



## أثر الاقتصاد السلوكي على السلوكيات الشرائية للأفراد في بعض الدول العربية مراجعة منهجية استقرائية لبعض الدراسات في هذا المجال.

ملاك السلمي

د. فيفيان نصرالدين

Malsulami0653@stu.kau.edu.sa

vnasrulddin@kau.edu.sa

كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز / المملكة العربية السعودية

هدى الذبياني

غادة العمري

halzbuiani@stu.kau.edu.sa

Galamri0045@stu.kau.edu.sa

كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز / المملكة العربية السعودية

### الكلمات المفتاحية:

الاقتصاد السلوكي، سلوك الأفراد،  
الانثروبولوجيا الاقتصادية، الوعي  
الاستهلاكي، السلوك الشرائي.

### الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى مراجعة الأدبيات التي تناولت أثر الاقتصاد السلوكي على السلوكيات الشرائية للأفراد، في بعض الدول العربية، ولتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة، تم الاعتماد على منهجية 'PRISMA' في البحث النوعي، وذلك من خلال فحص الرسائل العلمية والبحوث الاقتصادية ذات الصلة، وقد بلغ عدد الدراسات التي تم فحصها وتحليل نتائجها (20) دراسة، وقد توصلت الدراسة الحالية إلى وجود علاقة إيجابية بين تطبيق أدوات الاقتصاد السلوكي من جهة وسلوكيات الأفراد الشرائية من جهة أخرى، بحيث يؤدي استخدام أدوات الاقتصاد السلوكي إلى التأثير في سلوكيات الأفراد الشرائية -عند اختيارهم فيما بين البدائل المتاحة- وتوجيههم نحو السلوك الإيجابي. كما قدمت الدراسة الحالية عدة توصيات، منها تشجيع الباحثين الاقتصاديين على إجراء المزيد من الدراسات المنهجية والبحوث المتعلقة بسلوكيات المستهلك الشرائية. وكذلك دراسة العوامل المؤثرة في الدوافع الاستهلاكية للمستهلك، وكيفية تأثيرها على صنع القرار الاقتصادي، لخدمة أهداف السياسات العامة وتحقيق التنمية الاقتصادية، بالإضافة إلى توعية أصحاب المؤسسات التجارية بأهمية الاقتصاد السلوكي في توجيه سلوك عملائهم، بما يخدم مصالحهم وتغيير توجهاتهم نحو الأفضل، وأخيراً من الضروري الاهتمام بنشر الوعي حول الاقتصاد السلوكي، للمساعدة في تكوين قرارات اقتصادية أكثر رشادة وتخفيض القرارات غير العقلانية.

## The Impact OF Behavioral Economics on the Purchasing Behaviors of Individuals in Some Arab Countries An inductive systematic review of some studies in this field

### Abstract

This study aimed to review the literature related to the impact of behavioral economics on the purchasing behaviors of individuals, in some Arab countries. To achieve the desired goals, the 'PRISMA' methodology was relied upon in qualitative research, by examining scientific theses and related economic research. The number of studies that were examined and their results analyzed was (20) studies. The current study concluded that there is a positive relationship between the application of behavioral economics tools, and the purchasing behaviors of individuals, so that the use of behavioral economics tools influences the purchasing behaviors of individuals -when choosing among the available alternatives- and directs them towards positive behavior. The current study made several recommendations, including encouraging economic researchers to conduct more systematic reviews, and research related to consumer purchasing behavior. As well as studying the factors influencing consumer motives, and how do they affect economic decision-making, to serve the objectives of public policies and achieve economic development. In addition to educating the owners of commercial establishments about the importance of behavioral economics, in directing the behavior of their customers, in a way that serves their interest. Finally, it is necessary to pay attention to spreading awareness about behavioral economics, to help form more rational economic decisions, and reduce irrational decisions.

### Keywords

behavioral economics,  
behavior of individuals,  
Economic  
Anthropology,  
consumer awareness,  
Purchasing behavior .

Amos Tversky &، اللذين شرحا طبيعة الأفراد عند اتخاذ قراراتهم،  
وذلك في ورقة علمية قاما بكتابتها، وقد توصل العالمان إلى عدم إتباع  
الأفراد للنظرية الاقتصادية الخاصة بفرضية المنفعة المتوقعة Expected  
Utility Hypotheses في جميع قراراتهم، بل إن هناك تأثيراً كبيراً

## 1. الإطار العام للدراسة

### 1-1 المقدمة

نشأ مصطلح الاقتصاد السلوكي Behavioral Economics في  
عام 1979 على يد العالمين في مجال علم النفس Daniel Kahneman

- بخلاف دراسة المجتمع وفقاً لنظريات المثاليات، أو ما ينبغي أن يكون، فقد أصبحت وفقاً للواقع المعيشي.  
- بخلاف نظرية المستهلك الرشيد، فقد تم إثبات نظرية المستهلك غير العقلاني.

وعليه فقد أصبحت أفكار الاقتصاد السلوكي توجهاً عالمياً مهماً في العديد من دول العالم (النجار ويعقوب، 2019). ومن هذا المنطق، فقد برزت في الآونة الأخيرة نظرية الوكر Nudge theory، بوصفها أحد أهم المعالجات الفعالة لتوجيه السياسات العامة ضمن الاقتصاد السلوكي، في مختلف مجالات الصحة والاقتصاد والتعليم. وتترح هذه النظرية التعزيز الإيجابي والاقترحات غير المباشرة، كأساليب التأثير على سلوك وقرارات الأفراد أو المجموعات. ويناصر الكاتبين طريقة الوكرة (التنبية) Nudge، لترغيب المستهلك في اتخاذ قرار معين -يمثل الاختيار الذي يخدم مصالحه بشكل أفضل- دون غيره، وذلك من خلال ترغيبه والتأثير عليه، دون حظر باقي الاختيارات، وهذا ما يعرف بهندسة الاختيار Choice architecture. فعلى سبيل المثال نجد أنه على الرغم من قدرة شركات السيارات على منع وصول السيارة إلى سرعة 120 في حالة عدم ربط حزام الأمان، إلا أن صوت جرس الوصول إلى تلك السرعة يمثل الوكرة (التنبية) الذي يوجه الشخص إلى ربط الحزام للتخلص من الصوت المزعج، وبالمثل في حالة جرس الثلاثية عند تركها مفتوحة لمدة طويلة، فعلى الرغم من معرفتنا بأن تركها مفتوحة مراراً سوف يؤدي إلى خرابها، إلا أننا بحاجة إلى وكرة (تنبيه) للحفاظ عليها (Thaler & Sunstein, 2016).

وعلى الرغم من صعوبة دراسة سلوك المستهلك الشرائي من قبل المنظمات والمؤسسات، إلا أنه لا بد من الاهتمام بتحليل ذلك السلوك، من خلال نشاط تسويقي فعّال يضمن لها المحافظة على حصتها السوقية، ويكون ذلك بالتركيز على العوامل المؤثرة على تفضيلات المستهلك واشباع رغباته، إذ أنه يتردد أحياناً في اتخاذ قراراته الشرائية -للمنتجات والخدمات-، كما أنه قد يواجه بعض الصعوبات في مرحلة الاختيار، لذلك، قد يختلف سلوك المستهلك عند الشراء باختلاف حجم المخاطرة التي يواجهها، وهنا يتوجب على المؤسسة أن تقوم بمساعدته في تحديد خياره، بما يُرضي متطلباته (مليط وبوطهرة، 2021).

للجانِب الإنساني على قرارات هؤلاء الأفراد، ففي حين تفترض نظرية الخيار العقلاني\* Rational choice theory أن الأشخاص مؤهلون بما لديهم من معلومات لاتخاذ قرارات عقلانية وأنهم قادرون على تحديد ما إذا كان الخيار مناسباً لهم<sup>†</sup>، نجد أن الاقتصاد السلوكي يقوم على مبدأ أن الإنسان لا يتصرف بعقلانية ورشد -سواءً في استهلاكه، استثماراته، أو قراراته-، بل إنه يتأثر بالعديد من العوامل العاطفية والاجتماعية والنفسية عند اتخاذ أي قرار، وقد تكون قراراته خاطئة عندما تقوم على إشباع رغبته-سعادته الحالية- على حساب مصلحته في المدى الطويل Long Run، وهذا ما يفسره الاقتصاد السلوكي، بخلاف نظرية الخيار العقلاني التي تقوم على مبدأ أن الشخص ذو التفكير العقلاني يمكنه السيطرة على قراراته، فلا تحركه عواطفه أو العوامل الخارجية المحيطة به (أرقام، 2018).

يُعد علم الاقتصاد السلوكي مزيجاً بين علم الاقتصاد Economics وعلم النفس Psychology، بحيث يحلل عمليات صنع القرار Decision making التي يتخذها الأفراد أو الشركات، وعادة ما يتخذون القرار الذي يحقق لهم أفضل استفادة، وليست القرار الأمثل (العقلاني). وعليه، يقوم الاقتصاد السلوكي على دراسة البعد السلوكي للأفراد عند تحديد اختياراتهم، وذلك من خلال التركيز على دوافع هؤلاء الأفراد، واتجاهاتهم، وأراءهم الشخصية، ومن ثم التدخل غير المباشر لتوجيه وتحفيز سلوكهم في اتجاهات معينة، مع الحفاظ على عنصر الحرية في اتخاذ القرارات، ودون الحاجة إلى وجود حوافز اقتصادية كبيرة. بالإضافة إلى ذلك، فقد ارتبط الاقتصاد السلوكي بعلم الاقتصاد من خلال قوانين العرض Supply والطلب Demand على السلع والخدمات، ومستوى دخل الفرد وقدرته الشرائية، وذلك بهدف تحقيق أقصى إشباع ممكن (الدويري وعبادة، 2020).

وقد أحدثت العديد من دراسات الاقتصاد السلوكي العديد من التحولات الهامة في الدراسات الاجتماعية والاقتصادية، تمثلت فيما يلي:

- بخلاف النظريات الكلاسيكية التي تعيد تشكيل المجتمع بناءً على البناءات الكبرى كالسياسة والاقتصاد الكلي، أصبح التعامل مع المجتمع من منطلق التأثير، الذي يلعبه السلوك اليومي المتناهي الصغر.

<sup>†</sup> بحيث يقومون بإجراء تحليل التكلفة-العائد Cost-benefit analysis

\* في القرن 18 لأدم سميث Adam Smith

والمشروبات، وذلك بمدف تقليص محتوى المنتجات الغذائية من السكر والملح والدهون الضارة، جاعلين بذلك المستهلكين أكثر وعياً بمخاطر الوجبات عالية السعرات، وأدى ذلك القرار إلى تخفيض المستهلكين للمعدل اليومي لإجمالي السعرات الحرارية، بالإضافة إلى انتشار متاجر بيع الأغذية الصحية وشيوع ثقافة بعض الأنظمة الغذائية المتنوعة (مثل كيتو والصوم المتقطع، وغيرها).

### 1-3 أهداف الدراسة:

من خلال الدراسات والأدبيات السابقة، هدفت الدراسة إلى ما يلي:

- مراجعة منهجية شاملة للدراسات التي تناولت أثر الاقتصاد السلوكي على السلوك الشرائي.
- توضيح العلاقة بين الاقتصاد السلوكي وسلوك الأفراد الشرائي في الدول العربية، من خلال استعراض نتائج الدراسات المذكورة.

### 1-4 أهمية الدراسة:

على الرغم من اهتمام العديد من الأدبيات السابقة بدراسة الاقتصاد السلوكي من حيث تركيزه على دراسة الأبعاد السلوكية للأفراد، عند تحديد اختياراتهم الشرائية بمدف التدخل غير المباشر في تغيير توجهاتهم نحو الأفضل وصياغة السياسات العامة اللازمة لذلك، إلا أنه يندر دراسة الاقتصاد السلوكي من خلال الاستقراء والاستدلال لنتائج الدراسات السابقة، والمقارنة بينها. عليه من الممكن أن تعمل المراجعة المنهجية Systematic Review الحالية على إثراء المحتوى العلمي في الاقتصاد السلوكي، وفتح المجال أمام الباحثين بالتوسع في معرفة أثر تطبيق أدوات ذلك الاقتصاد على سلوك الأفراد الشرائي، وذلك من خلال ما توصلت إليه أحدث الدراسات في هذا المجال.

### 1-5 أهم مصطلحات الدراسة:

**Economic** الانثروبولوجيا الاقتصادية  
**Anthropology** هي أحد فروع علم الانثروبولوجيا<sup>‡</sup> التي تركز

مما سبق، يتضح جلياً مدى أهمية استخدام أدوات الاقتصاد السلوكي ودورها الفعال في توضيح ما عجز عن تفسيره الاقتصاد التقليدي، من حيث تحسين قرارات الأفراد/المؤسسات/السياسات العامة، مما يمكن صناع القرار من إثراء السياسات الحكومية وبرامجها وخدماتها، ورفع من مستوى أدائها، وذلك بإتاحة خيارات أفضل أمام الأفراد، بحيث تنخفض في نهاية المطاف آثار القرارات اللاعقلانية، التي يتم اتخاذها بالتوجيه أو بالتحذير أو بنشر المعلومات.

### 1-2 مشكلة الدراسة:

لقد أصبح في الآونة الأخيرة استخدام تطبيقات وأفكار الاقتصاد السلوكي في توجيه قرارات الأفراد توجهاً عالمياً، إذ أنه يتيح طرقاً مستحدثة لتوجيه السلوك الاقتصادي وتنظيم السياسات، عليه يمكن القول: إذا أمن صانعي السياسات بأن سلوكيات الأفراد سوف تؤثر وبشكل مباشر على ما يحدث في معظم قضايا المجتمع، واستطاعت الحكومات وضع الإطار الصحيح لسياساتها الاقتصادية استناداً إلى أدوات الاقتصاد السلوكي، فسوف يمكنهما ذلك من توجيه سلوك الأفراد نحو الأفضل (السلوك الإيجابي)، الأمر الذي حفز الباحثات على استكشاف المشكلة الاقتصادية الكامنة في مدى تأثير تطبيق أدوات الاقتصاد السلوكي على السلوكيات الشرائية للأفراد في مختلف الدول العربية، ومعرفة ما إذا كان للتأثير النفسي نتيجة في توجيه سلوكيات الأفراد نحو الاتجاه الذي يؤدي إلى تحقيق الأهداف، من خلال هذه الدراسة الاستقصائية للأدبيات ذات الصلة، كإجابة على السؤال التالي:

- ما أثر تطبيق الاقتصاد السلوكي على سلوك الأفراد الشرائي؟  
وفعلاً بدأت بعض الحكومات باتخاذ قراراتها بناءً على الاقتصاد السلوكي، والذي من خلاله تتواجد العديد من الفرص التي تمكن الحكومات من تحسين سياساتها العامة، وتحسين قرارات الأفراد فيها (النجار ويعقوب، 2019). فعلى سبيل المثال -لا الحصر- نجد أنه بنهاية عام 2018، ألزمت الهيئة العامة للغذاء والدواء في المملكة العربية السعودية جميع المنشآت الغذائية، بوضع السعرات الحرارية على الوجبات

<sup>‡</sup> الأنثروبولوجيا: مصطلح انجليزي مشتق من أصل يوناني، ويتكون من جزئين: Anthropos وتعني الإنسان، Loco وتعني العلم الذي يدرس الإنسان، دراسة طبيعية واجتماعية وحضارية (سليم، 1981).

(Creswell, 1998; Gubrium & Holstein, 1999)، ما يعني التركيز على فهم تحليلات وتفسيرات الباحثين، وليست التنبؤ بما كما في الأبحاث الكمية Quantitative research (Guba and Lincoln, 1981). وتهدف هذه الدراسة إلى أداء مراجعة منهجية نوعية للدراسات العلمية السابقة، التي تناولت أثر تطبيق الاقتصاد السلوكي على السلوك الشرائي للأفراد، وتعد المراجعة المنهجية إحدى أساليب مراجعة الدراسات السابقة في موضوع محدد، من مواضيع البحوث المعاصرة، بحيث يعمل الباحث على تحديد وتقييم وانتقاء وحصر كل الأدلة العلمية عالية الجودة حول ذلك الموضوع، بمنهجية علمية دقيقة (الحمود والعطوي، 2021).

وفي سبيل الإجابة على سؤال الدراسة الحالية، فقد اتبع الباحثات مخطط بريزما Preferred Reporting items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) الذي تم انشاؤه في عام 2009، وهو مخطط انسيابي يُستخدم كأساس للمراجعات المنهجية وتحليلها، حيث تم تصميمه لتحسين تلك المراجعات، مما يرفع من قيمة التقارير، كما يُمثل هذا المخطط دليلاً يُستخدم في نشر الأبحاث، حيث يقوم بدراسة مصادر البيانات بتأني تام. وبشكل عام يتم استخدامه من قبل الباحثين بهدف تخطيط وإعداد ونشر المراجعات المنهجية، حول العالم، وأخيراً يتميز هذا المخطط بتحسينه جودة الأساليب والنتائج المتحصّل عليها من المراجعات المنهجية (Hutton and others, 2016) واثبات معايير التضمين والاستبعاد، وتم اللجوء لاستخدام منهجية PRISMA للوصول إلى نتائج بحث أكثر دقة، حيث يُسهم في تقنين البحوث والدراسات للوصول إلى المقالات المتعلقة بعنوان الدراسة الحالية.

## 2. إجراءات استخراج، واختيار الدراسات:

ولإعداد هذه المراجعة المنهجية -الحالية-، تم اختيار الدراسات السابقة بناءً على الخطوات التالية:

أولاً: تحديد قاعدة البيانات الإلكترونية عن الدراسات المتعلقة بموضوع المراجعة المنهجية، من خلال بعض قاعدتي البيانات الإلكترونية، وهي كالتالي: الباحث العلمي (google scholar) والمكتبة الرقمية لجامعة الملك عبد العزيز (library.kau.edu.sa). حيث تم الاعتماد على المصادر الإلكترونية؛ لسهولة الوصول إلى أي كتاب مختص في مجال الدراسة، بأي لغة، وأي مكان في العالم.

بشكل مباشر على وصف/تفسير جميع الأنشطة الإنسانية ومدى ارتباطها بالعوامل الاجتماعية والثقافية، كمبرجات التنمية في المجتمعات المحلية (مبروك، 2022).

الاقتصاد السلوكي Behavioral Economics يسعى إلى توضيح اتخاذ الأفراد للقرارات كما يستمد معلوماته ومعارفه من علم النفس، وعلم الاجتماع بدراسة سلوك الافراد الاقتصادي. (النجار ويعقوب، 2019).

سلوك الافراد Individual's Behavior "الأنشطة المتعددة التي يقوم بها الإنسان في حياته؛ لكي يتكيف مع متطلبات البيئة والحياة المحيطة به، وهذه الأنشطة هي محصلة التفاعل بين العوامل الشخصية والعوامل البيئية". (المغربي، 2004، ص4).

## الوعي الاستهلاكي Consumer Awareness

وهي عملية إدراك العقل البشري لجميع حقوقه وواجباته كمستهلك، لما يُقدم له من سلع/خدمات استهلاكية، منذ اختيار تلك السلع وحتى استخدامها، وذلك بهدف الانتفاع منها إلى أقصى حد ممكن (الحياي وقمرة، 2016).

## السلوك الشرائي Purchasing behavior

مجموعة التصرفات السلوكية التي يقوم بها الفرد وهو بصدد البحث عن السلع والخدمات لشرائها، بقصد تحديد المستوى المرغوب فيه من الاشباع لحاجته ورغباته وتوقعاته. " (مرداس وآخرون، 2019، ص9)

## الوكزة/التنبيه Nudge ويعني "دفع الناس لتحويل التصرفات

والسلوكيات الفردية أو الجماعية، من منطقة العاطفية إلى منطقة العقلانية، ومن ثم تنسجم مع المصلحة الاقتصادية للفرد والجماعة على حد سواء، من دون فرض قيود أو إلزام بأي شكل" (عبد الملك، 2020، ص115).

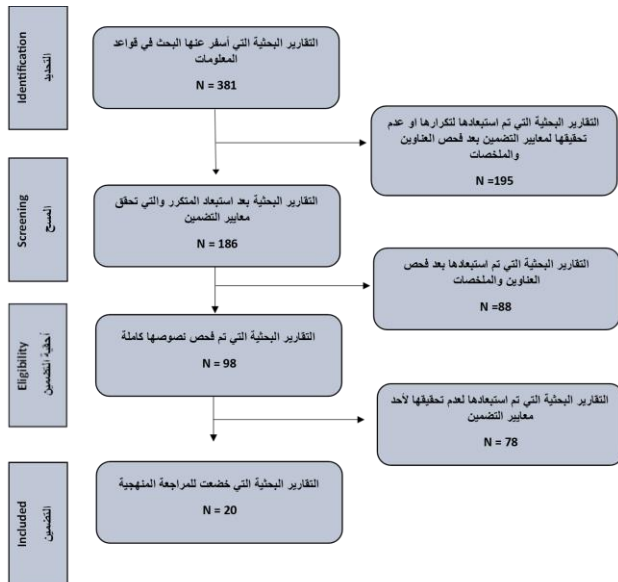
## 6-1 منهجية الدراسة:

يُعتبر البحث النوعي Qualitative research أسلوباً استقصائياً، يهدف إلى فهم وجهات نظر الباحثين بدقة -وذلك في ظل ظروفهم الشخصية والطبيعية-، ومن ثم عرض الحقائق بالطريقة السردية<sup>§</sup>

§ كلمات، صور، وأشكال، ولا تمت بصلة للأرقام والإحصاءات.

دراسة لم تستوف بعض المعايير المطلوبة، ليتبقى لدينا (98) دراسة. وأخيراً، لقد تم استبعاد (78) دراسة، كونها لم تحقق أحد معايير التضمن، المتمثلة في الدراسات التي تهتم بدراسة سلوك المستهلك الشرائي من حيث المؤثرات الاقتصادية التقليدية، كما أنها لم تركز على الاقتصاد السلوكي بشكلٍ محدد، ليصبح العدد النهائي للدراسات (20) دراسة.

**سادساً: حصر الدراسات:** وذلك وفقاً لمعايير التضمن - المذكورة سلفاً- وبناء على ما سبق فقد بلغ عدد الدراسات التي حققت جميع المعايير (20) دراسة مرتبطة بأهداف المراجعة المنهجية الحالية، وقد كانت معظمها من دولة الجزائر حيث أنها أكثر دولة اهتمت بإجراء دراسات تخص الاقتصاد السلوكي، ولذلك فقد تم تضمينها في المراجعة المنهجية، كما يوضح الشكل الانسيابي التالي:



الشكل (1): مخطط بريزما PRISMA لاختيار الدراسات التي شملتها المراجعة المنهجية.

## سابعاً: مصفوفة الأدب البحثي Matrix Literature Review

ثانياً: تحديد معايير التضمن، ومعايير الاستبعاد:

معايير التضمن	معايير الاستبعاد
جميع الدراسات التي تناولت مفهوم الاقتصاد السلوكي.	دراسات تناولت الاقتصاد السلوكي قبل عام 2000.
جميع الدراسات التي تناولت مفهوم سلوك الأفراد الشرائي.	دراسات تناولت سلوك الأفراد من النواحي غير الاقتصادية.
الدراسات الواقعة في البلدان العربية.	

المصدر: إعداد الباحثات.

ثالثاً: تحديد الكلمات الرئيسية المستخدمة للبحث وتضمنت، التالي:

- الاقتصاد السلوكي Behavioral Economics
- سلوك الأفراد الشرائي Purchasing Behavior
- الوعي الاستهلاكي Consumer Awareness
- الأنثروبولوجيا الاقتصادية Economic Anthropology
- علم النفس السلوكي Behavioral Psychology
- سلوك المستهلك Consumers Behavior
- الدوافع الاجتماعية Social Motives
- التحيزات السلوكية Behavioral Biases
- أثر Effect

رابعاً: الوصول إلى عدة نتائج: لقد بلغ عدد النتائج 381

دراسة، وذلك بعد أن تم إدخال الكلمات الرئيسية - في الفقرة السابقة رقم 3-، من خلال قواعد البيانات المختارة - في الفقرة السابقة رقم 1-.

**خامساً: حذف الدراسات المكررة:** تم حذف (195) دراسة،

بعد إجراء الاستقصاء المنهجي\*\* والاطلاع على عناوين الدراسات التي أسفر عنها البحث. كما تم استبعاد (9) دراسات، بعد استبعاد التقارير البحثية المتكررة، والتقارير التي لم تستوف، ليصبح عدد الدراسات (186) دراسة. وبهدف التحقق من احتواء الدراسات على معايير التضمن الموضوعية مسبقاً، فقد تمت قراءة وفحص العناوين والملخصات جيداً، كما تم فحص نصوص الدراسات التي تم التحقق من أنها تشمل معايير التضمن كاملة، وعليه فقد تم استبعاد (88)

\*\* أي البحث بدقة ونظام كمحاولة للوصول إلى معلومات/استنتاجات جديدة وتطويرها للتحقق من صحتها باستخدام منهجية موثوقة في مصداقيتها.

# مصفوفة الأدب البحثي Matrix Literature Review

## جدول (2): ملخص الدراسات

م	العنوان والمؤلف	أبرز أهداف الدراسة	منهجية الدراسة	مجتمع البحث	أهم النتائج
1	تأثير العوامل الثقافية ومرجع الأقران على سلوك الشراء عبر الإنترنت (ارتوجان وزبادة، 2018)	توضيح العوامل الثقافية 1 على السلوكيات الشرائية عبر الإنترنت.	المنهج الوصفي التحليلي	طلاب الدراسات العليا في جامعة اليرموك	وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية معنوية للعوامل الثقافية على سلوكيات الشراء.
2	أثر الحداد التسويقي على السلوك الشرائي للمستهلك (حفيظ، 2020)	بيان مدى أثر الحداد التسويقي 2 على السلوك الشرائي للمستهلك، وبيان أسبابه، بهدف توعية المستهلك.	المنهج الوصفي التحليلي	دولة الجزائر	تأثر السلوك الشرائي للمستهلك بالحداد التسويقي بدرجة كبيرة، وإدراك المنشآت بمدى أهمية السلوك الشرائي في التأثير على نجاحها.
3	الاتجاهات العاطفية للمستهلك نحو الإعلان عن المنتجات المثيرة للجدل وأثرها على السلوك الشرائي- دراسة تحليلية لعينة من المستهلكين بمدينة الجزائر (حفيظ، 2021)	توضيح طبيعة الاتجاهات العاطفية للمستهلك نحو الإعلانات للمنتجات المثيرة للجدل 3، وتحديد العلاقة والأثر لهذه الاتجاهات على نية السلوك الشرائي.	المنهج الوصفي التحليلي	فئة من المستهلكين بمدينة الجزائر	وجود اتجاه عاطفي إيجابي نحو الإعلانات عن منتجات الصحة والرعاية، مما يوحد نية الشراء. بالمقابل كان الاتجاه العاطفي سلبي نحو باقي المنتجات ذو علاقة عكسية مع نية الشراء.
4	تأثير العلامة التجارية على السلوك الشرائي للمستهلك دراسة ميدانية لعينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقاب موبيليس -ورقلة- (جزائر وسويد، 2022)	معرفة أثر العلامة التجارية على السلوك الشرائي للمستهلك، من خلال أبعاد العلامة التجارية، مثل صورة العلامة، الجودة المدركة 4، والقيمة المدركة.	المنهج الوصفي التحليلي	فئة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقاب موبيليس	تأثر المستهلك بالعديد من العوامل الداخلية (كالواقع الإدراكي)، والخارجية/الاجتماعية (كالشفافية والجماعات المرجعية 5). كما تساعد العلامة التجارية في توفير الوقت والجهد لإشباع رغبات المستهلك بالمنهج المناسب.
5	سلوك المستهلك الأخضر وأثره على قرار الشراء دراسة حالة عينة من مستهلكي الأجهزة الإلكترونية لسلسل وعطلاوي، 2017)	قياس أثر سلوك المستهلك الأخضر 6 على قرار الشراء، للارتقاء بالمعرفة العلمية.	المنهج الوصفي التحليلي	فئة من مستهلكي الأجهزة الإلكترونية في مدينة المسيلة	وجود تأثير لسلوك المستهلك الأخضر (التعلم، الوعي البيئي، الإدراك، الحالة الاقتصادية). على قرار الشراء.
6	تقييم السلوك الشرائي الاستهلاكي عبر الإنترنت وعلاقته بالمتغيرات الشخصية: بحث استطلاعي (لفته وحسين، 2018)	تقييم العلاقة بين السلوك الشرائي الاستهلاكي من خلال الإنترنت، والمتغيرات الشخصية 7.	المنهج الوصفي التحليلي	فئة من المستهلكين في محافظة بغداد	تؤثر المتغيرات الشخصية طردياً على السلوك الشرائي الاستهلاكي عبر الإنترنت.
7	تأثير جائحة كورونا Covid-19 على سلوك المستهلك الليبي في الشراء الإلكتروني (الكرغلي والريفي، 2022)	التعرف على أثر كلاً من الأثر الإيجابي لجائحة كورونا، والعوامل الديموغرافية والوظيفية للمستهلكين، على سلوكهم الشرائي.	المنهج الوصفي التحليلي	فئة من المستهلكين في دولة ليبيا	هناك أثر متوسط 8 لجائحة كورونا على سلوك المستهلك الشرائي، في حين لم تؤثر العوامل الديموغرافية والوظيفية عليه.
8	أهمية ممارسة التسويق عبر الكلمة المنطوقة (WOM) في التأثير على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري دراسة حالة المستهلك بالمقاطعة الإدارية تقرت (جرو، 2021)	الكشف عن مدى أهمية استخدام المراكز التجارية للكلمة المنطوقة في التسويق، للتأثير على السلوك الشرائي للأفراد.	المنهج الاستنباطي والاستقرائي	فئة عشوائية من المستهلكين المرتادين على المحلات والمراكز التجارية بمقاطعة تقرت.	وجود علاقة إيجابية بين الكلمة المنطوقة والسلوك الشرائي للمستهلكين.
9	أثر تقنيات المتاجر على السلوك الشرائي للمستهلك (محيي الدين وآخرون، 2011)	التعرف على مدى استجابة سلوك المستهلك لتقنيات المتاجر المستخدمة في نقاط البيع.	المنهج الوصفي التحليلي	المركز التجاري الرتاج بقسنطينة.	يتأثر سلوك المستهلك بمجموعة من العوامل الداخلية (كالرغبات الشخصية) والخارجية (كالجو العام للمكان وخدمات ما بعد البيع)، أي أن سلوكه من وقابل للتكيف/التعديل تبعاً للظروف والمواقف.
10	تأثير الجو العام للمراكز التجارية على السلوك الشرائي للمستهلك (خذرية، 2021)	التعرف على مدى تأثير السلوك الشرائي للمستهلك (متمثلاً في حجم الاتفاق ومدة التسوق) بكلي من: دوافع المتسوقين عند زيارة مراكز التسوق ومدى رضاهم، والعناصر الوسطية (كالمنفعة والمتعة).	المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج المقارن	مرتادي المراكز التجارية في ولايات البلدة والجزائر وعين الدفلى.	يرتبط السلوك الشرائي للمستهلك بعلاقة إيجابية مع كلاً من: الجو العام للمراكز التجارية، والعناصر الوسيطة.
11	إعلانات الإنترنت ودورها في تعزيز السلوك الشرائي للمستهلك (دراسة تطبيقية على عينة من المستهلكين السودانيين)	قياس أثر إعلانات الإنترنت على سلوك المستهلكين، والتعرف على الأسباب التي أدت إلى تفضيل المجتمع لبعض المواقع الإلكترونية دون غيرها.	المنهج التكاملي	فئة عشوائية من افراد المجتمع السوداني	تؤثر إعلانات الإنترنت إيجابياً وبشكل كبير (87.2%) على قرار الشراء، كما قد يعزز أسلوب إعلانات الإنترنت وتصميمها من سلوك المستهلك الشرائي.

<sup>1</sup> العوامل الثقافية مثل القيم الثقافية، التوجه الديني، والافتتاح على الابتكار التكنولوجي.

<sup>2</sup> الحداد التسويقي هو ممارسات تسويقية تُرعى انطباعاً سلبياً في ذهن المستهلك، ما يجعل المستهلك يأخذ قرارات غير صائبة (حفيظ، 2020).

<sup>3</sup> لمنتجات المثيرة للجدل وهي التي من الممكن أن تضر بالصحة العامة، أو التي تعتبر غير محتشمة اجتماعياً، مثل: السجائر.

<sup>4</sup> وتعتبر عن الاضطرابات والتوقعات الإيجابية لجودة المنتج، علامته، مواصفاته، وشهرته، ... مقارنة بالمنتجات الأخرى المنافسة (جزائر وسويد، 2022).

<sup>5</sup> تتمثل في الأسرة، الأصدقاء، الجيران، زملاء الدراسة، وزملاء العمل.

<sup>6</sup> "هو المستهلك الذي يختار المنتجات التي لا تلتحق ضرراً بالبيئة، فهو المستهلك ذو الوعي البيئي العميق الذي يتعامل مع القيم التي يؤمن بها، والتي تدفعه إلى تجنب شراء منتجات أي شركة مشكوك بتوجهها البيئي وليس فقط عدم استهلاك السلع المضرة بالبيئة". (جعفر، والعيسى، 2012، ص 280).

<sup>7</sup> كالجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، مستوى التعليم، الدخل، والوظيفة.

<sup>8</sup> حيث "بلغ متوسط دوافع الشراء الإلكتروني (3.30) من أصل خمس نقاط على مقياس ليكرت الخماسي خلال فترة الجائحة" (الكرغلي، والريفي، 2022، ص 192)، ما يعني أن هناك نمواً في معدلات تغير الأنماط الاستهلاكية.

				(بابكر وتوم، 2019)	
12	مدى مساهمة الترويج الإلكتروني باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوك المستهلك الشرائي دراسة ميدانية لتطاع مستحضرات التجميل بأم البواقي (بركاني وخير، 2022)	التعرف على أثر الترويج الإلكتروني من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعية، على سلوك المستهلك الشرائي للمستحضرات التجميلية.	المنهج الوصفي	فئة شملت 80 فردا بأم البواقي	يؤثر الترويج الإلكتروني باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إيجابياً على قرار المستهلك الشرائي لمستحضرات التجميل، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع الى عدة متغيرات منها العمر والحالة الاجتماعية.
13	العوامل الاتصالية المؤثرة في السلوك الشرائي للطلبة الجامعية (الحارثي والبدوي، 2018)	التعرف على أثر الوسائل الاتصالية المختلفة (تقليدية، حديثة، أو اتصال شخصي) على السلوك الشرائي للطلبة الجامعية.	المنهج المسحي	طالبات جامعة الملك سعود في مرحلة البكالوريوس.	تعرض عينة الدراسة للإعلانات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من وسائل الاعلام التقليدية. كما أن الأسرة هي أهم مصدر للاتصال الشخصي المؤثر في القرارات الشرائية.
14	الوعي بقيمة بعض الموارد وعلاقته بالسلوك الشرائي الرشيد لطالبات الجامعة (عبد الحليم وآخرون، 2018)	دراسة العلاقة بين الوعي بقيمة بعض الموارد (المالية، الوقت والجهد، الممتلكات الخاصة والعامة) والسلوك الشرائي الرشيد للطالبات الجامعيات.	المنهج الوصفي التحليلي	فئة من طالبات جامعة الزقازيق وجامعة طنطة في مصر	وجود علاقة ارتباطية موجبة بين السلوك الشرائي الرشيد، والوعي بقيمة بعض الموارد.
15	تأثير التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك – دراسة ميدانية لمجمع عمر بن عمر- (جويني وشتوف، 2016)	التعرف على أثر تعبئة وتغليف المنتجات على السلوك الشرائي.	المنهج الوصفي التحليلي	فئة من مستهلكي منتجات عمر بن عمر في الجزائر	وجود علاقة إيجابية بين التعبئة والتغليف، والسلوك الشرائي للمستهلك. أي تتأثر قرارات المستهلك الشرائية بتعبئة وتغليف المنتجات.
16	المخاطر المدركة وتأثيرها على السلوك الشرائي للمستهلك – دراسة ميدانية لعينة من زبائن عيادة السلام. (مليط وبوطهرة، 2021)	تقديم صورة واضحة عن المخاطر المدركة9 وأثرها على الاستعداد الشرائي للمستهلك.	المنهج الوصفي التحليلي	عيادة السلام بالميلية	يتأثر السلوك الشرائي للفرد بكل من: المخاطر المدركة المحتملة في النفسية التي تتعلق بالمشاعر السلبية عندما لا يحقق المنتج له الإشباع العاطفي والنفسي، والمخاطر المالية عند الخوف من الخسارة إذا لم يحقق له المنتج المنفعة المرجوة.
17	تأثير الاتصالات التسويقية الإلكترونية على السلوك الشرائي للمرأة -دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات بولاية قلمة- (بوقرة وآخرون، 2022)	معرفة الوسائل المؤثرة على السلوك الشرائي لدى السيدات. وبالتحديد، توضيح أثر الاتصالات التسويقية الإلكترونية والتسويق عبر الانترنت على القرار الشرائي لديهم.	المنهج الوصفي	النساء العاملات بولاية قلمة	على الرغم من تخوف المرأة من الاحتيال، إلا أنها تؤيد التسوق الإلكتروني بنسبة 76.66%. كما ازدادت نسبة سلوك المرأة الاستهلاكي (بنسبة 59.32%) بسبب التسوق الإلكتروني.
18	تأثير الأساليب الإشهارية المسموعة على السلوك الشرائي للمستهلك المحلي "دراسة مسحية على عينة من مستمعي إذاعة سوف المحلية بولاية الوادي" (قريشي وزمالي، 2021)	معرفة أهم العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك المحلي، وإبراز أثر الأساليب الإشهارية المسموعة10 على السلوك الشرائي للمستهلك المحلي.	المسح الاجتماعي، والمنهج الوصفي التحليلي	مستمعي الإذاعة المحلية بولاية الوادي	الأثر الإيجابي للأساليب الإشهارية المسموعة على السلوك الشرائي للمستهلك، وذلك لاستخدامهم أسلوب اقناعي من خلال المؤثرات الصوتية، والاختيار الجيد لتوقيت الفواصل الاعلانية عبر البث.
19	أثر استراتيجيات التسعير على اتخاذ قرار الشراء: دراسة ميدانية على زبائن متاجر السوبرماركت في نجران (عبدو والعلي، 2020)	هدفت الدراسة الى معرفة أثر استراتيجيات التسعير على قرار الشراء في مدينة نجران، ومعرفة استراتيجية التسعير النفسي على اتخاذ القرار الشرائي لدى الزبائن.	المنهج الوصفي التحليلي، التحليل الاحصائي	الزبائن السعوديين والمقيمين الذين يقومون بالتسوق في متاجر السوبرماركت في نجران.	أظهرت الدراسة أن استراتيجيات التسعير لها تأثير ذو دلالة معنوية إيجابية على اتخاذ قرار الشراء لدى الزبائن.
20	تأثير السعر والموقف البيئي على النية الشرائية للمستهلك دراسة ميدانية (عبد الهادي وآخرون، 2022)	هدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات المستهلكين من خلال دراسة نياتهم الشرائية لمعرفة كيفية التأثير عليها.	التحليل الاحصائي	الافراد في محافظة السويس	أظهرت الدراسة أن للسعر وجود المنهج علاقة إيجابية على النية الشرائية للمستهلك.

<sup>9</sup> تعبر عن قلق المستهلك عند شرائه لمُنتج معين، من عدم تحقيق ذلك المُنتج للهدف/الأهداف المرجوة منه (خليل، 2018).

<sup>10</sup> كالإعلان الإذاعي الذي يبث رسالة صوتية للجمهور، بهدف تعريفه بمنتج ما، مباشرةً من المذيع إلى المستمع بما يساعد في إقناعه (صمد وآخرون، 2017).

- دراسة جروة (2021) والتي هدفت إلى توضيح أثر الكلمة المنطوقة في التسويق للتأثير على السلوك الشرائي للأفراد.

- دراسة محيي الدين وآخرون (2011) التي هدفت إلى معرفة أثر تقنيات المتاجرة في نقاط البيع على سلوك المستهلك،

- دراسة خذرية (2021) التي هدفت إلى توضيح أثر دوافع المتسوقين ومدى رضاهم على السلوك الشرائي للمستهلك،

- دراسة جويني وشتوف (2016) التي هدفت إلى معرفة أثر تعبئة وتغليف المنتجات على السلوك الشرائي للأفراد.

- دراسة مليط وبو طهرة (2021) والتي كان هدفها توضيح أثر المخاطر المدركة على الاستعداد الشرائي للمستهلك. وبشكل عام، لقد اشتركت تلك الدراسات في وجود أثر إيجابي للمؤثرات الداخلية على السلوك الشرائي للأفراد.

- **المؤثرات الثقافية والاجتماعية** والتي تمت الإشارة إليها في كل

من:

دراسة ارتوجان وزيادة (2018) التي هدفت إلى توضيح أثر العوامل الثقافية على السلوكيات الشرائية عبر الإنترنت.

- دراسة لسلت وعطلاوي (2017) والتي هدفت إلى معرفة أثر سلوك المستهلك الأخضر على قرار الشراء، ودراسة عبد الحليم وآخرون (2018) والتي كان هدفها دراسة العلاقة بين السلوك الشرائي الرشيد، والوعي بقيمة بعض الموارد. وبشكل عام، لقد اشتركت تلك الدراسات في وجود أثر إيجابي للمؤثرات الثقافية والاجتماعية على السلوك الشرائي للأفراد.

- **العوامل الاتصالية** والتي أشار إليها كلاً من:

- دراسة الحارثي والبدوي (2018) التي هدفت إلى معرفة أثر الوسائل الاتصالية المختلفة على السلوك الشرائي للطلبة الجامعية.

- دراسة قريشي وزمالي (2021) التي هدفت إلى إبراز أثر الأساليب الاشهارية المسموعة، على السلوك الشرائي للمستهلك. وبشكل عام، لقد اشتركت تلك الدراسات في وجود أثر إيجابي للعوامل الاتصالية على السلوك الشرائي للأفراد.

- **العوامل الاستثنائية** والتي تم الإشارة إليها في:

- دراسة الكرغلي والريفني (2022) التي توصلت إلى وجود أثر متوسط لجائحة كورونا على سلوك المستهلك الشرائي، في حين لم تؤثر العوامل الديموغرافية والوظيفية عليه.

وهي عبارة عن إطار تنظيمي للمراجعة المنهجية، يتم من خلاله توضيح ملخص الدراسات المختارة، بعد قراءة عناوين الدراسات التي أسفر عنها البحث في قواعد البيانات، كما يوضح الجدول التالي رقم (2).

### 3. الأطر النظرية وتحليل النتائج:

للوصول إلى الأهداف المرجو تحقيقها من هذه المراجعة المنهجية الحالية، تم فحص الدراسات (20) الموضحة في الجدول رقم (2)، والذي احتوى على ملخص لتلك الدراسات، التي تناولت أثر الاقتصاد السلوكي على السلوكيات الشرائية للأفراد في بعض الدول العربية.

#### 1-3 مناقشة أهداف الدراسات المختارة:

اتفقت الدراسات المختارة مع هذه المراجعة المنهجية من حيث إن هناك العديد من العوامل السلوكية التي تؤثر على السلوك الشرائي للأفراد، في بعض الدول العربية، ومن أمثلة هذه العوامل، ما يلي:

- **المؤثرات الإلكترونية** التي أشار إليها كلاً من:

- دراسة لفته وحسين (2018) التي هدفت إلى تقييم العلاقة بين السلوك الشرائي الاستهلاكي من خلال الإنترنت والمتغيرات الشخصية، -دراسة بابكر وتوم (2019) التي هدفت إلى قياس أثر إعلانات الإنترنت على سلوك المستهلكين.

- دراسة بركاني وخير (2022) التي كان هدفها التعرف على أثر الترويج الإلكتروني من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعية على سلوك المستهلك الشرائي للمستحضرات التجميلية.

- دراسة بوقرة وآخرون (2022) التي هدفت إلى معرفة أثر الاتصالات التسويقية الإلكترونية، والتسويق عبر الإنترنت، على القرار الشرائي لدى السيدات. وبشكل عام نجد أن جميع تلك الدراسات قد اتفقت على وجود أثر إيجابي للمؤثرات الإلكترونية على السلوك الشرائي للأفراد.

- **المؤثرات الداخلية**: والتي أشار إليها كلاً من:

- دراسة حفيظ (2020) التي هدفت إلى بيان مدى أثر الخداع التسويقي على السلوك الشرائي للمستهلك، دراسة حفصي (2021) التي هدفت إلى توضيح أثر الاتجاهات العاطفية للمستهلك على سلوكه الشرائي.

- دراسة جزار وسيود (2022) التي هدفت إلى معرفة أثر العلامة التجارية على السلوك الشرائي للمستهلك.



**2-3 منهج وأدوات الدراسات محل الفحص:**

على الرغم من اعتماد أغلب الدراسات المختارة في هذه المراجعة المنهجية على المنهج الوصفي التحليلي، إلا أن هناك البعض منها قد اعتمد المنهج المقارن إضافةً إلى المنهج الوصفي التحليلي، مثل دراسة خذرية (2021) في تأثير الجو العام للمراكز التجارية على السلوك الشرائي للمستهلك، كما جمعت دراسة قريشي وزمالي (2021) ما بين المنهج الوصفي التحليلي والاجتماعي، لدراسة أثر الأساليب الإشهارية المسموعة على السلوك الشرائي للمستهلك. بالإضافة إلى ما سبق، فقد اعتمدت دراسة جروة (2021) المنهج الاستنباطي والاستقرائي، لتوضيح أثر ممارسة التسويق عبر الكلمة المنطوقة على السلوك الشرائي للمستهلك، في حين استعانت دراسة بابكر وتوم (2019) بالمنهج التكاملي، لدراسة أثر إعلانات الإنترنت على تعزيز السلوك الشرائي للمستهلك. وأخيراً، فقد اتبعت دراسة الحارثي والبدوي (2018) المنهج المسحي، لبيان مدى تأثير السلوك الشرائي للطالبة الجامعية بالعوامل الاتصالية.

**3-3 مجتمع وعينة الدراسات محل الفحص:**

اختلفت طرق جمع العينة للدراسات المختارة، كما اختلف المجتمع الذي تم تطبيق الدراسة عليه، فعلى سبيل المثال طبقت دراسة ارتوجان وزيادة (2018) على طلاب الدراسات العليا في جامعة اليرموك، في حين تم تطبيق دراسة جزار وسيود (2022) على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس بورقلة. أما دراسة لسلت وعطلاوي (2017)، فقد تم تطبيقها على عينة من مستهلكي الأجهزة الالكترونية في مدينة المسيلة، بالإضافة إلى ما سبق، فقد طبقت دراسة قريشي وزمالي (2021) على مستعمي إذاعة سوف المحلية بولاية الوادي، وأخيراً تم تطبيق دراسة بابكر وتوم (2019) على عينة عشوائية من أفراد المجتمع السوداني، في حين أجريت دراسة الكرغلي والريفي (2022) على 384 شخصاً من سكان ليبيا.

**4-3 نتائج الدراسات محل الفحص:**

تُعد النتائج من أهم الأجزاء المدرجة في البحث، حيث إنها تُبرز شخصية الباحث وتساعد القراء على فهم الدراسة، وبشكل عام فقد توصلت نتائج الدراسات المختارة إلى قيام جميع الدارسين بعرض النتائج

في ملخص مخصص لها في فقرة منفصلة، وفي هذه الفقرة سيتم عرض ملخص النتائج لهذه المراجعة المنهجية، بعد أن تمت مقارنة خلاصة ما توصلت إليه الدراسات محل الفحص، والمتعلقة بأثر الاقتصاد السلوكي على سلوكيات الشراء للأفراد في بعض الدول العربية.

كما تم تقسيم الدراسات المختارة التي تم فحصها إلى خمس مجموعات، بحيث تمثل المجموعة الثانية غالبية الدراسات المدرجة، في حين تمثل باقي المجموعات عدداً أقل من الدراسات.

- المجموعة الأولى (المؤثرات الإلكترونية): توصلت إلى وجود أثر إيجابي للمؤثرات الإلكترونية، على السلوك الشرائي للأفراد.

- المجموعة الثانية (المؤثرات الداخلية): استنتجت وجود أثر إيجابي للمؤثرات الداخلية، على السلوك الشرائي للأفراد.

- المجموعة الثالثة (المؤثرات الثقافية والاجتماعية): وضّحت وجود أثر إيجابي للمؤثرات الثقافية والاجتماعية، على السلوك الشرائي للأفراد.

- المجموعة الرابعة (العوامل الاتصالية): توصلت إلى وجود أثر إيجابي للعوامل الاتصالية، على السلوك الشرائي للأفراد.

- المجموعة الخامسة (العوامل الاستثنائية): وضّحت وجود أثر متوسط للعوامل الاستثنائية، على سلوك المستهلك الشرائي، في حين لم تؤثر العوامل الديموغرافية والوظيفية عليه.

وأخيراً بالرغم من اختلاف المناهج المستخدمة في الدراسات المختارة، كونها اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى المنهج الاستنباطي، والمنهج التكاملي، والمنهج المقارن، والمسح الاجتماعي، إلا أن نتائجها كانت متفقة على أهمية استخدام الاقتصاد السلوكي للتأثير في قرارات الأفراد الشرائية، وأن الغالبية العظمى من الدراسات المختارة قد توصلت إلى وجود تأثير إيجابي للاقتصاد السلوكي على السلوك الشرائي للأفراد، ما يؤكد على أهمية الاقتصاد السلوكي، وضرورة تطبيق أدواته وأساليبه في توجيه السلوكيات الشرائية للأفراد توجيهاً إيجابياً.

**4. نتائج الدراسة:**

بناء على ما سبق ذكره، بعد حصر الدراسات السابقة وقراءة نتائجها بدقة، استنتجت الدراسة ما يلي:

- وجود علاقة طردية بين ممارسة أساليب الاقتصاد السلوكي، والتأثير في قرارات الأفراد الشرائية.

## المراجع

## المراجع العربية:

- أرقام، 2018. "ما المقصود "الاقتصاد السلوكي"؟ وما تطبيقاته؟". روجع من:

<https://2u.pw/qMTrNE>

- بابكر، أروى المصباح. توم، مجذوب بخيت محمد. (2019). "إعلانات الإنترنت ودورها في تعزيز السلوك الشرائي للمستهلك (دراسة تطبيقية على عينة من المستهلكين السودانيين)". كلية الدراسات العليا - جامعة السودان للعلوم

والتكنولوجيا. روجع من: <https://2u.pw/16pkYz>

- بركاني، حنان. خير، بارة. (2022). "مدى مساهمة الترويج الإلكتروني باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوك المستهلك الشرائي، دراسة ميدانية لقطاع مستحضرات التجميل في أم البواقي". كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية- جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي. روجع من:

<https://2u.pw/z7wEeS>

- بوقرة، زنده. مخلوفي، بشرى. درارحة، أميرة. (2022). "تأثير الاتصالات التسويقية الالكترونية على السلوك الشرائي للمرأة- دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات بولاية قلمة-". كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- جامعة 8

ماي 1945 قلمة. روجع من: <https://2u.pw/yEJ9VO>

- تامر، محمد أويس. (2021). "علاقة التسويق الأخضر بسلوك المستهلك". مجلة جامعة سبها للعلوم البحتة والتطبيقية: 20(4): 171-176. روجع من:

<https://2u.pw/UWcKGT>

- جروة، حكيم. (2021). "أهمية ممارسة التسويق عبر الكلمة المنطوقة (WOM) في التأثير على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري دراسة حالة المستهلك بالمقاطعة الإدارية تقرت". مجلة روى اقتصادية: 11(1): 569-

588. روجع من: <https://2u.pw/5ZANxQ>

- جزار، جوييرة. سيود، كرم. (2022). "تأثير العلامة التجارية على السلوك الشرائي للمستهلك دراسة ميدانية لعينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس-ورقلة-". كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم

التسيير- جامعة قاصدي مرباح ورقلة. روجع من: <https://2u.pw/8QW0Hs>

- جعفر، مصطفى. العيسى، عيسى حسن. (2012). "التسويق البيئي ودور المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال اتجاه المستهلك العراقي". مجلة الدراسات

المحاسبية والمالية: المجلد السابع، العدد 119. روجع من: <https://2u.pw/7yafq>

- جويني، مريم. شتوف، سميرة. (2016). "تأثير التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك - دراسة ميدانية لمجمع عمر بن عمر -". كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة 8 ماي 1945 قلمة. روجع من:

<https://2u.pw/8wrWjy>

- وجود تأثير للاختلافات الثقافية والمؤثرات الاجتماعية، على إحداث تأثير في سلوكيات الأفراد.

- أهمية علم الاقتصاد السلوكي وضرورة تطبيقه في مختلف المجالات الاقتصادية؛ لما له من دور فعال في تحويل الأنماط السلوكية، وتوجيهها نحو الأفضل.

## 5. توصيات الدراسة:

بناءً على ما سبق ذكره في المراجعة المنهجية للدراسات السابقة، نوصي بالآتي:

- حث وتشجيع الباحثين في مجال الاقتصاد عمومًا والمختصين في مجال الاقتصاد السلوكي خصوصًا، على إجراء المزيد من البحوث والدراسات والمراجعات المنهجية المتعلقة بسلوك المستهلك الشرائي، ودوافعه الاستهلاكية.

- ضرورة الاهتمام من قبل أصحاب المؤسسات التجارية بالتسويق المحفز والايجابي -بمختلف أنواعه، الإلكتروني والتقليدي-، وتوجيهه بما يخدم رغبات ومصالح المستهلكين، وذلك من خلال محاولة الوصول إلى استراتيجيات ترويجية تتماشى مع جميع فئات المجتمع وقدراتهم الشرائية.

- استخدام الاقتصاد السلوكي -بمختلف أدواته وأساليبه- في عمليات صنع القرارات الاقتصادية، والأخذ بعين الاعتبار التنبؤ بقرارات المستهلكين الشرائية، بما يخدم أهداف السياسات العامة وتحقيق التنمية الاقتصادية.

- الاهتمام بنشر الوعي حول الاقتصاد السلوكي في الدول العربية، حيث إنه يساعد في تكوين القرارات السليمة، كما أنه يخفف آثار القرارات غير العقلانية.

- الاهتمام بدراسة كيفية تأثير العوامل النفسية والمؤثرات الخارجية والقيم الثقافية، على صنع القرار الاقتصادي للمؤسسات والقرار الشرائي للأفراد.

- محاولة الوصول الى أسس علمية فيما يخص تطبيقات الاقتصاد السلوكي في الدول العربية، وعدم حصر الدراسات على فئة معينة أو دولة معينة، لإتاحة القدرة على تعميم النتائج.

الزراعية: (2)45: 533-554. روجع من:

<https://2u.pw/84JDQb>

- عبد الملك، عمرو أحمد. (2020). أساسيات الاقتصاد السلوكي. ط 1. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية. الإمارات. روجع من:

<https://2u.pw/VHGjpQ>

- عبد الهادي، السيد إبراهيم، عطية، سماء طاهر، الطبال، عبد الله عبد الله. (2022). "تأثير السعر والموقف البيئي على النية الشرائية للمستهلك دراسة ميدانية". كلية التجارة- جامعة السويس. روجع من:

<https://2u.pw/YlQibA>

- عبده، أحمد إدريس. العلي، رامي أسامة. (2020). "أثر إستراتيجيات التسعير على اتخاذ قرار الشراء: دراسة ميدانية على زبائن متاجر السوبر ماركت في نجران". المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال: 8 (3): 473-454. روجع من:

<https://2u.pw/A1GkOM>

- قريشي، حنان. زمالي، عبير. (2021). "تأثير الاساليب الاشهارية المسموعة على السلوك الشرائي للمستهلك المحلي دراسة مسحية على عينة من مستمعي إذاعة سوف المحلية بولاية الوادي". كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. روجع من:

<https://2u.pw/mAwzeW>

- قمر، هنادي محمد عمر سراج. الحياي، نجوى صلاح صليح. (2016). "الوعي بالحقوق الاستهلاكية وأثره على الرضا عن السلع الاستهلاكية ذات العلامات التجارية". مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية: (2)2: 326-369. روجع من:

<https://2u.pw/qMCw3f>

- الكرعلي، صبري جبران محمد. الرفي، هبة الله محمود أحمد. (2022). "تأثير جائحة كورونا (COVID-19) على سلوك المستهلك الليبي للشراء الإلكتروني". مجلة المنارة العلمية: (4): 176-194. روجع من:

<https://2u.pw/5Li9PY>

- لسلي، سلمية. عطلاوي، فتيحة. (2017). "سلوك المستهلك الأخضر وأثره على قرار الشراء دراسة حالة عينة من مستهلكي الأجهزة الإلكترونية". كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة محمد بوضياف بالمسيلة. روجع من:

<https://2u.pw/QPrtWD>

- لفتة، بيضاء ستار. حسين، هالة فاضل. (2018). "تقييم السلوك الشرائي الاستهلاكي عبر الانترنت وعلاقته بالمتغيرات الشخصية/ بحث استطلاعي". مجلة دراسات محاسبية ومالية: (43)3: 15-26. روجع من:

<https://2u.pw/WMzk3U>

- مبروك، سناء حسن محمد. (2022). "المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات الإدارة: تحليل مضمون من منظور الانثروبولوجيا الاقتصادية". مجلة قطاع الدراسات الإنسانية: (1)29: 2237-2296. روجع من:

<https://2u.pw/wbyQZN>

- الحارثي، بليقس بنت فراج. البدوي، ثريا احمد. (2018). العوامل الاتصالية المؤثرة في السلوك الشرائي للطلبة الجامعية دراسة مسحية، المجلة العربية للاعلام والاتصال، 456-417. روجع من: <https://2u.pw/LNZEST>

- حفصي، هدى. (2021). "الاتجاهات العاطفية للمستهلك نحو الإعلان عن المنتجات المثيرة للجدل وأثرها على السلوك الشرائي - دراسة تحليلية لعينة من المستهلكين بمدينة الجزائر -". مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة: (2)4: 292-311. روجع من: <https://2u.pw/Ykn3h9>

- حفيظ، بومدين. (2020). "أثر الخداع التسويقي على السلوك الشرائي للمستهلك". كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة محمد بوضياف بالمسيلة. روجع من: <https://2u.pw/uRPOu7>

- الحمود، عبد الله بن عبد الرزاق. العطوي، إبراهيم بن عايد. (2021). المراجعة المنهجية للبحوث العلمية. دار المقدم للنشر والتوزيع. الرياض. السعودية. روجع من: <https://2u.pw/QibcHh>

- خذرية، فتحي. (2021). "تأثير الجو العام للمراكز التجارية على السلوك الشرائي للمستهلك - دراسة مقارنة بين المراكز التجارية في الجزائر وفرنسا -". كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة يحي فارس بالمدينة. روجع من: <https://2u.pw/4qHl5f>

- خليل، ليلى جاراالله. (2018). "تأثير الجماعات المرجعية في تخفيض المخاطر المدركة عند الشراء دراسة استطلاعية لأراء عينة من مستخدمي إطارات السيارات في مدينة الموصل". تنمية الراشد: 37(119): 96-112. روجع من: <https://2u.pw/wU3wDw>

- الدويري، زايد نواف. عبادة، إبراهيم. (2020). "الاقتصاد السلوكي بين النظرية والتطبيق-تقدير اقتصادي إسلامي-". المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية: 17 (2): 262-283. روجع من: <https://2u.pw/foX92I>

- ريتشارد، هـ. ثالر. كاس ر. سنشتاين. (2016). "التنبه تحسين القرارات بشأن الصحة والثروة والسعادة". الدار العربية للعلوم ناشرون. بيروت. لبنان. روجع من: <https://2u.pw/HUY2yD>

- سليم، شاكر. (1981). "قاموس الأنثروبولوجيا". ط 1. جامعة الكويت. الكويت. روجع من: <https://2u.pw/KN64uC>

- صمد، اياس سمير. سالم، محمد زيدان. الأغا، مروان سليم. (2017). "الإعلان الإذاعي وأثره في اتخاذ القرار الشرائي لخدمات شركة جوال دراسة على طلبة الجامعات في محافظات غزة". مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية: (41)2: 225-240. روجع من: <https://2u.pw/mSKU3B>

- عبد الحليم، لمياء محمد محمد. عبد المنعم، يسرية أحمد. الشربيني، ريهام إسماعيل. حافظ، دعاء محمد ذكي. (2018). "الوعي بقيمة بعض الموارد وعلاقته بالسلوك الشرائي الرشيد لطلبات الجامعة". مجلة الرقايق للبحوث

- Ertugan, Ahmet & Zeiadeh, Mohammad. (2018). The Effect of Cultural Factors and Peers' Reference on Online Buying Behavior. 10.26389/AJSRP.M161217. Reverted from: <https://2u.pw/nZdDqM>
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1981). Effective evaluation: improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches. San Francisco: Jossey-Bass. Gubrium. Reverted from: <https://2u.pw/j7hFKy>
- Hutton, Brian & Catalá-López, Ferrán & Moher, David. (2016). La extensión de la declaración PRISMA para revisiones sistemáticas que incorporan metaanálisis en red: PRISMA-NMA. Medicina Clínica. 147. 10.1016/j.medcli.2016.02.025. Reverted from: <https://2u.pw/JXnmAR>
- J. F. & Holstein, J. A. (1999). Method talks. In A. Bryman & R. G. Burgess (Eds). Qualitative research (pp.119-134). Thousand Oaks: Sage. Reverted from: <https://2u.pw/NAkwEd>

- محيي الدين، خولة. صديقي، سليمة. بملول، إيمان. (2011). "أثر تقنيات المتاجرة على السلوك الشرائي للمستهلك". كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة 08 ماي 45 قلعة. روجع من: <https://2u.pw/aEoGkZ>
- مرداس، فيروز. بزايدية، نجوى. كريشيام، ربحانة. (2019). تأثير اليوتيوب على السلوك الشرائي لدى المستهلك. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي قلعة. روجع من: <https://2u.pw/ws96DZ>
- المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح. (2004). "السلوك التنظيمي سلوك الأفراد والجماعات في المنظمات". كلية التجارة. جامعة المنصورة. روجع من: <https://2u.pw/9DPU63>
- ملبط، صونيا. بوطهرة، مريم. (2021). "المخاطر المدركة وتأثيرها على السلوك الشرائي للمستهلك دراسة ميدانية لعينة من زبائن عيادة السلام". روجع من: <https://2u.pw/3e0fck>
- النجار، أحمد حسن. يعقوب، عادل حميد. (2019). الاقتصاد السلوكي وتطبيقاته عالمياً. ط1. مكتبة الملك فهد الوطنية. الرياض. السعودية. روجع من: <https://2u.pw/VH7mxp>
- المراجع الأجنبية:

- Creswell, J.W. (1998). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. Thousand Oaks: Sage Publications. Reverted from: <https://2u.pw/ja7nJX>