نطاق يوضح القيم المحتملة للمعلمة المقدرة، ويتم اشتقاقه في PLS-SEM من نتائج Bootstrapping. ميزة فواصل الثقة أنها لا تكتفي بالحكم "دال/غير دال"، بل توضح أيضاً مقدار عدم اليقين حول التقدير؛ ومن القواعد الشائعة في التفسير: إذا كان فاصل الثقة لا يتضمن الصفر فهذا يدعم دلالة المعامل إحصائياً.

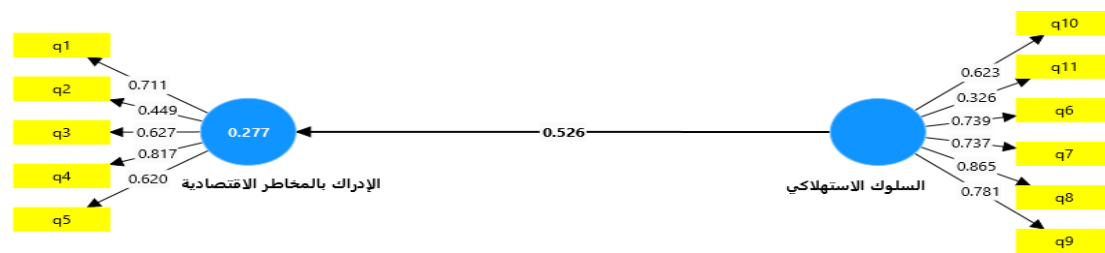
- طرق فواصل الثقة (BCa و Percentile) يوفر Smart PLS أكثر من طريقة لبناء فواصل الثقة من Bootstrapping، ومن أشهرها Percentile (وهي الخيار الافتراضي غالباً) و BCa. تُعد Percentile خياراً عملياً وشائعاً، بينما يُفضل BCa عندما يكون توزيع bootstrap غير متماثل/غير طبيعي لأنه يطبق تصحيحات للتعامل مع الانحراف المحتمل.

وفي الجدول (4): توضيحاً للمعايير المعتمدة علمياً لقبول عناصر الصدق التقاربي:

الجدول (4): معايير قبول عناصر الصدق التقاربي

المعايير	القيم المعتمدة
الاتساق الداخلي Factor loading	يجب أن تكون قيمة التشبعات Factor loading لكل الاسئلة أكبر من 0.70 بحسب (Hair Jr et al., 2023).
الموثوقية المركبة Composite Reliability (CR)	يجب أن تكون قيم الموثوقية المركبة CR أكبر من 0.70 لتجسيد التناسق الداخلي بين مؤشرات العام وذلك بحسب (Hair Jr et al., 2023).
متوسط التباين المفسر Average Variance Extracted (AVE)	يجب أن تكون قيم التباين المفسر (AVE) أكبر من 0.50 لتجسد نجاح جميع أسئلة العامل في قياسه وذلك بحسب (Hair Jr et al., 2023).

يظهر الشكل رقم (1) نتائج تحليل النموذج القياسي Measurement Model كما أظهرها برنامج (PLS-SEM) لمجالات الدراسة



شكل رقم (1) النموذج القياسي ويظهر قيم التشبعات قبل الحذف

أ. الاتساق الداخلي - التشبعات Factor Loading :

يتم تقدير الاتساق الداخلي لنموذج الدراسة من خلال اختبار تشبعات الأسئلة (الفقرات) لجميع الأبعاد، وللتحقق من الصدق التقاربي لنموذج الدراسة، يتم تقييم صدق النموذج من خلال قياس تشبعات فقرات نموذج الدراسة (Factor loading) حيث تشير النتائج في الجدول رقم (5) والشكل رقم (2) إلى قيم تشبعات Factor Loadings العبارات (الأسئلة) لجميع عوامل الدراسة.

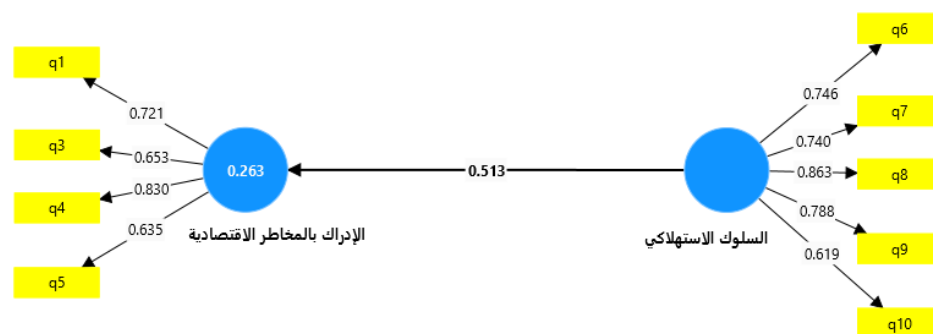
الجدول (5): نتائج تشبعات الأسئلة لكل أبعاد الدراسة

العامل	الرمز	العبرة	قيم التشبعات
المحور الأول: الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	q1	أشعر بقلق دائم من فقدان مصدر الدخل.	0.721
	q2	أعتقد أن الأسعار ستستمر بالارتفاع بشكل حاد.	0.449
	q3	أشعر بأن فرص العمل أصبحت أقل استقراراً.	0.653
	q4	أخاف من عدم القدرة على تلبية الاحتياجات الأساسية للأسرة.	0.830
	q5	الأخبار الاقتصادية تزيد من شعوري بالقلق تجاه المستقبل المالي.	0.635
المحور الثاني: السلوك الاستهلاكي	q6	قمت بالتقليل من شراء السلع الكمالية والترفيهية	0.746
	q7	أركز أكثر على شراء السلع الأساسية.	0.740
	q8	أصبحت أبحث عن بدائل أرخص للسلع العادية	0.863
	q9	أؤجل القرارات الشرائية غير الضرورية إلى حين تحسن الأوضاع الاقتصادية	0.788
	q10	أصبحت أستخدم أساليب للتوفير مثل الشراء بكميات أكبر أو من أماكن أرخص	0.619
	q11	أصبحت أكثر حرصاً على الادخار حتى أواجه الأزمات المستقبلية.	0.326

و تُظهر نتائج الجدول (5) والشكل رقم (1) أن غالبية فقرات المحور الأول (الإدراك بالمخاطر الاقتصادية) حققت تشبعات مقبولة (مثل $q1=0.721$, $q4=0.830$)، بينما سجلت الفقرة q2 تشبعاً منخفضاً (0.449). وتُظهر نتائج المحور الثاني (السلوك الاستهلاكي) تشبعات جيدة لمعظم الفقرات (مثل $q8=0.863$)، في حين جاءت الفقرة q11 بتشبع منخفض جداً (0.326). وبناءً على إرشادات تقييم نموذج القياس في PLS-SEM، تم استبعاد الفقرتين q2 و q11 لانخفاض تشبعاتهما بما قد يضعف جودة القياس والصدق التقاربي، وذلك بهدف تحسين خصائص نموذج القياس قبل الانتقال لتقييم النموذج البنائي (Hair et al., 2023)

يظهر الشكل رقم (2) نتائج تحليل النموذج القياسي Measurement Model كما أظهرها برنامج (PLS-SEM). لمجالات الدراسة قيم

التشبعات بعد الحذف



شكل رقم (2) النموذج القياسي ويظهر قيم التشبعات بعد الحذف

ب. ثبات المقياس الموثوقية المركبة. Composite Reliability

يقيس مقياس كرو نباخ الفا والموثوقية المركبة مجموع أحمال العامل المتغير الكامنة بالنسبة إلى مجموع أحمال العامل زائد تباين الخطأ ويجب أن تكون القيمة الموصي بها 0.7 فما فوق بحسب (Hair Jr et al., 2023)، ويمكن توضيح نتائج ثبات كرونباخ الفا Cronbach's alpha ومقياس الموثوقية المركبة (CR) Composite Reliability في الجدول رقم (6):

الجدول (6): نتائج الموثوقية المركبة CR

الأبعاد	كرونباخ الفا	الموثوقية المركبة	Composite reliability
	Cronbach's alpha	(rho_a)	(rho_c)
الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	0.701	0.702	0.804
السلوك الاستهلاكي	0.811	0.847	0.868

تشير نتائج مقياس كرو نباخ الفا والموثوقية المركبة CR أن جميع القيم أكبر من 0.70 كما في الجدول رقم (6)، ويمكن القول أن مقياس الموثوقية المركبة قد تحقق، أي أن مستوى الاتساق الداخلي بين عوامل الدراسة يعتبر عالي وذلك بحسب (Hair Jr et al., 2023). حيث أظهرت قيم كرو نباخ الفا للإدراك بالمخاطر الاقتصادية (0.701) والسلوك الاستهلاكي (0.811) أن المقاييس التي تم استخدامها تظهر ثباتاً داخلياً جيداً بشكل عام.

ج. متوسط التباين المفسر (Average Variance Extracted (AVE).

يُعد متوسط التباين المفسر (AVE) من أهم مؤشرات الصدق التقاربي في النموذج البنائي، ويُحسب من خلال مجموع التحييلات المعيارية المربعة للمؤشرات المرتبطة بالعامل مقسوماً على عددها، وتشير قيمة $AVE \geq 0.50$ إلى أن العامل يفسر أكثر من نصف التباين في مؤشرات، مما يعكس صدقاً تقاربياً مقبولاً، وفيما يتعلق بنتائج متوسط التباين المفسر (Average Variance Extracted (AVE) فهي كما في الجدول رقم (7) التالي:

الجدول (7): نتائج متوسط التباين المفسر AVE

المتغير	Average Variance Extracted (AVE) متوسط التباين المفسر
الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	0.510
السلوك الاستهلاكي	0.571

تشير نتائج متوسط التباين المفسر Average Variance Extracted كما في الجدول رقم (7) فإن جميع القيم تجاوزت المعيار الموصي به، أي أن معيار متوسط التباين المفسر قد تحقق أي أنه يوجد توافق بين أسئلة العامل مع بعضها البعض.

2. الصدق التمايزي Discriminant Validity وهو يشير إلى مدى تباعد المتغيرات عن بعضها، أي أن كل متغير يقيس نفسه فقط دون غيره، لضمان عدم تكرار المتغيرات، للتحقق من الصدق التمايزي للنموذج المقترح، تم استخدام معيار Fornell-Larcker و Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)، وهما من أكثر الاختبارات شيوعاً في نمذجة المعادلات الهيكلية باستخدام أسلوب PLS-SEM (Hair et al., 2023; Henseler et al., 2015)

أولاً: نتائج معيار Fornell-Larcker

أظهرت نتائج معيار Fornell-Larcker أن جميع قيم الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج ($\sqrt{AVE}$) لكل متغير كانت أكبر من معاملات ارتباطه مع المتغيرات الأخرى، مما يعني أن كل متغير يميز نفسه بوضوح عن غيره ولا يوجد تداخل بين المتغيرات. بلغت قيمة $\sqrt{AVE}$ لمتغير الإدراك بالمخاطر الاقتصادية (0.846) وهي أعلى من ارتباطاته مع بقية المتغيرات (أعلى ارتباط 0.513 مع السلوك الاستهلاكي)، كذلك، بلغت قيمة $\sqrt{AVE}$ لمتغير السلوك الاستهلاكي (0.868) متجاوزة جميع ارتباطاته الأخرى، وبالتالي، فإن الصدق التمايزي لأداة الدراسة متحقق.

الجدول رقم (8): نتائج الصدق التمايزي Fornell-Larcker

السلوك الاستهلاكي	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
	0.714	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
0.755	0.513	السلوك الاستهلاكي

هذا يشير إلى أن المتغيرات المدروسة تتمتع بتمييز جيد بين بعضها البعض، مما يعزز من مصداقية التحليل وفقاً لمؤشر فورنيل-لازكر. وبناءً عليه، يمكن القول إن شرط Fornell-Larcker قد تحقق، مما يعكس تمييزاً واضحاً بين متغيرات النموذج (Fornell & Larcker, 1981).

ثانياً: نتائج HTMT

أظهرت النتائج أن قيمة HTMT بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية هي 0.657، وهو ما يُظهر أن العلاقة بين هذين المتغيرين ليست قوية بما فيه الكفاية للتداخل هذا يشير إلى أن المتغيرين ليسا مترابطين بشكل مفرط وبالتالي يمكن النظر في العلاقة بينهما بشكل مستقل.

وهذا يشير إلى أن الأبعاد تتميز عن بعضها البعض بدرجة مقبولة، على الرغم من وجود تقارب مفاهيمي نسبي بين بعض المتغيرات، وهو أمر منطقي في سياق الدراسات الإنسانية.

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - List

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)	السلوك الاستهلاكي <-> الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
0.657	

بناءً على ما سبق، تظهر النتائج صحة الاسئلة المستخدمة في قياس المتغيرات من خلال تحليل النموذج القياسي Measurement Model بشقيه الصدق التقاربي Convergent validity والصدق التمايزي Discriminant validity فانه من الممكن البدء بتحليل النموذج الهيكلي (النموذج الداخلي) Structural Model والذي سيتم مناقشته في القسم التالي.

- تحليل النموذج الهيكلي (النموذج الداخلي) Structural Model

بعد قبول نتائج مقاييس الصدق التقاربي والتمايزي للنموذج القياسي، فإن الخطوة التالية تتناول تقييم نتائج النموذج الهيكلي، وهذا ينطوي على دراسة القدرات التنبؤية للنموذج والعلاقات بين متغيرات الدراسة، ولقد تم اختبار مجموعة من المعايير ينبغي استخدامها لتقييم النموذج الهيكلي، وتتضمن المعايير الأساسية لاختبار النموذج الهيكلي ما يلي:

(A) معامل التفسير coefficient of determination (R^2)، بحسب (Hair Jr et al., 2023). فإن قيمة معامل التفسير R^2 تكون كبيرة في حال كانت $0.25 \leq R^2 \leq 1$.

(B) حجم التأثير Effect size (f^2)، بحسب (Hair Jr et al., 2023). فإن قيمة حجم التأثير f^2 تكون كبيرة في حال كانت $1 \leq f^2 \leq 0.35$.

أ. معامل التفسير R^2 :

معامل التفسير (معامل التحديد) يعتبر المقياس الأكثر شيوعاً لتقييم النموذج الهيكلي، ويمثل هذا المعامل مقياساً للقوة التنبؤية للنموذج وبحسب على أنه الترابط التربيعي بين القيم الفعلية والتنبؤية الخاصة بالنموذج الهيكلي بالاعتماد على النموذج القياسي في الشكل السابق، والجدول رقم (8) ادناه يبين نتائج معامل التفسير R^2 :

الجدول (8): نتائج معامل التفسير R^2

المتغير	R^2	Adjusted R^2
الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	0.263	0.260
متوسطة		

أظهرت النتائج أن معامل التحديد (R^2) يعبر عن نسبة التباين في المتغير التابع التي يمكن تفسيرها من خلال المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج، كلما زادت قيمة R^2 ، زادت قدرة النموذج على التنبؤ بالمتغير التابع.

القيمة المعدلة ($Adjusted R^2$) تأخذ بعين الاعتبار عدد المتغيرات المستقلة المستخدمة في النموذج، وتعدّ مقياساً أكثر دقة عند مقارنة النماذج المختلفة، حيث تقوم بتعديل R^2 بناءً على عدد المتغيرات.

في هذه الحالة، R^2 للإدراك بالمخاطر الاقتصادية هو 0.263، مما يعني أن 26.3% فقط من التباين في الإدراك بالمخاطر الاقتصادية يمكن تفسيره بواسطة النموذج، هذا يشير إلى أن هناك عوامل أخرى ربما تؤثر على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية لم يتم أخذها في الحسبان في هذا النموذج.

ب. حجم التأثير f^2 للمتغيرات الخارجية Effect size

فيما يتعلق بقيم حجم التأثير f^2 ، يظهر الجدول رقم (9) نتائج حجم التأثير f^2 والذي بدوره يشرح قدرة كل متغير مستقل على تفسير المتغير التابع، ويتبين من نتائج التحليل أنه لا يوجد أثر مجال إدراك المخاطر على سلوك المستهلك.

الجدول (9): نتائج حجم التأثير f^2

المتغير	حجم التأثير f^2	النتيجة
السلوك الاستهلاكي	0.357	أثر كبير

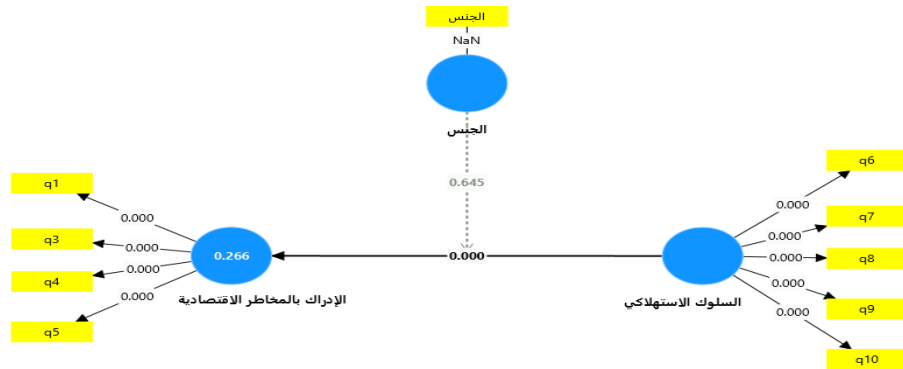
تشير القيمة المستخلصة لمؤشر f-square بين متغير السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية (0.357) إلى أن هناك تأثيراً متوسطاً إلى كبير بين هذين المتغيرين، ويعكس هذا التأثير قوة العلاقة بين السلوك الاستهلاكي ومدى إدراك الأفراد للمخاطر الاقتصادية. وتعتبر هذه القيمة ذات دلالة إيجابية، مما يدل على أن التغيرات في السلوك الاستهلاكي قد تساهم بشكل ملحوظ في تشكيل إدراك الأفراد للمخاطر الاقتصادية التي قد يتعرضون لها.

ج. اختبار الفرضيات

بعد التأكد من قيم كل من معامل التفسير R^2 وحجم الأثر f^2 ، تم اختبار فرضيات الدراسة وكانت النتائج كما هو موضح في الشكل رقم (3) التالي:

د. المسارات واختبار الفرضيات:

H1: يؤثر الجنس بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



الشكل رقم (3): النموذج الهيكلي للدراسة

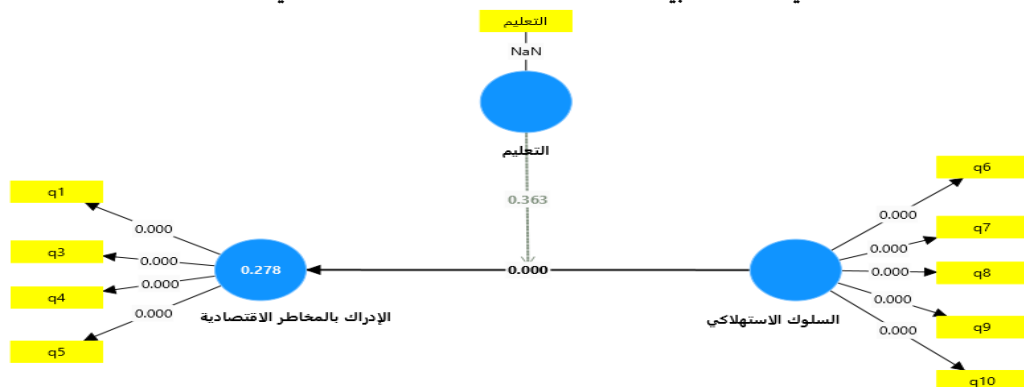
جدول رقم (10) معامل مسار الفرضية الجنس يتوسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية:

النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	الجنس x السلوك الاستهلاكي - الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
غير مقبولة	0.317	-0.205	0.645	0.460	0.133	0.061	

التحليل:

تبين النتائج إلى أن التفاعل بين الجنس والسلوك الاستهلاكي لا يؤثر تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، إذ بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = 0.061$) دلالة على علاقة إيجابية ضعيفة جداً، وكانت قيمة ($T = 0.460$) أقل من (1.96) وقيمة ($P = 0.645$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة الصفر (من -0.205 إلى 0.317)، مما يؤكد عدم وجود تأثير ثابت أو دال إحصائياً. وبناءً على ذلك، يتم رفض الفرضية حول وجود تأثير معنوي للتفاعل بين الجنس والسلوك الاستهلاكي على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، حيث تظهر البيانات أن هذا التفاعل ضعيف وغير مؤثر في هذا السياق.

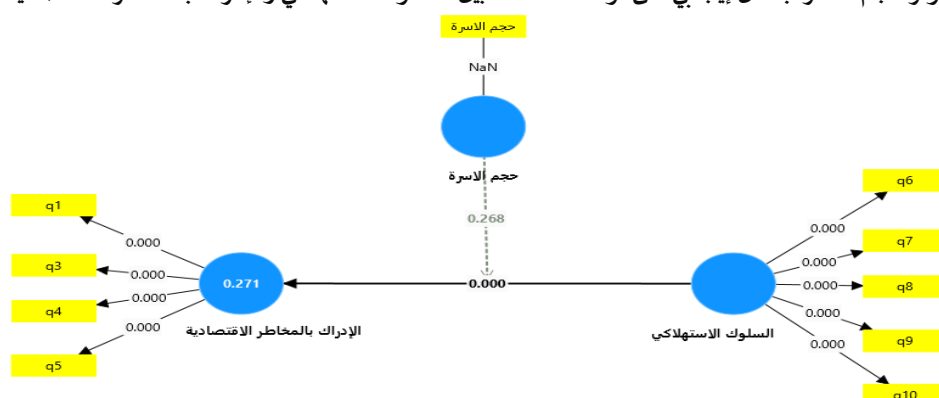
H2: يؤثر المستوى التعليمي بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	
غير مقبولة	0.079	-0.201	0.363	0.911	0.071	-0.065	التعليم x السلوك الاستهلاكي - < الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

تشير النتائج إلى أن التفاعل بين التعليم والسلوك الاستهلاكي لا يؤثر تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، حيث بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = -0.065$) دلالة على علاقة سلبية ضعيفة جداً، وكانت قيمة ($T = 0.911$) أقل من القيمة الجدولية (1.96) وقيمة ($P = 0.363$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة الصفر (من -0.201 إلى 0.079)، مما يؤكد عدم ثبات أو دلالة هذا التأثير إحصائياً. عليه، نرفض فرضية التأثير معنوي للتفاعل بين التعليم والسلوك الاستهلاكي على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، وتظهر النتائج أن العلاقة بين هذه المتغيرات ضعيفة وغير مؤثرة في هذا السياق.

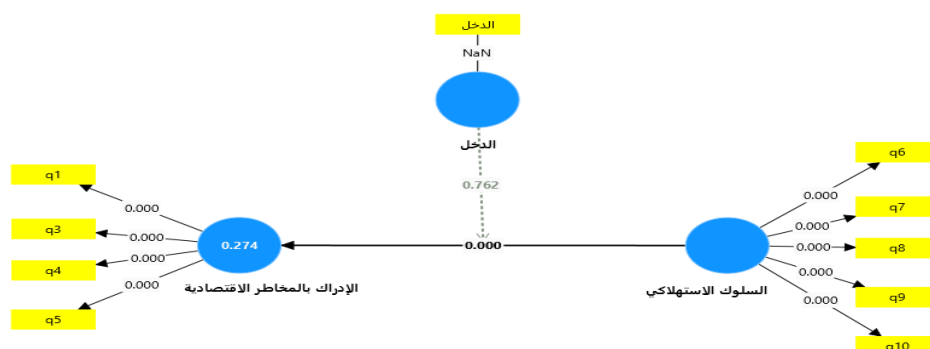
H3: يؤثر حجم الأسرة بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	
غير مقبولة	0.248	-0.072	0.268	1.109	0.081	0.090	حجم الأسرة x السلوك الاستهلاكي -> الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

النتائج تشير إلى أن التفاعل بين حجم الأسرة والسلوك الاستهلاكي لا يؤثر تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، إذ بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = 0.090$) ما يدل على علاقة إيجابية ضعيفة، وكانت قيمة ($T = 1.109$) أقل من (1.96) وقيمة ($P = 0.268$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة الصفر (من -0.072 إلى 0.248)، مما يؤكد عدم وجود تأثير ثابت أو دال إحصائياً، وبالتالي رفض الفرضية التي تفترض وجود هذا التأثير.

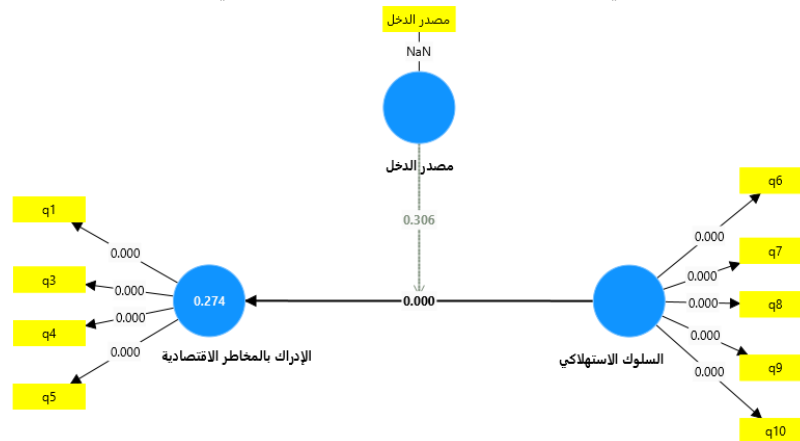
H4: يؤثر حجم الدخل بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	
غير مقبولة	0.130	-0.140	0.762	0.303	0.068	-0.021	الدخل x السلوك الاستهلاكي <- الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

تشير النتائج إلى أن التفاعل بين الدخل والسلوك الاستهلاكي ليس له تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، حيث بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = -0.021$) ما يدل على علاقة سلبية ضعيفة جداً، وكانت قيمة ($T = 0.303$) أقل من (1.96) وقيمة ($P = 0.762$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة الصفر (من -0.140 إلى 0.130)، مما يؤكد عدم وجود تأثير ثابت أو دال إحصائياً، وبالتالي رفض الفرضية التي تفترض وجود هذا التأثير.

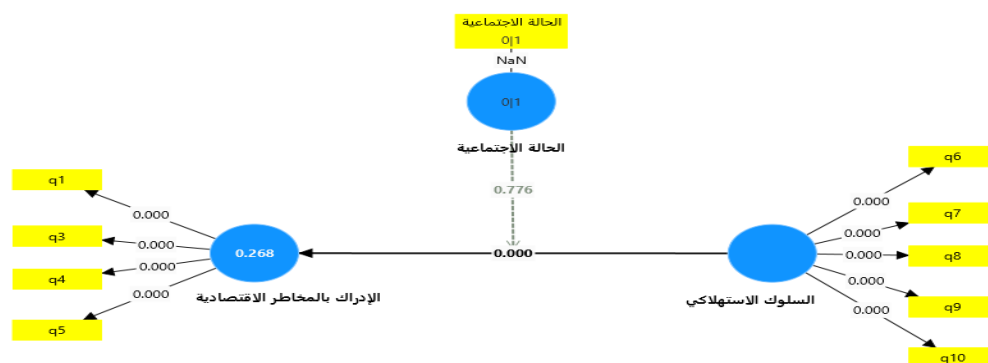
H5: يؤثر مصدر الدخل بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	
غير مقبولة	0.057	-0.150	0.306	1.024	0.052	-0.053	مصدر الدخل x السلوك الاستهلاكي <- الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

تشير نتائج التحليل إلى أن التفاعل بين مصدر الدخل والسلوك الاستهلاكي لا يؤثر تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، إذ بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = -0.053$) أي وجود علاقة سلبية ضعيفة، وكانت قيمة ($T = 1.024$) أقل من (1.96) وقيمة ($P = 0.306$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة الصفر أي (من -0.150 إلى 0.057)، مما يؤكد عدم وجود تأثير ثابت أو دال إحصائياً، وبالتالي رفض الفرضية التي تفترض وجود هذا التأثير.

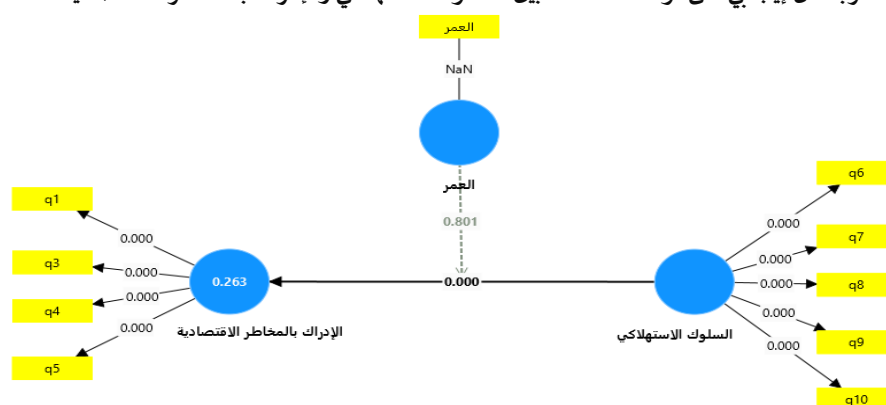
H6: تؤثر الحالة الاجتماعية بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	
غير مقبولة	0.302	-0.219	0.776	0.285	0.134	0.042	السلوك الاستهلاكي < x الحالة الاجتماعية الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

النتائج تشير إلى أن التفاعل بين الحالة الاجتماعية والسلوك الاستهلاكي لا يؤثر تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، حيث بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = 0.042$) مما يدل على علاقة إيجابية ضعيفة جداً، وكانت قيمة ($T = 0.285$) أقل من (1.96) وقيمة ($P = 0.776$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة الصفر (من -0.219 إلى 0.302)، مما يؤكد عدم وجود تأثير ثابت أو دال إحصائياً، بالتالي رفض الفرضية التي تفترض وجود هذا التأثير.

H7: يؤثر العمر بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	
غير مقبولة	0.126	-0.098	0.801	0.252	0.056	0.017	العمر x السلوك الاستهلاكي < الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

تشير النتائج إلى أن التفاعل بين العمر والسلوك الاستهلاكي لا يؤثر تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، إذ بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = 0.017$) مما يدل على علاقة إيجابية ضعيفة جداً، وكانت قيمة ($T = 0.252$) أقل من (1.96) وقيمة ($P = 0.801$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة الصفر (من -0.098 إلى 0.126)، مما يؤكد عدم وجود تأثير ثابت أو دال إحصائياً، بالتالي رفض الفرضية التي تفترض وجود هذا التأثير.

H7: تؤثر استراتيجيات التكيف بشكل إيجابي على توسط العلاقة بين السلوك الاستهلاكي والإدراك بالمخاطر الاقتصادية.



النتيجة	97.5%	2.5%	P values	T statistics (O/STDEV)	Standard deviation (STDEV)	Original sample (O)	استراتيجيات التكيف x السلوك الاستهلاكي < الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
غير مقبولة	0.086	-0.145	0.440	0.772	0.059	-0.036	

نتائج التحليل أعلاه تشير إلى أن التفاعل بين استراتيجيات التكيف والسلوك الاستهلاكي لا يؤثر تأثيراً معنوياً على الإدراك بالمخاطر الاقتصادية، حيث بلغت قيمة معامل المسار ($\beta = -0.036$) ما يدل على علاقة سلبية ضعيفة جداً، وكانت قيمة ($T = 0.772$) أقل من (1.96) وقيمة ($P = 0.440$) أكبر من (0.05)، كما شملت حدود الثقة على الصفر (من -0.145 إلى 0.086)، مما يؤكد عدم وجود تأثير ثابت أو دال إحصائياً، وبالتالي رفض الفرضية التي تفترض وجود هذا التأثير.

الاستنتاجات:

تُظهر نتائج الدراسة أن إدراك المخاطر الاقتصادية جاء مرتفعاً وبقوة ($M=4.35$)، وارتبط بسلوك استهلاكي تقشفي واضح تمثل في تقليل الإنفاق، والتركيز على السلع الأساسية، والاستفادة من العروض والتخفيضات، والاتجاه إلى السلع المحلية لاعتبار المقاطعة لعدد من السلع الإسرائيلية أو منتجات الشركات الداعمة للحرب (يوسف، 2026). كما تبين أن الأفراد يتبعون استراتيجيات متعددة للتكيف مع الأزمة، بما يعكس درجة من المرونة والسعي للحفاظ على الاستقرار المعيشي.

وقد أظهر النموذج قيمة تفسيرية متوسطة ($R^2 = 0.263$)، أي أنه يفسر نحو 26% من التباين في السلوك الاستهلاكي، ما يشير إلى وجود عوامل أخرى محتملة مؤثرة مثل مستوى ثقة المواطن بالحكومة، والدعم الاجتماعي من الجهات المقدمة للمساعدات الإنسانية، والخبرة السابقة بالأزمات، ومستوى الثقافة الادخارية والاستهلاكية لدى الأفراد (جعفر، 2026). في المقابل، أظهر حجم الأثر قيمة مرتفعة نسبياً ($f^2 = 0.357$)، ما يدل على أن السلوك الاستهلاكي يفسر جزءاً مهماً من إدراك المخاطر، مع احتمال وجود علاقة تبادلية؛ إذ يؤثر الإدراك في السلوك، بينما يعزز السلوك المعاد تشكيله مستوى الإدراك ذاته.

ورغم قوة العلاقة بين إدراك المخاطر والسلوك الاستهلاكي، لم تُظهر المتغيرات الديموغرافية (الدخل، التعليم، الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، حجم الأسرة، مصدر الدخل) أثراً تعديلياً معنوياً على هذه العلاقة. وتبدو هذه النتيجة للوهلة الأولى متناقضة مع بعض الدراسات السابقة – مثل دراسة الشعبي – التي أكدت الدور الحاسم للدخل والتعليم في تشكيل الاستجابة السلوكية للأزمات. غير أن هذا التناقض الظاهري قد يحمل دلالات تفسيرية أعمق، خاصة في سياق مدينة مثل أريحا وفي ظل أزمة ذات طابع سياسي-اقتصادي ممتد.

يمكن تفسير غياب الأثر المعنوي لكل من الدخل والتعليم بطبيعة الأزمة التي اتسمت بكونها أزمة كلية أو شاملة (Systemic Crisis) لم تميز بين الطبقات الاجتماعية. ففي مثل هذه الأزمات تتحول المخاطر من كونها فردية إلى مجتمعية، ويصبح مصدر القلق مرتبطاً بعدم اليقين العام أكثر من ارتباطه بمستوى الدخل الحالي (جعفر، 2026). وعليه، حتى ذوو الدخل المرتفع قد يشعرون بتهديد الاستقرار المستقبلي، كما أن التعليم لا يخفف القلق بل قد يعززه، لوجود مستوى الوعي بالمخاطر الكلية مثل التضخم والبطالة والانكماش. وبذلك، لا يُبنى إدراك المخاطر على الوضع الاقتصادي الشخصي الحالي، بل على تصور جماعي لهشاشة النظام الاقتصادي ككل (جعفر، 2026). وهذا ما يفسر تحول الاستجابة السلوكية إلى نمط شبه جماعي، حيث يتجه الأفراد في ظل ارتفاع البطالة والفقر إلى تقليل الإنفاق، وإعادة ترتيب أولوياتهم الشرائية نحو السلع الأساسية مثل الغذاء، أو تراكم الالتزامات بدل خدمات مثل الكهرباء والمياه، أو البحث عن مصدر دخل آخر وان كانت بطريقة عشوائية لتوائم منطق البقاء (الحداد، 2026).

في هذا السياق، تبرز فرضية "توحيد الخطر" (Risk Equalization Effect) التي تفترض أنه عندما يكون مصدر الخطر سياسي اقتصادي واسع النطاق، يتقلص تأثير الفروق الفردية لأن الجميع يتعرض لنفس الخطاب الإعلامي المكثف، وبواجه نفس ارتفاع الأسعار، ويتأثر بعدم استقرار سوق العمل (يوسف، 2026). وعندئذ تصبح المتغيرات الديموغرافية ضعيفة التأثير، لأن العامل الحاسم يتحول إلى الإدراك الجمعي للخطر لا الصفات الفردية.

كما أن خصائص العينة قد أسهمت في إضعاف القدرة الإحصائية على كشف تأثير تعديلي محتمل؛ إذ بلغ حجم العينة 238 مفردة، وكان 47% من المبحوثين ضمن شريحة دخل واحدة (2001–4000 شيكل)، و78% متزوجين، وأكثر من نصفهم من حملة شهادة البكالوريوس.

هذا التركز قلل من التباين الفعلي داخل المتغيرات، ما يعني أن عدم الدلالة الإحصائية لا يعني بالضرورة عدم وجود أثر، بل قد يعكس محدودية التباين في سياق مدينة أريحا.

وعند وضع النتائج في سياق مقارن، يظهر اختلاف نوعي في طبيعة التحول الاستهلاكي تبعاً لطبيعة الصدمة الاقتصادية. ففي الأزمة الاقتصادية في مصر عام 2022، ارتبط تغير السلوك الشرائي بصدمة تضخمية مرتفعة وانخفاض القدرة الشرائية نتيجة تراجع قيمة العملة وارتفاع أسعار الغذاء والخدمات، حيث تجاوز التضخم 21% وتدهورت قيمة الجنيه بنحو 40%، مع استمرار عمل السوق والقطاع الخاص وتباين واضح في مستويات الدخل. كان التحول هناك تكيفياً داخل اقتصاد سوق تضخمي، ومتأثراً بمحددات التعليم ومستوى الدخل، وليس تحولاً قسرياً نحو اقتصاد بقاء.

أما في الحالة موضوع الدراسة، فقد اتسمت الصدمة بطابع مركب ذي أبعاد سياسية وأمنية واقتصادية؛ فلم يقتصر الأثر على ارتفاع الأسعار، بل شمل انكماش النشاط الاقتصادي، وتعطل سوق العمل، وتراجع الدخل المعتمد على قطاعي السياحة (الداخلية والخارجية) والزراعة. وبذلك انتقل السلوك الاستهلاكي من نمط التكيف داخل السوق إلى نمط البقاء الاقتصادي ذاته، حيث أصبحت قرارات الشراء محكومة بالحفاظ على الحد الأدنى من العيش لا بإدارة المخاطر المالية فحسب.

وبالمثل، تُظهر المقارنة مع تداعيات الأزمة المالية الأوروبية في رومانيا اختلافاً في عمق التحول الاستهلاكي تبعاً لطبيعة القيود الهيكلية. ففي رومانيا، أدى تطبيق سياسات التقشف عقب أزمة الديون الأوروبية إلى انخفاض الدخل الحقيقي وارتفاع البطالة وانكماش الاستهلاك، إلا أن ذلك جرى داخل اقتصاد سوق مستمر ومندمج في الإطار المؤسسي للاتحاد الأوروبي، ما أتاح للأسر إعادة هيكلة إنفاقها عبر استراتيجيات عقلانية مثل استبدال السلع مرتفعة السعر ببدايل أرخص، وتأجيل المشتريات الكبيرة، وزيادة الادخار الاحترازي. أما في الحالة الفلسطينية – كما ظهرت في مدينة أريحا – فقد اتسمت الصدمة بتراجع الدخل، وتعطل سوق العمل، وقيود الحركة، واضطراب سلاسل الإمداد، ما جعل التحول أعمق وأكثر ارتباطاً بالبقاء. وعليه، فإن شدة التحول الاستهلاكي لا تتحدد بمستوى الانكماش الاقتصادي فقط، بل بطبيعة القيود المفروضة على الدخل والعمل والسوق.

إلى جانب العوامل الاقتصادية، يمكن تفسير النتائج من منظور نفسي-اجتماعي؛ فالتكرار المكثف للأخبار السلبية السياسية والاقتصادية يسهم في تشكيل بيئة "خوف إدراكي" تدفع الأفراد إلى التصرف وفق منطق الحذر الجماعي (يوسف، 2026). كما تلعب آلية "العدوى السلوكية" دوراً مهماً؛ إذ يتأثر الأفراد بسلوك من حولهم، فعندما يقلل الآخرون إنفاقهم يصبح التقشف معياراً اجتماعياً لا خياراً فردياً.

من منظور تحليلي، تكشف النتائج عن تحول في بنية الاستجابة المجتمعية للأزمات؛ إذ لم تعد الفروق الفردية المحدد الأساسي للسلوك، بل أصبح الإدراك الجمعي للمخاطر هو المحرك المركزي. ويعكس ذلك درجة من التماثل الاجتماعي في استجابة سكان المدينة، ومستوى من القلق البيئي المرتبط بعدم اليقين السياسي-الاقتصادي. كما أن صغر حجم المدينة نسبياً وتقاربها الاجتماعي والاقتصادي يعززان التشابه السلوكي ويضعفان أثر المتغيرات الفردية.

بالتالي، فإن عدم دلالة المتغيرات الديموغرافية لا يمثل ضعفاً في الدراسة، بل قد يكون مؤشراً على تحول الأزمة إلى ظاهرة كلية تتجاوز الطبقات الاجتماعية، وهيمنة الإدراك النفسي الجمعي على المحددات الاقتصادية الموضوعية، إلى جانب التجانس النسبي في العينة والسياق المحلي.

ورغم الدلالة الإحصائية للنتائج، ينبغي تفسيرها في ضوء قيود منهجية؛ إذ إن محدودية حجم العينة واقتصار التطبيق على مدينة واحدة (أريحا) يحدان من قابلية التعميم خارج السياق المحلي، كما أن جمع البيانات خلال فترة استثنائية متزامنة مع تداعيات الحرب على قطاع غزة قد أسهم في تضخيم إدراك المخاطر وتعديل السلوك الاستهلاكي، ما يجعل النتائج مرتبطة بإطارها الزمني بقدر ارتباطها بالعلاقات السببية المدروسة.

ومع ذلك، تكتسب الأنماط المكتشفة قيمة تفسيرية في البيئات المتقاربة بنيوياً داخل الضفة الغربية من حيث مصادر الدخل، والقطاعات المتأثرة بنتائج الحرب، والعادات والتقاليد، حيث أدت الحرب إلى صدمة اقتصادية كلية انعكست في تراجع الناتج المحلي الحقيقي، وانخفاض دخل الفرد، وإضعاف القوة الشرائية، والتحول نحو السلع الأساسية، وزيادة الاعتماد على المساعدات والتحويلات، وتفاقم البطالة نتيجة إغلاق سوق العمل في الداخل المحتل، وتعطل النشاط الاقتصادي. وقد دفع ذلك المستهلكين إلى تأجيل الشراء، وتقليص الكميات، واللجوء إلى الشراء بالدين، والتحول نحو البدائل الأرخص في ظل ارتفاع أسعار الغذاء والوقود ونقص بعض السلع. كما برز تحول من الاستهلاك الاختياري إلى الاستهلاك الاحترازي القائم على الادخار وتقليص الإنفاق الترفيهي، ونمو أنماط الاستهلاك التضامني.

وعليه، يمكن القول إن إدراك المخاطر الاقتصادية يمثل محدداً رئيسياً للسلوك الاستهلاكي في فترات الأزمات، وأن الاستجابات الفردية تتخذ طابعاً جمعياً يعكس تأثير المجتمع ككل بالتقلبات الاقتصادية. كما يمكن الاستفادة من هذه النتائج – بحذر منهجي – في تفسير

سلوك المستهلك في مدن أخرى من الضفة الغربية تواجه أزمات مشابهة، بوصفها مؤشراً على انتقال المستهلك الفلسطيني من نموذج اقتصاد السوق إلى نموذج اقتصاد الأزمة، حيث تصبح اعتبارات البقاء والأمن الغذائي المحدد الرئيس لقرارات الشراء.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة، توصي الباحثة بحزمة متكاملة من الإجراءات على مستويين: الأسري-المجتمعي، والوطني-السياساتي، بهدف الحد من المخاطر الاقتصادية وتعزيز قدرة الأسر على التكيف والصمود خلال الأزمات سواء على المستوى الاسرة والمجتمع او على مستوى الوطني ورسم السياسات:

- تعزيز الوعي والإدارة المالية للأسر من خلال إطلاق برامج توعوية وتدريبية تُعنى بالإدارة المالية، والتخطيط للميزانية، وترشيد الاستهلاك، بما يساعد الأسر على تحقيق توازن أفضل بين الدخل والإنفاق، خاصة في فترات عدم اليقين الاقتصادي.
- تشجيع ثقافة الادخار والتكافل المجتمعي، ودعم مبادرات الادخار الجماعي والصناديق التعاونية، وتعزيز شبكات الدعم المحلية الموجهة للأسر ذات الدخل المحدود، بما يعزز الحماية غير الرسمية في أوقات الأزمات.
- تنفيذ حملات توعية تركز على ترشيد الإنفاق، وتوجيهه نحو السلع الأساسية، وتعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد كأداة لتعزيز الصمود المجتمعي، خاصة في ظل الأزمات الممتدة.
- تشجيع التوجه نحو السلع المحلية وتعزيز الإنتاج الوطني، بما يقلل الاعتماد على السلع المستوردة، ويحد من أثر اضطراب سلاسل الإمداد الخارجية، ويدعم الاقتصاد المحلي.
- دعم خاص للأسر منخفضة الدخل لتعزيز قدرتها على التكيف وتقليل هشاشتها الاقتصادية.
- تطوير آليات فعالة لضبط الأسعار ومراقبة الأسواق، للحد من الممارسات الاحتكارية أو الاستغلالية خلال الأزمات، لضمان حماية المستهلك، مع التركيز على استقرار أسعار السلع الأساسية، وتشديد الرقابة على العروض والتخفيضات التجارية لضمان مصداقيتها ومنع التضليل التسويقي.
- وضع آلية مؤسسية لإدارة مخزون كافٍ ومستدام من السلع الأساسية على مستوى البلد، خاصة في مدينة أريحا التي تعاني من ضعف المخزون نتيجة غياب كبار التجار وضعف القدرة التخزينية، رغم خصوصيتها كمدينة حدودية تضم المعبر الرئيسي من الجهة الشرقية لدخول البضائع. ويستدعي ذلك تقليل الاعتماد على التدفق اليومي غير المستقر للسلع، وتعزيز الجاهزية في حالات الطوارئ.
- تصميم برامج حماية اجتماعية قابلة للتكيف مع الأزمات، وتعزيز التكامل بين السياسات الاقتصادية والاجتماعية للحد من أثر التضخم على الفئات الهشة.
- تأسيس مرصد وطني لرصد اتجاهات الثقة، وإدراك المخاطر، والسلوك الاستهلاكي-مرصد اقتصادي اجتماعي-، بما يدعم صناع القرار بالمعلومات اللازمة لاتخاذ إجراءات سريعة وفعالة خلال الأزمات.
- تشجيع الاستثمارات في القطاعات الإنتاجية المحلية، وتقديم حوافز للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، بما يساهم في خلق فرص عمل وتعزيز الاستقرار الاقتصادي.
- إدراج مفاهيم الوعي المالي والتخطيط الاقتصادي في المناهج الدراسية لبناء وعي اقتصادي مستدام لدى الأجيال القادمة.
- دعم الصحافة الاقتصادية المتخصصة، وتزويد المواطنين بمعلومات دقيقة وموثوقة حول أوضاع السوق والأسعار، للحد من الشائعات والسلوكيات الشرائية الهلعة – كما حدث في أزمة الغاز – وتوجيه الخطاب العام نحو التوعية بدلاً من التهويل. وأخيراً، توصي الدراسة بإجراء أبحاث متعمقة حول دور الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاقتصادي خلال فترات الحروب والحصار، وتحليل الآليات النفسية والاجتماعية التي تؤثر في إدراك المخاطر والسلوك الاستهلاكي.

المراجع:

المراجع العربية:

- أبو عيدة، عمر. (2015). أثر الإنفاق الحكومي على النمو الاقتصادي في الأراضي الفلسطينية. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية* 1(3)، شعبان 1436 هـ / حزيران 2015.
- بن زاير، م.، وبن زاير، ع. (2017). *نظرية المالية السلوكية مقابل نظرية كفاءة الأسواق المالية*. مجلة البشائر الاقتصادية، 3(1)، 79-86.
- بن عيسى، عناي. (2003). *سلوك المستهلك: عوامل التأثير البيئية (الجزء الثاني)*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

- بن ناجي، صدام. (2015). *محددات الاستهلاك العائلي في الجزائر: دراسة قياسية تحليلية للفترة 1980-2012* (رسالة ماجستير). جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، قسم العلوم الاقتصادية.
- بربارة، دليلا. (2022). *مطبوعة في مقياس سلوك المستهلك*. جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، 2022-2023.
- بلخير، ميسون. (2019). *محاضرات في سلوك المستهلك*. جامعة غرداية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- تقرير الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2024). *التقرير الإحصائي حول الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين بعد الحرب على غزة*. رام الله: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (No DOI available).
- جعفر، ي. (2026, February 16). *مقابلة شخصية مع رئيس جامعة القدس المتوحدة - فرع أريحا*.
- حواس، مولود، والبز، كلثوم. (2018). *المقدمة في سلوك المستهلك* (ط. 1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- راضية، لسود. (2009). *سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة: دراسة حالة الجزائر* (رسالة ماجستير). جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.
- السلي، علي. (1997). *السلوك التنظيمي*. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر.
- السرجيوس، أنطوان. (2025). *تأثير الأزمة الاقتصادية على سلوك المستهلك الشرائي: الدور الوسيط للعوامل العقلانية والعاطفية والاجتماعية للمستهلك*. مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية، 62(1)، يناير 2025.
- الصحن، فريد، والسيد، إسماعيل. (2001). *التسويق*. الإسكندرية: الدار الجامعية.
- الصميدعي، محمود جاسم، ومحمد، رشاد يوسف. (2007). *إدارة التسويق: التحليل، التخطيط، الرقابة* (ط. 2). عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- الصميدعي، محمد جاسم، ويوسف، ردينة عثمان. (2006). *سلوك المستهلك*. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- المنصور، كاسر. (2006). *سلوك المستهلك: مدخل الإعلان*. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- سمهود، علي حسن، وعيسى، عبد المعطي الهادي محمد. (2025). *سلوك المستهلك الليبي في ظل الأزمة الاقتصادية*. مجلة العلوم الشاملة، 9(36)، سبتمبر.
- شعيبي، إنعام أحمد عابد. (2018). *إدارة الأزمات ودورها في مواجهة السلوك الاستهلاكي للأسرة*. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 6، 125-151.
- صوم، م.، و محمود، أ. (2021). *العوامل المؤثرة على القرار الشرائي للمستهلك النهائي: دراسة ميدانية لشراء سيارة سياحية بولاية تيسمسيلت*. مجلة مجمع المعرفة، 7(1)، 447-461.
- صونية، شتوان. (2017). *محاضرات في سلوك المستهلك*. جامعة حمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير.
- الحداد، ع. (2026, February 10). *مقابلة شخصية مع مدير دائرة التنمية الاقتصادية في بلدية اريحا*.
- عبد الرحمن، عبد الفتاح، جواريتي، جيمس، وستروب، ريجارد. (1988). *الاقتصاد الكلي: الاختيار العام والخاص* (ترجمة وتعريب د. عبد الفتاح عبد الرحمن). القاهرة: دار النشر.
- عبيدات، محمد إبراهيم. (2004). *سلوك المستهلك: مدخل استراتيجي* (ط. 4). عمان: دار وائل للنشر.
- علي، كنعان. (2021). *الاستهلاك والتنمية*. دمشق: جمعية العلوم الاقتصادية السورية.
- السيد، عليوة. (2003). *إدارة الوقت والأزمات*. القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع.
- قهواجي، م.، و مكيديش، م. (2021). *نموذج دالة الاستهلاك العائلي في الجزائر من سنة 1997 إلى 2019*. مجلة المنطقة للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 5(1)، 183-202.
- مجلة البحوث والدراسات التجارية. (2017). *النموذج الشامل لسلوك المستهلك ودوره في تحليل القرارات الشرائية*. جامعة بنها كلية التجارة، 8(2)، 115-138.
- مدني، أحمد، وخليفي، رزقي. (2017). *قراءة في نماذج تفسير سلوك المستهلك النهائي*. مجلة البحوث والدراسات التجارية، 60-76، 1(2)،
- يوسف، ر. (2026, February 18). *مقابلة شخصية مع مدير عام التخطيط في وزارة الاقتصاد*.

References:

- (Abdel Rahman, A. F., Gowartini, J., & Stroup, R. (1988). *Macroeconomics: Public and private choice* (Trans. & Arabized by A. F. Abdel Rahman). Cairo: Publishing House).

- (Abu Aida, O. (2015). The impact of government spending on economic growth in the Palestinian territories. *Al-Quds Open University Journal for Administrative and Economic Research*, 1(3), Sha'ban 1436 AH / June 2015).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alan, L. (2018). *The Cambridge Handbook of Psychology and Economic Behavior*. Cambridge University Press.
- (Ali, K. (2021). *Consumption and Development*. Damascus: Syrian Economic Sciences Association).
- (Al-Haddad, A. (2026, February 10). Personal interview with the Director of the Economic Development Department at the Jericho Municipality).
- (Aliouh, S. (2003). *Time and Crisis Management*. Cairo: Dar Al-Amin for Publishing and Distribution).
- Al-Jureissi, K. (2006)(1427 AH ed). *Industrial Sociology*. Alexandria: The Modern University Office.
- (Al-Mansour, K. (2006). *Consumer Behavior: An Advertising Approach*. Amman: Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution).
- (Al-Sahen, F., & Al-Sayed, I. (2001). *Marketing*. Alexandria: Al-Dar Al-Jami'iyya).
- (Al-Salmi, A. (1997). *Organizational behavior*. Cairo: Dar Gharib)
- (Al-Sumaida'i, M. J., & Mohammed, R. Y. (2007). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control* (2nd ed.). Amman: Dar Al-Manahij for Publishing and Distribution).
- (Al-Sumaida'i, M. J., & Youssef, R. O. (2006). *Consumer Behavior*. Amman: Dar Al-Manahij for Publishing and Distribution).
- Badran, M., Awada, M., Darwiche, J., & Boungou, W. (2025). How do geopolitical risks and uncertainty shape US consumer confidence? *Economics Letters*, 247, 112115. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2024.112115>
- (-Barbara, D. (2022). *Printed Material on Consumer Behavior Module*. University of Algiers 3, Faculty of Economic, Commercial, and Management Sciences, Department of Commercial Sciences, 2022–2023).
- Béland, D., He, A. J., & Ramesh, M. (2022). COVID-19, crisis responses, and public policies. *Policy and Society*, 41(2), 187–198., <https://doi.org/10.1093/polsoc/puac021>
- (-Belkheir, M. (2019). *Lectures on Consumer Behavior*. University of Ghardaia, Faculty of Economic, Commercial, and Management Sciences).
- (Ben Issa, A. (2003). *Consumer Behavior: Environmental Influence Factors (Part II)*. Algiers: University Publications Office).
- (Ben Naji, S. (2015). *Determinants of Household Consumption in Algeria: An Analytical and Econometric Study for the Period 1980–2012* (Master's thesis). Kasdi Merbah University, Ouargla, Department of Economics).
- (Ben Zair, M., & Ben Zair, A. (2017). *Behavioral finance theory versus efficient market theory*. *Al-Bashaer Economic Journal*, 3(1), 79–86).
- Bray, J. (2008). *Consumer Behavior Theory: Approaches and Models* [Monograph]. Bournemouth University.
- Coccia, M. (2018, June 5). National debts and government deficits within European Monetary Union: Statistical evidence of economic issues. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2007.11435>
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464.
- Cunningham, S. M. (1967). The major dimensions of perceived risk. In D. F. Cox (Ed.), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior* (pp. 82–108). Boston, MA: Harvard University Press.
- D'Acunto, F., De Fiore, F., Sandri, D., & Weber, M. (September 15,2025). *A global survey of household perceptions and expectations*. BIS Quarterly Review. Retrieved from https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt2509c.htm?utm_source=chatgpt.com, (No DOI available)
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- (Jaafar, Y. (February 16,2026). Personal interview with the President of Al-Quds Open University – Jericho Branch.)

- (Hawas, M., & Al-Baz, K. (2018). *Introduction to Consumer Behavior* (1st ed.). Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution).
- Ichim, A.-M. (2023). *Consumer behavior towards agri-food products during the COVID-19 crisis: An empirical study*. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2023, Article ID 826704, 12 pages. IBIMA Publishing.
- Jianu, I. (2019). National debts and government deficits within European Monetary Union: Statistical evidence of economic issues. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics*, 2019, <http://ibimapublishing.com/articles/JEERBE/2019/955941/> <https://doi.org/10.5171/2019.955941>
- (Journal of Business and Commercial Studies. (2017). The comprehensive model of consumer behavior and its role in analyzing purchasing decisions. *Benha University – Faculty of Commerce*, 8(2), 115–138).
- Kahwaji, M., & Makidish, M. (2021). *Modeling the household consumption function in Algeria from 1997 to 2019*. *Al-Mintaga Journal of Economic Studies and Research*, 5(1), 183–202.
- (Kasser, N. A. (2006). *Consumer Behavior: Advertising Approach*. Amman: Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Loureiro, S. M. C. (2010). The role of perceived risk on the intention to purchase online: Moderating effect of trust and satisfaction. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 5(2), 163–178.
- Madani, A., & Khalifi, R. (2017). A reading in models explaining final consumer behavior. *Journal of Business and Commercial Research*, 1(2), 60–76).
- Magdy, S. (2023, January 10). *Egypt's inflation surges amid currency's dramatic slide*. AP News. <https://apnews.com/article/russia-ukraine-inflation-egypt-economy>
- Mitchell, V.-W. (1999). Consumer perceived risk: Conceptualizations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), 163–195.
- Narayana, P. S., & Boa, P. C. K. (1993). *An Introduction to Marketing Management* (1st ed.). Delhi: Sarjeet Publication.
- Nassè, T. B. (2021). The concept of consumer behavior: Definitions in a contemporary marketing perspective. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 3(8), 303–307.
- (Obaidat, M. I. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach* (4th ed.). Amman: Dar Wael for Publishing).
- Palau-Saumell, R., Matute, J., Derqui, B., & Meyer, J.-H. (2021). The impact of the perceived risk of COVID-19 on consumers' attitude and behavior toward locally produced food. *British Food Journal*, 123(13), 281–301 <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2020-0817>
- (Palestinian Central Bureau of Statistics (PCBS). (2024). *Statistical Report on the Economic and Social Conditions in Palestine after the War on Gaza*. Ramallah: Palestinian Central Bureau of Statistics).
- (Radhia, L. (2009). *Consumer Behavior Toward Counterfeit Products: Case Study of Algeria* (Master's thesis). Mentouri University Constantine, Faculty of Economic and Management Sciences).
- Renn, O. (1990). Risk perception and risk management: A review. Part 1, Risk perception. Retrieved from <https://www.academia.edu/86624920/> (No DOI available)
- (Samhoud, A. H., & Issa, A. M. H. (2025). Libyan consumer behavior under the economic crisis. *Journal of Comprehensive Sciences*, 9(36), September)
- (Sarjius, A. (January ,2025). The impact of the economic crisis on consumer purchasing behavior: The mediating role of rational, emotional, and social factors. *Alexandria University Journal of Administrative Sciences*, 62(1)).
- Selten, R. (1990). Bounded rationality. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 146(4), 649–658.
- (Shuaibi, E. A. (2018). Crisis management and its role in addressing family consumption behavior. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 6, 125–151.)
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th Edition). Pearson. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 13e, Global Edition

- Singh, P., Arora, L., & Choudhry, A. (2023). Consumer behavior in the service industry: An integrative literature review and research agenda. *Sustainability*, 15(1), 250. <https://doi.org/10.3390/su15010250>
- (Sonya, C. (2017). *Lectures on Consumer Behavior*. Hamad Al-Seddik Ben Yahia University, Faculty of Commercial, Economic and Management Sciences).
- (Soum, M., & Mahmoud, A. (2021). *Factors influencing the final consumer's purchasing decision: A field study on the purchase of a tourist car in the Wilaya of Tissemsilt*. *Journal of Knowledge Assembly*, 7(1), 447–461.)
- Stone, R., & Winter, D. (1987). Risk perception and consumer behavior. *Journal of Behavioral Economics*, 16(2), 123–135.
- Teixeira, E. A., Kallas, R. M., & Dias, M. de O. (2024). Consumer purchase behavior: A systematic literature review. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies: Business and Management Sciences*, 5(2), 121–131. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0472>
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. W. W. Norton & Company.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
- Up Counsel. (July 31,2025). *Final consumer: Definition and role in distribution*. <https://www.upcounsel.com/final-consumer-definition>(No DOI available)
- United Nations. (October 27,2025). *LO report: The two-year war in Gaza: Impacts on employment and livelihoods in the West Bank*. UNISPAL. <https://www.un.org/unispal/document/ilo-report-27oct25>
- Wallach, M. A., Kogan, N., & Bem, D. J. (1964). Diffusion of responsibility and level of risk taking in groups. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68(3), 263–274.
- Weber, E. U., & Hsee, C. K. (1998). Cross-cultural differences in risk perception, but cross-cultural similarities in attitudes towards perceived risk. *Management Science*, 44(9), 1205–1217.
- Wilk, R. (2020). *Consumption and Everyday Life: The Social Dynamics of Economic Behavior*. Routledge.
- Yang, S., & Qiang, L. (2024). *The International Journal of Economics and Finance Studies*, 16(2), 375–391.
- (Youssef, R. (February 18,2026). Personal interview with the Director General of Planning, Ministry of Economy)
- Zheng, L. (2013). *Antecedents and Consequences of Perceived Risk in Internet Shopping in China and France: A Cross-Cultural Approach* (Doctoral dissertation). Université de Grenoble, France.

ملحق :

مخرجات البرنامج الاحصائي

SmartPLS report

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2024. "SmartPLS 4." Bönningstedt: SmartPLS, <https://www.smartpls.com>

[back to navigation](#)

Final results

[Path coefficients](#)

[Matrix](#)

السلوك الاستهلاكي	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
	السلوك الاستهلاكي
	0.513

Construct reliability and validity

Overview

Construct reliability and validity

Average variance extracted (AVE)	Composite reliability (rho_c)	Composite reliability (rho_a)	Cronbach's alpha	
0.510	0.804	0.702	0.701	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
0.571	0.868	0.847	0.811	السلوك الاستهلاكي

Discriminant validity

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)- Matrix

السلوك الاستهلاكي	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	
		الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
	0.657	السلوك الاستهلاكي

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - List

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)		
	0.657	السلوك الاستهلاكي <-> الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

Fornell-Larcker criterion

السلوك الاستهلاكي	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	
	0.714	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
0.755	0.513	السلوك الاستهلاكي

Cross loadings

السلوك الاستهلاكي	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	
0.286	0.721	q1
0.379	0.653	q3
0.449	0.830	q4
0.316	0.635	q5
0.746	0.373	q6
0.740	0.330	q7
0.863	0.507	q8
0.788	0.414	q9
0.619	0.251	q10

Collinearity statistics (VIF)

Outer model - List

VIF	
1.500	q1
1.144	q3
1.622	q4
1.194	q5
1.588	q6
1.647	q7
2.056	q8

VIF	
1.684	q9
1.378	q10

Inner model - Matrix

السلوك الاستهلاكي	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية	
		الإدراك بالمخاطر الاقتصادية
	1.000	السلوك الاستهلاكي

Inner model - List

VIF	
1.000	السلوك الاستهلاكي - الإدراك بالمخاطر الاقتصادية

Model fit

Fit summary

Estimated model	Saturated model	
0.091	0.091	SRMR
0.373	0.373	d_ULS
0.089	0.089	d_G
121.393	121.393	Chi-square
0.812	0.812	NFI

Model selection criteria

Matrix

BIC (Bayesian information criterion)	
-62.751	الإدراك بالمخاطر الاقتصادية