

## The impact of the COVID-19 pandemic on the females' Intention to buy clothes Online in Makkah region

Mrs. Tahany Abdullah Abdul-Baqi Elias\*<sup>1</sup>, Dr. Tagreed Saleh Ali Abalkhail<sup>2</sup>

College of Human Sciences & Designs || King Abdulaziz University || KSA<sup>1-2</sup>

Received:

01/10/2022

Revised:

23/10/2022

Accepted:

16/11/2022

Published:

28/02/2023

**Abstract:** The (COVID-19) pandemic during the year of 2020 and its impact on the conditions of precautionary closure and home quarantine in the Makkah region, contributed to the trend towards online purchases. Applying descriptive method, the aim of the study is to know the impact of the Covid-19 pandemic crisis on the intention to buy clothes online using the theory of planned behavior, by studying the correlation between the repercussions of the crisis related to consumption and the intention to buy clothes online. The results showed high consumers' behavioral control of buying clothes preparing for seasons while the desire to spend money for buying clothes is decreased. The result also confirmed the relation between the buying intention and health, social and psychological preventive measures during the pandemic, so that the impact of crises on the behavior of clothing purchase is evident, so, it is necessary to ascertain the consequences of the pandemic's impact on the behavior of the practice of online consumption, especially related to the psychological feelings of the consumer, and how they relate to the quality of human life at various levels.

**Keywords:** Clothes, Purchases Intention, Correlation, (COVID-19) pandemic.

\* Corresponding author:

[telias@stu.kau.edu.sa](mailto:telias@stu.kau.edu.sa)

**Citation:** Elias, T. A., &

Abalkhail, T. S. (2023). The

impact of the COVID-19

pandemic on the females'

Intention to buy clothes

Online in Makkah region.

Journal of Humanities &

Social Sciences, 7(2),

49 – 66.

[https://doi.org/10.26389/](https://doi.org/10.26389/AJSRP.E011022)

[AJSRP.E011022](https://doi.org/10.26389/AJSRP.E011022)

2023 © AJSRP • National

Research Center, Palestine,

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/)

### تأثير جائحة كوفيد-19 على نية الإناث لشراء الملابس عبر الانترنت في منطقة مكة المكرمة

أ. تهاني عبد الله عبد الباقي إلياس\*<sup>1</sup>, الدكتورة / تغريد صالح علي أبا الخيل<sup>2</sup>

كلية علوم الإنسان والتصاميم || جامعة الملك عبد العزيز || المملكة العربية السعودية<sup>2-1</sup>

**المستخلص:** ساهمت تداعيات جائحة كوفيد-19 خلال عام 2020 م، من ظروف الإغلاق الاحترازي والحجر المنزلي في منطقة مكة المكرمة بالاتجاه نحو الشراء عبر الانترنت، تخصصت الدراسة الحالية بدراسة نية شراء سلعة الملابس، بتطبيق المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبانة الموجهة لإناث منطقة مكة المكرمة، لتحقيق هدف الدراسة المتمثل في معرفة تأثير أزمة جائحة كوفيد-19 على نية شراء الملابس عبر الانترنت باستخدام نظرية السلوك المخطط، بدراسة العلاقة الارتباطية بين تداعيات الأزمة المرتبطة بالاستهلاك ونية شراء الملابس عبر الانترنت، حيث أظهرت النتائج التحكم السلوكي بنية شراء الملابس بغرض الاستعداد للمواسم بينما انخفض الاتجاه نحو الرغبة بالإنفاق لشراء الملابس، و أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين نية الشراء وكل من الإجراءات الاحترازية الصحية والاجتماعية والنفسية خلال الجائحة، ليتضح من ذلك تأثير الإزمات على سلوك مستهلك الملابس، لذلك يجب التأكد من تبعات تأثير الجائحة على سلوك ممارسة الاستهلاك عبر الانترنت، خاصة المتعلقة بالمشاعر النفسية للمستهلك، وكيفية ارتباطها بجودة الحياة الإنسانية على مختلف الأصعدة. الكلمات المفتاحية: الملابس، نية الشراء، ارتباط، جائحة كوفيد-19.

## المقدمة:

يُمثل سلوك الشراء أحد الأنشطة الإنسانية الممارسة للحصول على معظم الحاجات اليومية الحياتية، بينما تأثر أسلوب الحياة الاستهلاكية عند حلول جائحة كوفيد-19، فأصبحت معظم عمليات الشراء تتم عن طريق التطبيقات الذكية دون الحاجة لزيارة المتاجر الفعلية، مما أدى لارتفاع مبيعات التجارة الإلكترونية.

تُعد الملابس من أكثر السلع شراءً عبر الإنترنت، على الرغم من صعوبة معاينة جودتها الفعلية قبل شرائها من المواقع الإلكترونية، بينما فرضت ظروف إغلاق الأسواق التجارية احترازيًا خلال الجائحة، ضرورة تجربة التسوق الإلكتروني لتلبية الحاجات والرغبات، مما انعكس على انخفاض مبيعات ملابس المناسبات وفي المقابل ارتفعت مبيعات ملابس المنزل المريحة، مما يُظهر اختلاف ميول المستهلك لشراء الملابس عند حلول أزمة جائحة كوفيد-19.

اجتاحت التغيرات الطارئة والاستثنائية في مارس 2020 قطاعات متعددة في المملكة العربية السعودية، كإغلاق أماكن التجمعات، والزام الجميع بالبقاء في المنازل، وممارسة أعمالهم ودراساتهم عن بُعد؛ للحفاظ على الصحة العامة والوقاية من الإصابة بالفايروس، يُعد قطاع الاستهلاك أحد القطاعات التي شهدت تغيرًا ملحوظًا خلال الجائحة، حتى أصبح المستهلك السعودي متعايشًا معها بسلوكه الشرائي، لذلك تسعى الدراسة الحالية لاستكشاف العلاقة الارتباطية بين الاحترازمات المرتبطة بالاستهلاك خلال جائحة (COVID-19) ونية شراء مستهلكات الملابس في منطقة مكة المكرمة.

## مشكلة الدراسة:

حسب تقارير وزارة الثقافة (2019) و (2020) و (2021)، اقتصر قطاع الأزياء في السعودية على الاستهلاك لفترة طويلة، مما انعكس على زيادة الاقبال على التسوق لشراء الملابس عن طريق الإنترنت خلال جائحة كوفيد-19، حيث يسهم الانفاق الاستهلاكي لمنتجات الأزياء برفع الناتج الإبداعي الصناعي الاقتصادي، وبدعم رؤية 2030 للمساهمة برفع جودة الحياة بتنوع الأنشطة الاقتصادية المستحدثة لتتلاءم مع رغبات أفراد المجتمع المتنوعة.

توفر دراسة سلوك مستهلك الملابس ونية شرائه بالتحديد، فهم واضح لشخصيته المتأثرة بعوامل متنوعة اجتماعية واقتصادية ونفسية خاصة في ظل أن الكماليات والرفاهيات أصبحت ضروريات كوجود الإنترنت خلال الجائحة، لشراء الملابس مثلاً عبر الإنترنت، حيث يوفر التسوق الإلكتروني لشراء الملابس عبر الإنترنت تجربة إيجابية توفر الوقت والجهد باستعراض منتجات متنوعة الأسعار ومختلفة الأنواع والعلامات التجارية خاصة للإناث، لذلك تحددت عينة البحث المدروسة للإناث باعتبارهم أكثر قبولاً من الذكور لشراء المنتجات عبر الإنترنت، بينما تم اختيار منطقة مكة المكرمة كحد جغرافي للدراسة لارتفاع أعداد حالات الإصابة بكورونا بها، مما سيسهم بفعالية لتحقيق هدف الدراسة ومعرفة ارتباط الأمور المتعلقة بالاستهلاك خلال جائحة (COVID-19) بنية شراء الملابس عبر الإنترنت لدى الإناث في منطقة مكة المكرمة. ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

- 1- هل توجد علاقة ارتباط بين الاحترازمات الصحية خلال جائحة كوفيد-19 ونية شراء الملابس عبر الإنترنت لدى الإناث في منطقة مكة المكرمة؟
- 2- هل توجد علاقة ارتباط بين الاحترازمات الاجتماعية خلال جائحة كوفيد-19 ونية شراء الملابس عبر الإنترنت لدى الإناث في منطقة مكة المكرمة؟
- 3- هل توجد علاقة ارتباط بين الاحترازمات النفسية خلال جائحة كوفيد-19 ونية شراء الملابس عبر الإنترنت لدى الإناث في منطقة مكة المكرمة؟

## فرضيات الدراسة:

- 1- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الاحترازمات الصحية خلال جائحة كوفيد-19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت لدى الاناث في منطقة مكة المكرمة عند مستوى دلالة 0,05.
- 2- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الاحترازمات الاجتماعية خلال جائحة كوفيد-19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت لدى الاناث في منطقة مكة المكرمة عند مستوى دلالة 0,05.
- 3- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الاحترازمات النفسية خلال جائحة كوفيد-19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت لدى الاناث في منطقة مكة المكرمة عند مستوى دلالة 0,05.

## هدف الدراسة:

معرفة العلاقة الارتباطية بين الاحترازمات (الصحية-الاجتماعية-النفسية) المرتبطة بالاستهلاك خلال جائحة كوفيد-19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت لدى اناث منطقة مكة المكرمة.

## أهمية الدراسة:

المساهمة العلمية في دعم دراسات سلوك مستهلك منتجات الأزياء لتسويق ابداعي يتماشى مع الرغبات والحاجات، بأخذ الأمور المؤثرة على السلوك بعين الاعتبار والاستفادة منها لتحقيق جودة الحياة الاقتصادية المستدامة والعملية المرجوة في رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية.

## مصطلحات الدراسة:

## ● جائحة كوفيد-19

تشير منظمة الصحة (2021) إلى أن اول اكتشاف لحالة كوفيد-19 كانت في نهاية ديسمبر 2019م في يوهان بجمهورية الصين الشعبية، ويسبب مرض كوفيد-19 فيروس كورونا المستجد سارس 2 حالة التهاب رئوي حاد تتشابه اعراضها بنزلات البرد الشديدة التي تسببها الانفلونزا، ولكنها تكون أشد وطئاً وقد تسبب الوفاة. وأعلنت كوفيد 19 كجائحة في الحادي عشر من مارس 2020م، حيث تسبب ذلك بفرض الاحترازمات الوقائية للحفاظ على صحة افراد المجتمع، كظروف الاغلاق والتعليق للتجول والتنقل وألزم الجميع بالبقاء في منازلهم معظم الوقت خلال 3 أشهر مستمرة بفترات تجول محددة وقليلة، تخللها مواسم رمضان والعيدين والحج، بالإلزام بارتداء الكمامة ومنع التجمعات البشرية قدر الامكان (وزارة الصحة، 2020).

## ● نية شراء الملابس عبر الانترنت

الرغبة الأساسية للقيام بعميلة تصفح مواقع الانترنت المخصصة للتسوق الالكتروني (حسونة والفرا، 2019)، من صفحات مواقع البيع الالكتروني أو عبر التطبيقات أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي (Groß, 2015)، بغرض شراء الملابس الجاهزة المصممة بكميات ومقاسات متعددة بغرض البيع (فرغلي، 2006).

## ● منطقة مكة المكرمة

منطقة إدارية تقع غرب المملكة العربية السعودية، وتعتبر العاصمة المقدسة لها لان المسجد الحرام والمشاعر المقدسة تقع بها ويقصدها المسلمون عامة لأداء مناسك الحج والعمرة وزيارة بيت الله الحرام، بالإضافة لذلك فهي تحوي عدة محافظة أشهرها جدة والطائف والليث ورايح (وزارة الداخلية، د.ت).

## منهجية الدراسة:

تم اتباع المدخل الكمي والأسلوب الوصفي (عبيدات وآخرون، 2011)، لدراسة المتغيرين المستقل والتابع، مع تطبيق المنهجية الارتباطية (القحطاني وآخرون، 2021)، لربط المتغير المستقل الاحترازات (الصحية-الاجتماعية-النفسية) خلال جائحة كوفيد-19، مع المتغير التابع نية شراء الملابس عبر الانترنت، بمساعدة نظرية السلوك المخطط، لتصميم أداة الاستبانة لتحقيق هدف الدراسة بالمنهجية المختارة.

أ- المعالجات الإحصائية المستخدمة: الوصفية (المتوسط الحسابي - الانحراف المعياري) بالإضافة للاستدلالية (معامل الارتباط بيرسون)، لاختبار صحة الفرضيات.

ب- حدود الدراسة:

- الموضوعية: معرفة تأثير الاحترازات (الصحية-الاجتماعية-النفسية) المرتبطة بالاستهلاك خلال جائحة كوفيد-19 في نية شراء الملابس عبر الانترنت لدى اناث منطقة مكة المكرمة.
  - البشرية: 656 استجابة من الاناث على الاستبانة.
  - المكانية: منطقة مكة المكرمة.
  - الزمانية: 3 أشهر (يناير - فبراير - مارس) 2022 لجمع البيانات.
- ج- نظرية الدراسة:

نظرية السلوك المخطط حسب Ajzen (1991) تنص على أن نية السلوك تتحدد ب 3 محددات:

1. الاتجاه: يتشكل من المعتقدات السلوكية، بمعنى الفكرة حول السلوك وسببه.
2. المعيار الذاتي: يتشكل من توقعات المرجعية المجتمعية، بمعنى رؤية المجتمع للسلوك.
3. التحكم السلوكي: تتشكل من العوامل الشخصية للفرد حول سهولة او صعوبة القيام بالسلوك (Ajzen, 2006). وسيتم الاعتماد على النظرية لدراسة المتغير التابع.

## الإطار النظري

### 1- الاحترازات الوقائية خلال كوفيد19

أشارت هيئة الصحة العامة ووقاية (2020) لإرشادات احترازية وقائية لتنظيم حدوث عملية التسوق خارج المنزل في المراكز التجارية، التي تستدعي ملامسة الاسطح المختلفة، من أبرزها الاحترازات الصحية الوقائية كارتداء الكمامة والقفازات وتعقيم اليدين بعد ملامسة الاسطح وتعقيم السلع المختلفة، بل وامتد ذلك لضرورة اظهار تطبيق توكلنا لإظهار الحالة الصحية قبل الدخول للأماكن العامة.

استوجب تطبيق الاحترازات الصحية، تطبيق ممارسات التباعد الاجتماعي في الأماكن العامة وأهمها الالتزام بإبقاء مسافة مترين بين كل شخصين متجاورين، كما يشمل ذلك الامتناع عن التجمعات البشرية قدر الإمكان واستبدالها باللقاءات عبر التطبيقات الالكترونية، والحرص على عدم مغادرة المنازل إلا لضرورة قصوى.

حيث شكّل الالتزام بالاحترازات خلال الجائحة خاصة الحجر المنزلي وحظر التجول، الشعور بالتقييد وعدم الحرية، مما انعكس على ظهور الاحترازات النفسية للجائحة التي نقصد بها المشاعر التي تعترى الفرد جراء ما مر به من أحداث اجبارية قصرية، كالشعور بالقلق والاكتئاب والضيق نتيجة البقاء في وضع ترقب للأحداث في ظل تخوف من الإصابة بالمرض (الأسمرى، 2020).

## 2- الاستهلاك خلال كوفيد19

تعلق سلوك الاستهلاك بشكل عام خلال الجائحة، بثلاثة احترازاات هي: (صحية واجتماعية ونفسية)، التي كانت سبباً دافعاً للتوجه نحو التسوق عبر الانترنت (شركة الأبحاث الرقمية وجمعية تجارتيك، 2020)، خاصة تلك المتعلقة بضريبة القيمة المضافة لأنها ستؤثر على قرارات الفرد الشرائية المستقبلية (شركة الأبحاث الرقمية، 2020)، مما يدل على تغير السلوك الشرائي (ساعاتي، 2020).

حيث أصبح للاستهلاك منحناً آخر خلال جائحة كوفيد-19، بنمو التجارة الالكترونية والتوجه نحو التسوق عبر الانترنت (نصر الدين وآخرون، 2022)، بوجود بنية تحتية للتطور الرقمي والتقني الذي يُمكن التجارة الالكترونية (Dorel et al., 2022)، بزيادة الاقبال نحوها وارتفاع مبيعاتها (موسي، 2021)، خاصة عبر التطبيقات الالكترونية (Brajji et al., 2022)، مما يتطلب ذلك استعداداً من أصحاب المتاجر لتكييف الأساليب التسويقية لإرضاء المستهلكين، بتفعيل الإعلانات على المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي (Sharma & Jhamb, 2020)، بناءً على 400 استجابة من مستهلك هندي على استبانة، أكدوا أن الجائحة أدت للتحويل الجذري من التسوق التقليدي للتسوق الالكتروني (Ashokkumar & Nagarajan, 2021)، كما أفاد 395 طالباً من جامعة تايلاند، أن الدافع للشراء عبر الانترنت خلال الجائحة يرتبط بالإعلانات (Chen & Prommetta et al., 2022).

## 3- نية شراء الملابس عبر الانترنت

يُمكن التعبير عن نية الشراء عبر الانترنت، بدلالة نظرية السلوك المخطط بأنها بذل الجهد بتصفح مواقع التسوق عبر الانترنت بغرض الشراء وذلك بالاتجاه نحو منتج محدد، رغبةً في موافقته معياراً ذاتياً خاصاً، بتسلسلٍ أدائي محدد بقدره معرفية، وتتخصص الدراسة بالتحديد بنية شراء الملابس عبر الانترنت.

بينما يتأثر شراء منتجات الأزياء بأسلوب تسويقي معين عبر الانترنت، فنجد أن تصفح مواقع التسوق الالكتروني يمكن أن يشكل محفزاً للشراء دون حاجة فعلية للمنتج، فقط لأن العروض على الأسعار أو اصدار تشكيلة حديثة أو حتى منتجات مجانية مرافقة تعتبر فرصة لا يمكن تفويتها (فرغلي، 2012)، خاصة خلال الجائحة، بزيادة أوقات التواجد عبر الانترنت لمتابعة المستجدات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة للإناث (الهيئة العامة للإحصاء، 2020) كما يعتمد السلوك الشرائي الفعلي للشباب الجامعي على إعلانات المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي في جدة (سلامة، 2020).

تعد الملابس من السلع الاستهلاكية الأساسية التي يحتاج الانسان لشراؤها (حبيب والشدوخي، 2018)، لا سيما خلال الجائحة التي استمرت لأكثر من عام كامل تخللها مواسم ومناسبات اجتماعية مختلفة والتي اعتاد الفرد للاستعداد لها بشراء الجديد من الثياب لارتداها؛ للاحتفال وزيارة الأقارب والاصدقاء والتي أصبحت تمارس في حدود الالتزام بالاحترازاات الوقائية، مما تسبب بالشعور ببعض المشاعر السلبية والتي تسعى الدراسة الحالية لدراستها ودراسة المتغيرات الأخرى وعلاقتها بنية شراء الملابس عبر الانترنت، خاصة بعد ارتفاع مبيعات منتجات الأزياء عبر الانترنت خلال الجائحة في السعودية (وزارة الثقافة، 2020).

تعتبر الملابس من المنتجات التي تحتاج لمعينة المستهلك، برؤيتها وتحسس خامتها وقياسها لاتخاذ قرار شراؤها من عدمه (شركة الأبحاث الرقمية وجمعية تجارتيك، 2020)، وتعد معينة جودة سلعة الملابس قبل شراؤها من الانترنت من المشكلات التي يواجهها المستهلك (المسعودي، 2020)، على الرغم من ذلك أتت الملابس في مقدمة السلع التي تشتريها المرأة السعودية، حسب رأي 400 طالبة جامعية في مدينة جدة من خلال استجابتهم على استبانة اثبتت الاتجاهات الإيجابية نحو التسوق الالكتروني قبل حلول جائحة كوفيد-19 (باعدالله وحبيب، 2018)، كما تفوقت الاناث عن الذكور في قبول التسوق الالكتروني حسب الهيئة العامة للإحصاء (2019).

## أولاً - الدراسات المتعلقة بالاحترافات الوقائية خلال جائحة كوفيد19

- درس (Almutairi et al. (2020) التزام سكان السعودية بالإجراءات الاحترازية الصحية، بهدف قياس مدى الالتزام وصلته بخصائص العينة، بتطبيق المنهج المسحي المقطعي، عن طريق استبانة ذات أسئلة مغلقة، أجاب عليها ما يزيد عن ألف مستجيب، أظهر التحليل الاحصائي للاستجابات، التزام عالي المستوى بالتدابير الاحترازية للعينة، وكان الجنس والعمر والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي عوامل هامة فيما يتعلق بمستوى الالتزام، حيث أظهرت الاناث ومن تزيد أعمارهم عن 34 عام والمتزوجون وأصحاب الشهادات العالية التزاماً أعلى من غيرهم.
  - درس (Aldarhami et al. (2020) التصورات العامة للتباعد الاجتماعي والبقاء في المنزل خلال الجائحة كمسح وطني في المملكة العربية السعودية، باستخدام المنهجية المسحية، بتصميم استبيان الكتروني يحتوي 16 سؤالاً مغلقاً، أجاب عنه ما يزيد عن خمسة آلاف مستجيب، أوضحت النتائج ارتفاع الوعي نحو ممارسات التباعد الاجتماعي والبقاء في المنزل بنسبة 81%، خاصة لدى الاناث وحاملي الشهادات العليا.
  - درست الصبجي والهندي (2022) انعكاس ممارسات التباعد الاجتماعي والبقاء في المنازل بإيجابية على الحياة الاسرية للمجتمع السعودي في مدينة جدة، حيث ارتفع معدل التفاعل الحواري في المشاركة بحل الخلافات بين افراد الاسرة الواحدة، وتطويرهم ذواتهم عن طريق تعلم أمور مفيدة وممارستهم للأنشطة الترفيهية لشغل أوقات الفراغ، خاصة للإناث الأقل من 40 عامًا، وفقًا لـ 600 استجابة على مسح الاجتماعي.
  - درس الأسمري (202) استقرائيًا مهددات الصحة النفسية خلال الجائحة، حيث انعكست المشاعر على سلوك الافراد بشعورهم بعدم الحرية خلال عُزلة عن العالم الخارجي خاصة كبار السن، كما تغير نمط الحياة الاقتصادية بالقلق نحو توفر الاحتياجات، وانتشار الشائعات المثيرة للخوف والشك في صحة بعض المعلومات عن استمرار جائحة كوفيد-19 والتعايش معها.
- ليتضح من ذلك آثار الجائحة الصحية والاجتماعية والنفسية والاقتصادية على حياة الأفراد.

## ثانيًا - الدراسات المتعلقة بالاستهلاك خلال جائحة كوفيد19

- درس (Prasad et al. (2021) الفرق بين الاستراتيجيات المستخدمة لبيع المستلزمات الطبية الدوائية والملبسية قبل وخلال الجائحة، واتضح أن الطرق التسويقية الخاصة بالتعاطف مع المستهلك هي الاجدى للتعايش خلال الجائحة، ويرتبط استدامة المواقع الالكترونية للشراء بتحقيقها لرضا وولاء وثقة المستهلكين في رومانيا، بتعزيز تطوير أنظمتها بشكل متكامل، لتواكب تغير سلوك المستهلكين خلال الجائحة من خلال 532 استجابة على استبانة، خلصت الدراسة بوجود تحديث الاستراتيجيات التسويقية لتوائم سلوك المستهلك خلال الجائحة.
- درس (Prasad & Srivastava (2021) التغير السلوكي خلال جائحة كوفيد19 للاتجاه نحو التسوق عبر الانترنت في الهند عن طريق تحليل 371 استجابة عن استبانة، أوضحت النتائج زيادة إدراك المستهلكين نحو الحرص والاهتمام بالاستمرار بالشراء والتسوق عبر الانترنت لإدراك قيمته الحقيقية وانه يوفر الوقت والجهد.
- درس (Itani and Hollebeek (2021) التزام المستهلكين بالإجراءات الاحترازية الصحية والاجتماعية المتبعة في متاجر التموينات عبر الانترنت خلال الجائحة، وذلك بتحليل 174 استجابة لمستهلك امريكي، أوضحت النتائج ارتباط نية شراء عبر الانترنت خلال الجائحة، بشكل غير مباشر مع التدابير الصحية الوقائية بينما كان تأثير تدابير التباعد الاجتماعي مرتبطاً بالفئة العمرية طردياً، حيث أوصت الدراسة بزيادة الرقابة على المتاجر والتأكد من كفاءتهم في تطبيق التدابير الصحية والاجتماعية ومساعدة المستهلك على الالتزام بها.

- درس (Nguyen et al. (2021) العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني من خلال استبانة موجه لـ 355 مستهلك فيتنامي، أظهرت النتائج أن 80% من المستجيبين انخرطوا في التسوق الإلكتروني، وكانت الاناث أكثر عرضة لذلك، وارتبط التواجد في المنزل للعمل عن بُعد بزيادة شراء المزيد من الأجهزة الإلكترونية، بينما ارتبطت مشاعر الخوف من الإصابة بالمرض بزيادة شراء المنتجات الطبية والغذائية.
- في الكويت بحث (AlTarrah et al. (2021) سلوك شراء الاكل وإدراك السلامة الغذائية، من خلال تحليل 841 استجابة أوضحت نتائجها أن الجائحة أثرت على زيادة الطلب من مطاعم التوصيل، في المقابل ازداد معدل تناول الوجبات الغذائية في المنازل، و76% من المستجيبين ارتفع اهتمامهم بالسلامة الغذائية، واختتمت الدراسة بأن اقوى مؤثر يمكن أن يغير من السلوكيات الغذائية هو الشعور بالتوتر وعدم اليقين خلال الازمات.
- درس (Hesham et al. (2021) تأثير سلوك شراء الأغذية الصحية في السعودية بالجائحة من خلال دراسة أجريت على 360 شخص، أوضحت نتائجها أن مخاطر الاستهلاك المترتبة على زيارة المتاجر أثرت سلبياً على نية الشراء، بينما ارتفعت نية شراء الأغذية الصحية، وكان القلق بشأن مخاطر الجائحة بالحرص على تجنب التلوث بالالتزام بالتدابير الصحية لدى الاناث أكثر من الذكور.
- شجع الشعور بالمشاعر السلبية على القيام بسلوك شراء اندفاعي خلال الجائحة اتضح من خلال تحليل 425 استجابة على استطلاع عبر الانترنت (Wang et al. , 2022)، بينما يعتبر تأثير الجائحة ايجابياً على سلوك الاستهلاك غير الضروري حيث انخفض معدله لدى 115 مستهلكاً صينياً، وأصبحت قراراتهم الشرائية معتدلة وذات سيطرة واعية (He et al. , 2021).
- كما أفاد 750 مستهلكاً يابانياً أن الجائحة جعلت نواياهم ومواقفهم السلوكية متجهة نحو البساطة والشراء المخطط له والاستخدام الطويل الأجل بمعنى الاهتمام بطول العمر الاستهلاكي للسلع، حيث ارتبطت البساطة والشراء المخطط له عكسياً بالقيمة المالية للسلع، بينما لم يرتبط الاستخدام الطويل الاجل بها، وشكّل كلاً من الاتجاه والمعايير الذاتية تأثير إيجابي على النية، حيث أظهرت الجائحة تأثيراً على الاستهلاك بنمو أسلوب الحياة البسيط والاهتمام بالقيم المالية (Lee , 2022).
- مما سبق عرضه من دراسات أثبتت تأثير الاحترازمات (الصحية والاجتماعية والنفسية) خلال الجائحة، على سلوك الاستهلاك على سلع وحدود جغرافية متنوعة، فكانت الاحترازمات الصحية والاجتماعية ضرورية واجبارية للالتزام بها والتي بدورها أدت لتعزيز الشعور بالاحترازمات النفسية، مما أدى للتوجه نحو سلوك التسوق عبر الانترنت خلال جائحة كوفيد-19.

#### ثالثاً – دراسات متعلقة بنية شراء الملابس عبر الانترنت خلال جائحة كوفيد19

- درس (Sumarliah et al. (2021) تأثير تفشي كوفيد-19 على نية شراء الحجاب عبر الانترنت في اندونيسيا، عن طريق استبانة أجاب عليها 366 أنثى، أثبتت النتائج أن الاحترازمات المتعلقة بمحدودية إمكانية زيارة المتاجر كانت مؤثر قوي لاتجاه نية الشراء عبر الانترنت.
- أوضحت دراسة (Salim et al. (2022) ارتباط شراء الملابس الإسلامية من الانترنت في اندونيسيا خلال الجائحة بالمعتقد الديني بمحددات النية باستخدام نظرية السلوك المخطط، من خلال 762 استجابة على استبانة أوضحت نتائجها أن نية الشراء ترتبط بمحددات النية، بينما كان المعتقد الديني يخفف من محدد الاتجاه، لكنه لم يرتبط بالمعايير الذاتية والسيطرة السلوكية على نية الشراء.

- درس (2021) Brandão & Ana Gonçalves معوقات الاستهلاك المستدام للأزياء باستخدام نظرية السلوك المخطط، أظهرت نتائج 669 استجابة من ثلاث قارات هي أوروبا وآسيا وأمريكا الشمالية على الاستبانة، أن معرفة سمات المنتج والتنوع ومعرفة التأثيرات البيئية لصناعة الملابس من الأمور المرتبطة بمحددات نية شراء الملابس المستدامة، وأوصت الدراسة بدراسة الاختلاف بين المستهلكين الآخرين وسمات أخرى لم تدرس مثل شك المستهلك حول الموضة المستدامة وأسعارها.
  - درس (2021) Sobuj et al. العوامل المؤثرة على سلوك شراء الملابس الصديقة للبيئة للمستهلكين الشباب في بنغلادش، باستخدام نظرية السلوك المخطط، بدراسة استقصائية شملت 198 مشارك من بنغلادش، أثبتت نتائج التحليل تأثير نية الشراء بمحدد الاتجاه، ويشكل المعيار الذاتي تأثيراً على نمط شراء الملابس الصديقة للبيئة، ولا يُعد التحكم السلوكي محدداً دقيقاً دائماً للتحكم في السلوك الفعلي.
  - درس (2021) Tang et al. العوامل المؤثرة على سلوك التسوق الإلكتروني بتطبيق نظرية السلوك المخطط، عن طريق تحليل 439 استجابة، اثبتت النتائج أن نية الشراء توضح فعلياً سلوك التسوق الإلكتروني، بينما لم يشكل المعيار الذاتي وسيط لنية الشراء، بينما شكلت التوقعات الاجتماعية والثقة عوامل مهمة تؤثر على سلوك التسوق، وشكل محدد الاتجاه أقوى محدد ارتباطاً بالنية.
  - درس (2021) Ardvin et al. سلوك المستهلك في صناعة الملابس خلال الجائحة، باستخدام النمذجة الهيكلية، بغرض تحديد العوامل المؤثرة على سلوك شراء الملابس لدى الفلبينيين خلال الجائحة من خلال تحليل 457 استجابة عن استبانة أوضحت النتائج أن للمزيج التسويقي تأثير على محددات النية بشكل كبير خلال الجائحة.
  - في كراتشي بباكستان درس (2021) Mansoor et al. تأثير نية شراء الملابس ذات العلامة التجارية لدى النساء، بالوعي المادي والحاجة للتفرد والتأثير الاجتماعي، من خلال تحليل 271 استجابة على استبانة
  - وفي دراسة (2021) Lee et al. لنية شراء الملابس بخدمات التأجير عبر الانترنت، للإناث في كوريا، كان للتكلفة المادية المعقولة وتنوع المنتجات وتطابقها في الواقع تأثيراً إيجابياً على نية الشراء، بينما كانت المخاطر المالية والادائية والاجتماعية تؤثر سلبياً على نية الشراء.
- اتفقت الدراسات السابقة على أن نية شراء الملابس عبر الانترنت يمكن تفسيرها عن طريق دراستها بمنظور نظرية السلوك المخطط، بمحدداتها الثلاث ومعرفة العوامل المؤثرة عليها تسويقياً، في مناطق جغرافية متعددة، مما يثبت أهمية شراء سلعة الملابس للمجتمع الإنساني.

#### أوجه الشبه والاختلاف بين موضوع الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

بالاستفادة من المدخل الكمي والمنهجية الارتباطية البحثية واستخدام أداة الاستبانة بفعالية لتحقيق أهداف الدراسات السابقة في المحورين السابقين، تتبع الدراسة المنهجية والأداة ذاتها. بينما تتميز الدراسة الحالية بدراسة نية شراء الملابس عبر الانترنت ومعرفة ارتباط الاحترازات والتدابير الاحترازية، عن الدراسات السابقة المعروضة بدراستها لسلعة الملابس بشكل عام دون تحديد نوع أو نمط معين منها، لسهولة ربط نية شراءها بالاحترازات الوقائية خلال جائحة كوفيد-19، لدى الإناث بشكل خاص حيث أشارت الدراسات بفارق مميز لهم بالالتزام بالاحترازات الوقائية، وكذلك الحد الجغرافي لم يسبق دراسة موضوع الدراسة فيه من قبل، على الرغم من حيويته وارتباطه بسلوك الاستهلاك في المجتمع الإنساني.



## إجراءات الدراسة الميدانية

## أولاً- تصميم أداة الدراسة

صُممت أداة الدراسة (الاستبانة) بأسئلة مغلقة من جزئين، يتضمن الجزء الأول البيانات التعريفية للمستجيبة، والجزء الثاني كان على أربعة محاور: (الاحترازاات الصحية-الاحترازاات الاجتماعية-الاحترازاات النفسية-نية شراء الملابس عبر الانترنت)، وكانت الإجابة علما بالاختيار من خمس مستويات تحدد مستوى الموافقة على العبارات. تم عرض الأداة على متخصصين في مجال البحوث الكمية في العلوم الإنسانية للتأكد من صدقها الظاهري ومدى تحقيقها لهدف الدراسة، حصلت على نسبة موافقة بلغت 85%، بعد ذلك تم تطبيق الأداة على 40 مفردة كعينة أولية؛ لقياس صدقها وثباتها، بلغ متوسط صدق معامل ارتباط العبارات بالاستبانة 0.733 دالاً عند مستوى 0.01، والذي يعتبر معامل ارتباط عالي، بينما بلغ معامل الثبات الكلي للاستبانة 0.98، مما يدل على صلاحية تطبيق الأداة. بعد ذلك تم بناء الأداة باستخدام (Google Drive platform) ونشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع الإشارة أن الاستبانة احتوت على مقدمة بسؤال أساسي يضمن توافق المستجيبة مع شروط العينة المستهدفة، وأنها توافق على الإجابة دون المساس بمعلوماتها الشخصية خارج نطاق نتائج البحث العلمي، تم جمع 656 استجابة من الإناث من سكان منطقة مكة المكرمة بعد عرض أداة البحث لمدة 3 أشهر لجمع عدد مناسب من الاستجابات.

## ثانياً- توصيف عينة الدراسة

معظم المستجيبات كن من الطالبات في الفئة العمرية (20-29) بنسبة 43%، ودخلهم الشهري أقل من ألف ريال سعودي، ويحملون مؤهل البكالوريوس، ويستعرض جدول (1) التكرارات والنسب المئوية لكل خاصية من خصائص عينة الدراسة المستجيبة.

جدول (1) وصف للبيانات التعريفية لعينة البحث

البيانات التعريفية لعينة البحث					
المجموع	الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الخاصية	
656	4	7.31	48	أقل من 20 عامًا	
	1	43	282	20 عامًا – 29 عامًا	
	2	26.83	176	30 عامًا – 39 عامًا	
	3	15.55	102	40 عامًا – 49 عامًا	
	4	7.31	48	50 عامًا فأكثر	
656	1	48.50	318	غير متزوجة	
	2	45.30	297	متزوجة	
	3	3.70	24	مُطلقة	
	4	2.50	17	أرملة	
656	1	41.30	271	0 - 999	
	2	22.60	148	1000 - 3999	
	3	16.20	106	4000 - 9999	
	4	13.30	87	10000 – 14999	
	5	6.70	44	15 ألف فأكثر	
656	3	16.90	111	دون البكالوريوس	
	1	60.40	396	بكالوريوس	

البيانات التعريفية لعينة البحث					
	2	22.70	149	دراسات عليا	
656	1	36.60	240	طالبة	العمل
	2	25.40	167	لا أعمل	
	3	23.95	157	مُوظفة	
	4	8.70	57	عمل حُر	
	5	5.35	35	مُتقاعدة	

## الإجراءات الاحصائية

## أولاً- الإحصاء الوصفي

أ- الاستجابة للاحترازات الصحية خلال جائحة كوفيد-19

## جدول (2) التزام العينة بالاحترازات الصحية

الجدول التكراري لمستوى التزام العينة بالإجراءات الاحترازية الصحية													
الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مرتفع جداً		مرتفع		متوسط		منخفض		منخفض جداً		الاجراء الاحترازي الصحي
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.85	4.53	69.1	453	20.1	132	7.2	47	1.8	12	1.8	12	إظهار الحالة الصحية بتطبيق توكلنا
2	0.80	4.52	66.6	437	23.3	153	7	46	1.7	11	1.4	9	أخذ جرعات من لقاح كوفيد-19
3	0.93	4.37	59.9	393	25.5	167	9.3	61	3	20	2.3	15	ارتداء الكمامة خارج المنزل
4	1.17	3.93	42.4	278	26.2	172	19.5	128	6.3	41	5.6	37	تقليل الخروج من المنزل
5	1.05	3.92	36.4	239	32.3	212	21.2	139	7.2	47	2.9	19	تطبيق الاحترازات مع مندوب التوصيل
6	1.10	3.65	27.6	181	28.2	185	30.9	203	9	59	4.3	28	تعقيم اليدين باستمرار
7	1.34	3.62	25.2	165	20.4	134	27.3	179	13.7	90	13.4	88	تعقيم أغلفة السلع والمنتجات
8	1.07	3.30	24.2	159	31.7	208	31.6	207	7.6	50	4.9	32	غسل اليدين باستمرار
9	1.22	2.22	7	46	8.7	57	21.2	139	26.2	172	36.9	242	ارتداء القفازات خارج المنزل
-	0.45	3.78	الإجمالي مستوى استجابة العينة للاحترازات الصحية (العينة=656)										

يتضح من بيانات جدول (2) أن العينة سجلت استجابات مرتفعة على التوالي بالالتزام بتحميل تطبيق توكلنا لإظهار الحالة الصحية، يليه أخذ جرعات من اللقاح المضاد لكوفيد-19، يليه الالتزام بارتداء الكمامة خارج المنزل، وهذه الإجراءات الصحية تتعلق بالحفاظ على الصحة وتخضع لقوانين وعقوبات حكومية، وارتفاع مستوى الالتزام بها يدل على حرص العينة على تطبيق الاحترازات للوقاية من الإصابة أو نقل العدوى للآخرين، مما انعكس على توسط الالتزام بتقليل الخروج من المنزل وتطبيق الاحترازات مع مندوب التوصيل وتعقيم اليدين وأغلفة السلع، ربما يكون ذلك بسبب وقت تطبيق الأداة أنها كانت خلال عام من حلول الجائحة، حيث تيسر للعينة التعايش مع الجائحة ومواصلة السلوكيات بشكل طبيعي، بينما كان ارتداء القفازات أقل الاحترازات الصحية التزاماً؛ وذلك ربما يكون بسبب اعتبارها ثانوية ويمكن الاستغناء عنها بغسيل وتعقيم اليدين.

## ب- الاستجابة للاحترازاات الاجتماعية خلال جائحة كوفيد-19

جدول (3) التزام العينة بالاحترازاات الاجتماعية

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجدول التكراري لمستوى التزام العينة بسلوكيات التباعد الاجتماعي										الاجراء الاحترازي الاجتماعي
			مرتفع جداً		مرتفع		متوسط		منخفض		منخفض جداً		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	1.07	4.53	30.8	202	29.4	193	28.2	185	8.2	54	3.4	22	المحافظة على ترك مسافة 1.5 متر
2	1.13	4.52	29	190	25.8	169	30.6	201	10.2	67	4.4	29	تجنب الدعوات للتجمعات الحضورية
3	1.27	3.38	25.9	170	19.8	130	26.5	199	14.3	94	9.6	63	عدم الخروج من المنزل
4	1.27	3.35	24.5	161	21.2	139	29	190	15.5	102	9.8	64	عدم مصافحة الاخرين
-	0.97	3.53	الإجمالي لمستوى استجابة العينة للاحترازاات الاجتماعية (العينة=656)										

يوضح جدول (3) مستوى التزام العينة بإجراءات التباعد الاجتماعي خلال جائحة كوفيد-19، حيث ارتفع الالتزام بترك المسافة الآمنة بين الآخرين، وربما يكون ذلك بسبب انتشار تطبيق الأماكن العامة لوضع ملصقات ارشادية للتشجيع على ضرورة الالتزام بها، بينما انخفض الالتزام بعدم مصافحة الآخرين وذلك ربما يكون بسبب اعتياد العينة على سلوكيات التعبير الاجتماعي بالترحيب عند لقاء الآخرين في الأماكن العامة.

## ج- الاستجابة للاحترازاات النفسية خلال جائحة كوفيد-19

جدول (4) شعور العينة بالاحترازاات النفسية

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجدول التكراري لمستوى شعور العينة بالإجراءات الاحترازية النفسية										الاجراء الاحترازي النفسي
			مرتفع جداً		مرتفع		متوسط		منخفض		منخفض جداً		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	0.88	4.42	63.1	414	20.7	136	12.3	81	7.2	18	1.1	7	الحزن نتيجة الغاء التجمعات الدينية
2	1.11	3.95	41.3	271	27.4	180	20.3	133	7	46	4	26	التخوف من نقل العدوى للآخرين
3	1.25	3.82	42.4	278	20.9	137	20.1	132	10.4	68	6.3	41	الشوق للتجمعات العائلية الحضورية
4	1.20	3.26	20	131	21	138	32.9	216	17.7	116	8.4	55	قلق من ترقب مستجدات الجائحة
5	1.20	3.25	20.4	134	18.4	121	36.3	238	15.7	103	9.1	60	الشعور بالخوف من الإصابة بكوفيد-19
6	1.35	3.24	26.4	173	15.2	100	27.9	183	17.7	116	12.8	84	الشعور بالضغط المادي المالي
7	1.33	3.20	24.2	159	15.2	100	30.5	200	16.5	108	13.6	89	الشعور بالروتين خلال الحجر المنزلي
8	1.18	3.12	14.5	95	22.7	149	34.9	229	17.1	112	10.8	71	الشعور بالقييد نتيجة تطبيق الاحترازاات

الجدول التكراري لمستوى شعور العينة بالإجراءات الاحترازية النفسية													
9	1.35	3.76	21.6	142	14	92	31.1	204	16.8	110	16.5	108	الضجر من إغلاق الأسواق ومراكز الترفيه
-	0.44	3.48	الإجمالي لمستوى استجابة العينة للاحترازية النفسية (العينة=656)										

من خلال عرض بيانات جدول (4) للمشاعر النفسية للعينة خلال جائحة كوفيد-19، ارتفع الشعور بالحزن نتيجة إلغاء وتخفيف التجمعات الدينية خاصة صلاة القيام في رمضان وصلاة العيدين، لما اعتاد عليه المجتمع خاصة في منطقة مكة المكرمة، بينما سجل الشعور بالضجر من إغلاق الأسواق أقل مستوى للشعور السلبي، وذلك متوقع لأن غالبية العينة المستجيبة كانت من الطالبات المنشغلات بالدراسة عن بُعد أو لانشغالهم بتطوير ذواتهم كما أشارت الصبحي والنهدي (2022).

د- الاستجابة لنية شراء الملابس عبر الانترنت خلال جائحة كوفيد-19

جدول (5) نية العينة لشراء الملابس عبر الانترنت

الجدول التكراري لاستجابة العينة لنية شراء الملابس عبر الانترنت														
الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مرتفع جداً		مرتفع		متوسط		منخفض		منخفض جداً		العبارة	محدد النية
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	1.22	3.39	22.9	150	25	164	30.8	202	11.7	77	9.6	63	رغبة شراء الملابس الاستعداد للمواسم الأعياد ورمضان	التحكم السلوكي
2	1.24	3.25	15.9	104	23.2	152	39.9	262	12.7	83	8.4	55	توفر الأمان الصحي عند شراء الملابس عبر الانترنت	الاتجاه
3	1.25	3.25	20.3	133	21.8	143	32.3	212	13.9	91	11.7	77	رغبة شراء الملابس بغرض انتهاء الفروض كالعروض	المعيار الذاتي
4	1.20	3.26	18.4	121	21.3	140	33.7	221	16.8	110	9.8	64	رغبة شراء الملابس المريحة	التحكم السلوكي
5	1.21	3.00	14.9	98	16	105	37	243	18.6	122	13.4	88	رغبة شراء الملابس من خلال الإعلانات على وسائل التواصل	المعيار الذاتي
6	1.26	2.92	15.1	99	14.8	97	34.1	224	19.8	130	16.2	106	رغبة الانفاق لشراء الملابس	الاتجاه
-	0.46	3.17	الإجمالي لمستوى استجابة العينة لنية شراء الملابس عبر الانترنت (العينة=656)											

استعرض جدول (5) استجابات العينة لنية شراء الملابس خلال جائحة كوفيد-19، بتوضيح النسب المئوية لمستوى كل استجابة، بالإضافة لرتبة لأهمية كل عبارة منها، فكانت الاستجابة الأكثر ارتفاعاً، هي التي تعبر عن محدد التحكم السلوكي بنية الشراء بغرض الاستعداد للمواسم الأعياد والمناسبات الاجتماعية، وهو ما يتوافق مع نتائج Sobuz et al. (2021) مما يدل على اهتمام العينة بشراء ملابس جديدة للمناسبات الاجتماعية المختلفة على الرغم من أنه خلال الجائحة انخفضت التجمعات للمناسبات الاجتماعية الحضورية، مما انعكس على انخفاض استجابة العينة نحو

الاتجاه بالإففاق لشراء الملابس عبر الانترنت، وهو يتفق مع نتائج دراسة كلاً من Wang et al. و Salim et al. (2022) و (2022) و He et al. (2021) و Lee (2022).

### ثانياً- الإحصاء الاستدلالي

بإيجاد معامل الارتباط بيرسون للتحقق من وجود علاقة الارتباط الخطية بين متغيرين؛ لمناسبته لاختبار صحة فرضيات الدراسة.

#### أ- الفرضية الأولى

نصت على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاحترازمات الصحية خلال جائحة كوفيد19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت لدى الاناث في منطقة مكة المكرمة عند مستوى دلالة 0,05، يوضح جدول (6) نتيجة اختبار الارتباط بين الاحترازمات الصحية ونية شراء الملابس عبر الانترنت.

جدول (6) نتيجة اختبار ارتباط الاحترازمات الصحية ونية الشراء

معامل ارتباط الاحترازمات الصحية بنية الشراء		
الدلالة الاحصائية	نوع الارتباط	قيمة المعامل
0.000*	طردي	0.16

\* ارتباط دال احصائياً عند مستوى 0.05

بلغت قيمة معامل الارتباط بين الاحترازمات الصحية ونية شراء الملابس عبر الانترنت (0.16) ذا دلالة إحصائية تثبت صحة الفرضية، بوجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين نية شراء الملابس لدى اناث منطقة مكة المكرمة والاحترازمات الصحية خلال جائحة كوفيد19، وهذا يتفق مع نتائج دراسة كلاً من Prasad & Srivastava (2021) و Itani & Hollebeek (2021).

#### ب- الفرضية الثانية

نصت على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاحترازمات الاجتماعية خلال جائحة كوفيد19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت لدى الاناث في منطقة مكة المكرمة عند مستوى دلالة 0,05، يوضح جدول (7) نتيجة اختبار الارتباط بين الاحترازمات الاجتماعية ونية شراء الملابس عبر الانترنت.

جدول (7) نتيجة اختبار ارتباط الاحترازمات الاجتماعية ونية الشراء

معامل ارتباط الاحترازمات الاجتماعية بنية الشراء		
الدلالة الاحصائية	نوع الارتباط	قيمة المعامل
0.023*	طردي	0.09

\* ارتباط دال احصائياً عند مستوى 0.05

بلغت قيمة معامل الارتباط بين الاحترازمات الصحية ونية شراء الملابس عبر الانترنت (0.09) ذا دلالة إحصائية تثبت صحة الفرضية بوجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين نية شراء الملابس لدى اناث منطقة مكة المكرمة والاحترازمات الاجتماعية خلال جائحة كوفيد19، وهذا يتفق مع نتائج دراسة Sumarliah et al. (2021) و Nguyen et al. (2021).

#### ج- الفرضية الثالثة

نصت على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاحترازمات النفسية خلال جائحة كوفيد19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت لدى الاناث في منطقة مكة المكرمة عند مستوى دلالة 0,05، يوضح جدول (8) نتيجة اختبار الارتباط بين الاحترازمات النفسية ونية شراء الملابس عبر الانترنت.

جدول (8) نتيجة اختبار ارتباط الاحترازات النفسية ونية الشراء

معامل ارتباط الاحترازات النفسية بنية الشراء		
الدلالة الاحصائية	نوع الارتباط	قيمة المعامل
0.000*	طردى	0.27

\* ارتباط دال احصائياً عند مستوى 0.05

بلغت قيمة معامل الارتباط بين الاحترازات النفسية ونية شراء الملابس عبر الانترنت (0.27) ذا دلالة إحصائية تثبت صحة الفرضية، بوجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين نية شراء الملابس لدى اناث منطقة مكة المكرمة والاحترازات النفسية خلال جائحة كوفيد19، وهذا يتفق مع نتائج دراسة كلاً من (AlTarrah et al. (2021 و (Hesham et al. (2021)

نستنتج مما سبق عرضه باستخدام الإحصاء الاستدلالي لاستجابات الاناث في منطقة مكة المكرمة، وجود علاقة ارتباط بين الاحترازات الوقائية (الصحية-الاجتماعية-النفسية) خلال كوفيد19 ونية شراء الملابس عبر الانترنت، مما يدل على تأثير الازمات الحياتية على السلوكيات الإنسانية، وبمقارنة المعاملات الارتباطية نجد أن المشاعر النفسية أعلاها، حيث يجب زيادة الاهتمام بالصحة النفسية لقوة تأثيرها على دوافع ورغبات وتوجهات السلوكيات الإنسانية مهما كانت بسيطة أو معقدة.

#### ملخص النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- 1- ارتفعت نسبة التزام العينة بالإجراءات الاحترازية الصحية خاصة تحميل تطبيق توكنا وتلقي جرعات من اللقاح وارتداء الكمامة خارج المنزل بينما انخفض الالتزام بارتداء القفازات.
- 2- ممارسات الالتزام بالتباعد الاجتماعي للعينة ارتفعت المحافظة على مسافة متر ونصف بين الآخرين في الأماكن العامة بينما انخفض تجنب مصافحة الآخرين.
- 3- ارتفع الشعور بالحزن نتيجة تخفيف الشعائر الدينية الجماعية خلال الجائحة وانخفض الشعور بالضجر نتيجة اغلاق المراكز التجارية والترفيهية.
- 4- ارتفع التحكم السلوكي بنية شراء الملابس عبر الانترنت للاستعداد للمواسم لدى العينة، بينما انخفض الاتجاه نحو رغبة الانفاق لشراء الملابس عبر الانترنت من خلال تطبيق نظرية السلوك المخطط.
- 5- ارتبط الالتزام بالإجراءات الصحية خلال جائحة كوفيد19 طردياً مع نية شراء الملابس عبر الانترنت.
- 6- ارتبط الالتزام بالإجراءات الاجتماعية خلال جائحة كوفيد19 طردياً مع نية شراء الملابس عبر الانترنت.
- 7- ارتبط الالتزام بالإجراءات النفسية خلال جائحة كوفيد19 طردياً مع نية شراء الملابس عبر الانترنت.

#### التوصيات: بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها توصي الدراسة بـ:

- 1- دراسة تأثير الازمات على تكوين سلوكيات استهلاكية جديدة مثل تعلم صناعة الملابس بدلاً من شرائها، بطرق بحثية منهجية بجودة في استخدام النظريات العلمية.
- 2- الاهتمام بعمل الاحصائيات الخاصة بتجارة ومبيعات منتجات الأزياء عبر الانترنت لمعرفة العلامات التجارية المفضلة والمميزة والأكثر طلباً لتلبية رغبات المستهلكين ذكوراً واناثاً بمختلف الاعمار.
- 3- تطوير مفاهيم الترشيد الاستهلاكي للملابس عبر الانترنت وذلك بنشرها للمستهلك المستهدف بشكل سهل الفهم وممتع في الوسائل الإعلامية المختلفة، يتناسب مع مختلف الاعمار.
- 4- التوعية بتأثير العوامل النفسية على الشراء الاندفاعي او المرضي خاصة من خلال الانترنت.

## الخاتمة

أثرت جائحة كوفيد19 على سلوك استهلاك النساء في منطقة مكة المكرمة للملابس عبر الانترنت، وكانت المشاعر النفسية للأفراد الأكثر ارتباطاً خاصة الشعور بالحزن والأسى من التخفيف من ممارسة الشعائر الدينية، يليها الاحترازاات الصحية المرتبطة بالمتابعة الحكومية الدولية وأقلها ارتباطاً بممارسات التباعد الاجتماعي، التغييرات التي تحدثها الازمات تترك أثراً لا يُنسى، علاقة البشرية بكوفيد19 لا تزال تحمل الكثير من القضايا التي يمكن دراستها وبحثها في مختلف التخصصات العلمية.

## قائمة المراجع

## أولاً – المراجع العربية

- الأسمرى، سعيد سالم بن محسن. (2020). مهددات الصحة النفسية المرتبطة بالحجر المنزلي إثر فيروس كورونا المستجد COVID-19. المجلة العربية للدراسات الأمنية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، عدد خاص بفيروس كورونا المستجد كوفيد-19، سنة (2020)، مجلد36، عدد2، ص 265 – 278. <https://journals.nauss.edu.sa/index.php/AJSS/article/view/1271>
- باعبدالله، أفنان محمد بركات، وحبیب، حلیمة. (2018). اتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي -دراسة وصفية ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز /جدة-. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، م 2 (9ع)، 1-39. <https://journals.ajsrp.com/index.php/jhss/article/view/768.39-1>
- حبیب، رعد عبد الكريم والشدوخي، هند ناصر. (2018). التسويق. (الطبعة السابعة) جدة: خوارزم العلمية للنشر والتوزيع. <https://cutt.us/iX1Wa>
- حسونة، أحمد عدنان صالح(معد)، والفرا، ماجد محمد عبد السلام(مشرف). (2019). أثر المخاطر المدركة على نية الشراء عبر الانترنت لدى المستهلك في قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة) الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة. <http://search.mandumah.com/Record/1031826>
- رؤية السعودية 2030. (د.ت). برنامج جودة الحياة. مسترجع من <https://www.vision2030.gov.sa/ar/v2030/vrps/qol/>
- ساعاتي، أمين. (2020). سلوك المستهلك السعودي.. بعد جائحة كورونا. استرجع من موقع جريدة العرب الاقتصادية الدولية [https://www.aleqt.com/2020/04/19/article\\_1808506.html](https://www.aleqt.com/2020/04/19/article_1808506.html)
- سلامة، مي وليد. (2020). إعلانات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي لدى الشباب الجامعي السعودي: دراسة ميدانية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، عدد 19، 605-648 [https://sjocs.journals.ekb.eg/article\\_155417\\_fb87f762ea144698215d24a98df5580f.pdf](https://sjocs.journals.ekb.eg/article_155417_fb87f762ea144698215d24a98df5580f.pdf)
- شركة الأبحاث الرقمية (DRC). (2020). دراسة عن ارتفاع ضريبة القيمة المضافة إلى 15% في المملكة العربية السعودية. <https://twitter.com/DRCTODAY/status/1323696925540044806>
- شركة الأبحاث الرقمية (DRC) وجمعية التجارة والتجزئة الالكترونية (تجارتك). (2020). تقرير تأثير جائحة كورونا على التجارة الالكترونية وسلوك المستهلك الشرائي في المملكة العربية السعودية. <https://cutt.us/W6vEF>
- الصبيحي، رؤى حسن والتهدي، سارة إبراهيم. (2022). تأثير أزمة كوفيد-19 على الحياة الأسرية في المجتمع السعودي (دراسة وصفية على عينة من الأسر في مدينة جدة). المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. مجلد6، عدد1، 30يناير 2022، صفحة 128 – 156. <https://journals.ajsrp.com/index.php/jhss/article/view/4609/4368>
- عبيدات، ذوقان، عبد الحق، كايد، وعدس، عبد الرحمن. (2011). البحث العلمي مفهومه-أدواته-أساليبه. (الطبعة الثالثة عشر)، الأردن-عمّان: دار الفكر. <https://www.daralfiker.com/node/6497>
- فرغلي، زينب عبدالحفيظ. (2006). الملابس الجاهزة بين الإعداد والإنتاج. (الطبعة الثانية). القاهرة: دار الفكر العربي. <https://cutt.us/AahQJ>
- فرغلي، زينب عبدالحفيظ. (2012). ملابس المرأة الخارجية والمنزلية. (الطبعة الأولى). القاهرة: دار الفكر العربي. <https://cutt.us/QgJ9Y>

- القحطاني، حمد محمد، كليبي، رشا عبد الله، والداوود، منال سعد. (2021). الكتابة الأكاديمية والنشر العلمي وفق دليل نشر الجمعية الأمريكية لعلم النفس. (الطبعة الأولى). السعودية-جدة: شركة تكوين العالمية. <https://kunashat-alwaraq.com/ozvYp>
- المسعودي، مها حسين. (2020). مشكلات جودة الملابس المبيعة عن طريق التسوق الإلكتروني. المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية: المؤسسة العربية للبحث العلمي والتنمية البشرية. عدد39، 33-52. <http://search.mandumah.com/Record/1044433.52-33>
- منظمة الصحة العالمية. (2021). مرض فيروس كورونا (كوفيد-19). مسترجع من موقع منظمة الصحة العالمية <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>
- موسي، سهام (2021). تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الإلكترونية في العالم دراسة تحليلية. مجلة التنظيم والعمل، 9 (4): 129 – <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/147/9/4/146558.142>
- نصر الدين، فيفان محمد صالح، بخاري، عبلة عبد الحميد، والسلمي، تهازي مسعود. (2022). تأثير التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، 6م (19ع)، 86-103. <https://journals.ajsrp.com/index.php/jeals/article/view/5438>
- هيئة الصحة العامة ووقاية. (2020). دليل الإرشادات والاشتراطات الصحية في المجمعات والمراكز التجارية للوقاية من مرض كورونا (كوفيد-19). <https://covid19.cdc.gov.sa/ar/community-public-ar/guideline-of-health-requirements-for-shopping-malls-workers-ar/>
- الهيئة العامة للإحصاء. (2019). نشرة مسح نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للأسر والأفراد. استرجعت من موقع الهيئة العامة للإحصاء [https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/nshr\\_msh\\_nfdh\\_wstkhdm\\_tqny\\_lmlwmt\\_wltslt\\_llsr\\_wlfrd\\_2019m\\_0.pdf](https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/nshr_msh_nfdh_wstkhdm_tqny_lmlwmt_wltslt_llsr_wlfrd_2019m_0.pdf)
- الهيئة العامة للإحصاء. (2020). الشباب السعودي بالأرقام تقرير خاص بمناسبة اليوم العالمي للشباب 2020م. استرجع من موقع الهيئة العامة للإحصاء [https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/saudi\\_youth\\_in\\_numbers\\_report\\_2020ar.pdf](https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/saudi_youth_in_numbers_report_2020ar.pdf)
- وزارة الثقافة. (2019). تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2019م: ملامح وإحصائيات. الإدارة العامة للأبحاث والدراسات الثقافية السعودية-الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية. <https://www.moc.gov.sa/ar/media-center/publications>
- وزارة الثقافة. (2020). تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2020م (رقمنة الثقافة). الإدارة العامة للأبحاث والدراسات الثقافية السعودية-الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية. <https://www.moc.gov.sa/ar/media-center/publications>
- وزارة الثقافة. (2021). تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2021م: الثقافة في الفضاء العام. الإدارة العامة للأبحاث والدراسات الثقافية السعودية-الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية. <https://www.moc.gov.sa/ar/media-center/publications>
- وزارة الداخلية. (د.ت). نبذة عن منطقة مكة المكرمة. استرجعت من موقع وزارة الداخلية <https://cutt.us/UFive>
- وزارة الصحة. (2020). تقرير تجربة المملكة العربية السعودية في الاستعداد والاستجابة الصحية لجائحة كوفيد-19. استرجع من موقع وزارة الصحة. <https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/Publications/Pages/Publications-2020-10-27-001.aspx>

## ثانيًا – المراجع الأجنبية

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>
- Ajzen, I. (2006). Constructing a theory of planned behavior questionnaire. [https://www.researchgate.net/publication/235913732\\_Constructing\\_a\\_Theory\\_of\\_Planned\\_Behavior\\_Questionnaire](https://www.researchgate.net/publication/235913732_Constructing_a_Theory_of_Planned_Behavior_Questionnaire)
- Aldarhami, A., Bazaid, A. S., Althomali, O. W., and Binsaleh, N. K. (2020). Public Perceptions and Commitment to Social Distancing “Staying-at-Home” During COVID-19 Pandemic: A National Survey in Saudi Arabia. *International Journal of General Medicine*, 13: 677-686. <http://dx.doi.org/10.2147/IJGM.S269716>
- Almutairi, A. F., BaniMustafa, A. A., Alessa, Y. M., Almutairi, S. B., and Almaleh, Y. (2020). Public Trust and Compliance with the Precautionary Measures Against COVID-19 Employed by Authorities in Saudi Arabia. *Risk Management and Healthcare Policy*, Vol.13, 753-760. <http://dx.doi.org/10.2147/RMHP.S257287>



- AlTarrah, D., AlShami, E., AlHamad, N., AlBeshar, F., & Devarajan, S. (2021). The Impact of Coronavirus COVID-19 Pandemic on Food Purchasing, Eating Behavior, and Perception of Food Safety in Kuwait. *Sustainability*, 13(16), 8987. <https://doi.org/10.3390/su13168987>
- Ardvin Kester, S. O., Cleofas, M. A., Prasetyo, Y. T., Chuenyindee, T., Young, M. N., Diaz, J. F. T., Nadlifatin, R., & Anak Agung Ngurah, P. R. (2021). Consumer Behavior in Clothing Industry and Its Relationship with Open Innovation Dynamics during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(4), 211. <https://doi.org/10.3390/joitmc7040211>
- Ashokkumar, J., & Nagarajan, P. S. (2021). Predicting intention to choose e-shopping using theory of reasoned action subjective to covid 19 pandemic. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(4), 1-15. [https://www.proquest.com/openview/18fc754bdb27ec3baa9a2c0484f31f64/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38744&casa\\_token=gTJrfyCFoUIAAAAA:VAuynQp2XYfZudasw5Ly3yajoS4OTvR8uffpQlOJYfGRhfRXFjtFQbuLrsr6Yvy6JUcMOPF-awA](https://www.proquest.com/openview/18fc754bdb27ec3baa9a2c0484f31f64/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38744&casa_token=gTJrfyCFoUIAAAAA:VAuynQp2XYfZudasw5Ly3yajoS4OTvR8uffpQlOJYfGRhfRXFjtFQbuLrsr6Yvy6JUcMOPF-awA)
- Braiji, E. H., Abduljawad, E. A., & Alrasheedi, A. A. (2022). Impact of COVID-19 pandemic quarantine on dietary behaviors and lifestyle of Saudi adults in Jeddah, Kingdom of Saudi Arabia. *Saudi Medical Journal*, 43(8), 907-914. <https://doi.org/10.15537/smj.2022.43.8.20220217>
- Brandão, A., & Ana Gonçalves, d. C. (2021). Extending the theory of planned behaviour to understand the effects of barriers towards sustainable fashion consumption. *European Business Review*, 33(5), 742-774. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2020-0306>
- Chen, J. L., & Prommetta, S. (2022). A Discussion on University Students' Online Shopping Behaviors Amid the COVID-19 Pandemic. *Advances in Management and Applied Economics*, 12(3) [http://www.scienpress.com/Upload/AMAE%2FVol%2012\\_3\\_1.pdf](http://www.scienpress.com/Upload/AMAE%2FVol%2012_3_1.pdf)
- Dorel, M. P., Țițan, E., Manea, D. I., Ionescu, C. D., Mihai, M., & Șerban, O. (2022). The change in e-commerce in the context of the Coronavirus pandemic. *Management & Marketing*, 17(2), 220-233. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2022-0012>
- Groß, M. (2015). Mobile shopping: a classification framework and literature review. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(3): 221-241. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJRDM-06-2013-0119/full/html>
- He, J., Liu, S., Li, T., & Thi Hoai, T. M. (2021). The Positive Effects of Unneeded Consumption Behaviour on Consumers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12), 6404. <https://doi.org/10.3390/ijerph18126404>
- Hesham, F., Riadh, H. & Nasr, K. S. (2021). What Have We Learned about the Effects of the COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior? *Sustainability*, 13(8), 4304. <https://doi.org/10.3390/su13084304>
- Itani, O. S., & Hollebeek, L. D. (2021). Consumers' health-locus-of-control and social distancing in pandemic-based e-tailing services. *The Journal of Services Marketing*, 35(8), 1073-1091. <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/pt/covidwho-1337326>
- Lee, K. (2022). How Are Material Values and Voluntary Simplicity Lifestyle Related to Attitudes and Intentions toward Commercial Sharing during the COVID-19 Pandemic? Evidence from Japan. *Sustainability*, 14(13), 7812. <https://doi.org/10.3390/su14137812>
- Lee, S. E., Jung, H. J., & Lee, K. H. (2021). Motivating collaborative consumption in fashion: Consumer benefits, perceived risks, service trust, and usage intention of online fashion rental services. *Sustainability*, 13(4), 1804. <https://doi.org/10.3390/su13041804>

- Mansoor, U., Ansari, J., Bashir, M. A., & Qureshi, M. A. (2021). Females Purchase Intention of Branded Clothes in Pakistan. *Global Management Journal for Academic & Corporate Studies*, 11(1), 1-22. <https://cutt.us/px39L>
- Nguyen, M. H., Armoogum, J., & Binh, N. T. (2021). Factors Affecting the Growth of E-Shopping over the COVID-19 Era in Hanoi, Vietnam. *Sustainability*, 13(16), 9205. <https://doi.org/10.3390/su13169205><https://doi.org/10.3390/su13169205>
- Prasad, R. A., Kunal, K., Xavier, M. J., & Arun, C. J. (2021). Decoding the post-covid-19 consumer mind and developing new marketing strategies. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(5), 1-11. <https://cutt.us/DXXk0>
- Prasad, R. K., & Srivastava, M. K. (2021). SWITCHING BEHAVIOR TOWARD ONLINE SHOPPING: COERCION OR CHOICE DURING COVID-19 PANDEMIC. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25, 1-15. <https://cutt.us/k9I5k>
- Salim, M., Aprianto, R., Syaiful Anwar, A. B., & Rusdi, M. (2022). Muslim Clothing Online Purchases in Indonesia during COVID-19 Crisis. *Economies*, 10(1), 19. <https://doi.org/10.3390/economies10010019>
- Sharma, A., & Jhamb, D. (2020). Changing consumer behaviours towards online shopping-an impact of Covid 19. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(3), 1-10. <https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/pt/covidwho-1196331>
- Sobuj, M., Khan, A. M., Habib, A., Md, & Islam, M. M. (2021). Factors influencing eco-friendly apparel purchase behavior of Bangladeshi young consumers: case study. *Research Journal of Textile and Apparel*, 25(2), 139-157. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/RJTA-10-2019-0052/full/html>
- Sumarliah, E., Khan, S. U., & Khan, I. U. (2021). Online hijab purchase intention: the influence of the Coronavirus outbreak. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 598-621. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0302>
- Tang, H., Rasool, Z., Mohsin, A. K., Khan, A. I., Khan, F., Ali, H., Anum, A. K., & Syed, A. A. (2021). Factors Affecting E-Shopping Behaviour: Application of Theory of Planned Behaviour. *Behavioural Neurology*, 2021. <https://doi.org/10.1155/2021/1664377>
- Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability*, 14(12), 7500. <https://doi.org/10.3390/su14127500>