

أثر أزمة فيروس كورونا على تغير سلوك المستهلك الجزائري في اتخاذ قرارات شراء المنتجات المعروضة من طرف المؤسسات الاقتصادية
دراسة استقصائية لعينة من المستهلكين الجزائريين

The impact of the Corona virus on the change of Algerian consumer behavior in making decisions to buy products offered by economic institutions
A survey study of Algerian consumers

مسعودي سارة* سماش كمال

جامعة عنابة - الجزائر

تاريخ الاستلام: 2021/03/04؛ تاريخ القبول: 2021/11/27 تاريخ النشر 2021/12/31

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر انتشار وباء كورونا على تغيير سلوك المستهلك في اتخاذ قرارات شراء المنتجات المعروضة من طرف المؤسسات الاقتصادية بالجزائر، وهذا عن طريق إجراء دراسة استقصائية على عينة من المواطنين الجزائريين والذين يعتبرون المستهلك النهائي لجميع هذه المنتجات. وتحقيقا لهذا الهدف، استخدم الباحثان استبانة لرصد آراء مجموعة المستهلكين الجزائريين وتحليل هذه الآراء باستخدام البرامج الإحصائية للوصول إلى نتائج سليمة يتم الاعتماد عليها لتحديد نتائج الدراسة. وقد توصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة وطيدة بين انتشار وباء كورونا وسلوك المستهلك الجزائري أدى إلى تسجيل تغير في قراراته وميولاته المتعلقة باقتناء المنتجات وكيفية اقتنائها، إذ يعتبر أبرز التغيرات يكمن في توجه المستهلك الجزائري إلى التسوق الإلكتروني والذي يعتبر مؤشرا إيجابيا لإنعاش التجارة الإلكترونية في الفترات القادمة.

الكلمات المفتاح: مستهلك؛ سلوك المستهلك؛ فيروس كورونا؛ قرارات الشراء؛ التسوق الإلكتروني، التجارة الإلكترونية.

Abstract: This study aims to identify the impact of the spread of the Corona pandemic on changing consumer behavior in making decisions to buy products offered by economic institutions in Algeria, and this is by conducting a survey on a sample of Algerian citizens who are the ultimate consumer of all these products. To achieve this goal, the researchers used a questionnaire to monitor the opinions of the Algerian consumer group and analyze these opinions using statistical programs to reach sound and reliable results to determine the results of the study.

This study found that there is a strong relationship between the spread of the Corona epidemic and the behavior of the Algerian consumer that led to a change in its decisions and tendencies related to the acquisition of products and how to acquire them, as the most prominent changes lie in the Algerian consumer's tendency to electronic shopping, which is a positive indicator for the revival of electronic commerce in the coming periods.

Keywords: Consumer; consumer behavior; Corona virus; purchasing decisions; e-shopping, e-commerce.

Résumé : Cette étude vise à identifier l'impact de la propagation de l'épidémie de Corona sur l'évolution du comportement des consommateurs dans la prise de décision d'achat des produits proposés par les institutions économiques en Algérie, et ceci en menant une enquête sur un échantillon de citoyens algériens considérés comme le consommateur final de tous ces produits. Pour atteindre cet objectif, les deux chercheurs ont utilisé un questionnaire pour suivre les opinions du groupe de consommateurs algériens et analyser ces opinions à l'aide de programmes statistiques pour atteindre des résultats solides sur lesquels on peut s'appuyer pour déterminer les résultats de l'étude.

Cette étude a révélé qu'il existe une relation forte entre la propagation de l'épidémie de Corona et le comportement du consommateur algérien, ce qui a conduit à un changement dans ses décisions et ses tendances liées à l'acquisition de produits et à la manière de les acquérir, car les changements les plus marquants résident dans la tendance du consommateur algérien aux achats électroniques, qui est considéré comme un indicateur positif pour relancer le commerce électronique dans les périodes à venir.

Mots-clés : consommateur ; le comportement du consommateur ; Corona virus ; Décisions d'achat ; Achats électroniques, commerce électronique.

1- تمهيد:

تعد الأزمات إحدى أكبر مخاوف المؤسسات الاقتصادية لما لها انعكاسات سلبية على أدائها، تنافسيتها واستمرارها. وبغض النظر عن طبيعة هذه الأزمة سواء كانت اقتصادية، مالية أو صحية ففي غالبية الأحيان تشكل عدم استقرار اقتصادي واجتماعي بحيث ينتقل هذا الوضع الحرج من بلد إلى آخر مشكل أزمة عالمية وهو ما وقع في الآونة الأخيرة نتيجة انتشار وباء كورونا في العالم والتداعيات الاقتصادية التي بدأت بوادرها في الظهور لتأخذ منحدر خطيرا إن لم يتم تدارك مخاطرها في الوقت المناسب. وهو ما جعل غالبية المستثمرين إلى السعي للخروج منها والبحث السريع لإيجاد حلول تعمل على الحد من تداعيات الأزمة الاقتصادية المترتبة عن انتشار هذا الوباء، وباعتبار إن الإنسان هو الركيزة الأساسية في المجتمع والعامل الرئيسي لنجاح المؤسسات الاقتصادية نظرا لاعتباره المستهلك النهائي والهدف الأساسي للعملية الإنتاجية لمختلف المنتجات والخدمات المتاحة فهو يمثل بوصلة نجاة لمختلف المستثمرين. وهو ما توجب دراسة سلوك المستهلك عبر مختلف عقبات الحياة الاقتصادية للمؤسسات ودراسة خاصة في ظل الأزمات نظرا لتأثره بمختلف المتغيرات المحيطة به كالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي رافقت انتشار وباء كورونا في الجزائر والتي تنعكس في تغير ميولات، حاجات والقرارات الشرائية للمستهلك الجزائري.

1.1- إشكالية الدراسة:

استنادا لما سبق، تبرز معالم الإشكالية التي نعمل على معالجتها في إطار هذه الدراسة كما يلي:

هل يؤثر انتشار وباء كورونا على سلوك المستهلك عند اتخاذ قرارات شراء المنتجات المعروضة من طرف المؤسسات

الاقتصادية بالجزائر؟

وللإجابة على الإشكالية السابقة، لابد من الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يعتبر انتشار وباء كورونا مؤثرا رئيسي على سلوك المستهلك في اتخاذ قرار الشراء؟

- هل ساهم وباء كورونا في توجه المستهلك الجزائري إلى التسوق الإلكتروني؟

من خصم الأسئلة الفرعية السابقة، يمكن أن نلخص مجموعة من الفرضيات كمايلي:

- ساهم انتشار وباء كورونا بتغير القرارات الشرائية للمستهلك الجزائري.

- شهدت مختلف مواقع التسوق الإلكتروني إقبال معقول من طرف المستهلك الجزائري في ظل انتشار وباء كورونا.

2.1- أهمية الدراسة:

يعتبر موضوع دراسة سلوك المستهلك من المواضيع التي تشغل بال العديد من المستثمرين باعتباره السبب الرئيسي للعملية الإنتاجية والركيزة الأساسية لتحقيق مختلف أهداف المؤسسة خاصة في ظل تنامي حدة المنافسة. ويعتبر الأداة الأهم لمواجهة مختلف الأزمات التي تواجه المنظمة باختلاف طبيعتها وشدتها وتبرز أهمية هذه الدراسة من خلال التعرف إلى مدى تأثير انتشار وباء كورونا على سلوك المستهلك.

3.1- أهداف الدراسة:

يسعى الباحثان من خلال هذه الدراسة للوصول إلى الأهداف التالية:

- المعرفة النظرية لماهية سلوك المستهلك.
- تسليط الضوء على أزمة كورونا بالجزائر.
- معرفة العلاقة القائمة بين انتشار وباء كورونا وسلوك المستهلك الجزائري.
- إبراز أهمية المستهلك في حياة المؤسسة الاقتصادية والعوامل المؤثرة في قراراته الشرائية في ظل أزمة كورونا.
- تحديد العلاقة القائمة بين سلوك المستهلك والمؤسسات الاقتصادية في ظل أزمة كورونا.
- الخروج بنتائج وتوصيات تساهم في زيادة وعي أصحاب المؤسسات الاقتصادية بأهمية دراسة سلوك المستهلك خاصة في ظل الأزمات.

4.1- المنهج المتبع:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية، والأسئلة الفرعية والإلمام بجميع جوانب الدراسة، استعمل الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، الذي يسمح بعرض مختلف متغيرات الدراسة وتبيان أهميتها وتحليل مختلف العلاقات التفاعلية فيما بينها والوصول إلى استنتاجات.

2 - مدخل إلى سلوك المستهلك:

1.2- أساسيات حول سلوك المستهلك:

يعتبر المستهلك الركيزة الأساسية لنجاح واستمرار أي مؤسسة مهما كان نوعها وطبيعة نشاطها وهو ما جعل منه المتغير الأهم والعنصر الأول الذي يستدعي الدراسة والتحليل الجيد من طرف مختلف المؤسسات الاقتصادية، خاصة في ظل البيئة التنافسية التي يشهدها العالم اليوم حيث أصبح محور المنافسة يعتمد على الفهم الجيد للمستهلكين وعرض منتجات تعكس رغباتهم وطموحاتهم وإبراز عامل التميز من حيث جودتها أو سعرها بما يتوافق مع الإمكانيات المادية للمستهلك وهو ما يعمل على جذب أكبر عدد منهم.

- مفهوم السلوك: السلوك هو: " ذلك التصرف الذي يبرزه شخص ما نتيجة تعرضه إما إلى مبنى داخلي أو خارجي. (بن يامين خالد، 2018، ص 462).

- مفهوم المستهلك: يعتبر مصطلح المستهلك مصطلحا جديدا في التشريع الجزائري، فقد ظهر لأول مرة من خلال القانون 89-02 الصادر بتاريخ 07 فيفري 1998 المتعلق بقانون حماية المستهلك ويعد المستهلك في المفهوم الاقتصادي الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، فهو الطرف الواقع في نهاية الدورة الاقتصادية، وهو الغاية من وجودها على أساس أننا نتج لكي نستهلك (كراش ليلي، 2017، ص 99). وقد قدمت عدة تعريفات للمستهلك حيث تطلق صفة المستهلك حينما يقوم بتخصيص جزء أو كل دخله للتمتع بالسلع والخدمات الاستهلاكية التي تشبع احتياجاته أو تعطيه منفعة أو

إشباع سواء كان هذا الفرد طبيعياً أو معنوياً (عبد الحفيظ احمد، خليفي رزقي، 2020، ص107). كما يعرف على انه " من يقوم بشراء السلع والخدمات لاستعماله الشخصي أو استعمال أفراد أسرته أو الأفراد الذين يعيلهم أو كتقديمها كهدية لشخص آخر. (حمدادة ليلي، بن قويدر أمينة، 2020، ص330).

- **مفهوم سلوك المستهلك:** يعتبر سلوك المستهلك «ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عن شراء او استخدام السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الخبرات التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته وحسب الإمكانيات الشرائية المتاحة". (وردية الشيكور، 2017، ص 11) كما يعرف أيضا على أنه " مجموعة من الأنشطة والتصرفات التي يقدم عليها المستهلكون أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجونها، بهدف إشباع حاجاتهم لها ورغباتهم فيها، وأثناء تقييمهم لها والحصول عليها واستعمالها والتخلص منها، وما يصاحب ذلك من عمليات اتخاذ القرارات" (بخوش أحمد، 2016، ص15)

وعليه يمكن القول أن هناك جملة نشاطات تشكل سلوك المستهلك هي: (جيلالي قالون، 2009، ص282)

- الحصول: يتضمن جملة من النشاطات: مثل البحث عن المعلومات، تقييم البدائل، الشراء، وهناك من يزيد في التحليل ليشمل مكان الشراء، كيفية الشراء، كيفية الدفع، ومعرفة هل المستهلك ينتقل بنفسه، وهل يورد إليه ... الخ.
- الاستهلاك: يتعلق الأمر هنا بمحاولة معرفة سبب الشراء، وهل هو للاستعمال الشخصي أو أن يقدم كهدية؟، وكذا معرفة من؟ ومتى؟ وأين؟ وتحت أي ظروف يتم الاستهلاك؟
- التخلص من المنتج: يتعلق الأمر هنا بكيفية التخلص من المنتج والغلاف من قبل المستهلك عند الانتهاء من استهلاكه، أخذاً بعين الاعتبار الأبعاد البيئية (القابلية للانحلال، القابلية للاسترجاع... الخ) وهل المستهلك يلجأ إلى طرق أخرى للتخلص من المنتج (بيعه، إهدائه، تخزينه، رميه ... الخ)

وانطلاقاً من ذلك نجد أن مفهوم سلوك المستهلك يدور في فلك السلوك الإنساني، الذي هو النشاط الذي يصدر عن الإنسان نتيجة لعلاقته بظروف المحيط الذي يعيش فيه، ويتمثل هذا النشاط في محاولاته المتكررة لمطابقة هذه الظروف (تعديل، تغيير، مقاومة، استفادة... الخ) حتى تناسب مقتضيات حاجاته، وما السلوك الشرائي إلا نوع من أنواع السلوك الإنساني.

وينقسم سلوك المستهلك إلى قسمين يتجلى أولهما في السلوك الرشيد وثانيهما في السلوك الاعتيابي او غير الرشيد: (مجدوب نوال، 2017، ص323)

ويقصد بالسلوك الرشيد ذلك السلوك الإيجابي الذي يأتيه المستهلك من أجل اقتناء منتج ما لإشباع رغباته الاستهلاكية، أو الإحجام عن عملية الاقتناء لمنتجات لا تتلاءم ورغباته المشروعة، فهو إذن ذلك السلوك الذي يأتيه المستهلك بناء على معطيات ومعلومات صحيحة وموضوعية يصل إليها بعد غربلة كل المثيرات المحيطة به، والتي يندرج ضمنها (طرق الإنتاج، آليات حفظ المنتج، سعره، نوع الدعاية المجرأة عليه، طرق عرضه للبيع)، وغالبا ما يتطبع بالسلوك الرشيد المستهلك الصناعي الذي غالبا ما يتخذ قرارات صحيحة وموضوعية من أجل إشباع حاجاته، مع حنكته التي تؤهله لجمع المعلومات حول المنتج محل التسويق بخلاف المستهلك العادي.

في حين يقصد بالسلوك الاعتيابي (غير الرشيد)، ذلك السلوك العشوائي الذي يأتيه المستهلك من خلال اقتناء كل ما يعرض دون أية معطيات أو خلفيات سابقة، ونجد هذا النوع من السلوكيات لدى المستهلك الذي يعاني من مرض " الاقتناء الاندفاعي " هذا المرض الذي بموجبه يقبل المستهلك على اقتناء أقصى قدر من المنتجات في أقرب وقت ممكن، إما نتيجة وقوعه فريسة للدعاية بغض النظر عن كونها موضوعية وصادقة أو مضللة في فحواها، وإما من أجل إشباع رغبة تختلج نفسه والمتجسدة في تجريب أو استعمال منتج ما.

2.2- العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك:

سلوك المستهلك يتأثر بعدد من المتغيرات والعوامل الداخلية المتعلقة بالفرد نفسه وخارجية محيطة به تقوده لان يتخذ سلوك شرائي معين، وتلعب هذه العوامل دورا هاما في التأثير على سلك المستهلك الاستهلاكي سواء كان إيجابيا من خلال النصح والمشورة وتقليل المخاطرة المدركة أو سلبية من خلال دفعه إلى الاستهلاك الغير مبرر. وتمثل هذه المتغيرات والعوامل على النحو التالي: (عبد الله محمد الهرش، 2014، ص141).

- العوامل الداخلية المؤثرة في سلوك المستهلك: العوامل الداخلية (السيكولوجية) هي تلك العوامل المتعلقة بالمستهلك في حد ذاته، تعمل على صياغة السلوك الاستهلاكي للأفراد بشكل معين ومنفرد، كما تعمل هذه العوامل على دفعهم للقيام بمواقف وأنماط سلوكية مختلفة ومحددة. وقد حدد العلماء السلوكيين جملة من العوامل والمؤثرات النفسية على السلوك وهي: الدوافع، الحاجات، التعليم، الإدراك، الشخصية.

- العوامل الخارجية المؤثرة في سلوك المستهلك: يمكننا القول إن سلوك المستهلك ليس سلوكا فرديا منعزلا لأن قراره الشرائي تتدخل فيه عناصر أخرى، فالفرد ينتمي إلى أسرة ولديه أصدقاء وزملاء عمل يتأثر ويؤثر فيهم، كما أن المجتمع الذي يعيش فيه يؤثر في تصرفاته بطريقة معينة وفقا لأعراف وتقاليد المجتمع، كما لان الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها دور في صناعة وتوجيه السلوك ومن جانب آخر قد يكون للحملات التسويقية دور مهم في التأثير على سلوك المستهلك الشرائي وقد يتخطى ذلك إلى توجيه هذا السلوك باتجاه معين يهدف لشراء سلعة دون أخرى نتيجة للمؤثرات التي تستخدمها هذه الحملات، وإن برامج تنشيط المبيعات التي تستخدمها منظمات الأعمال يمكن أن تدفع المستهلك لسلوك شرائي ليس معتاد عليه مثل شراء كمية من السلع هو ليس بحاجة لها لكنه اندفع لذلك من جراء التخفيضات على تلك السلع أو من جراء الجوائز المرتبطة بشراء تلك السلع وبهذا فإن سلوكه الشرائي تأثر بشكل مباشر من هذه الحملات التسويقية.

3.2- أهمية دراسة سلوك المستهلك:

أولا: أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمستهلكين:

تساعد دراسة سلوك المستهلك في فهم الدوافع التي تجعلهم يتخذون قرارات شرائية معينة، وتفيد المستهلك من خلال إمداده بكافة المعلومات والبيانات التي يمكن أن تساعده في اتخاذ قرارات الشراء الناجحة التي تمكنه من إشباع حاجاته وتتوافق مع قدراته الشرائية وميوله وأذواقه، كما يمكن لهذه الدراسة أن تقدم للمستهلك الفرد التسهيلات في تحديد احتياجاته ورغباته وحسب الأولويات التي تحددتها موارده المالية من جهة وظروفه البيئية المحيطة (الأسرة، المجتمع،...) من جهة أخرى. (طبيبي أسماء زوجة بن زاوي، 2017، ص06)

ثانيا: أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمنظمة:

تكمن أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمنظمة في النقاط الموالية: (بيان هشام عيسى ياسين، 2018، ص43)

- دراسة سلوك المستهلك ومعرف حاجاته ورغباته يساعد المنظمة في تصميم منتجاتها بشكل يضمن القبول لدى المستهلك، مما يؤدي إلى رفع نسبة مبيعاته وبالتالي زيادة عوائدها مما يمكنها من البقاء والاستمرار.
- المستهلك هو أساس العملية التسويقية ومحورها، لذلك على المنظمة التي تسعى إلى النجاح أن تبني خططها التسويقية على أساس تحليل سلوك المستهلك لتتلاءم معه بشكل يخدم أهداف المنظمة. فالتركيز على طبيعة المنتج وطريقة بيعه فلسفة تسويقية أثبتت فشلها على مر الزمن.

-دراسة سلوك المستهلك يساعد المنظمة في اكتشاف فرص تسويقية جديدة، من خلال بحثها في الحاجات والرغبات الحديثة وغير المشبعة للمستهلكين، والاستثمار فيها يساعد المنظمة على تنويع منتجاتها ورفع قدرتها التنافسية وزيادة حصتها السوقية، مما يضمن لها الاستمرار والبقاء.

-دراسة سلوك المستهلك يساعد المنظمة في رسم سياستها التسعيرية، بما يتلاءم مع قدرات المستهلك الشرائية.

-دراسة سلوك المستهلك يساعد المنظمة في رسم سياستها الترويجية، من خلال معرفة المنظمة لحاجات وأذواق ورغبات المستهلكين تقوم بتحديد مزيج ترويجي مناسب، بهدف التأثير على سلوكهم الشرائي.

4.2- أهداف دراسة سلوك المستهلك:

هناك مجموعة من الأهداف التي يستفيد منها كل من المستهلك، الباحث ورجال التسويق جراء دراسة سلوك المستهلك وتتمثل هذه الأهداف في النقاط التالية: (حبار أمال، 2010، ص10)

- تتقرر أهمية دراسة سلوك المستهلك في فهمه لما يتخذه يوميا من قرارات شرائية حول الهدف من شراء تلك السلعة، والتعرف على الأنواع المختلفة من السلع التي تشبع رغباته، ومعرفة الهدف من شرائها. لماذا يشتريها؟ أي معرفة الأسباب التي تجعله يشتريها. ومن ثم يتمكن من التعرف على العمليات والأنشطة التي تنطوي عليها عملية الشراء. كما يتمكن أيضا من معرفة حقوقه باعتباره مستهلكا وما مدى الحماية القانونية المقررة له في هذا المجال.

- كما تفيد دراسة سلوك المستهلك الباحث في معرفة العوامل والمؤثرات الشخصية والخارجية التي تحدد وتؤثر على سلوك المستهلك.

- كما تساعد دراسة سلوك المستهلك رجال التسويق على معرفة سلوك المشتريين الحاليين والمحتملين، والبحث عن الطريقة التي تسمح له بالتأقلم معهم او التأثير عليهم وجعلهم يتصرفون بطريقة تتماشى وأهدافه. إذ أنه يستعين في ذلك بالبحوث التسويقية اللازمة وعلى إثر ذلك يقوم بوضع الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للتأثير في المستهلك.

وتبقى عملية فهم سلوك المستهلك معقدة لعدة أسباب منها: (عائشة موزاري، عبد القادر موزاري، 2019، ص110).

- تعقد الظاهرة: إن السلوك الشرائي يتأثر بالعديد من العوامل أو المؤثرات المتداخلة مما قد يؤدي إلى تفسيرات مختلفة لنفس الظاهرة.

- اختلاف النظريات التي حاولت تفسير سلوك المستهلك على أساس علمي بعيدا عن الارتجال والتخمين.

- يعتبر علم سلوك المستهلك من العلوم الحديثة نسبيا. فمثلا ترجع بداية الاهتمام بسلوك المستهلك النهائي إلى أواخر الخمسينات. بينما لم يبدأ التفكير في سلوك المستهلك الصناعي إلا في منتصف الستينات. وهذا ما يجعل البعض يقول أن المعرفة المتحصل عليها لحد الآن قد تكون غير كافية لعمل التعميمات أو وضع قواعد نهائية يمكن الاعتماد عليها في كل الحالات على الرغم من أن مؤيدي كل علم يعتقدون أن نظرياتهم تقدم الأساس الصحيح لتفسير هذا السلوك.

3 - أثر انتشار وباء كورونا على المواطن وانعكاساته على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية:

1.3- ماهية وباء كورونا:

وباء كورونا المستجد أو ما يعرف بتسمية كوفيد -19 والذي يعتبر من أحدث الأمراض المعدية من سلالة فيروسات كورونا الواسعة والتي تسبب المرض للحيوان والإنسان على حد سواء، والمسببة لأمراض تنفسية لدى البشر تتراوح حدتها من نزلات البرد

الشائعة إلى الأمراض الأشد. والجدير بالذكر أن مرض كوفيد 19 لم يكن متعارف عليه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، والذي شهدت تطور وانتشار واسع خلال الأشهر الفارطة ليتحول إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم.

حيث تتمثل الأعراض الأكثر شيوعاً لمرض كوفيد-19 في الحمى والإرهاق والسعال الجاف. وتشمل الأعراض الأخرى الأقل شيوعاً ولكن قد يُصاب بها بعض المرضى: الآلام والأوجاع، واحتقان الأنف، والصداع، والتهاب الملتحمة، وألم الحلق، والإسهال، وفقدان حاسة الذوق أو الشم، وظهور طفح جلدي أو تغير لون أصابع اليدين أو القدمين. وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي. حيث يصاب بعض الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جداً.

وحسب ما صرحت به منظمة الصحة العالمية فإن ما يقارب 80% من الناس المصابين يتعافون من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص. ولكن الأعراض تشتد لدى شخص واحد تقريباً من بين كل 5 أشخاص مصابين بمرض كوفيد-19 فيعاني من صعوبة في التنفس. وترداد مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين المسنين والأشخاص المصابين بمشاكل صحية أخرى مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب والرئة أو السكري أو السرطان. وينبغي لجميع الأشخاص، أيا كانت أعمارهم، التماس العناية الطبية فوراً إذا أصيبوا بالحمى و/أو السعال المصحوبين بصعوبة في التنفس/ضيق النفس وألم أو ضغط في الصدر أو فقدان القدرة على النطق أو الحركة. ويوصى، قدر الإمكان، بالاتصال بالطبيب أو بمرفق الرعاية الصحية مسبقاً، ليتسنى توجيه المريض إلى العيادة المناسبة.

في حين أجمعت مختلف دول العالم على أن عزل المرضى وتطبيق إجراءات الحجر الصحي على المواطنين تعتبر في مقدمة التدابير لتحدي تفشي وباء كورونا في ظل غياب علاج قطعي للمرض او على الأقل يحد من تفشيه.

2.3- انتشار وباء كورونا في الجزائر:

إن الانتشار الواسع الذي شهده وباء كورونا في العالم جعل من مختلف الدول تسعى إلى تجنبه من خلال اتخاذ جملة من التدابير الوقائية والاحترازية خشية تفشيه فيها ومن بينها الجزائر التي سعت إلى تفعيل نظام المراقبة والإنذار في فيفري الماضي على مستوى مختلف أركان الوطن بمجرد أن أعلنت منظمة الصحة العالمية عن انتشار فيروس كورونا كوفيد -19 عبر العالم، وقد تم تعزيز هذا النظام بمجرد ظهور أو حالة في الجزائر في 25 فيفري 2020 والمتعلقة بالمواطن الإيطالي المقيم في جنوب البلاد من اجل العمل ، والذي قد داس تراب الوطن في 17 فيفري من نفس السنة وليسجل كأول حالة بالجزائر بعد بضعة أيام ليتتالي تسجيل الإصابات يوم بعد الآخر حيث بلغة الحصيلة الإجمالية للإصابات يوم 26 نوفمبر 2020 بالجزائر 78025 حالة من بينها 50712 تماثلت للشفاء و2329 حالة وافتها المنية رحمهم الله.

وقد سعت السلطات الجزائرية منذ بداية انتشار الوباء في العالم او داخل الوطن باتخاذ إجراءات وتدابير وقائية كأداة تسعى لحماية المواطن في الدرجة الأولى ومن بين الإجراءات التي قامت السلطات الجزائرية بتطبيقها قبل وثناء انتشار وباء كوفيد -19 في الجزائر ما يلي:

- طورت وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية في الجزائر، خطة إعلامية كجزء من الوقاية من فيروس كورونا من اجل توعية المواطن بمخاطر هذا الفيروس والإجراءات الوقائية الواجب إتباعها لضمان سلامته وسلامة أسرته عن طريق تطوير مواقع إعلانية بعدة لغات بحيث يتم بثها على الإذاعة والتلفزيون وتداولها على مختلف وسائل التواصل كصفحة الوزارة على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook وكذلك على شبكة وزارة الصحة، وقد قامت هذه الأخيرة بإرسال تعليمات خاصة لمديرين المحليين للصحة والسكن من اجل تعزيز إجراءات التواصل لصالح الجمهور العام عبر قنوات الإذاعة وتنظيم حملات تحسيسية و توعوية حول الأنفلونزا الموسمية وفيروس كورونا خاصة في ظل تشابه مختلف الأعراض بينهما.
- إنشاء مركز لاستقبال المكالمات على الرقم المجاني 30-30، الذي تم إطلاقه في برج الكيفان وعلى المستوى المركزي، ليلبيها إنشاء عدة مراكز على مستوى كل ولاية والتي قد شهدت تلقي العديد من النداءات من المواطنين يطلبون توضيحات حول فيروس كورونا، وسائط انتقاله ووسائل الوقاية منه، بالإضافة إلى التبليغ عن بعض الحالات المشتبه إصابتها بهذا الفيروس.

- كما قامت في بداية الأمر بتوزيع مجموعة من الكتيبات والملصقات التي تستهدف المسافرين في مختلف نقاط الحدود، والعمال في المطارات والموانئ، فضلا عن المنظمات والمؤسسات والأماكن التي بها حركة مرور كثيرة.
- كما تم إصدار تعليمات بتوقيف كل الرحلات من وإلى الجزائر خلال هذه الفترة وقد تم السماح لبعض الرحلات فقط والمتعلقة بجلب الرعايا الجزائريين او دخول بعض الجالية المقيمة بالخارج مع أخذ جميع تدابير اللازمة وإخضاعهم لحجر صحي لمدة 15 عشر يوم منذ دخولهم تراب الوطن.
- توقيف الدراسة على مستوى المدارس والجامعات ومختلف المعاهد وروض الأطفال والكتاب لتليها تعليمات بفرض حجر جزئي على مختلف ولايات الوطن كإجراء وقائي للحد من التجمعات ويسمح بالحد من انتشار هذا الوباء، وقد رافق ذلك توقف للحياة التجارية للبلاد نتيجة فرض أوامر تقرر بإغلاق مختلف المحلات وقاعات الرياضة والحفلات والمقاهي ليعنى من هذا القرار فقط تلك المتعلق بتزويد المواطن بمختلف المواد الغذائية والطبية.
- تسريح أكبر قدر ممكن من العمال وشمل هذا الإجراء الأمهات العاملات للأطفال الصغار ومن يعانون بعض الأمراض المزمنة التي تجعلهم عرضت للإصابة بهذا الوباء.
- التقليل من نفقات الدولة وتوجيهها لمكافحة جائحة كورونا بالإضافة إلى فتح حساب يستقبل مساهمات رجال الأعمال والمواطنين الجزائريين لتوفير مختلف المستلزمات الضرورية كالأدوات الطبية والشبه الطبية للخروج من هذه الأزمة.
- فرض ارتداء الكمامة على المواطنين الجزائريين وفرض عقوبات في حق من لا يرتديها أو من يقومون بتصرفات مخالفة لإجراءات الحجر الصحي.
- توفير كمادات للمواطنين الجزائريين وإعطاء الضوء الأخضر لجميع ورشات الخياطة ومحلات بيع الأقمشة ومستلزمات الخياطة للعمل كإجراء يهدف إلى توفير أكبر قدر ممكن من الكمادات في السوق.
- فتح مند بداية الجائحة عدة مراكز تهدف إلى إجراءات تحليلات للكشف عن الإصابة بهذا الوباء كما تم إطلاق مبادرة من طرف المجتمع المدني بالتنسيق مع وزارة الصحة بفتح باب مساهمة المخابر لتشخيص المصابين بفيروس كورونا عبر التراب الوطني فكان بمثابة نداء إلى كل المخابر التي تملك جهاز RT-PCR أن تنضم إلى هذه المبادرة بتسخير مخبرها لإجراء التحليل حيث تقوم الوزارة بتوفير المتفاعلات (Réactifs) اللازمة لذلك، كمحاولة لرفع الضغط عن مخبر باستور وفروعه ، ولتطبيق الأزمة قبل فوات الأوان، وإنقاذاً للأرواح في الجزائر، تحت شعار معا لانقاذ الوطن من وباء كورونا .

3.3- تأثير انتشار وباء كورونا على المواطن الجزائري وانعكاساتها على المؤسسات الاقتصادية بالجزائر :

إن انتشار وباء كورونا يعتبر من أكبر الأزمات التي لاحقت دول العالم في السنة الحالية إذ أصبح يصنف اليوم كجائحة عالمية ينتظر أن تمتد إبعادها على مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية للدول، وقد شهدت بداية بوادرها في الآونة الأخيرة كالانخفاض المستمر في أسعار النفط وتضارب المشهود في أسعار بعض المنتجات وغيرها من المتغيرات التي تجعلنا نتوقع انخفاض محسوس في الناتج المحلي الإجمالي هذه السنة مقارنة بالسنوات السابقة، نتيجة إغلاق العديد من المؤسسات في القطاع الخاص و العام او توقف وتيرتها الإنتاجية بنسبة معتبرة مقارنة مقارنة قبل ظهور الجائحة.

هذا الإغلاق الذي لم يشمل المؤسسات فحسب بل شمل أيضا المواطن الجزائري الذي أصبح اليوم حبيس منزله كإجراء احترازي من انتشار الوباء والمحافظة على حياته والصحة العامة، باعتبار أن الحجر المنزلي هو الأساس في التقليل والحد من انتشاره إلا أن حبس الإنسان في مكان واحد لعدة أيام او أسابيع ليس بالأمر الهين فكما له آثار ايجابية من ناحية الجائحة إلا أنه يعكس آثار نفسية وخيمة على المواطن قد تستدعي المتابعة مع مختصين ، فقد تسبب هذا الحجر بتقييد حرية المواطن وزيادة نسبة الشعور بالقلق والتوتر والإحساس بالملل وقد يمتد إلى ابعد من ذلك إذ قد يصل إلى مناوشات و شجارات وزيادة العنف المنزلي والقتل في بعض

الحالات كما أن بعض الخبراء النفسيين ينددون إلى أن حبس حرية الشخص وتقييده لفترات طويلة تعتبر من بين الأسباب المؤدية للانتحار.

و هذا الوضع الذي ساهم بالتأثير على مختلف الجوانب النفسية للمواطن فهو يعتبر أيضا المؤثر رئيسي على الحياة الاجتماعية والاقتصادية له إذ قد تغيرت غالبية سبل وطرق حياته المعيشة إن لم تكن كلها فقد وجد البعض غاياتهم في الانطواء على مختلف المواقع الالكترونية بمختلف أنواعها وأشكالها أو التواصل مع العائلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والهاتف ، وهو الأمر الذي سيجعل من المستثمرين في مجال الاتصالات و الانترنت الراجح الأول جراء هذه الأزمة، فقد سجلت وزارة الاتصال زيادة محسوسة في نسبة استخدام شبكة الانترنت مقارنة بالحالة العادية. في حين توجه البعض إلى إشغال أنفسهم بالأكل وتصنيف مختلف الأنواع خاصة مع حلول شهر رمضان خلال فترة الحجر وهو ما شهد اقبالا كبير نحو مختلف المواد الغذائية بمختلف أنواعها وبهذا تكون أيضا المؤسسات الاقتصادية والإنتاجية وكذا التجار في الميدان الغذائي مستفادين أيضا من هذا الحجر، و تكون الجائحة لمثل هؤلاء المستثمرين وأصحاب المؤسسات عامل أساسي ساهم في تحسين أدائهم وتحقيقهم ارباح وأهداف أكبر من ما هو متوقع في الحالة العادية، خاصة أنهما الصنفين الوحيدين الذي لم يشملهم الغلق الكلي او الجزئي الذي مس غالبية المستثمرين والمؤسسات عبر الوطن.

والجدير بالذكر إلى أن انتشار هذا الوباء ساهم في خلق نوع من التدبذب في قوانين العرض والطلب عما هو متعارف عليه في الفترات السابقة، فمن جهة قلة نسبت العرض من مختلف المؤسسات الاقتصادية جراء التوقف الجزئي لنشاطها الناتج عن تسريح بعض العمال في الجزائر مما أدى إلى انخفاض مستوى الإنتاج عن ما هو مخطط في الحالة العادية ، ومن جهة أخرى انخفاض نسبة الطلب أيضا جراء تغير توجهات واحتياجات المواطنين وفقا لأسلوب حياتهم وقلة مواردهم المادية، سواء لانخفاض مستويات دخلهم او أولئك الذين شهدت حياتهم العملية توقف تام وبالتالي توقف لمداخيلهم أيضا كسائقي الأجرة أو أصحاب المحلات التجارية لبيع مختلف المنتجات بعيدا عن المنتجات الغذائية وهذه الحالة قد تكون غير معهودة ولم نشهدها كثيرا في فترات السابقة.

ويكون السبيل للخروج من هذا الوضع السائر في منحدر خطر بالاعتماد على دراسة شاملة الأبعاد تركز على المواطن بالدرجة الأولى باعتباره المستهلك النهائي لمختلف تلك المنتجات ومن جهة أخرى الاهتمام بالعوامل الداخلية والخارجية للمؤسسات الاقتصادية سعيا لرفع الإنتاج عما هو عليه في السابق، بالإضافة إلى ضرورة سعي السلطات إلى تطوير وترقية الاقتصاد بعيدا عن مجال المحروقات الذي يتوقع أن يشهد تدبذبات أخرى في الفترات القادمة في حال استمرار الجائحة لفترة أطول.

4 - الطريقة والأدوات:

بعد استيفائنا للجزء الأول من الدراسة، حيث تطرقنا إلى الخلفية النظرية لسلوك المستهلك واهم العوامل المؤثرة فيه، سواء كانت داخلية أو خارجية وبعد عكسنا لمختلف الآثار التي ألحقها انتشار وباء كورونا على سلوك المستهلك، سنحاول في هذا الجزء من الدراسة القيام بعملية إسقاط على عينة من المستهلكين الجزائريين، وهذا لتقصي وجهات نظرهم والتوصل إلى انعكاسات الأزمة التي تعيشها البلاد اليوم على سلوكياتهم الشرائية وكذا إقبالهم على التسوق الالكتروني مقارنة بما مضى في الفترات السابقة.

1.4- أدوات جمع البيانات: تم الحصول على البيانات اللازمة من خلال البحث الميداني، وذلك بالاعتماد على استبانة تم إعدادها وفق منهجية البحث العلمي، حيث تم وضعها في شكل الالكتروني وتم الإجابة عليها من طرف مجموعة من المستهلكين الجزائريين، تتضمن مجموعة من الأسئلة صممت لتغطية جوانب الموضوع، حيث تم تقسيمها إلى قسمين، الأول يحتوي على بعض الخصائص والسمات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، في حين يحتوي الجزء الثاني على الأسئلة الخاصة بمحاور الدراسة.

2.4- عينة الدراسة: بهدف الوصول إلى أهداف البحث المسطرة والاستفادة من آراء المبحوثين، ثم وضع الاستبانة في شكلها الإلكتروني حيث تم تسجيل 231 إجابة كلها صالحة للدراسة.

3.4- المعالجة الإحصائية: تمت من خلال استخدام برنامج الرزمة الإحصائية SPSS V.19، وهذا بعد تنزيل مختلف الإجابات المجمعة ومن أجل التحليل تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- الفاكرونباخ (Alpha de cronbach) لقياس صدق وثبات الاستمارة.
- التكرارات والنسب المئوية لوصف المتغيرات الديموغرافية والإجابات المغلقة لأفراد عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.
- اختبار T-Test للعينة الواحدة.

4.4- قياس ثبات وصدق الاستمارة: حيث يتم قياس ثبات وصدق الاستمارة من خلال الفاكرونباخ، حيث يوضح الجدول التالي قيم الفاكرونباخ المتحصل عليها.

الجدول (1) : قيم الفاكرونباخ

المحور	قيمة الفاكرونباخ
المحور الأول	0.845
المحور الثاني	0.888
الاستمارة ككل	0.902

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss 19

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ للمحورين بشكل منفصل أو بالنسبة للاستمارة ككل فهي تتجاوز 0.8 فيما تقدر قيمته للاستمارة ككل ب 0.902 وهي قيمة جيدة وذات اعتمادية من ناحية الاقتصادية، وهو ما يدل على ان الاستمارة تتمتع بالصدق والثبات.

5 - النتائج ومناقشتها:

سيتم خلال هذه المرحلة عرض وتحليل النتائج التي تم التوصل.

1.5- تحليل معلومات العامة لاستمارة الدراسة:

يمكن تحديد الخصائص والسمات الشخصية لأفراد عينة الدراسة من خلال العناصر التالية: الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الدخل.

الجدول (2): توزيع عينة الدراسة وفقا للخصائص العامة

الخصائص	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	119	51.5
	أنثى	112	48.5
	المجموع	231	100

6.5	15	اقل من 20 سنة	السن
36.4	84	20-30 سنة	
27.3	63	31 - 40 سنة	
21.6	50	41 - 50 سنة	
8.2	19	أكثر من 50 سنة	
100	231	المجموع	
56.7	131	متزوج (ة)	الحالة العائلية
43.3	100	أعزب (عزباء)	
100	231	المجموع	
19.5	45	اقل من 18000	الدخل
34.2	79	من 18000 - 35000	
35.9	83	من 35001 - 55000	
10.4	24	أكثر من 55000	
100	231	المجموع	

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS 19

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 51.5 % من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور وهي نسبة أكبر من نسبة الإناث، وهذا راجع لكون أن الإحصائيات اثبت أن نسبة الذكور في الجزائر في السنوات الأخيرة أكبر من نسبة الإناث، كما أن غالبية العينة المدروسة تنتمي إلى فئة الشباب، والجدير بالملاحظ أن 43.3 % من عينة المدروسة غير متزوجين وهذا لكونه يعكس الفئة التي لا تزال قيد الدراسة أو لم تتحصل بعد على وظيفة ذات راتب يؤهلها لتأسيس أسرة وهذا راجع إل أن العائد المادي للمواطن الجزائري لم يصل بعد إلى المستوى الذي يكفل له العيش بأكثر أريحية حيث أن غالبية عينة المدروسة لا يتجاوز دخلها 35000 دج بنسبة إجمالية مقدرة ب 53.7 %.

2.5- تحليل نتائج محاور الدراسة:

أولا : تحليل نتائج المحو الأول و المتعلق بالقرارات الشرائية للمستهلك الجزائري في ظل انتشار وباء كورونا.

الجدول (3): تحليل نتائج المحور الأول:

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
01	خلال فترة الحجر الصحي قمت بشراء العديد من المنتجات التي احتاجها والتي لا احتاجها أيضا	3.6797	0.94706	موافق
02	خلال فترة الحجر الصحي قمت بشراء منتجات مغايرة للمواصفات التي أريدها في الحالة العادية	3.5498	0.99385	موافق
03	خلال فترة الحجر الصحي قمت بشراء منتجات لم استعملها من قبل وليس لي دراية بمدى جودتها	3.2684	1.16723	محايد
04	خلال فترة الحجر الصحي قمت بشراء منتجات لا اعرف كيفية استخدامها خوفا من احتياجها خلال تلك الفترة	3.3117	1.16013	محايد
05	خلال فترة الحجر الصحي أهتم بالكم أكثر من نوعية المنتجات المتاحة خاصة في ظل دخلي المحدود	3.8182	1.00079	موافق

06	خلال فترة الحجر الصحي أصبحت اهتم باقتناء المنتجات ذات السعر الأقل أكثر من اهتمامي بوجودتها	3.8268	1.04481	موافق
المحور ككل				
		3.5758	0.79227	موافق

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS 19

من خلال الجدول ، نلاحظ أن غالبية عينة المدروسة أجمعت على تغيير سلوكياتها الشرائية مقارنة بطبيعة قراراتهم الشرائية قبل ظهور الوباء، حيث نلاحظ أن المبحوثين أجمعوا على توجيههم نحو اكتناز المنتجات وتخبيتها في المنزل بغض النظر عن احتياجهم لها من عدمه معتمدين على نظرة مستقبلية قائمة على إمكانية استعمالها إن طالت فترة الحجر، ليس هذا فحسب فالغالبية أجمعت على إقبالهم على اقتناء منتجات مغايرة لما يطمحون له من مميزات ومواصفات، إلا أنهم سعوا إلى تخزين أكبر قدر ممكن من المنتجات معتمدين على اقتناء أقلها قيمة، وبهذا يكون المستهلك قد فضل الكم على نوعية وجودة المنتج، وهذا أمر طبيعي نتيجة الوضع الراهن القائم في البلاد جراء تطبيق إجراءات الحجر على كافة ولايات الوطن وما رافقها من توقف الحياة الاقتصادية وغلق مختلف المحلات التجارية ماعدا تلك المتعلقة بتوفير المستلزمات الغذائية والطبية للمواطن، إلا أن ما شهدته هذه المنتجات من مضاربة و تغيرات سريعة ومفاجئة للأسعار بالإضافة إلى ظهور بعض الإشاعات القائمة على فرضية انقطاع بعض المواد من السوق كمادة السميد على سبيل المثال ساهمت بتغيير سلوكيات المستهلك وجعلته يتصرف ويتخذ قرارات مسارية للوضع الجديد معتمدا على نظرية حالية ومستقبلية قائمة على فرضية استمرار الوضع الراهن لعدة أشهر قادمة ومتخذا حالته العائلية والمادية بعين الاعتبار، خاصة في ظل توقف الدخل للعديد من المستهلكين ومحدوديته لبعض الفئات الأخرى، وهو ما يعكس ما قمنا بعرضه في الجانب النظري بارتباط سلوكيات المستهلك بمجموعة من العوامل المؤثرة في اتخاذ قراراته ليكون وباء كورونا من أهم تلك العوامل خلال هذه الفترة.

ثانيا : تحليل نتائج المحور الثاني والمتعلقة بإقبال المستهلك الجزائري على التسوق عبر الانترنت في ظل انتشار وباء

كورونا

الجدول (4): تحليل نتائج المحور الثاني:

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الاجابة
01	أفضل التسوق عبر الانترنت في هذه الفترة لأنها أكثر أمان وتقيني من الوباء	3.7706	1.03176	موافق
02	أفضل التسوق عبر الانترنت في هذه الفترة لأنها توفر المنتجات التي أريد في ظل إغلاق جميع المحلات	3.7489	0.93119	موافق
03	أفضل التسوق عبر الانترنت لأنها توفر المنتجات بالجودة التي أريد	3.2597	1.04344	محايد
04	أفضل التسوق عبر الانترنت لأنها توفر المنتجات بالسعر المناسب	3.0996	1.12812	محايد
05	أفضل التسوق عبر الانترنت لأنه سهل عملية مقارنة بين المنتجات والخدمات المعروضة	3.4935	1.07084	موافق
06	التسوق عبر الانترنت يقلل من وقت التسوق ودون الحاجة إلى التنقل	3.8268	0.86746	موافق
07	سأواصل التسوق عبر الانترنت بعد انتهاء الحجر الصحي وإعادة فتح جميع المحلات	3.4632	1.01604	موافق
المحور ككل				
		3.5232	0.78527	موافق

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS 19

من خلال عرض النتائج السابقة، نلاحظ أن الباحثين أجمعوا على توجيههم نحو المنتجات المعروضة إلكترونياً والتسوق عبر الإنترنت طول فترة الحجر الصحي لتلبية مختلف احتياجاتهم بكل أمان دون الاضطرار لمغادرة المنزل والتعرض لاحتمال الإصابة بالوباء، كما يؤمنون بأن التسوق عبر الإنترنت يسمح لهم بالمقارنة بين مختلف المنتجات المعروضة والذي يؤهلهم إلى اختيار المنتج الأمثل وفقاً لمواردهم المالية والمميزات المرغوب فيها دون عناء التنقل من مكان إلى آخر وخسارة الجهد والوقت وهو ما لاقى القبول من طرف العديد من الباحثين ما شجعهم على مواصلة التسوق عن الإنترنت. حتى بعد انتهاء فترة الحجر الصحي وبداية عودة الحياة الاجتماعية والاقتصادية لحالتها الطبيعية. والجدير بالذكر أن هذا الإقبال الغير مسبوق من طرف المستهلك الجزائري نحو المنتجات المعروض إلكترونياً سيساهم بشكل كبير في تحسين أداء المستثمرين و المؤسسات الاقتصادية التي تعتمد على التجارة الإلكترونية في تسويق منتجاتها ويعتبر عامل تميزها في هذه الفترة، ما يساهم في احتلالها مركز تنافسي خاصة في ظل الحجر الصحي الذي شمل كل أركان البلاد، وما رافقه من توقف للحياة الاقتصادية وغلق مختلف المحلات التجارية عبر الوطن ليكون الفضاء الإلكتروني السبيل الوحيد لتحقيق المستهلك لمختلف احتياجاته، رغم عدم تحقق رضاه التام عن جودة وسعر المنتجات المعروضة على مستوى مختلف المنصات الإلكترونية، وبهذا يعتبر الفارق الأساسي والنقطة الحاسمة بين هذه المؤسسات لكسب أكبر عدد من المستهلكين هو سعيها إلى تحقيق أقصى مستويات الجودة بأقل الأسعار.

3.5- تحليل اختبارات الفرضيات:

اختبار الفرضيات يتم عن طريق إجراء اختبار t للعينة الواحدة، وهذا عند مستوى معنوية 5%، حيث قيمة t الجدولية تقدر ب

2.576.

الفرضية الأولى:

H0 : لا يساهم انتشار وباء كورونا في تغيير القرارات الشرائية للمستهلك الجزائري

H1 : ساهم انتشار وباء كورونا في تغيير القرارات الشرائية للمستهلك الجزائري

نلاحظ أن قيمة t المحسوبة ($t = 68.596$) أكبر من t الجدولية ، وقيمة $\text{sig} = 0.000$ اقل من مستوى المعنوية

0.05، وعليه نرفض الفرضية H_0 ونقبل الفرضية H_1 ، وعليه فإن انتشار وباء كورونا في الجزائر ساهم في تغيير القرارات الشرائية للمستهلك الجزائري.

الفرضية الثانية:

H0 : لم يساهم انتشار وباء كورونا في إقبال المستهلك الجزائري على التسوق الإلكتروني.

H1 : ساهم انتشار وباء كورونا في إقبال المستهلك الجزائري على التسوق الإلكتروني

نلاحظ أن قيمة t المحسوبة ($t = 68.190$) أكبر من t الجدولية ، وقيمة $\text{Sig} = 0.000$ اقل من مستوى المعنوية

0.05، وعليه نرفض الفرضية H_0 ونقبل الفرضية H_1 ، أي أن انتشار وباء كورونا في الجزائر ساهم في إقبال المستهلك الجزائري على التسوق الإلكتروني

6- الخلاصة:

تناولت هذه الدراسة موضوعاً مهماً، لا يزال نقطة اهتمام مختلف الهيئات والمستثمرين الاقتصادية عبر العالم، إذ يعد سلوك المستهلك من أهم العناصر المحددة لنجاح واستمرارية مختلف المؤسسات الاقتصادية، وكسب رضاه وولائه من أهم أهدافها، خاصة في ظل اشتداد المنافسة وتغيير بيئة التصنيع ، بالإضافة إلى مختلف الضغوطات المحيطة بالمؤسسات حيث تعد الأزمات من

أكبر انشغالاتها ومخاوفها خاصة اليوم وما يشهده العالم من تفشي وباء كورونا ما استدعى ضرورة البحث في اثر هذا الأخير على سلوكيات المستهلك وإبراز مختلف العوامل التي تؤثر على صناعة واتخاذ قرار الشراء من طرف المستهلك خلال هذه الفترة و إن كان قد دفع به إلى التوجه إلى الشراء والتسوق عبر المنصات الالكترونية، وقد تم تطبيق هذه الدراسة على مجموعة من المستهلكين الجزائريين.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- ✓ انتشار وباء كورونا في الجزائر ومختلف الأحداث التي رافقته يأتي في المقدمة من حيث التأثير على سلوك المستهلك.
- ✓ وجود علاقة قوية بين انتشار وباء كورونا في الجزائر وما ترتب عنه من تغيرات على الساحة الاجتماعية والاقتصادية بسلوك المستهلك خلال هذه الفترة وما رافقها من تغيرات على مستوى مختلف القرارات الشرائية للمواطنين الجزائريين.
- ✓ يتأثر المستهلك بمختلف العوامل الخارجية المحيطة به خاصة في ظل الأزمات بحيث يكون تأثيره عبارة عن رد فعل تجاه هذه الأزمات ويكون في شكل تغير جزئي او كلي لقراراته واهتماماته كل حسب طبيعته وعوامله الداخلية وتكون عن طريق استمراره بنفس وتيرته السابقة أو اتخاذ مجرى مغاير تماما لما هو معتاد عليه.
- ✓ إن مختلف التغيرات المرافقة لانتشار وباء كورونا وما ترتب عنها من توقف للحياة الاقتصادية والتجارية بالبلاد وغلق تام لمختلف المحلات كان له علاقة موجبة اتجاه مختلف المنتجات الالكترونية وأثر فعال على أداء المؤسسات الاقتصادية التي تعمل على تسويق منتجاته الكترونيا نتيجة إقبال غالبين المستهلكين الجزائريين إلى توفير احتياجاتهم عن بعد مستخدمين مختلف مواقع والمنصات الالكترونية المعتمدة من اجل ذلك.
- ✓ تتواجد المنتجات المعروضة عبر المنصات الالكترونية في متناول مختلف المستهلكين الجزائريين وتعتبر ملاذهم الأول خلال فترة الحجر المطبق على البلاد لإشباع مختلف رغباتهم وحاجاتهم وهو ما ينعكس على المؤسسات والمستثمرين الاقتصاديين الذين يقدمون هذه الخدمات عن طريق تحسين أدائهم وتعزيز مكانتهم السوقية.

ومن خلال ما سبق يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات الآتية:

- ✓ على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إعادة النظر في سلوكيات المستهلك الجزائري والقيام بدراسات وتحليلات جديد لمختلف العوامل المؤثرة في سلوكياته في ظل الأزمات حتى تستطيع تقديم منتجات بالجودة التي يتوقعها المستهلكين حسب احتياجاتهم ورغباتهم ما يحقق رضاهم وهو الأمر الذي ينعكس على ولائهم مستقبلا.
- ✓ على المؤسسات والمستثمرين الجزائريين التوجه نحو تفعيل التجارية الالكترونية التي يفترض أن تكون مستقبلا السمة السائدة للتجارة في مختلف المجتمعات عبر العالم خاصة في ظل استمرار هذه الأزمات لفترات زمنية طويلة، مع العمل على توفير أفضل الخدمات بأعلى جودة و اقل تكلفة ممكنة، مما يساهم في تشجيع واستقطب أكبر عدد من المستهلكين للتسوق الالكتروني ما يجعل المنتج أكثر تنافسية وينعكس بالإيجاب على مكانة السوقية لهذه المؤسسات.
- ✓ استغلال المؤسسات الجزائرية لتجارب نظيرتها العربية والعالمية في مجال دراسة سلوكيات المستهلك وتحقيق رغباته واحتياجاته في ظل الأزمات، لتحقيق أكبر قدر ممكن من الكفاءة التي تسمح باستقطاب أكبر قدر ممكن من المستهلكين خاصة في ظل انتشار وباء كورونا في البلاد. فالمؤسسة التي تستطيع أن تخلق من هذا الوضع الحرج مزايا تنافسية تعزز مركزها التنافسي ومكانتها السوقية هي التي ستحقق الريادة وتضمن استمراريتها لمدة أطول.

- 1- بن يامين خالد، 2018، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات الجديدة- دراسة منتجات الهاتف النقال كوندور، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة بشار، الجزائر، المجلد 04(العدد02).
- 2- كراش ليلي، 2017، حماية رضا المستهلك في ظل قواعد حماية المستهلك، مجلة حوليات، جامعة الجزائر 1، الجزائر، مجلد (العدد31).
- 3- عبد الحفيظ احمد، خليفى رزقي، 2020، حماية المستهلك من منظور تسويقي، مجلة البحوث والدراسات التجارية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، مجلد 04(العدد01).
- 4- حمادة ليلي، بن قويدر أمينة، 2020، العوامل المؤثرة في قرار شراء المستهلك للهاتف المحمول -دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين بالجزائر- مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة المسيلة، الجزائر، المجلد 05(العدد01).
- 5- وردية الشيكرك، 2017، تنشيط المبيعات وتأثيره على سلوك المستهلك، مجلة دراسات حول الجزائر والعالم، مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم.
- 6- بخوش أحمد، 2016، دراسة تطبيقية لنظرة لمستهلك الجزائري تجاه المنتجات الصينية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية- دراسات اقتصادية- جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، المجلد 1 العدد 27.
- 7- جيلالي قالون، 2009، العولمة وانعكاساتها العامة وتأثيرها على سلوك المستهلك، مجلة الحقيقة، جامعة أحمد دراية ادار، الجزائر، المجلد 08 (العدد14)،
- 8- مجدوب نوال، 2017، أهمية دراسة سلوك المستهلك لإعداد إستراتيجية تسويقية زينة وناجحة، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، المجلد 1(العدد02).
- 9- عبد الله محمد الهرش (2014): دور برامج تنشيط المبيعات في التأثير على السلوك الاستهلاكي السلبي عند المستهلك الأردني، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، الجزائر، المجلد 07(العدد02).
- 10- طيبي أسماء زوجة بن زاوي، 2017، تأثير مزيج الاتصال التسويقي للمؤسسة على اتخاذ قرار الشراء من طرف المستهلك دراسة حالة سوق المنتجات الكهرومنزلية بالجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق دولي، الجزائر.
- 11- بيان هشام عيسى ياسين، 2018، الترويج باستخدام الشبكات الاجتماعية وأثره على سلوك المستهلك الشرائي في محافظة الخليل- دراسة قطاع مستحضرات التجميل الكوزمتمكس- مذكرة لنيل شهادة الماجستير في بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية، جامعة القدس، معهد التنمية المستدامة، تخصص بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية، فلسطين.
- 12- حبار أمال، 2010، سلوك المستهلك والحماية المقررة له قانونا، مجلة الحقيقة، جامعة أحمد دراية، الجزائر، المجلد 09(العدد16).
- 13- عائشة موزاري، عبد القادر موزاري، 2019، سلوك المستهلك ودوره في عملية اتخاذ القرارات الشرائية، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، الجزائر، المجلد 03(العدد02).
- 14- منظمة الصحة العالمية.
- 15- وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات بالجزائر.