

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République algérienne Démocratique et populaire

Ministère de l'Enseignement
supérieur et de la Recherche
Scientifique

Université Mohamed El Bachir

El Ibrahimi



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص تسويق صناعي

تأثير أزمة كوفيد-19 على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري - دراسة حالة عمال قطاع الصحة بولاية برج بوعريجة.

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

إعداد الطالب:

فيصل حبة

الجامعة	الوظيفة	أعضاء لجنة المناقشة
جامعة محمد البشير الإبراهيمي	مشرفا	بن ثامر كلتوم
جامعة محمد البشير الإبراهيمي	رئيسا	فارس ايمان
جامعة محمد البشير الإبراهيمي	عضوا	هادف ليلي

السنة الدراسية 2020-2021

شكر وتقدير

أولاً وقبل كل شيء نحمد الله ونشكره على كل النعم التي وهبنا إياها،

ثم نتقدم بالشكر إلى الأستاذة المشرفة بن ثامر كلثوم على كل النصائح والارشادات التي

قدمتها لنا،

والى كل من ساعدنا في انجاز هذا البحث سواءً كان من قريب أو بعيد.

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى رصد السلوكيات الشرائية للفرد الجزائري جراء ظهور جائحة فايروس كورونا المستجد كوفيد-19 خلال الفترة الممتدة من بداية الوباء إلى 2021/08/31، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمد الطالب على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم اعداد استمارة الكترونية أرسل رابطها عن طريق البريد الإلكتروني، إلى افراد عينة الدراسة، هذا وقد تمت معالجة (68) استمارة لأفراد قطاع الصحة بولاية بسكرة وباستعمال برنامج SPSS_26 تم التوصل لمجموعة من النتائج، أبرزها: أن ظهور جائحة فايروس كورونا المستجد كوفيد-19 أثر بدرجة كبيرة على السلوكيات الشرائية للفرد الجزائري نتيجة للذعر من الفيروس والخوف من نفاذ المخزون الاستهلاكي للمواد الأكثر استهلاكاً، وقد أشارت النتائج إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لكوفيد-19 (الكورونا) على السلوك الشرائي للمستهلك لدى العاملين في المؤسسات محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: كوفيد-19، سلوك المستهلك النهائي، القرار الشرائي.

Abstract:

This study aims to monitor the individual purchasing behaviors of an Algerian due to the emergence of the emerging virus pandemic, Covid-19-. During the period extending from the beginning of the epidemic to 08/31/2021. The link is via e-mail, and (68) questionnaires were processed for health sector personnel in Biskra, and using the SPSS_26 program, a set of results were reached, most notably: The emergence of the emerging pandemic of the Corona virus, Covid-19, has greatly affected the purchasing behavior of the Algerian individual as a result of panic from The virus and the fear of running out of the consumer stock of the most consumed materials, the results also indicated that there are statistically significant differences for Covid 19 (Corona) on the consumer purchasing behavior among workers in the institutions under study

Keywords : covid – 19 ,consumer behavior ,purchase decision .

قائمة المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
09	مقدمة
13	الفصل الأول: الإطار النظري
14	تمهيد
15	المبحث الأول : مدخل إلى مفاهيم اساسية حول متغيرات البحث
15	المطلب الأول : مفهوم واسباب ظهور وباء كوفيد 19
17	المطلب الثاني : تطور الوضعية الوبائية وأهم التدابير الوقائية لمكافحة وباء كوفيد 19
21	المطلب الثالث: سلوك المستهلك والقرار الشرائي لدى المستهلك النهائي
27	المطلب الرابع: السلوك الشرائي للمستهلك أثناء الحجر
29	المبحث الثاني: علاقة كوفيد 19 بطرق وسلوكيات الشراء الجديدة
29	المطلب الأول: طرق وسلوكيات الشراء الجديدة
30	المطلب الثاني: السلوك الشرائي للمستهلك بعد الحجر
31	المطلب الثالث: الدراسات السابقة
32	المطلب الرابع: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
33	خلاصة الفصل الأول
34	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية (عمال قطاع الصحة لولاية بسكرة)
36	المبحث الأول: طبيعة الدراسة الميدانية وكيفية إجرائها
36	المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

37	المطلب الثاني: المفاهيم والطرق الإحصائية المستخدمة في الدراسة
38	المطلب الثالث: بناء وفحص صدق وثبات أداة الدراسة
39	المبحث الثاني: مناقشة متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات
39	المطلب الأول: تشخيص وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لدى عينة الدراسة
44	المطلب الثاني: تشخيص ووصف مستوى إدراك متغيرات الدراسة لدى أفراد العينة
51	المبحث الثالث: اختبار الفرضيات
51	المطلب الأول: مناقشة الفرضية الرئيسية
52	المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة
53	خلاصة الفصل الثاني
54	الخاتمة
56	قائمة المصادر والمراجع
59	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
32	أوجه الشبه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية	1
32	أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية	2
37	الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الاستبانة	3
38	المتوسطات المرجحة والاتجاه الموافق لها	4
39	معاملات الثبات لمجاور الدراسة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ	5

39	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	6
40	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	7
41	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	8
42	توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة	9
42	توزيع عينة الدراسة حسب نوع بطاقة الدفع الالكترونية	10
43	توزيع عينة الدراسة حسب القيام بالتسوق عبر الانترنت	11
45	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لمحور كورونا والدوافع النفسية والاجتماعية.	12
48	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لمحور السلوك الشرائي للمستهلكين	13
51	نتائج تحليل الإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار أثر كوفيد 19 على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري لعينة الدراسة	14
51	نتائج تحليل الإنحدار البسيط لإختبار أثر كوفيد 19 على السلوك الشرائي للمستهلك	15

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1	توزيع الإصابات الجديدة في العالم	18
2	اجمالي الاصابات بفيروس كورونا بالجزائر من 15-02-2020 إلى 20-08-2021	19
3	مراحل عملية الشراء لدى المستهلك	26
4	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	40

41	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	5
41	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	6
42	توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة	7
43	توزيع عينة الدراسة حسب نوع بطاقة الدفع الالكترونية	8
43	توزيع عينة الدراسة حسب درجة القيام بالتسوق عبر الانترنت	9

المقدمة

مقدمة عامة

يشهد عالمنا اليوم أكبر واشد أنواع الأزمات العالمية، إذ دخل الاقتصاد العالمي مرحلة الركود الشديد بسبب تفشي وباء كورونا وانخفاض سعر النفط. الجزائر على غرار باقي الدول التي اتخذت جملة من التدابير الوقائية للحد من تفشي المرض، كتسريح 50% من الموظفين، غلق العديد من المحلات والمراكز التجارية، تأجيل الاستثمارات، زيادة الإنفاق الحكومي وتقليص الواردات، ان هذا الأمر كان له فعله النفسي والسلوكي على الفرد عالمياً، أين لاحظنا تحافت العديد من الأفراد إلى المحلات التجارية والمتاجر من أجل اقتناء الزائد، وهو ما بين نوع من الجشع والتهور واللامبالاة من بعض الأطراف أستوجب الأمر البحث عن سبب تلك التصرفات والسلوكيات وهل كانت متواجدة بذات الفرد أم أنها أمر طارئ وقع بسبب تأثير ظهور هاته الجائحة، كل هذا سينعكس دون شك على تغير سلوك المستهلك وفقاً لمؤثرات البيئة الداخلية والخارجية، ويزداد التغير خلال هذه الأزمة، مكوناً اتجاهات جديدة خلال وبعد الأزمة. فمن خلال الأزمة تتضارب التوقعات، وتنشط الشائعات، وقد تستخدم الشركات معلومات بطرق لا أخلاقية لخلق احتياجات وهمية أو مبالغ فيها، ورغم أن المستهلك يكون أكثر حذراً خلال الأزمة إلا أنه يكون أكثر وعياً بعدها، فيتولد لديه اتجاهات مختلفة، قد تجعله أكثر حكمة عند مواجهة أوضاع مماثلة مستقبلاً.

1. إشكالية الدراسة:

لا يمكن السيطرة على سلوك المستهلكين ولا توقيف تطور هذا السلوك الذي يظل يتغير مع تغير العوامل المؤثرة فيه وإنما يمكن للباحثين والمفكرين ورجال التسويق ملاحظة ودراسة هذه المتغيرات ومحاوله فهمها واعتبارها الموجه للسلوك. و بمجرد ظهور فيروس كورونا المستجد كوفيد - 19 وتصنيفها من قبل منظمة الصحة العالمية على أنها وباء من أشد الأوبئة التي تتعرض لها الأرض، سارع المستهلك الجزائري نحو شراء مستلزماته بنسب كبيرة وبشكل شره من أجل التخزين تخوف من عواقب تفشي هذا المرض واستمراره لمدة طويلة، حيث سلك السلوك الشرائي لدى المتسوقين الجزائريين سواء من خلال المتاجر والمحلات التقليدية أو عن طريق التسوق عبر الإنترنت تغير كبير لافلت للنظر، إذ هرع الناس نحو شراء الإمدادات الطبية مثل المطهر والأقنعة أو الكمادات والأدوات المنزلية مثل الورق الصحي والأطعمة والأغذية مثل الخبز المعلبات وغيرها بكثرة وكثافة شديدة خاصة الأغذية ذات الاستعمال الواسع، ومن هنا يمكننا طرح التساؤل التالي:

هل هناك علاقة ذات تأثير معنوي لتداعيات ازمة كوفيد-19 على سلوكيات الشراء لعمال قطاع الصحة بولاية بسكرة؟

و للإجابة عن هذه الاشكالية ارتائنا طرح جملة من التساؤلات الفرعية والتي جاءت على النحو التالي:

- هل لظهور جائحة فيروس كورونا المستجد دور في تغير اتجاهات الأفراد ونيتهم الشرائية؟

- هل يوجد اختلاف ذا دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول سلوكياتهم الشرائية وظهور جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديموغرافية وهي (الجنس، السن، المهنة).

2. فرضيات البحث:

- الفرضية الرئيسية:

هناك علاقة ذات تأثير معنوي لتداعيات ازمة كوفيد-19 على سلوكيات الشراء لعمال قطاع الصحة بولاية بسكرة.

- الفرضيات الفرعية:

○ ظهور جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 له دور قوي في تغير اتجاهات الافراد ونيتهم الشرائية.

○ لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول سلوكياتهم الشرائية وظهور جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديموغرافية وهي (الجنس، السن، المهنة).

3. مبررات اختيار موضوع البحث: ان اختيارنا لهذا الموضوع مبني على:

- طبيعة التخصص الذي أنتمي إليه (التسويق) والذي يعتبر المستهلك وسلوكه من اهم محاوره.
- طبيعة الموضوع (كوفيد 19) كأبرز حدث عالمي في القرن 21.
- الرغبة الذاتية والميل الشخصي لدراسة ومعالجة المواضيع المرتبطة بسلوك المستهلك وكل ما هو جديد.
- أهمية الدراسات التي تتناول سلوك المستهلك، لاسيما مع قلتها باللغة العربية.

4. أهداف البحث: ان اختيارنا للموضوع والاشكالية التي سنقوم بمعالجتها كان بهدف:

- تفسير وتحديد طبيعة علاقات التأثير والارتباط بين متغيرات الدراسة.
- التعرف على أهم التصرفات الشرائية الواجب توفرها لدى المستهلك الجزائري.
- التعرف على العوامل المؤثرة على سلوكيات الشرائية قبل وبعد ظهور جائحة كوفيد.
- التعرف ما إذا كان للمتغيرات الديموغرافية للفرد الجزائري (الجنس، السن) لها علاقة بسلوكيات الفرد الجزائري قبل وبعد تفشي هاته الجائحة أم لا؛
- مساعدة الجهات المختصة لمعالجة الآثار السلبية في السلوك الشرائي للمستهلك أثناء وقوع الأزمات والأوبئة.

5. أهمية اختيار الموضوع:

تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تمثل دراسة تساعد على تسليط الضوء على أحد أهم الظواهر المتفشية في سلوكيات الفرد الجزائري والتي تدخل ضمن التسوق الذعري، أو سلوك الفرد الناجم عن الخوف من المجهول، لاسيما وأن العالم اليوم يمر بأزمة صحية عالمية، وذلك بالتركيز على الوضعية السلوكية التي يتصف بها الفرد الجزائر أثناء عملياتها الشرائية، مع محاولة لفت الانتباه وزيادة الوعي لدى المجتمع الجزائري بضرورة ترشيد سلوكياته الشرائية لاسيما وأن الدولة طمأنته بوفرة المنتجات لأزمة عديدة.

6. حدود البحث:

- ✓ الحدود الزمنية: تمت معالجة الموضوع بالاعتماد على فترة زمنية محددة من مارس 2021 إلى غاية 31 أوت 2021 .
- ✓ الحدود المكانية: تم إسقاط الجانب التطبيقي على موظفي وعمال قطاع الصحة لولاية بسكرة، اما الجانب النظري تم الاعتماد على المستهلك الجزائري.

7. منهج البحث:

من أجل تقديم دراسة شاملة وافية فانه سيتم الاعتماد في معالجتها على كل من المنهج الوصفي والمنهج التحليلي والإحصائي، بحيث المنهج الوصفي: والمتعلق بالجانب النظري والذي يهتم بتحديد طبيعة الموضوع وتأسيس المفاهيم النظرية المتعلقة بالسلوك الشرائي وسلوك التسوق للفرد الجزائري، إضافة إلى التطرق إلى أهم الأمور ذات الصلة بفيروس كورونا وتداعياتها الاقتصادية، وهو ما سيساهم في تشكيل خلفية علمية يمكن أن تفيد في إثراء الجوانب المختلفة للبحث، أما فيما يتعلق بالأداة المستخدمة فقد تم جمع المعلومات والبيانات بالاطلاع على مختلف

المؤلفات والدوريات والأبحاث العربية والأجنبية بالإضافة إلى الدخول لمواقع شبكة الانترنت ذات صلة بالموضوع، بينما المنهج التحليلي والإحصائي فيتعلق بتحليل آراء عينة من أفراد المجتمع الجزائري وهذا بهدف الوصول إلى اقتراحات واستنتاجات تساهم في خدمة هاته الدراسة.

8. صعوبات البحث: نعرض بإيجاز الصعوبات التي واجهتنا في بحثنا وهي:

- نقص المراجع التي تتناول مواضيع كوفيد 19 كونه حادثة جديدة .
- اتساع مجال سلوك المستهلك وصعوبة الإلمام بالمعلومات كلها المتعلقة بأثر كوفيد 19.
- نقص الإحصائيات الدقيقة لأثر كوفيد 19 على سلوك المستهلك.

9. هيكل البحث: قصد الإلمام ببحوثات ومتطلبات البحث تم الاعتماد على خطة اشتملت فصلين وذلك كما يلي:

الفصل الأول الموسوم بالاطار النظري ويتناول أساسيات سلوك المستهلك وكوفيد 19 وأثاره على السلوك الشرائي للمستهلك وذلك من خلال التطرق إلى: مفاهيم متعلقة بكوفيد 19 وأساسيات حول سلوك المستهلك، وأثر كوفيد 19 على السلوك الشرائي للمستهلك، أما الفصل الثاني: يتناول الإطار التطبيقي والذي يدرس كعينة موظفي وعمال قطاع الصحة بولاية بسكرة وذلك من خلال التطرق إلى: التحليل الوصفي للبيانات وإيجاد العلاقة بين المتغيرات، تحليل النتائج والخروج بتوصيات، وختمنا البحث بخاتمة تضمنت مختلف النتائج المتوصل إليها على المستويين النظري والتطبيقي، إلى جانب مجموعة من التوصيات وأفاق البحث المستقبلية، وتم اعتماد هذا التقسيم لإعطاء صورة مفصلة لوباء كورونا من نشأته إلى غاية وصوله إلى الجزائر ثم مفاهيم عامة حول سلوك المستهلك وربط علاقة الوباء كوفيد 19 بالتغيرات الحاصلة في سلوك المستهلك الجزائري.

الفصل الأول:

الاطار النظري

تمهيد:

لا نبالغ إذا اعتبرنا جائحة كوفيد-19 هي من أكثر الأحداث تأثيرا على العالم في القرن الحالي سواء كان ذلك على مستوى الاقتصادي أو الإنساني أو الاجتماعي أو حتى النفسي ولا شك فإن تداعياته ستبقى مستمرة لأجل غير معلوم، اعتبار أنه إلى حد كتابة هذه المذكرة لم يتم التوصل إلى علاج فعال ضد هذا الفيروس الخطير، باستثناء اللقاحات المكتشفة، وقد مست هذه الجائحة الجزائر كغيرها من البلدان، مما أدى إلى قيام الحكومة بتطبيق عدة إجراءات من بينها قواعد الحجر الصحي، وقد أصاب المستهلك الجزائري الهلع وخاصة في بداية الوباء مخافة من انتقال عدوى هذا الفيروس إليه والندرة في السلع، مما أدى إلى حدوث تغيير في سلوكه الشرائي. وهو ما نجم عنه سلوكيات مضطربة عند بعض الأفراد وذلك من خلال البحث عن بعض المقتنيات والشراء بصورة خيالية بالرغم من تصريح الجهات الوصية بوفرة المنتجات لفترة زمنية معتبرة، وهو الأمر الذي تطلب البحث عن سلوكيات هاته الأفراد كما أشرنا سابقا، ومن أجل ما تقدم جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى رصد سلوكيات الشرائية للفرد الجزائري في ظل تفشي وباء كوفيد 19 وتأثيراته على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري لذلك سيتم معالجة هذه الدراسة انطلاقا من طرح المشكل وعرض أهم الأدبيات النظرية لها، من خلال تقديم لمختلف المفاهيم المتعلقة لكل من السلوك الشرائي، فيروس كوفيد 19 والمستهلك الجزائري .

المبحث الأول: مدخل إلى مفاهيم اساسية حول متغيرات البحث

المطلب الأول: مفهوم وأسباب ظهور وباء كوفيد-19

أولاً- مفهوم الوباء "كوفيد-19":

فيروس كورونا 2019 هو فيروس ناشئ تم اكتشافه أول مرة في ووهان في الصين، في كانون الأول (ديسمبر)¹، وهذا الفيروس الناشئ كان مرتبطاً بمرض تنفسي بشري حاد بنسبة (2-3%) تم إرجاع أصل الفيروس إلى سوق الجملة في ووهان في 7 يناير 2020، وقد أكدت السلطات الصحية الصينية ذلك حيث ارتبط هذا التجمع بفيروس تاجي جديد n-cov2019 تم لاحقاً إعادة تسمية الفيروس سارس - كوفيد -19 لأنه يشبه الفيروس التاجي المسؤول عن المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (SARSCoV)، وهو عضو في الجينات الفرعية Sarbecovirus (Beta-cov lineage B)، التي تشارك فيها أكثر من 79% من تسلسلها فيروسات كورونا (CoVs) هي فيروسات RNA مفردة السلاسل تنتمي إلى ترتيب Nidovirales، والعائلة Coronaviridae والفصيلة الفرعية Coronavirina.

وهناك مجموعة متنوعة من الأعراض التي يعاني منها مريض COVID19 مثل الإسهال القيء والغثيان وآلام البطن. قد يصاب بعض المرضى بأمراض خطيرة بدون حمى ولكن مع ألم في البطن وفقدان الشهية وضيق التنفس، ومن بين أهم خصائص هذا الفيروس طول مدة حضائته التي تبلغ الأسبوعين، وسهولة انتقاله بين الأفراد؛ إذ تظهر على حامل الفيروس أعراض واضحة خلال فترة الحضانة وتنتقل العدوى إلى الكثيرين من الذين خالطهم)².

ظهر فيروس كوفيد -19 في الصين أواخر 2019، وانتقل إلى غالبية الدول بشكل كبير لدرجة لم تعد الدول قادرة على السيطرة عليه، والعامل بأسره يعيش حالة من الذعر والقلق، نتيجة الإصابات المتسارعة والوفيات اليومية، وقد أدرجت منظمة الصحة العالمية هذا الفيروس على أنه حالة طارئة للصحة العمومية، وسبب اختيار للمنظومة الصحية لمعظم الدول .

وأطلق على المرض الناجم عن الفيروس التاجي الجديد الذي ظهر أول مرة في {ووهان} بالصين اسم مرض الفيروس التاجي 2019 (COVID-19)، والاسم الإنجليزي للمرض مشتق كالتالي "CO" هما أول حرفين من كلمة كورونا (corona)، و"VI" هما أول حرفين من كلمة فيروس (virus)، و"D" هو أول حرف من كلمة مرض بالإنجليزية (disease)، وأطلق على هذا المرض سابقاً اسم (corona virus novel 2019) أو (ncov-2019)، إن فيروس "كوفيد-19" هو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض «المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة» (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي ويعرف الفيروس الآن باسم فيروس المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة كورونا 2 (سارز كوفيد19) ويسمى المرض الناتج عنه مرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد-19) في 11 مارس 2020، أعلنت منظمة الصحة العالمية أنها صنفت مرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد-19) كجائحة .

وتشمل علامات العدوى الشائعة: الأعراض التنفسية والحمى والسعال وضيق النفس وصعوبات التنفس، وفي الحالات الأشد وطأة قد تسبب العدوى، الالتهاب الرئوي والمتلازمة التنفسية الحادة والفشل الكلوي وحتى الوفاة، وتشمل التوصيات النموذجية لمنع انتشار العدوى، غسل

¹ Sonja et al, 2020, The Impacte of corona, p01.

² فريدة فلاك، أرقام وإحصائيات حول أزمة كورونا الحديثة وتداعياتها على الاقتصاديات الكبرى في العالم، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد الثاني بسكرة (الجزائر)، 2020، ص ص32-33.

اليدين بانتظام وتغطية الفم والأنف عند العطس والسعال، وطهوا اللحوم والبيض بشكل كامل، ويتعين كذلك تجنب مخالطة أي شخص تظهر عليه أعراض الأمراض التنفسية كالسعال والعطس.

ويعتبر كبار السن والأشخاص المصابين بحالات خطيرة مسبقا كارتفاع ضغط الدم وأمراض القلب وداء السكري، هم الأكثر عرضة للإصابة بمرض وخيم وهم أكثر عرضة للإصابة بالفيروس، لذا يجب عليهم البقاء في المنزل وعدم الخروج إلا للضرورة والالتزام بالحفاظ على مسافة لا تقل عن متر واحد عن، عن الآخرين، وتجنب المصافحة وتعقيم الأسطح إذ يمكن لمرض كوفيد-19 أن ينتقل عن طريق الرذاذ الذي ينتشر من الأنف أو الفم عندما يسعل المصاب بالمرض أو يعطس¹، وتتساقط هذه القطرات على الأشياء والأسطح، وعند ملامستها من شخص آخر ثم لمس عينه أو أنفه أو فمه، أو إذا تنفس القطرات التي تخرج من المصاب مع سعاله أو زفيره، ويمكن حينها أن يصاب الشخص بالمرض².

ظهر وباء كوفيد-19 وتداعياته العالمية وقد أكتشف فيروس "كورونا" في ديسمبر 2019 في مدينة "ووهان" بالصين، وصنفته منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2019 على أنه "جائحة" إذ يستطيع الفيروس الانتشار بين البشر مباشرة مما سرع في انتشاره، وفي منتصف يناير أبلغت عدة دول في أوروبا وآسيا وأمريكا الشمالية عن وصول الفيروس إلى أراضيها، واعتبر الأوروبيون هذا الوباء مثله مثل أي وباء معروف، ولن يصل إلى أوروبا، إلا أن الأحداث الأخيرة أثبتت العكس، إذ بدأت تتصاعد الإصابات بشكل كبير، حيث اعتبرت منظمة الصحة العالمية أوروبا بؤرة للوباء³.

ثانيا- أسباب ظهور وباء كوفيد-19

بالنسبة إلى سبب ظهور هذا الوباء، فقد بدأ توجيه الاتهام من طرف "الصين" إلى "الولايات المتحدة الأمريكية" التي تسببت في ظهوره من قبل علماء هذه الأخيرة، إضافة إلى اعتبار هذا الوباء من الأسلحة البيولوجية الصنع، مل يكن من العدم حيث أن العديد من الكتب الأمريكية تنبأت بهذا الفيروس وكان لها نظرة استشرافية، بل تم تجسيده بجميع التفاصيل في فيلم أمريكي

وهناك من يرى أن سبب الوباء هو مختبرات "ووهان الصينية" وخصوصا ان الصين وضعت تعتيما إعلاميا عن انتشار هذا الوباء، مما جعل "أمريكا" تتهم "الصين" بانتشاره على المستوى العالمي نظرا للتكتم عليه لمدة تجاوزت الشهرين، وكذا تعمدتها ترك مجالها الجوي مفتوح لفترة طويلة مما مسح للعديد من الأشخاص مغادرة البلاد لكن منظمة الصحة العالمية وجملة "نيتشر" العلمية، استبعدتا كون الفيروس تم انتاجه مخبريا، ولم يتم التلاعب به عن قصد.

وهناك من يرى بأن الفيروس ظهر في سوق للحيوانات الحية في مدينة "ووهان" قد نشأ في الحفافيش، فيما خلص باحثون في "بكني" أن الثعابين هي أكثر الأنواع الحاملة لهذا الفيروس، وهناك من خلص أن هذا الفيروس تطور على حالته المرضية من خلال الالتقاء الطبيعي في مضيف غير بشريتهم قفز إلى البشر، مما يتبني بأنه نتاج تطور طبيعي

¹ عطات يونس، تدابير وقائية لحماية الصحة العمومية من وباء كوفيد-19، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد الثاني ادرار (الجزائر)، 2020، ص 339-340.

² بلعدون عواد، آليات المحافظة على مناصب العمل في ظل ازمة جائحة كورونا، مجلة قانون العمل والتشغيل مستغام (الجزائر)، المجلد 05، العدد 1، 2020، ص 76.

³ عطات يونس، مرجع سبق ذكره، ص 340.

المطلب الثاني: تطور الوضعية الوبائية وأهم التدابير الوقائية لمكافحة وباء كوفيد 19

أولاً- تطور الوضعية الوبائية

أ. في العالم:

كانت قد تصدرت إيطاليا نسبة الإصابات والوفيات، نتيجة التساهل في اتخاذ إجراءات صارمة لتفادي تفشي المرض، وهو تسبب في هذه الخسائر البشرية وقامت بإعلان الحجر الصحي العام، على غرار الصين التي استطاعت التحكم في انتشار المرض نسبياً، وأصبحت في المركز الحادي عشر في نسبة الإصابات، بعد أن كانت تحتل المركز الأول.

وفي الآونة الأخيرة قفزت أمريكا إلى المركز الأول في عدد الإصابات والوفيات وتخطت كل الأرقام ليصل عدد الإصابات اليومية إلى آلاف الإصابات يوميا، بعدد إصابات إجمالي تجاوز المليون، ولعل ذلك بسبب قرارات رئيسها بداية ورغبته في عدم توقيف الاقتصاد الأمريكي وعدم اتخاذ تدابير صارمة لمواجهة الأزم، وجاء في المركز الثاني من حيث الإصابات، إسبانيا ثم تليها روسيا ثم بريطانيا، حسب آخر إحصائية في 12-ماي-2020 بالنسبة لعدد الوفيات لتراجع بذلك إلى المركز الخامس مع ملاحظة عدم وجود حالات شفاء في بريطانيا.

وعجزت أوروبا للتصدي لوباء كورونا (كوفيد-19) ولم يخرج قادته من اجتماع عقده بتقنية "المحاضرات المرئية" في 26 مارس 2019، سوى بتوصيات غير نهائية، واتفق على وضع خطة خلال أسبوعين لمواجهة تفشي الوباء، كما اختلفت الدول الأوروبية في اتخاذ تدابير مجابهة الفيروس، من بينها الحجر الصحي الواسع في إيطاليا وإسبانيا، أو الحجر الجزئي في بلجيكا، وسياسة المتابعة خطوة بخطوة بفرنسا مع المحافظة قدر الإمكان على عجلة الاقتصاد، وامتد الاختلاف إلى غياب التضامن بين دول الاتحاد، خصوصا لما طلبت إيطاليا الحصول على أنابيب الأكسجين من ألمانيا، لكن هذه الأخيرة رفضت، ولم تستجب الدول الأوروبية لمساعدة إيطاليا الأكثر تضررا.

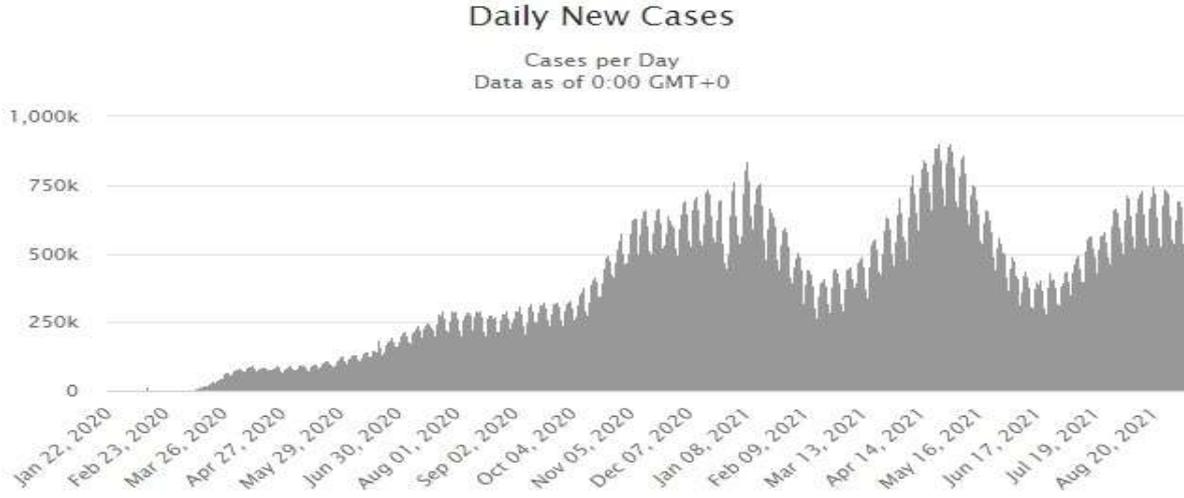
وأدى تفشي فيروس كورونا (كوفيد-19) في أوروبا إلى حدوث خلافات بين قادة أعضاء الاتحاد الأوروبي سواء في كيفية إدارة الأزمة أو التعاون أو دعم بعضها البعض، فإضافة إلى ما سبق، فقد رفض عدد من الدول الاقتراض الجماعي، كما صادرت "التشيك" شحنة مساعدات طبية كانت قادمة من "الصين" إلى "إيطاليا"، وقررت ألمانيا حظر تصدير مستلزمات الوقاية إلى الخارج، حتى ولو كان إلى دول الاتحاد، وترك هذا التصرف اختلافا حول القصور سياسة الاتحاد بين تخطي الكارثة وقدرات الاتحاد، وبين أنانية الدول في الحفاظ على مواردها لوحدها، وبني عودة الدولة القومية التي تسعى لتحقيق مصلحتها فقط، وعزز ذلك تجاهل الاتحاد إيطاليا، فاضطرت لطلب المساعدة من الصين التي أرسلت طائرة محملة بالمعدات الطبية، مما يقود إلى تساؤل مهم هل ستكون إيطاليا أول الخارجين من الاتحاد الأوروبي¹؟

وقد استطاعت الصين أن تتحكم في إدارة الأزمة ومكافحة الفيروس والحد من انتشاره، والدليل على نجاح التجربة الصينية هو انتشار الوباء في بعض الدول بشكل أكبر مما سجلته الصين، فبعدما كانت تحتل المركز الأول أصبحت في المركز الثالث ثم الخامس والسابع وأخيرا المركز الحادي عشر، وفق الإحصائيات المسجلة ابتداء من انتشار المرض إلى غاية 12 ماي 2019، وذلك بسبب إلزام ملايين الناس بالبقاء في منازلهم حول مدينة "ووهان" ومدن صينية أخرى، وتحويل مرافق وفنادق إلى مستشفيات وبناء عدة مستشفيات خلال أسابيع فقط، واستخدام طائرات مسيرة لأخذ العينات الطبية، واعتماد روبوتات لإيصال الطعام ورش المعقمات والقيام بالفحص الأولي، وغير ذلك حتى أصبحت الصين تسجل إصابات قليلة في اليوم الواحد، ناهيك عن عدم تسجيل حالات وفاة بشكل يومي، يتجاوز أحيانا الأسبوع، حيث

¹عطاب يونس ، مرجع سابق ذكره، ص ص 341-342.

إلى غاية 26-جوان-2021 بلغ عدد الحالات عالميا 181 525 234 حالة وعدد الوفيات 3932115 أين تصدرت الولايات المتحدة الأمريكية ب: 34488306 حالة وعدد الوفيات 619329 وفاة، تليها كل من الهند في المركز الثاني والبرازيل في المركز الثالث¹.

الشكل (1): توزيع الإصابات الجديدة في العالم



Source : [https:// www.worldometers.info/coronavirus/country/algeria](https://www.worldometers.info/coronavirus/country/algeria)

ب. في الجزائر:

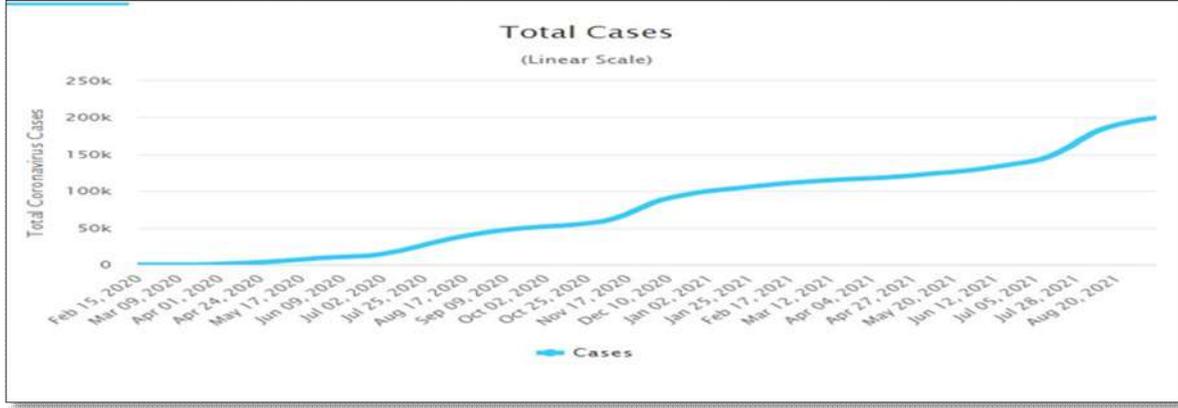
كانت الجزائر تحتل المركز 55 عالميا و07 عربيا، وقد بدأ المرض في الانتشار ابتداء من 25 فبراير 2020 أين سجلت أول حالة إصابة لإيطالي تم ترحيله إلى بلده، وكانت أول وفاة بتاريخ 12 مارس، وكان عدد الإصابات وقتها 90 إصابة أغلبها من عائلة واحدة بولاية "البلدية" وانتقل الفيروس من قريب لهم مقيم فيفرنسا زارهم بين 12 و14 فبراير .

وما هي إلا أيام حتى أعلنت السلطات الحجر الصحي الكلي في ولاية "البلدية" باعتبارها الأكثر تسجيلا للإصابات، والحظر الجزئي في الولايات المجاورة، وفي 30 مارس كانت لا تزال 12 ولاية بدون إصابات، وفي 02 أبريل بقيت 08 ولايات دون إصابات، ثم سجلت باقي لولايات إصابات عدا ولاية تندوف التي سجلت إصابة في أواخر أبريل، وهي في تزايد مستمر في كل ربوع الوطن، حيث تجاوزت الإصابات (6000) وعدد حالات شفاء قارب (3000) مع نسبة وفيات (515) وهي مرتفعة نسبيا مقارنة بعدد الإصابات في دول أخرى. وبتاريخ 26-جوان-2021 احتلت الجزائر المرتبة 88 من 228 دولة بعدد إجمالي للحالات مقدرة ب 138 113 حالة و3685 حالة وفاة².

¹عطاب يونس، مرجع سبق ذكره، ص ص 341-342.

² المرجع نفسه.

الشكل (2) اجمالي الاصابات بفيروس كورونا بالجزائر من 15-02-2020 إلى 20-08-2021



Source : [https:// www.worldometers.info/coronavirus/country/algeria](https://www.worldometers.info/coronavirus/country/algeria)

ثانيا- أهم التدابير الوقائية لمكافحة وباء كوفيد 19

في الجزائر، بادرت الحكومة إلى اتخاذ العديد من الإجراءات الاحترازية لحماية المواطنين من هذا الوباء الفتاك، والعمل على تخفيض تفشيه في أوساط المجتمع، من ذلك إغلاق الحدود البرية والجوية والبحرية، وإلغاء التجمعات والتظاهرات الرياضية والثقافية والفنية، وتعليق الجلسات بمختلف المحاكم، والإغلاق المؤقت للمساجد، وصولا إلى عزل المصابين ومنع التنقل إلا برخص استثنائية تصدرها السلطات العمومية وفرض الحجر الصحي للمواطنين وإلزامهم بالبقاء في بيوتهم ابتداء من الساعة الخامسة مساء إلى غاية السابعة صباحا، ما انعكس بشكل مباشر على سلوكهم، خاصة وأنهم متعودون على التنقل بكل حرية دون قيود وإلى غاية ساعات متقدمة من الليل. لهذا كان من الواجب على الحكومة إصدار جملة من المراسيم التنفيذية لتحديد التدابير اللازمة للوقاية من فيروس كوفيد - 19، من ذلك الحجر المنزلي وتقييد حركة التنقل¹.

في ظل تزايد انتشار الفيروس في الجزائر، أمر رئيس الجمهورية بإغلاق المدارس والجامعات ومؤسسات التكوين بالجزائر، وكذا مدارس تعليم القرآن والزوايا ومدارس التعليم الخاصة ورياض الأطفال ابتداء من الخميس 12 مارس 2020، واستبعد الحجر الصحي الشامل لكل الولايات وقررت لجنة الفتوى في 15 مارس 2020 تعليق صلاة الجمعة والجماعات وغلق المساجد ودور العبادة في كل ربوع الوطن، مع الإبقاء على الأذان، بالتنسيق مع الأطباء وأهل الاختصاص وحماية لأرواح المواطنين ومرافقة للإجراءات التي اتخذتها الدولة، على حسب اللجنة، كما دعت إلى الحرص على الالتزام بالإجراءات الوقائية والتضرع لله والدعاء وفعل الخير.

وقد صدر في 21 مارس 2020 مرسوم تنفيذي 69-20 يتعلق بتدابير الوقاية من انتشار هذا الوباء، ترمي كما نص نفس المرسوم في المادة 05 منه، على أن تغلق في المدن الكبرى، محلات بيع المشروبات ومؤسسات التسلية والعرض والمطاعم باستثناء التي تضمن التوصيل إلى المنازل، ويمكن توسيع إجراء إلى أنشطة ومدن أخرى بقرار من الوالي²، ومن تدابير الضبط الصحي أيضا المادتين 06-08 من نفس المرسوم، وضع نصف مستخدمي المؤسسات والإدارات العمومية في عطلة استثنائية مدفوعة الأجر، لتفادي وتقليل الاحتكاك وانتشار الوباء، عدا مستخدمو الصحة وبعض المستخدمين في المؤسسات المذكورة في المادة 07 من نفس المرسوم، وتعطى الأولوية في العطلة الاستثنائية للنساء الحوامل والمتكفلات بتربية أبنائهن، وكذا الأشخاص المصابون بأمراض مزمنة أو يعانون من هشاشة صحية. ويمكن للوالي اتخاذ كل

¹ سمير يوعيسى، انعكاسات جائحة كوفيد 19 على حرية التنقل وممارسة النشاط الاقتصادي بالجزائر، مجلة المفكر للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 3، العدد 3، الجزائر، 2020، الصفحة 99.

² عطاء يونس، مرجع سبق ذكره، ص 348.

إجراء للوقاية من انتشار فيروس كورونا، ويمكنه أن يسخر مستخدمي الصحة والحماية المدنية والوقاية الصحية والأمن وكل سلك أو فرد يمكن أن يكون معني بتدابير الوقاية، وكذا كل مرفق أو وسائل نقل أو منشأة، تستعمل للنقل أو للإيواء، ولضمان الحد الأدنى من الخدمات للمواطنين، حسب المادة 10 من نفس المرسوم ويلاحظ في هذا المرسوم أنه نص على تدابير حماية الصحة العمومية بعضها مستخلص من توجيهات منظمة الصحة العالمية، وللوالى دور كبير في اتخاذ تدابير الضبط الصحي، حيث منحه سلطة اتخاذ كل إجراء لضمان الوقاية من الوباء في حدود ولايته الإقليمية، ولتكتملة هذه الإجراءات الوقائية صدر مرسوم تنفيذي يوضح ذلك¹، حيث نص المرسوم التنفيذي رقم 20-70 المحدد لتدابير تكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد-19) على إقامة حجر منزلي لتقييد الحركة يقرره الوزير الأول، حيث يطبق حجر جزئي على ولاية "الجزائر" من 07 صباحا إلى 07 مساء، يمنع خلال هذه الفترة كل تجمع لأكثر من شخصين، وضرورة التباعد بـ 1 متر واحد على الأقل بين شخصين، ويطبق حجر كلي على ولاية "البلدية" بما أن المرض بدأ فيها وأكثر انتشارا، ويطبق إجراء الحجر لمدة 10 أيام قابلة للتجديد ويمكن أن يمتد لولايات أخرى .

تمديد إجراء الحجر المنزلي إلى بعض ولايات الوطن وهي (09 ولايات) لمدة 10 أيام قابلة للتجديد، يطبق ابتداء من 28 مارس 2020، حسب المرسوم التنفيذي 20-72 المتضمن تمديد إجراء الحجر الجزئي إلى بعض الولايات، كما تم تمديد أحكام الوقاية من انتشار وباء كوفيد-10 مرة ثانية بموجب المرسوم التنفيذي 20-86 إلى غاية 19 أفريل 2020 بعض الولايات وأضاف (04) ولايات يطبق عليها الحجر الجزئي. ثم تم تعديل المرسوم التنفيذي 20-72 بالمرسوم التنفيذي 20-92، ليصبح الحجر الجزئي المنزلي مطبقا على كامل التراب الوطني من الساعة (07) مساء إلى (07) صباحا، عدا (09) ولايات من بينهم الجزائر العاصمة، حيث يكون الحجر في هذه الولايات من الساعة (03) مساء إلى (07) صباحا ابتداء 05 أبريل إلى 19 أبريل 2020، مع بقاء ولاية البلدية خاضعة للحجر الكلي، و 04 و 05 حسب المواد 03 من هذا المرسوم.

ثم صدر مرسوم تنفيذي 20-100 يتضمن تجديد العمل بنظام الوقاية مرة ثالثة، إلى غاية 29 أبريل، وأخيرا وليس آخرا صدر مرسوم تنفيذي 20-102 يتضمن تمديد إجراء الحجر الجزئي المنزلي، ليتغير توقيت الحجر في التسع (09) ولايات من الساعة (05) مساء إلى (07) صباحا، إضافة إلى تطبيق حجر جزئي وليس كلي على ولاية البلدية من الساعة (02) بعد الزوال إلى (07) صباحا، مع بقاء تطبيق الحجر الجزئي على باقي الولايات من الساعة (07) مساء إلى (07) صباحا، وهذا تزامنا مع دخول شهر رمضان الكريم، حيث منحت السلطات زيادة في الوقت بفارق ساعتين من أجل قضاء حاجياتهم الخاصة بـ رمضان. وتم تمديد العمل بإجراء الحجر الصحي مرة رابعة لمدة 15 يوم ابتداء من 30 أبريل، حسب المادة 02 من المرسوم التنفيذي 20-102، وبالتالي ينتهي مفعوله إلى غاية 15 ماي في انتظار تمديده مرة أخرى أو حدوث تطورات وتراجع وتوقف انتشار الوباء وعودة الأمور إلى طبيعتها.

كما صدر مرسوم تنفيذي لتحديد التدابير الاستثنائية لتسهيل تامين السوق بالمواد الصيدلانية والطبية لمواجهة وباء كوفيد-19، المصادق عليها من طرف اللجنة العلمية بعد قائمة باللوازم التي تعدها المصالح المعنية لوزارة الصحة، مع الاستفادة من الإعفاء من الأحكام التقنية لاستيراد المواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية، وكذا امتيازات تحفيزية وتسهيل للإجراءات الجمركية، وذلك لغاية انتهاء وباء فيروس كورونا كوفيد-19 والاعلان عن ذلك رسميا . وبالتالي ومن خلال المراسيم التنفيذية، يتبين أن السلطات الجزائرية اعتمدت نظام الحجر الجزئي عموما وأوقفت وسائل النقل، وكلفت الولاية ومستخدمي الصحة والحماية والأمن وكل من له صلة ويمكنه تقديم العون من أجل الوقاية من انتشار

¹ عبد المجيد لخزاري، سعاد خلوط، المسؤولية الجزائية المترتبة عن مخالفة التدابير الوقائية لمواجهة فيروس كورونا في التشريع الجزائري، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد 5، العدد 2، خنشلة (الجزائر)، 2020، الصفحة 107.

الوباء، إضافة إلى تشكيل فرق متنقلة للوصول إلى أكبر قدر من السكان ومتابعة حالتهم الصحية، وهي تدابير ضبط صحية ضرورية اتخذتها مختلف دول العالم بشكل أو بآخر في سبيل مكافحة هذا الوباء¹.

رغم كل الإجراءات المتخذة من طرف السلطات الجزائرية إلا أنها لم تحميها من الموجة الثالثة خلال الثلاثي الأول من سنة 2021 وذلك بظهور فيروس كورونا المستجد المسمى (دلتا) ، وشهدت الجزائر خلال الأسابيع الأولى من شهر جويلية من نفس السنة انتشارا كبيرا لفيروس دلتا وعلى هذا الأساس قررت السلطات الجزائرية تشديد إجراءات الحجر المنزلي وذلك بالنظر لتدهور الحالة الوبائية وما رافقها من أزمة في الأكسجين على مستوى مستشفيات البلاد ، ومن خلال ما سبق سارعت الدولة الجزائرية في عمليات التلقيح خلال شهر أوت 2021 مع إطلاق حملة وطنية للتلقيح ضد فيروس كورونا ابتداء من 04 سبتمبر تحسبا للدخول الاجتماعي لسنة 2021 .

المطلب الثالث: سلوك المستهلك والقرار الشرائي لدى المستهلك النهائي

أولا: مدخل الى سلوك المستهلك:

أ. نشأة وتطور علم سلوك المستهلك:

تعتبر دراسة سلوك المستهلك علما جديدا نسبيا للبحث، إذ أنه نشأ في الولايات المتحدة الأمريكية خلال السنوات التي تبعت الحرب العالمية الثانية. كما أصبح على الباحثين ورجال التسويق الاعتماد على الإطار النظري كمرجع يساعدهم في فهم التصرفات والأفعال التي تصدر عن المستهلك في كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار الشرائي أو الاستهلاكي، وكذلك في التعرف على العوامل الشخصية أو النفسية والبيئية المؤثرة في سلوك المستهلك والتي تدفعه إلى اتخاذ تصرف معين. وقد مثلت المفاهيم العلمية المأخوذة من بعض العلوم مثل علم النفس (الفردية والاجتماعية)، علم الاجتماع، علم الأنتروبولوجيا الثقافية، علم الاقتصاد، المرجع الأساسي لها، إلا أنها لا تكفي وحدها لتفسير سلوك المستهلك وإنما قد يتطلب من رجال التسويق الاعتماد كذلك على خبراتهم وأحكامهم الخاصة للتحكم أكثر فيه².

في الماضي، لم تكن هناك صعوبة في التعرف على المشتريين بسبب قربهم من مواقع الإنتاج. ولكن اليوم أدت بعض العوامل والأسباب إلى تطوير وزيادة الاهتمام بسلوك المستهلك وهي³:

✓ طبيعة العملية الاقتصادية، حيث يعتبر المستهلك عاملا حيويا فيها؛

✓ انتشار وتقبل المفهوم التسويقي، واعتبار أن المستهلك وحاجاته نقطتا التركيز في التسويق؛

✓ ارتفاع معدل فشل الكثير من السلع الجديدة نتيجة عدم فهم سلوك المستهلكين التابعة للمؤسسات بدقة

✓ عوامل المحيط التي تؤثر على المؤسسات وتحدد بقاءها في السوق في أغلب الأحيان، ومنها: النمو الديموغرافي، ارتفاع مستوى التعلم، زيادة أوقات الفراغ، ظهور أفكار جديدة تنادي بحماية البيئة سواء على المستوى الحكومي أو الفردي، أو تغير عادات المستهلك الشرائية وغيرها؛

✓ زيادة على ذلك الحاجة المتزايدة لأغلب الشركات لدخول الأسواق الخارجية، بالإضافة إلى انهيار الفكر الشيوعي في الاتحاد الأوروبي ودول أوروبا الشرقية.

ونتيجة لتلك الأسباب والعوامل بات من الضروري على رجل التسويق القيام ببحوث التسويق من أجل التعرف أكثر على سلوك المستهلك

¹ عتاب يونس، مرجع سبق ذكره ، ص 351.

² عنايبي بن عيسى، سلوك المستهلك (عوامل التأثير النفسية)، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعة، الجزائر، 2003، ص 13.

³ عنايبي بن عيسى، مرجع سبق ذكره، ص 20.

ب. ماهية سلوك المستهلك

قبل التطرق إلى مفهوم سلوك المستهلك لابد من الإشارة إلى مفهوم كل من السلوك والمستهلك:

- **السلوك:** يثير مفهوم السلوك جدلا، وخلافا عميقا بين الباحثين، والكتّاب، وتتمثل نقاط الخلاف والجدل حول ما إذا كان السلوك هو نشاطا خارجيا للإنسان أم أنه يشمل أيضا الأنشطة الجسمية والأنشطة العقلية والذهنية للإنسان. كما أن الخلاف يتركز أيضا حول نطاق السلوك وأن هذا الخلاف ليس خلافا محضا له أبعاده العلمية المتعددة والمتشعبة، حيث أن القائلين بأن السلوك هو نشاط خارجي محض وأنه استجابة لمؤشرات خارجية خالصة يهدفون في النهاية إلى إمكانية تعديل هذا السلوك من خلال التأثير في البيئة الخارجية بينما يسعى القائلون بالطبيعة المختلفة للسلوك إلى التأكيد على محدودية هذا التعديل لارتباطه بمؤثرات داخلية لا يسيطر عليها الفرد¹.

- **المستهلك:** عرف البعض المستهلك بأنه كل من يبادر إلى الحصول على خدمة أو سلعة يحتاجها، والسلع والخدمات تختلف في نوعيتها سواء للاستعمال أو الاستهلاك النهائي أو الوسيط، فمصطلح المستهلك يشير إلى نوعين مختلفين من المستهلكين²: الأفراد، المجموعات (المؤسسات، الحكومة...)، المنظمات أو المستهلكون الصناعيون.

(1) **الأفراد:** يمكن تعريف المستهلك بصفة شخصية وبطريقة مختلفة منها المستهلك الفردي هو الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات للاستعمال الشخصي (شراء صابون الوجه بالنسبة للمرأة) أو للاستهلاك العائلي (شراء الشوكولاتة لكل عائلة) أو لتستهلك من طرف فرد من العائلة (شراء ملابس للطفل) أو لتقدمها كهدية لصديق³، المستهلك النهائي هو من يقتني أو يشتري السلع بغرض الاستخدام الشخصي لها، أي لا يعيد تصنيعها أو إدخالها في الاستخدام الشخصي لها⁴.

(2) **المنظمات أو المستهلكون الصناعيون:** فهو من يعيد استخدام السلعة أو أحد الأجزاء الصناعية التي تم تصنيعها في منطقة أخرى أو أجزاء أخرى للحصول على منتج آخر يتم بيعه ويحقق الربح⁵، في هذه الحالة تكون الوحدة المشتريّة عبارة عن أي منظمة كانت تهدف للربح أو لا تهدف للربح أو منظمة حكومية، أو منظمة دينية وتعليمية. ويتم اتخاذ قرار الشراء في هذه المنظمات من طرف عدد من الأفراد بحيث يكون لكل واحد منهم دور معين في كل من عملية اتخاذ قرار شراء وعملية الشراء نفسها. ويتمثل الدافع الأساسي للشراء بالنسبة للمنظمات في شراء سلع ومعدات بهدف تشغيلها لإنتاج سلع أو تقديم خدمات أخرى⁶، ويمكننا التمييز في هذه الحالة بين ثلاثة أنواع من المشترين⁷:

- **المشتري الصناعي:** وهدفه الرئيسي هو إنتاج سلع وخدمات جديدة وبيعها بغرض تحقيق الربح
- **المشتري الوسيط:** هو الذي يشتري بغرض إعادة البيع مع تحقيق الربح؛
- **المؤسسات الحكومية وغيرها:** وتتمثل أساسا في المؤسسات التي لا تشتري بغرض الربح وإنما بغرض تحقيق المنفعة.

¹ بن يمين كمال، تأثير التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري، مذكرة الماجستير، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011

² P. paul van vracem - Matine Janssens_umflat-, comportement du consommateur (facteur d'influence externe: famille, groupes, culture. Économie et entreprise) edition Deboeck-wesmael.s.a,1994;p13.

³ عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك (عوامل التأثير البيئية)، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص15

⁴ ابن علي عمر، قراءات في سلوك المستهلك، الدار الجامعة، الإسكندرية 2006. ص15

⁵ ابن علي عمر، قراءات في سلوك المستهلك، مرجع سبق ذكره.. ص15

⁶ عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك (عوامل التأثير البيئية)، الجزء الأول، مرجع سبق ذكره، ص16.

⁷ مرعوش إكرام، مدى تأثير الإعلان على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2008-2009، ص67.

- تعريف سلوك المستهلك

اختلفت الآراء حول تحديد مفهوم سلوك المستهلك باختلاف وجهات نظر الباحثين ومن بني هذه المفاهيم نذكر تعريف الدكتور مبارك بن فهيد القحطاني أنه مجموعة التصرفات التي تصد عن الأفراد والمرتبطة بشراء واستعمال السلع الاقتصادية والخدمات بما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات.

"كل التصرفات التي يمارسها الإنسان في حياته وذلك من أجل أن يتكيف مع متطلبات البيئة والحياة المحيطة به، وبغض النظر عما إذا كانت هذه التصرفات هي: تصرفات ظاهرة أو تصرفات مستترة"¹، كما يعرف سلوك المستهلك "على أنه الأفعال والتصرفات المباشرة للأفراد من الحصول على المنتج أو الخدمة ويتضمن اتخاذ قرار الشراء"²، وبناء على التعاريف السابقة يمكن تعريف سلوك المستهلك على أنها كل التصرفات الظاهرة وغير ظاهرة التي يقوم بها المستهلك بهدف الحصول على حاجاته ورغباته .

أ. أنواع سلوك المستهلك: يتفرع سلوك المستهلك إلى عدة أنواع طبقاً لشكل وطبيعة وحدثة وعدد السلوك³:

- ✓ **حسب شكل السلوك:** ينقسم إلى:
 - السلوك الظاهر: يضم التصرفات والأفعال الظاهرة التي يمكن ملاحظتها ينقسم من الخارج كالشراء.
 - السلوك الباطن: يتمثل في التفكير التأمل، الإدراك والتصور وغيره
- ✓ **حسب طبيعة السلوك:** ينقسم إلى:
 - السلوك الفطري: هو السلوك الذي غالباً ما يصاحب الإنسان منذ ميلاده دون الحاجة إلى التعلم.
 - السلوك المكتسب: هو السلوك الذي يتعلمه الفرد بوسائل التعلم المختلفة.
- ✓ **حسب حدثة السلوك:** ينقسم إلى:
 - السلوك المستحدث: هو السلوك الناتج عن حالة جديدة أو مستحدثة باعتباره يحدث لأول مرة.
 - السلوك المكرر: هو السلوك المعاد دون تغيير أو بتغيير طفيف لما سبق من تصرفات أو أفعال.
- ✓ **حسب العدد:** ينقسم إلى:
 - السلوك الفردي: هو السلوك الذي يتعلق بالفرد في حد ذاته.
 - السلوك الجماعي: هو السلوك الذي يخص مجموعة من الأفراد فهو يمثل علاقة الفرد بغيره من الأفراد كأفراد الجماعة التي ينتمي إليها مثلاً.

¹مُجّد صالح المؤذن ، سلوك المستهلك، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان-1997-ص24

²بن يعقوب الطاهر، مجلة العلوم الانسانية، دور سلوك المستهلك في تحسين القرارات التسويقية، جامعة مُجّد خيضر بسكرة، العدد السادس، جوان 2004.

³مُجّد صالح المؤذن: مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر، الأردن 2002، ص 235-238

ج - أهمية دراسة سلوك المستهلك:

تتبع أهمية دراسة سلوك المستهلك من أنها تشمل وتفيد كافة أطراف عملية التبادل بدءاً من المستهلك الفرد إلى الأسرة - كوحدة الاستهلاك - إلى المؤسسات والمشاريع الصناعية والتجارية حتى الحكومات نفسها.

1- أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمستهلك الفرد:

تفيد دراسة سلوك المستهلك الفرد من خلال إمداده بكافة المعلومات التي تشكل ذخيرة أساسية تساعد في اتخاذ قرارات الشراء الناجحة التي تشبع حاجاته وتتوافق مع إمكانياته الشرائية وميوله وأذواقه، يضاف إلى ذلك إن نتائج دراسة سلوك المستهلك تقدم للمستهلك التسهيلات في تحديد احتياجاته ورغباته وحسب الأولويات التي تحددها موارده المالية من جهة وظروفه البيئية المحيطة (الأسرة والمجتمع) من جهة أخرى¹.

2- أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمؤسسة:

لدراسة سلوك المستهلك أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسة حيث لا يمكنها الاستغناء عن هذه الدراسة ولنلخص هذه الأهمية فيما يلي²:

- دراسة سلوك المستهلك ومعرفة حاجاته يساعد المؤسسة في تصميم منتجاتها بشكل يضمن قبولها لدى المستهلكين، الأمر الذي يؤدي إلى الرفع من حجم مبيعاتها وبالتالي زيادة عوائدها مما يمكنها من البقاء والاستمرار.
- إن دراسة سلوك المستهلك تمكن المؤسسة من اكتشاف الفرص التسويقية الجديدة، وهذا عن طريق البحث عن الحاجات والرغبات غير المشبعة والحديثة لدى المستهلك، وهو ما يضمن نموها وتوسعها.
- تمكن دراسة سلوك المستهلك المؤسسة من رسم السياسة التسعيرية المناسبة، إذ أن المؤسسة الناجحة هي التي تستطيع تقديم سلع وخدمات تشبع رغبات مستهلكيها في حدود إمكانياتهم الشرائية.
- كما تزداد أهمية دراسة سلوك المستهلك في تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها المؤسسة لربائنها.
- تستطيع المؤسسة تحقيق الاستجابة السريعة للمتغيرات التي تحدث في رغبات وحاجات المستهلك.

د- أهداف سلوك المستهلك: تحدف دراسة سلوك المستهلك التحقيق الأهداف التالية³:

- تمكين المستهلك من فهم ما يتخذه يومياً من قرارات شرائية.
- تمكن دراسة سلوك المستهلك من التعرف على مكان الشراء، تكرار الشراء واستهلاك المنتجات التي تم شراؤها، توزيع المنتج سواء داخل أو خارج البلاد، لحظات وفرص الاستهلاك، نوع الاستهلاك.
- تمكن دراسة سلوك المستهلك رجل التسويق من معرفة سلوك المشتريين الحاليين والمرتقبين والبحث عن الكيفية التي تسمح له بالتأقلم معهم أو التأثير عليهم وحملهم على التصرف بطريقة تتماشى وأهداف المؤسسة.

¹ مشري مُجد، أثر تنشيط المبيعات على اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي، مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة اكلي محند اواحاج، البويرة، 2014-2015، الصفحة 49.

² عنابي بن عيسى، المرجع السابق، ص ص 10-11.

³ المرجع نفسه، ص ص 21-23.

ثانيا: طبيعة القرار الشرائي للمستهلك

أ- مراحل اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي

1- **ظهور الحاجة:** يعتبر الشعور بالحاجة نقطة البداية في عملية اتخاذ قرار الشراء، حيث ينشأ الشعور بالحاجة التي قد تكون بيولوجية داخلية كالجوع أو خارجية ناتجة عن مؤثر خارجي يثير الرغبة لدى الشخص في القيام بالشراء كالمؤثرات الترويجية، كما يمكن أن تنشأ المشكلة نتيجة لعدم رضا المستهلك بالمنتج الحالي فيبادر بالبحث عن منتج بديل يغطي النقص الذي يشعر به.

2- **البحث عن المعلومات:** بعد ظهور الحاجة لدى الفرد يبدأ هذا الأخير في البحث عن المعلومات الضرورية التي تمكنه من التعرف على مزايا وعيوب كل بديل من البدائل المتاحة لديه والذي هو بصدد اختيار واحد منها، ويتلقى المستهلك المعلومات التي يبحث عنها إما بشكل إرادي أولا بواسطة مجموعة من المنبهات حيث يتعرض الفرد للمنبه يشترع في تحليله من اجل البدء في عملية التقييم وتدعى هذه المرحلة بمرحلة الانتباه

3- **تقييم البدائل:** بالاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة او جزء منها يحدد المستهلك البدائل من المنتجات التي تشبع احتياجاته، ومن خلال خبراته السابقة والمعلومات التي جمعها يقوم المستهلك بتقييم الحلول واختيار البديل الذي يحتوي على الخصائص المطلوبة في المنتج الذي سيعظم القيمة لديه، من خلال مقارنة بين المنافع الكلية مع التكاليف المتوقع تحملها لإتمام عملية التبادل الخاصة بهذا البديل، كما يتم اختيار البديل حسب مستوى الإشباع لرضا الذي يتوقع الفرد تحقيقه، فإذا شعر الفرد وأدر ك بأنه سوف يحصل على مستوى الإشباع المطلوب قام باتخاذ قراره الشرائي والعكس صحيح¹.

4- **اتخاذ قرار الشراء:** قرار الشراء هو مرحلة من مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء حيث يقوم المستهلك باقتناء السلعة عمليا، تقود عملية تقييم البدائل المستهلك التي تكون مجموعة من التفضيلات ، لكن قبل اتخاذ القرار نحو بعض العلامات التجارية أو المنتجين لها أفراد العائلة أو الأصدقاء ، بالإضافة إلى العوامل الاقتصادية والتي تتعلق بالدخل المتاح للمستهلك والسعر وشروط الدفع للحصول على السلعة يحاول رجل التسويق التأثير في المستهلك لاتخاذ قرار الشراء في هذه المرحلة من خلال التكرار الإعلاني، برامج لتنشيط المبيعات، تدريب عمال البيع في المتاجر على الحديث بشكل إيجابي على المنتج².

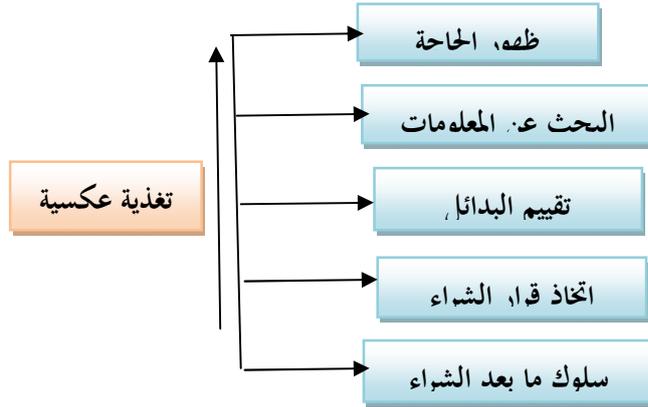
5- **سلوك ما بعد الشراء:** يبدو للوهلة الأولى بأن هذه النقطة هي خارج سلسلة مراحل عملية الشراء لدى المستهلك ولكنها في الحقيقة مهمة وضرورية جدا، إذ من الخطأ الاعتقاد أن رجل التسويق تنتهي علاقته بالمستهلك بانتهاء عملية البيع³.

¹ محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف، إدارة التسويق ، طبعة ثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، ص113.

² عصام سليمان ، صورة المؤسسة وأثرها على القرار الشرائي ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسويق، تخصص تسويق، قسم علوم التسويق، جامعة ورقلة ، 2009 ، ص113.

³ ثامر البكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن.2007، ص 54.

الشكل (3): مراحل عملية الشراء لدى المستهلك



المصدر : ثامر البكري ، استراتيجيات أسس ومفاهيم معاصرة دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الاردن.2007، ص 91

ب- أنواع القرارات الشرائية للمستهلك النهائي:

1- قرار الشراء الروتيني :

وهو القرار الذي يتم بطريقة روتينية في حالة شراء المنتجات وخدمات ذات أسعار منخفضة ومناسبة، ولا يتطلب اختيارها بذل جهد كبير من اجل الحصول عليها وتلعب العادات الشرائية دورا كبيرا في هذا النوع من الشراء، ويعتبر قرار الشراء هذا من أبسط أنواع السلوك الشرائي بحيث يتم القرار بصورة أوتوماتيكية أو روتينية ويحدث ذلك في العديد من السلع التي لا يدرك فيها المستهلك أن هناك اختلافات حقيقية بين العلامات، فحينما يشعر الفرد انه في حاجة إلى الحليب مثلا: يشتري ما يكون متوفرا في السوق بدون تفكير كبير أو المفاضلة بين العلامات المتنافسة التي تكون على دراية غالبا بسعر الوحدة منها منخفضا، فلا يعني ذلك أن المستهلك ولهذا العلامات، وإنما حدث ذلك بالتعود فقط¹.

2- القرار المحدود:

نجد عادة يتبع سلع التسوق مثلا، التلاجة، التلفاز ... الخ والتي لا يتم شراءها دوريا وإنما بعد مقارنة البدائل المتاحة والعلامات المختلفة على أساس السعر، الجودة، الكمية، نوع العلامة ... الخ يتم اللجوء إلى هذا الأسلوب في اغلب المواقف الشرائية التي يمر بها المستهلك ، وفي هذه الحالة يكون المستهلك على علم بالمنتج، أو قد يكون اشتراه من قبل، وبالتالي فهو مستهلك لهذا المنتج ولكنه غير متألف مع العلامة الخاصة به وفي هذا النوع من القرارات لا تحتاج صاحب القرار لكثير من المعلومات فهو يختصر عملية اتخاذ القرار ويمر مباشرة إلى مرحلة تقييم البدائل الشرائية، إذ يظهر هذا الأسلوب في حالة شراء المنتجات المسيرة حيث أن درجة المخاطرة المحيطة بالشراء منخفضة ولا تتطلب عملية المفاضلة بين البدائل المتاحة وقتا طويلا وهنا يكون للأنشطة الترويجية دور التحفيز على الشراء وخلف اتجاهات اتجاه المنتج².

3- القرار الشرائي للمنتجات جديدة:

1 زعراط سهام ، قراش فهيمة، تأثير تنشيط المبيعات على القرار الشرائي للمستهلك النهائي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، تخصص تسويق وتجارة دولية ، جامعة اكلي محمد اواحاج البويرة ، ص91.

2 حجوطي سمية، نامون حميدة، تنشيط المبيعات ودورها في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك النهائي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة اكلي محمد اواحاج، البويرة 2012، ص79.

ان المنتجات الجديدة بالنسبة للمستهلكين هي منتجات لم يسبق لهم أن قاموا بشرائها ولا تتوفر لديهم معلومات عنها وفي بعض الأحيان قد تكون لديهم معلومات عن منتجات مقاربة أو بديلة لها، وبما أن المنتجات الجديدة هي منتجات تقدم لأول مرة في السوق وجب على المختصين في مجال التسويق أن يقوموا بتكثيف الأنشطة التسويقية وذلك لكي يتمكنوا من دفع المستهلكين إلى شراء المنتجات الجديدة، والتي تساعد المؤسسة على النمو والاستمرار¹.

المطلب الرابع: السلوك الشرائي للمستهلك أثناء الحجر

مع انتشار فيروس كورونا المستجد حول العالم وإعلان سلطات كل دولة إما الحجر الجزئي أو الكلي لها، ظهر نوع من السلوك الشرائي لدى المستهلك والذي يطلق عليه بالذعر الشرائي أو ظاهرة الشره أو الهوس الشرائي، وهي ظاهرة ناتجة عن ظهور بعض الأوبئة الصحية والتي قد تلزم الفرد بالموث بالمنازل وعدم الخروج منه إلا للضرورة القصوى، وعليه فإن هذا السلوك الشرائي الشره يتم عبر قيام العديد من الأشخاص حول العالم بعمليات الشراء الشره لأكثر من احتياجاتهم للدرجة نجعل من رفوف المحلات التجارية شبه فارغة، إن لم نقل فارغة تماما وقد ظهرت بوضوح من خلال عمليات الشراء لمستلزمات التنظيف إضافة إلى الأدوات الغذائية وعليه فإن الهوس الشرائي أو كما يطلق عليه البعض بشراء الذعر أو اكتناز المستهلك، يشير إلى فعل يتصف به الأفراد الذين يقومون بشراء كميات كبيرة من المنتجات وبشكل غير عادي وذلك لتجنب النقص في المستقبل، برز مجددا في سنة 2020 مع ظهور فيروس كورونا المستجد فبعد تفشي هذا الفيروس حول العالم لازم ذلك انتشار الكثير من الإشاعات التي نشرت الهلع بين أفراد المجتمع، فتوهم الكثيرون أن الإجراءات الاحترازية التي تنصح بها الجهات الرسمية - كغسل اليدين وعدم مخالطة الآخرين - غير كافية لحمايتهم، الأمر الذي دفعهم إلى الإسراع بالتوجه للمتاجر والمحلات التجارية والقيام بشراء كل ما يستطيعون شراءه منها وتكديسه في منازلهم، سواء أغذية ومعلبات، أو مواد صحية ومنظفات، ومياه معبأة... الخ ، وهو ما يسمى علميا بالهلع الشرائي PanicBuying والذي يرجع سبب وقوعه أو بالأحرى تدافع الأفراد للقيام بهذا السلوك، ما يلي:

○ **تعزيز الشعور بالأمان**: ففي ظل هذه الظروف الغامضة والشعور بفقدان السيطرة على مجريات الحياة اليومية، فإن تكديس لمشتريات أمام ناظرهم يشعرهم بالأمان والسيطرة؛

○ **انطباع خاطئ بندرة السلع**: عن طريق تصيد البعض للحظات انتهاء سلعة معينة، وقبل قيام الموظفين بتعبئة الأرفف، ونشر هذه الصور في وسائل التواصل الاجتماعي، مما يخلق دافعا قويا عند الأشخاص للشراء فوق الحاجة، كما يدفع البعض للجوء حتى للطرق غير الرسمية وبأسعار مضاعفة من المنتفعين من الأزمات.

في بداية كوفيد 19 ولوقف انتشار الفيروس، قيدت الحكومات السكان، اين سبب انخفاضًا في الإنتاج، وبالتالي فإن فترة الحجر المفروضة قد أزعجت عادات وممارسات الشراء والاستهلاك ، لا سيما في الوقت الذي يقضيه على الطعام: الأنماط من الإمدادات ، وإعداد وجبات الطعام ، وانخفاض حضور المطاعم في الخارج. تتأثر هذه العادات والممارسات المذكورة بعوامل مختلفة، مثل الحساسية تجاه هدر الطعام والدوافع المنظمة للاقتصاد البيئي أو المحلي.

للتنبه 19codid ولد إيقاعًا غير معتاد للشراء حيث زاد الطلب على المنتجات الغذائية بنسبة 40٪ وفقًا لرئيس الجمعية الوطنية للتجار والحرفيين (ANCA) المنتجات المعنية هي السميد والأغذية المعلبة السكر والزيت والقهوة والبقول. وقد لوحظ أنه على مستوى ولايات الجزائر العاصمة، تيبازة والبلدية ، تزايد الطلب بين تجار المواد الغذائية إلى 60٪ إلى 70٪ على مستوى المتاجر الصغيرة ، "كانت تباع في يومين كمية المنتجات التي كانت تباع في أسبوع إلى عشرة أيام." مما خلقت "زعزعة استقرار سلسلة التوريد لهذه الأعمال بسبب تجار

¹ محمود الصميدعي، دنية عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص11.

التجزئة عمومًا يخرنون على أساس أسبوعي . " باختصار ، هذه الفترة فرض تقنين الضروريات الأساسية على المستهلكين وكذلك وقت الحرب أو النقص .وأطلقت الجمعيات نداء من أجل حماية المستهلكين لمزيد من الترشيح في الاستهلاك علاوة على ذلك ، تم تعليق قائمة المنتجات مؤقتًا للتصدير حتى نهاية الأزمة من قبل وزارة التجارة من أجل الاستمرار في إمداد السوق ، وفقا للتعليم رقم 111 / مساء تاريخ 22-03-2020. هذه المنتجات هي المنتجات الغذائية الأساسية والنظافة والمنتجات الصيدلانية (سميد ، طحين ، البقول والأرز والمعكرونة والزيوت والسكر والقهوة والمياه المعدنية ، معجون الطماطم والمستحضرات الغذائية والحليب بجميع أشكاله بما في ذلك تلك المخصصة للأطفال والخضروات والفواكه الطازجة باستثناء التمر واللحوم الحمراء و البيضاء والمعدات الطبية وشبه الطبية والأدوية ومنتجات النظافة الشخصية والمنظفات المنزلية) والخبز، باعتباره المنتج الرمزي للجزائريين، شهد انخفاضًا في مشترياته بنسبة 30٪. وفق الاتحاد الوطني للخبازين (FNB) ، انخفض إنتاج الخبز من 50 مليون باكيت / يوم قبل بدء الحجر الصحي إلى 33 مليون باغيت / اليوم أثناء الحجر ، وبالتالي تقليل المعدل المعتاد لنفايات الطعام . وبخصوص استبدال الأكياس البلاستيكية بأكياس ورقية حدد ممثل FNB أن 60 مخبزة فقط استفادت منها الدراسات أجريت في ثلاث دول أجنبية (المملكة المتحدة واليونان وتونس) كشفت عن وجود نفايات يعتمد على العديد من العوامل المتعلقة بخصائص المنتجات والمهارات والممارسات المخزنة أعضاء المنزل ، وكذلك مكان الحياة . سجلوا انخفاضًا قويًا في النفايات الطعام خلال فترة الحجر .

وطالبت وزارة التجارة منذ إطلاقها بالوقوف على أسباب الإغلاق من توزيع الأكياس الورقية على المخازن وضرورة إعادة إطلاق العملية للحفاظ على البيئة وصحة المواطنين . في نفس الوقت، استهلاك المياه زادت في جميع أنحاء التراب الوطني بنسبة 10٪ منذ بداية الأزمة (Covid-19) وفقًا لوزارة الموارد المائية (APS) ، لزيادة النظافة والاهتمام أكثر بالجانب الوقائي أثناء الحجر ، فئة معينة من المستهلكين أكلت أكثر من المعتاد و تحركوا أقل وبذلوا جهدًا بدنيًا أقل ، ونتيجة لذلك ، أخذوا المزيد من الوزن (يقدر بمتوسط 4 كجم / شخص بالغ التوجه نحو استهلاك منتج بلاستيكي وذلك بإعطاء الأفضلية للمنتجات الجزائرية حشد للأعمال التطوعية (تنظيف وتعقيم الأماكن العامة بالإضافة إلى ذلك، أدى الحجر إلى نمو قوي في مبيعات المنتجات الصحية من الوقاية والضروريات الأساسية زيادة كبيرة في المبيعات وتم تسجيل انخفاض في البيع بالتجزئة تحت فئة "الطبية والصيدلانية ومستحضرات التجميل . " كانت هذه الزيادة مدفوعة بشكل أساسي بالأقنعة ل المطهرات . مع العلم ان تكلفة الكمادات الواقية وزنة خاصة للأطفال ومتوسط الميزانيات (من المقدر أن يتم إنفاق متوسط الميزانية لأسرة مكونة من 5 أفراد 14400 دج للأقنعة التي تستخدم لمرة واحدة وحوالي 1500 دج للأقنعة القابلة للغسيل). بالإضافة إلى ذلك ، فإن استهلاك المكملات الغذائية أو يسمى أيضا alicaments له تم تضخيمه أيضًا (فيتامين ج ، زنك ، أ ، إلخ) بسبب الدور المفترض للمغذيات الدقيقة في تقوية المناعة لمواجهة هذا الوباء . نفس المراقبة ، ازداد أيضًا شراء واستهلاك النباتات العطرية والطبية خلال هذه الفترة . مناطق البيع الكبيرة مثل السوبر ماركت والمراكز واجه مندوبو المبيعات الكثير من الصعوبات بسبب الإغلاق الذي فرضه السلطات العامة . تم إجبار المتسوقين المنتظمين على التردد على المتاجر الصغيرة مع الاحترام الكامل لتدابير الحاجز من أجل تجنب الإصابة بالفيروس ، وفيما يتعلق بأسعار المواد الغذائية ، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (الفاو) أعلنت على موقعها على الإنترنت أن أسعار السلع العالمية انخفضت أسعار المواد الغذائية بشكل طفيف في يوليو ، بسبب انخفاض أسعار الحبوب ، منتجات الألبان والسكر ، والتي جعلت من الممكن على وجه الخصوص تعويض أسعار اللحوم والزيوت .

في الجزائر، قدر وزير التجارة أسعار المنتجات هذا العام بالمعقولة مقارنة بالعام السابق باستثناء أسعار المنتجات المستوردة بسبب الهبوط قيمة كبيرة للدينار الجزائري . كما يعتبر أنه إذا كانت هناك زيادة في الأسعار ، يتعلق الأمر بالزيادة في الطلب على بعض الأطعمة ، خاصة تلك المتعلقة بما مناسبات (رمضان ، عيد ، إلخ .(في معظم الأحيان ، يكون المستهلك هو من يخلق هذه الاضطرابات في الأسعار، من خلال تغيير طريقة استهلاكك من يوم لآخر. وتجدد الإشارة إلى أن فترة الحجر هذه أدت إلى ظهور بدعة معينة من المستهلكين) خاصة الأكثر

عقلانية والأكثر استنارة) في المشتريات والطبخ،التخزين، وإدارة بقايا الطعام ، مما سمح لهم بالحفاظ على صحتهم النفسية والاجتماعية، مع تقليل النفايات، حيث تميزت هذه المرحلة بالسلوكيات التالية :

- تخزين المواد الغذائية خوفا من ندرتها
- توجه نحو الأطعمة المنزلية بدل الأطعمة الجاهزة من المطاعم بسبب الوباء
- شراء الألعاب الالكترونية لملا أوقات الحجر الصحي
- زيادة الطلب على الأعشاب والمكملات الغذائية
- التسوق عبر الانترنت.

المبحث الثاني: اثر كوفيد 19 بطرق وسلوكيات الشراء الجديدة

المطلب الأول: طرق وسلوكيات الشراء الجديدة

قال خبراء اقتصاديون ان هناك تغييرات أساسية طرأت على سلوك المستهلكين في عمليات الشراء خلال جائحة كورونا أبرزها¹:

- تحولت أنماط شراء المستهلكين بسرعة إلى التسوق عبر الإنترنت
- سّرّعت أزمة فيروس كورونا الجديد (COVID-19) التحول إلى الخدمات الرقمية وأصبحت الرقمنة احتياج أساسي
- تجنب الشراء العشوائي وإعطاء السعر الأولوية في تحديد قرار الشراء.
- تراجع الولاء للعلامات التجارية لاسيما الفاخرة منها
- عدم الإسراف في شراء الكماليات
- الاهتمام بالأكلات الصحية والأعشاب والمكملات الغذائية
- تخصيص ميزانية لشراء مواد التنظيف ومواد التعقيم
- الوقاية من هدر الطعام
- ظهور الوجبات المعدة في المنزل
- زاد استهلاك المنتجات الغذائية المحلية بسبب مخاوف تتعلق بسلامة الغذاء مع جائحة COVID-19 ، لا يزال عدم اليقين حول انتشار الفيروس مستمراً والمستهلكين يرغبون بشكل متزايد في معرفة مصدر الطعام الذي يشترونه
- المستهلكين قد يولون في المستقبل مزيدا من الاهتمام لمجال الصحة وبالتالي يتجهون إلى زيادة نفقاتهم في هذا المجال
- تقديم خدمة البيع والتوصيل عبر الإنترنت
- زيادة الادخار وتراجع شراء السلع الكمالية والتركيز على شراء السلع الاستهلاكية الغذائية².

1 <https://www.emaratalyoun.com/business/local/2020-11-01-1.1416807>

² بجاوي لخصر، journal of economic growth and entrepreneurship jege 2020 vol 4 n2، ص35.

المطلب الثاني: السلوك الشرائي للمستهلك "بعد الحجر"

بعد اتباع نظام غذائي قسري من الحجر (الإجبار أيضًا على التوقف عن العمل) ، الاستهلاك تمت إعادة التوازن الغذائي بفضل تدابير إزالة الاحتواء التدريجي واستقرار أسعار المنتجات الغذائية الرئيسية مثل الفواكه والخضروات الموسمية واللحوم والأسماك البيضاء ، ... إلخ.

ومع تصاعد المخاوف البيئية ، استهلاك البروتين من المقرر أن تنخفض الحيوانات بشكل حاد في السنوات القادمة لأسباب تتعلق بالتكلفة ، الصحة والأخلاقية والبيئية. في الواقع ، نشرت الفاو في تقرير أخير أن انخفاض استهلاك اللحوم في العالم هي نتيجة، من بين أمور أخرى، للأزمة من Covid-19 تكافح مناطق المبيعات الكبيرة لإعادة التشغيل بسبب وجود نوعين من المستهلكين عارض: من ناحية، المستهلكون الذين سيترددون قليلاً في العثور عليهم الممارسات التي تدين ومن ناحية أخرى بعض الذين يريدون إعادة الاتصال بقبل الاستهلاك وأي خطر يتم إعاقة في هذا المسار بواسطة ديناميكية القوة الشرائية التي قد تكون غير مواتية لهم.

هذا العام، لم يتم نشر المبيعات الموسمية الصيفية لمعظم الشركات (خاصة الملابس والأجهزة المنزلية) بسبب الصعوبات واجه ونقص المعروض من المنتجات الجديدة. بحسب الجمعيات حماية المستهلك، تحول المزيد والمزيد من المستهلكين إلى التجارة عبر الإنترنت على الرغم من التأخير في الدفع الإلكتروني. ملابس لشكلت الأدوات المنزلية للأطفال والفرش وغيرها معظم المنتجات المشتراة على قماش، مع خدمة توصيل تتكلف ما بين 200 دينار و800 دينار ك مبلغ مرهق لمعظم العائلات الجزائرية¹.

على جانب الانتعاش الاقتصادي والمدخرات ، فإن السؤال الذي يطرح نفسه للحكومة هي ما إذا كان سيتم تأمينها من خلال حماية وتخفيض الاستهلاك أو عن طريق استعادة الصحة الاقتصادية للشركات التي لديها عانى كثيرا (في بعض المناطق). (ولذلك فمن المعقول أن تشارك في جزء من هذا الادخار ليس نحو الاستهلاك بل نحو الاستثمار في الشركات لتعزيز حقوق الملكية الخاصة بهم وتحسين سلامتها المالية ، والتي من شأنه تجنب سيناريو الإفلاس المتتالي أو الأزمة المالية (موني) تسبب الارتفاع المثير للإعجاب والسريع في انتشار فيروس كورونا القاتل هموم ومخاوف المواطنين. يا لها من عادات وممارسات وطقوس مزعجة وسلوك الجزائريين، من ناحية أخرى، في مواجهة هذه المخاوف، لوحظ أن لقد تدفقت العديد من الفوائد من هذه الأزمة. يتعلق الأمر بـ :

- بتقليل النفقات المواد الغذائية ،
- الزيادة الحادة في الطلبات والمشتريات عبر الإنترنت (مطولاً التي تتوقعها المنصات الإلكترونية) ،
- زيادة استهلاك المنتجات الصحية ،
- الزيادة في المدخرات المحلية.
- الاعتماد وتطوير التوصيل المنزلي باعتباره احد قنوات التوزيع الفعالة
- الاهتمام أكثر بالصحة والمستلزمات الصحية

¹ kamel chikhi ، l'impact de la crise sanitaire du covid-19 sur le comportement de consommation des algeriens ، revue d'études en management et finance d'organisation ,algerie N°12 Janvier 2021 p6

المطلب الثالث: الدراسات السابقة

أولا : الدراسات السابقة الخاصة بالكورونا (كوفيد-19)

- دراسة (عطاب يونس 2020)

جاءت هذه الدراسة بعنوان تدابير الوقائية لحماية الصحة العمومية من وباء كوفيد-19 جامعة احمد دراية ادرار، البحث عبارة عن مقال في مجلة العلوم القانونية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة الجزائر، المجلد الخامس - العدد الثاني - السنة جوان 2020 المتمثل في رسالة ماجستير بهدف دراسة التدابير الوقائية لحماية الصحة العمومية والإجراءات اللازمة للحد من انتشار وباء كورونا، واهم المراسيم التنفيذية والنصوص القانونية المتبعة اثناء انتشار المرض ، واهم النتائج المتوصل اليها داخل هذا المقال أن وباء فيروس كورونا في انتشار مستمر ومتزايد في مختلف دول العالم، ورغم التدابير والإجراءات إلا أنها لم تنجح بشكل كبير في وقف زحف هذا الفيروس داخل أراضي الدول وكذا الجزائر، وتباينت نسب الإصابات والوفيات بين مختلف الدول نتيجة اختلاف الإجراءات الوقائية وكذا الإمكانيات التي تتمتع بها هذه الدول وكذا مدى ثقافة شعوبها وتمسكهم بالإجراءات الوقائية.

- دراسة فريدة فلاك 2020

جاءت هذه الدراسة بعنوان ارقام وإحصائيات حول أزمة كورونا الحديثة وتداعياتها على الاقتصاديات الكبرى في العالم " الولايات المتحدة الأمريكية والصين نموذجا" البحث عبارة عن مقال في مجلة التمكين الاجتماعيا المجلد 02 / العدد: 02/ جوان 2020، جامعة محمد خيضر بسكرة المتمثل في رسالة ماجستير بهدف دراسة إحصائية لانتشار مرض كورونا في العالم وبالتحديد أمريكا والصين، ونستعرض عدد الإصابات في بعض دول العالم منذ بداية الوباء، كما درست تأثير كورونا على الاقتصاد العالمي

ثانيا: الدراسات السابقة الخاصة بالسلوك الشرائي للمستهلك

- دراسة حواس ميلود

جاءت هذه الدراسة لنيل شهادة الماجستير بعنوان أثر التغليف على سلوك المستهلك دراسة حالة المعمل الجزائري الجديد للمصبرات جامعة الجزائر وقد هدفت هذه الدراسة إلى محاولة فهم سلوك المستهلك ومختلف العوامل المؤثرة عليه، وصف وتحليل أنماط سلوك المستهلك النهائي ومدى استجاباته لمؤثرات التغليف اختبار مدى جاذبية أغلفة "عصائر الروبية" ولفتها لأنظار المستهلكين، التعرف على مختلف الأسباب والدوافع المؤثرة في اتخاذ قرار شراء، وتكمن أهميتها في تسليط الضوء على عملية التغليف ومختلف العناصر المرتبطة به، اثناء المكتبة الجامعية بمرجع باللغة العربية يتناول أثر التغليف على سلوك المستهلك.

- دراسة عنابي بن عيسى

في حين نجد أنّ الدراسة التي قدمها الباحث "عنابي بن عيسى" بعنوان "أثر سلوك المستهلك الجزائري على السياسات التسويقية والمركز التنافسي للشركات المنتجة للثلاجات" - أطروحة دكتوراه غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، السنة الجامعية: 2005 / 2006، - ناقشت سلوك المستهلك ومختلف النظريات التي تشرحه بالتفصيل.

المطلب الرابع: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

سنتطرق في هذا المطلب إلى المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية من خلال تحديد أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بينهما.

أولاً: أوجه الشبه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

الجدول رقم (01): أوجه الشبه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة	أوجه الشبه	
الاستبيان	أدوات جمع المعلومات	1
توجيه الاستبيان إلى فئة المستهلكين المستهدفين	حدود الدراسة البشرية	2
الأفراد المستهلكين من قطاع الصحة	نوع ميدان الدراسة: مؤسسات وهيئات	3
استخدام الأساليب الإحصائية نظام spss	معالجة وتحليل البيانات	4
سلوك المستهلك	من حيث المتغيرات	

المصدر: من إعداد الطالب (بالاعتماد على الدراسات السابقة)

ثانياً: أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية :

الجدول رقم(02): أوجه الإختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

الدراسات الحالية	الدراسات السابقة	أوجه الاختلاف	
سنة 2021	سنة 2010، 2020،	الحدود الزمنية	01
تمت الدراسة الميدانية على مستوى قطاع الصحة بولاية بسكرة	تمت الدراسة الميدانية في معمل المصبرات الروبية وصناعة الثلاثجات	الحدود المكانية	02
اثر كوفيد 19.	تناولت الدراسات السابقة متغير مختلف التغليف زالسياسات التسويقية	من حيث المتغيرات	03
استخدم دراسات سابقة قليلة	استخدم دراسات سابقة كثيرة	من حيث الدراسات السابقة	04

المصدر: من إعداد الطالب (بالاعتماد على الدراسات السابقة)

خلاصة الفصل الأول :

لقد أدت الأزمة الصحية والحبس إلى تغيير عميق في سلوك تناول الطعام لدى الفرنسيين ، على الأقل مؤقتًا ، من شراء القنوات إلى أطباقهم، كما انها لقد غيرت المستهلكون عاداتهم في التسوق، عاد إلى المنتجات غير القابلة للتلف ، مع التركيز على الأساسيات لمزيد من الطهي، ومع ذلك ، على الرغم من هذه التغييرات والتعديلات المتعددة في روتين أكلهم ، يستمر المستهلكون في إعادة التأكيد ، على الأقل في بياناتهم، على رغبتهم في التحرك نحو استهلاك أكثر منطقية ، يبدو أن العديد من اتجاهات المستهلكين التي كانت موجودة قبل الأزمة لا تزال ذات صلة، بل تكتسب أهمية في نظر المستهلكين. ومع ذلك ، يجب تحليل هذه النوايا.

من خلال مراعاة جميع العوامل التي قد تؤثر على الخيارات الغذائية وسلوكيات الجزائريين: الوضع الصحي ، والتغييرات المحتملة في نمط الحياة (مثل المزيد من العمل عن بعد ، وقلة التعايش مع الوجبات ، الوقت المتاح خلال الأسبوع وفي عطلات نهاية الأسبوع ، وما إلى ذلك) ، دون نسيان قيود الميزانية الناجمة عن الوضع الاقتصادي و / أو العالمي و / أو الفردي.

في الواقع ، أكدت أزمة COVID-19 أيضًا حساسية المستهلك لمسألة ارتفاع أسعار المواد الغذائية ، بغض النظر عن مصدرها. يبدو أن بعض العوامل التي ربما تكون قد ساهمت في ذلك (التضخم على المنتجات الطازجة ، وإعادة توجيه المشتريات نحو دوائر أكثر تكلفة) مرتبطة بهذه الظروف الاستثنائية للأزمة الصحية والقيود المتعددة ، ولا سيما القيود اللوجستية ، التي قد تكون نشأت في مختلف مرات. مستويات السلسلة، من المنتجين إلى المستهلكين. عوامل أخرى (مثل استبدال المنتجات الأساسية بمراجع نوعية أكثر ، يمكن أن تلعب دورًا رائدًا في التحكيم القادم لأنها تعتمد على الموافقة، أو بالأحرى قدرة المستهلكين الجزائريين على دفع المزيد مقابل أغذية أفضل: أو التعبير عن الدعم المحلي (من القرب من البلد) ومع ذلك، فإن الأزمة الاقتصادية المتوقعة يمكن أن تعزز القيود التي تثقل كاهل بعض المستهلكين.

لكن يجب ألا ننسى أن المقايضات المستقبلية لن تتم إلا بأخذون في الاعتبار جميع خصائص فعل الاستهلاك. أين نأكل؟ في أي ظروف؟ من أين نحصل على منتجاتنا؟ على أي معايير نختار هذه الأماكن وهذه الدوائر (السعر، التطبيق العملي، العرض وعرضه...)? العديد من التطورات المحتملة التي، إذا حدثت، يمكن أن تؤثر بدورها على القوة الشرائية للجزائريين. في حين أنه لا يمكن استبعاد أي سيناريو في هذه المرحلة (خاصة وأن الاتجاهات لا تؤثر أبدًا على جميع المستهلكين بنفس الطريقة وبنفس الدرجة)، يبدو من المفيد أكثر من أي وقت مضى التفكير في العديد من المسارات المحتملة. ومن خلال ماسبق فاننا قمنا بدراسة على فئة قطاع الصحة بولاية بسكرة لمعرفة أكثر لأهم العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك جراء أزمة كوفيد 19.

الفصل الثاني: الدراسة

الميدانية

تمهيد:

في ماسبق عرضه الإحاطة بالجانب النظري لموضوع الدراسة، حيث تطرقنا في الجزء النظري لموضوع كل من كوفيد19 والسلوك الشرائي للمستهلك، إذ يعتبر ما تعرضنا إليه في الجانب النظري بمثابة خلاصة ما توصلنا إليه من خلال البحث والتحري عن تأثير الوباء كوفيد19 على سلوكيات الشراء للمستهلكين من القطاع الصحي، لكنه ليس كافياً إذ لابد من إسقاطه على الواقع العملي بغية معرفة اثر وعلاقة كوفيد19 على السلوك الشرائي لعمال قطاع الصحة، حيث تم استهداف عينة من الأشخاص العاملين بالقطاع الصحي بولاية بسكرة، لما تمتاز به ولاية بسكرة من كبر مساحتها الجغرافية وتعداد السكان الكبير الذي سمح بتواجد عدة مراكز صحية بالولاية، وهو ما ساعدنا أكثر في تشخيص مستوى إدراك متغيرات الدراسة لدى افراد عينة الدراسة بسبب التنوع في مكونات الفئة المستهدفة، ومن خلال هذا الفصل سنتطرق بشكل تفصيلي إلى المباحث الآتية:

المبحث الأول: طبيعة الدراسة الميدانية وكيفية إجرائها

المبحث الثاني: عرض ومناقشة متغيرات الدراسة

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات

المبحث الأول: طبيعة الدراسة الميدانية وكيفية إجرائها

سنحاول من خلال هذا المبحث توضيح طبيعة الدراسة الميدانية من خلال إعطاء لمحة موجزة حول عينة الدراسة، ومن ثم سوف نوضح أهم الإجراءات الميدانية والأساليب الإحصائية المستخدمة، وكذا سنقوم بعرض ومناقشة متغيرات الدراسة ومستوى إدراكها لدى أفراد عينة الدراسة.

المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية:

مهما اختلف موضوع الدراسة المتناولة فهي تتطلب إجراءات منهجية يتبناها أي باحث للوصول إلى نتائج علمية إيجابية تعكس الإجابة عن إشكالية البحث المطروحة، ونحن أمام موضوع تأثير كوفيد 19 على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري، فإرتأينا في ذلك إتباع جملة من الخطوات التي سنعرضها تاليا.

أولا: المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة:

أ- **منهج الدراسة:** ويقصد به الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لإكتشاف الحقيقة، ففي ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها تم إستخدام المنهج التحليلي والذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً بوصفها وتوضيح خصائصها، وتعبيرها كمياً بما يوضح أحجامها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى، وهذا المنهج لا يهدف إلى وصف الظواهر ووصف الواقع كما هو فحسب، بل يتعداه إلى الوصول لإستنتاجاتهم في فهم الواقع وتطويره.

ب- أدوات جمع البيانات: وقد استخدمنا مصدرين أساسيين للمعلومات:

اعتمدنا في جمع البيانات من الافراد العاملين بالقطاع الصحي بولاية بسكرة على:

المصادر الثانوية: حيث إتجهنا في معالجة الإطار النظري للبحث إلى مصادر البيانات الثانوية التي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة كما لجأنا إلى البحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الباحث لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الإستبانة كأداة رئيسية للبحث وصممت خصيصا لهذا الغرض ووزعنا حوالي (70) استبانة الكترونية تم توزيعها على شكل رسائل قصيرة عبر الهاتف على افراد عاملين بالقطاع الصحي بولاية بسكرة.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة: يعني جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبذلك فإن مجتمع الدراسة هو جميع الأشياء أو الأفراد الذين يكونون موضوع مشكلة البحث وهم كل عمال قطاع الصحة بالجزائر.

عينة البحث: عبارة عن مجموعة الوحدات التي يتم اختيارها من مجتمع الدراسة لتمثل هذا المجتمع في البحث محل الدراسة"، والمتمثل في عمال قطاع الصحة بولاية بسكرة.

وقد تم اختيار عينة عشوائية تتكون من 70 عاملا من القطاع الصحي، حيث تم توزيع 70 استبانة، استرجع منها 68 صالحة للمعالجة الإحصائية، وبالتالي فالعدد القابل للدراسة الإحصائية هو 68.

المطلب الثاني: المفاهيم والطرق الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لتحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات المجمع اعتمدنا على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك باستخدام برنامج الإعلام الآلي المسمى: الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والذي يرمز له اختصاراً بال (spss)، باصدار 26.

المعالجات الإحصائية: استخدمنا في تحليل بيانات الدراسة العديد المفاهيم المرتبطة بالإحصاء الوصفي والاستدلالي، لتبرز أهمها فيما يلي:

- التكرارات والنسب المئوية: للتعرف التفصيلي على الصفات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحليلها.

- المتوسط الحسابي Mean: وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة نحو كل فقرات الاستبانة.

- الانحراف المعياري Standard Deviation: وذلك بغية التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل فقرة أو بعد،

ويوضح أيضاً التشتت في استجابات أفراد الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر، فهذا يعني تركيز الاجابات وعدم تشتتها، أما في حال كانت

قيمتها أكبر من أو تساوي الواحد فهذا يعني تشتت الاجابات وعدم تركيزها، كما أنه يفيد أيضاً في ترتيب العبارات أوفقرات لصالح الأقل تشتت

عند تساوي المتوسط الحسابي المرجح بينهما.

- معامل ألفا كرونباخ cronbach's alpha (α): وذلك بغية تقدير ثبات الدراسة، حيث يؤخذ هذا العامل فيما تتراوح بين الصفر

والواحد ، وكلما اقترب من الواحد الصحيح فهذا يعني ثباتاً أكبر للدراسة 1. وهناك قاعدة عامة للتعامل مع هذا المعامل مفادها الآتي 2:

إذا كان معامل ألفا كرونباخ أقل من (0.6) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ضعيف، الأمر الذي يلزم إعادة النظر في أداة الدراسة.

إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0.6-0.7) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات مقبول.

إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0.7-0.8) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات جيد.

إذا كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0.8) فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ممتاز.

- تحديد الأوزان المعطاة: كما ذكرنا سابقاً فقد استخدمنا في الاستبانة الأسئلة المغلقة والمصممة وفق مقياس ليكرت الثلاثي الذي يعد الأنسب

بالنسبة لهكذا دراسات، وقد كانت الخيارات المتاحة أمام كل عبارة كما يلي (غير موافق، محايد، موافق)، وقد أكدنا لأفراد عينة البحث

على ضرورة اختيار إجابة واحدة فقط أمام كل فقرة، ومن أجل تحديد الاتجاه أعطينا لاحتمالات الإجابة الثلاثة أوزان محددة كما هو موضح

في الجدول الآتي:

جدول رقم (03): الأوزان المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الاستبانة

الوزن	خيارات الاجابة
1	غير موافق
2	محايد
3	موافق

المصدر: من اعداد الطالب

¹ عز عبد الفتاح، مقدمة في الاحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام (spss)، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 536 .

² اوما سيكازان، طرق البحث في الادارة ، مدخل بناء المهارات البحثية، ترجمة اسماعيا علي بسيوني وعبد الله بن سليمان العزاز، المنشورات العلمية لجامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1998، ص 445 .

وانطلاقاً من الأوزان الموضحة في الجدول أعلاه وحساب طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود العليا والدنيا)، تم حساب المدى $(3-1=2)$ ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية $(2/3=0.66)$ ، ثم بعد ذلك تم إضافة هذا العدد إلى أقل قيمة في المقياس وهو الواحد الصحيح، واستمرت الإضافة إلى غاية الوصول إلى أعلى قيمة في المقياس وهي العدد خمسة وكان الناتج كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (04): المتوسطات المرجحة والاتجاه الموافق لها

الاتجاه	المتوسط المرجح	
أبداً	(1.66-1)	1
أحياناً	(2.33-1.67)	2
دائماً	(3-2.34)	3

المصدر: من اعداد الطالب

من خلال الجدول (4-10)، يمكننا أن نستنتج بأن تحدي الاتجاه العام نحو كل فقرة من فقرات الدراسة يكون وفقاً للآلية الموضحة في الجدول السابق.

المطلب الثالث: بناء وفحص صدق وثبات أداة الدراسة

بناء أداة الدراسة:

مكونات الاستبيان: قسمنا الاستبيان إلى جزأين كالتالي:

الجزء الأول: البيانات الشخصية: يهدف هذا القسم للتعرف على بعض الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة والمتمثلة أساساً في الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، نوع بطاقة الدفع الإلكتروني، وطريقة التسوق عبر الإنترنت.

الجزء الثاني: المحاور الرئيسية لاستبيان: وتضمن هذا الجزء مختلف المحاور التي تضم جملة من حيث على كل مستجوب اختيار الخانة التي تعبر عن وجهة نظره حول كل عامل من العوامل المذكورة ويحتوي هذا الجزء على: الكورونا والدوافع النفسية والاجتماعية، والسلوك الشرائي للمستهلكين، بعد عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين وإجراء التعديلات اللازمة عليها، وبعد التأكد من مدى صدقها وثباتها، أصبحت الاستبانة جاهزة للتطبيق الميداني، وذلك وفق الخطوات التالية:

قمنا بعرض نموذج الإستبانة النهائي على الأستاذ المشرف والذي أعطى موافقته على تطبيق أداة الدراسة على أفراد عينة الدراسة. تم توزيع الاستمارات على عدد من الافراد العاملين بالقطاع الصحي بولاية بسكرة وذلك عن طريق رابط الكتروني تم نسخه على شكل رسالة قصيرة (sms) تم ارسالها عبر الهاتف الشخصي لكل الافراد المستهدفين. ثبات أداة الدراسة: أن ثبات أداة البحث (الاستبانة) الذي يعني التأكد من أن الاجابة ستكون واحدة تقريبا إذ تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم.

ولقياس مدى ثبات أداة البحث (الاستبانة) استخدم الطالب معامل (ثبات ألفا كرونباخ Cronbach's alpha(α)) والذي يعتبر أفضل الطرق للدلالة على تقدير الثبات، حيث قمنا بإحتسابه لأداة الدراسة ككل، ولكل متغير على حدى، ومن ثم احتسابه لكل بعد من أبعاد الدراسة، وهذا ما نبرزه في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): معاملات الثبات لمحاور الدراسة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ

أبعاد ومحاور الدراسة	عدد العبارات	ثبات المحور
الجزء الأول: كورونا والدوافع النفسية والاجتماعية	17	0.785
الجزء الثاني: السلوك الشرائي للمستهلكين	20	0.883
جميع عبارات الاستبيان	37	0.892

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات ال Spss

يتضح من الجدول أعلاه ان معامل الثبات العام الخاص بالدراسة ككل بلغت قيمته (0.892) وهي قيمة تدل على أن الدراسة تتمتع بثبات ممتاز، حيث بلغت كل من الجزء الاول والثاني على التوالي (0.785) و(0.883)، ومنه نستنتج ان اداة الدراسة التي تم اعدادها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة الاصلية.

المبحث الثاني: مناقشة متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات

سنقوم في هذا المبحث بعرض وتشخيص النتائج التي توصلنا إليها مع القيام بتحليلها، وذلك بالتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة مع القيام بتحليلها، ومن ثم سنقوم بعرض وتحليل ووصف مستوى ادراك متغيرات الدراسة لدى الافراد محل الدراسة.

المطلب الأول: تشخيص وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لدى عينة الدراسة

بهدف الإلمام بجميع جوانب موضوع الدراسة سنقوم بعرض تفصيلي لأهم الخصائص الشخصية والوظيفية لدى افراد العينة، وبعد تفريغ الاستمارات تحصلنا على النتائج التالية:

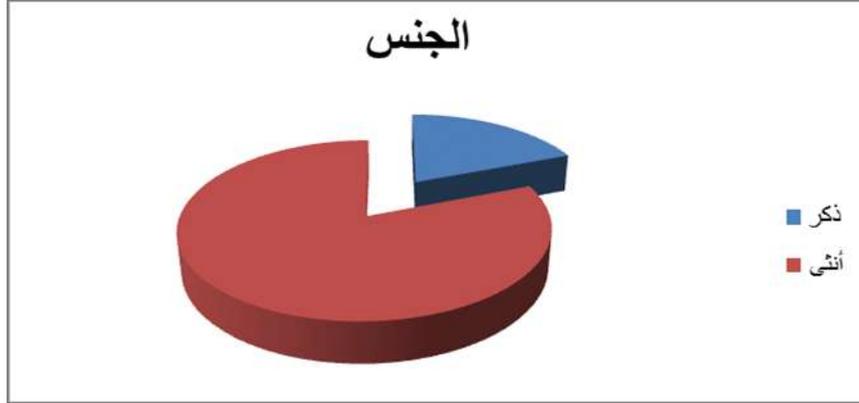
أولاً: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس: يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.

الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
19.1%	13	ذكر
80.9%	55	أنثى
100%	68	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بناء على مخرجات ال spss

الشكل رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: إعداد الطالب بناء على مخرجات الـ spss

يتضح من خلال الجدول رقم (6.) والشكل (4) أن عينة الدراسة تتشكل في أغلبها من اناث بنسبة بلغت 80.9%، في حين كانت نسبة الذكور في عينة الدراسة 19.1%، ويرجع ذلك تجاوب فئة النساء لملاء الاستبيان، كما يرجع كذلك إلى أن أكبر فئة من العاملين بالقطاع الصحي هن من النساء. ويمكن ارجاع ذلك لطبيعة العمل التي تستقطب الاناث اكثر.

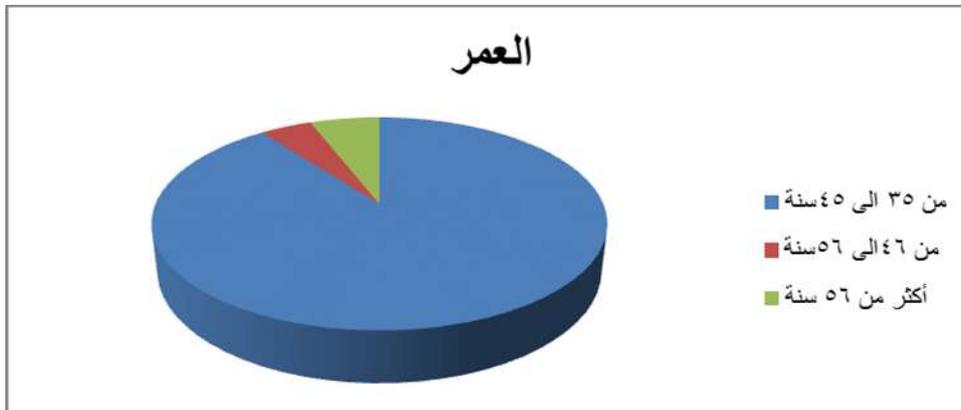
ثانياً: توزيع عينة الدراسة حسب العمر: يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب العمر.

الجدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 35 الى 45 سنة	61	89.7%
من 46 الى 56 سنة	3	4.4%
أكثر من 56 سنة	4	5.9%
المجموع	68	100%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات الـ spss

الشكل رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات الـ spss

يتضح من خلال الجدول (7) والشكل (5) أن الفئة العمرية الغالبة على أفراد في عينة الدراسة هي (35-45) بنسبة مئوية بلغت 89.7%، تليها الفئة العمرية أكثر من 56 سنة بنسبة مئوية بلغت 5.9%، ومن ثم فئة (46-56) بنسبة 4.4%.

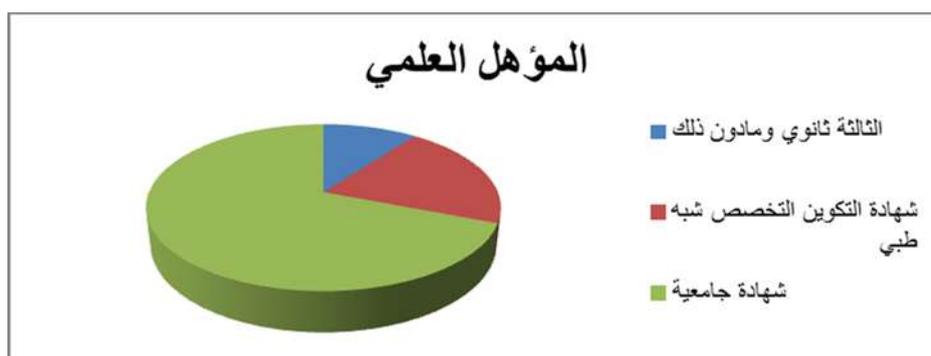
ثالثاً: توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي: يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.

الجدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
10.3%	7	الثالثة ثانوي ومادون ذلك
20.6%	14	شهادة التكوين التخصص شبه طبي
69.1%	47	شهادة جامعية
100%	68	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات الـ spss

الشكل رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات الـ spss

يتضح من خلال الجدول (08) والشكل (06) أن المستوى الدراسي الغالب في أفراد عينة الدراسة هو مستوى الشهادة الجامعية حيث بلغت نسبتهم 69.1%، يليها مستوى شهادة التكوين التخصص شبه الطبي بنسبة 20.6%، يليها مستوى الثالثة ثانوي ومادون ذلك بنسبة 10.3%، ربما يعود ذلك إلى طبيعة العمل التي تحتاج أكثر إلى ذوي الشهادات الجامعية المتخصصة.

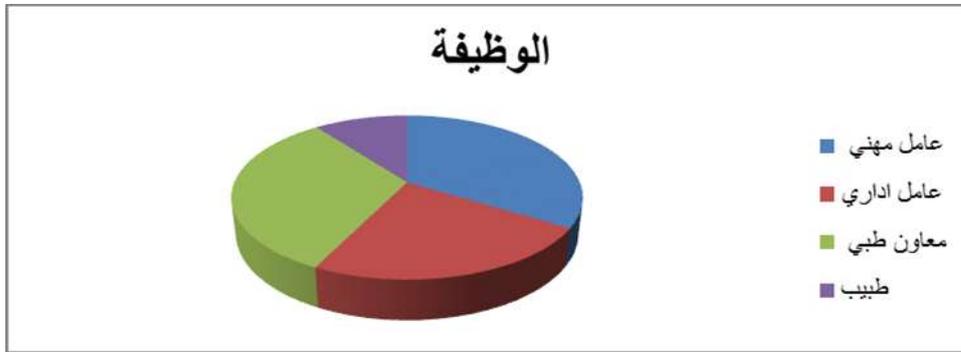
رابعاً: توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة: يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة.

الجدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
عامل مهني	23	33.8%
عامل اداري	16	23.5%
معاون طبي	22	32.4%
طبيب	7	10.30%
المجموع	68	100.0%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات ال spss

الشكل رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة



المصدر: إعداد الطالب بناء على مخرجات ال spss

يتضح من خلال الجدول (8) والشكل (8) أن الوظيفة الغالبة للفئة التي قامت بالتجاوب مع الاستبيان هي وظيفة عامل مهني حيث بلغت نسبته 33.8%، يليه معاون طبي بنسبة 32.4% ثم يليه عامل اداري بنسبة 23.5%، وفي الأخير يليه وظيفة طبيب بنسبة 10.3%.

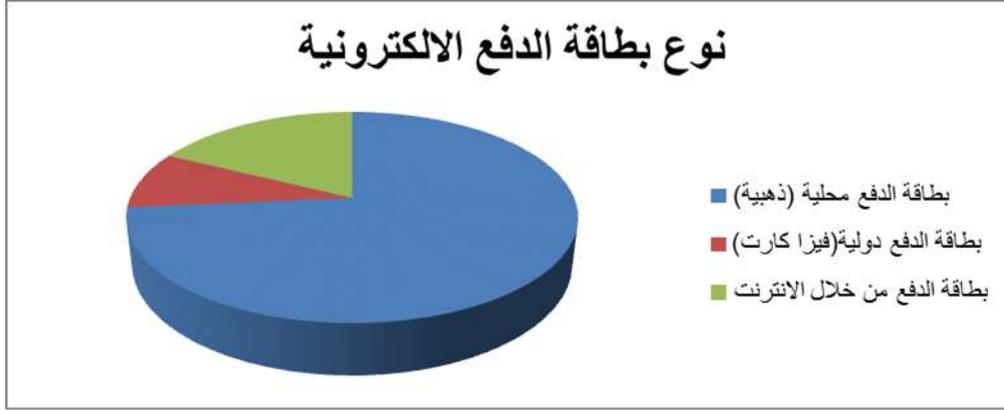
خامسا: توزيع عينة الدراسة حسب نوع بطاقة الدفع الالكترونية: يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب نوع بطاقة الدفع الالكترونية.

الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب نوع بطاقة الدفع الالكترونية

نوع بطاقة الدفع الالكترونية	التكرار	النسبة المئوية
بطاقة الدفع محلية (ذهبية)	50	73.5%
بطاقة الدفع دولية (فيزا كارت)	6	8.8%
بطاقة الدفع من خلال الانترنت	12	17.6%
المجموع	68	100.0%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات ال spss

الشكل رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب نوع بطاقة الدفع الالكترونية



المصدر: إعداد الطالب بناء على مخرجات الspss

يتضح من الجدول (10) والشكل (08) أن فئة الغالبة هي فئة الافراد الذين يجوزون على البطاقة الذهبية بنسبة بلغت 73.5%، يليها الأفراد الذين يجوزون على بطاقة الدفع من خلال الانترنت بنسبة بلغت 17.6%، ثم افراد الذين لديهم بطاقة الدفع الدولية (فيزا كارت) بنسبة بلغت 8.8%، وهذا راجع الى صعوبة الحصول على بطاقات الدفع الدولية او انشاء حسابات خاصة لدى البنوك العالمية.

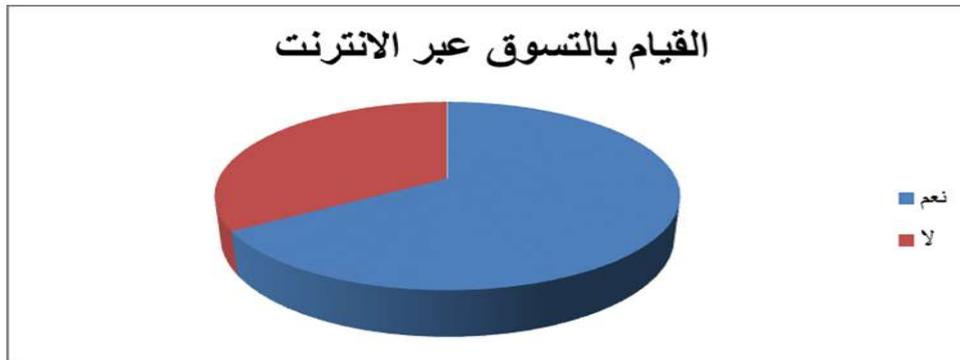
سادسا: توزيع عينة الدراسة حسب القيام بالتسوق عبر الانترنت يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب القيام بالتسوق عبر الانترنت.

الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب القيام بالتسوق عبر الانترنت

القيام بالتسوق عبر الانترنت	التكرار	النسبة المئوية
نعم	45	66.2%
لا	23	33.8%
المجموع	68	100.0%

المصدر: من إعداد الطلب بناء على مخرجات الspss

الشكل رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب درجة القيام بالتسوق عبر الانترنت



المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات الspss

يتضح من خلال الجدول (10) الاجابة الغالبة هي نعم بلغت نسبتها 66.2%، وتليها اجابة لا نسبة 33.8%، بمعنى أن الأفراد المستجوبين قد قاموا بعملية التسويق من الانترنت بنسبة 66.2%، خلال فترة الحجر الصحي، وربما يعود ذلك لتجنب والخوف من العدوى بفيروس كورونا.

المطلب الثاني: تشخيص ووصف مستوى إدراك متغيرات الدراسة لدى أفراد العينة

سنقوم هنا بعرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية محورا بمحور، من خلال محاولة تشخيص ووصف مستوى إدراك متغيرات الدراسة لدى العاملين في القطاع الصحي بولاية بسكرة وتحليلها وتفسيرها.

أولا: تشخيص ووصف مستوى إدراك أفراد العينة أبعاد كورونا النفسية والاجتماعية: يلخص الجدول التالي النتائج المتحصل عليها بخصوص اجابات عينة الدراسة ودرجة الموافقة.

الجدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لمحور كورونا والدوافع النفسية والاجتماعية.

رقم العبارة	لا اوافق	محايد	اوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام	النكرار %		
1	07	14	47	2.59	0.674	دائما			
	10.3	20.6	69.1						
2	03	03	62	2.87	0.454	دائما			
	4.4	4.4	91.2						
3	03	04	61	2.85	0.466	دائما			
	4.4	5.9	89.7						
4	08	15	45	2.54	0.700	دائما			
	11.8	22.1	66.2						
5	22	16	30	2.12	0.873	احيانا			
	32.4	23.5	44.1						
6	07	08	53	2.68	0.657	دائما			
	10.3	11.8	77.9						
7	12	12	44	2.47	0.782	دائما			
	17.6	17.6	64.7						
8	20	15	33	2.19	0.868	احيانا			
	29.4	22.1	48.5						
9	9	10	49	2.59	0.717	دائما			
	13.2	14.7	72.1						
10	7	13	48	2.60	0.672	دائما			
	10.3	19.1	70.6						
11	9	11	48	2.57	0.719	دائما			
	13.2	16.2	70.6						
12	20	19	29	2.13	0.845	احيانا			
	29.4	27.9	42.6						
13	14	13	41	2.40	0.813	دائما			
	20.6	19.1	60.3						
14	28	20	20	1.88	0.838	احيانا			
	41.2	29.4	29.4						
15	45	14	9	1.47	0.722	ابدا			
	66.2	20.6	13.2						
16	39	18	11	1.59	0.758	ابدا			
	57.4	26.5	16.2						
17	38	13	17	1.69	0.851	احيانا			
	55.9	19.1	25.0						

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات ال spss

انطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول أعلاه، يمكن تحليل الفقرات المشكّلة لمحور كورونا والدوافع النفسية والاجتماعية، بناءً على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يلي:

- الفقرة رقم 01 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.59)، بإنحراف معياري قدره (0.674)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن أغلبهم يشعرون بالخوف المستمر من العدوى.
- الفقرة رقم 02 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.87)، بإنحراف معياري قدره (0.454)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم دائماً يلتزمون بالاجراءات الوقائية والتعقيم خوفاً على صحتهم.
- الفقرة رقم 03 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.85)، بإنحراف معياري قدره (0.466)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم دائماً ما يلتزمون بالاجراءات الوقائية والتعقيم خوفاً على صحة المحيطين بهم.
- الفقرة رقم 04 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.54)، بإنحراف معياري قدره (0.700)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن جلهم كانوا ملتزمين بالحجر الصحي داخل مكان العمل.
- الفقرة رقم 05 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.12)، بإنحراف معياري قدره (0.873)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة وأنهم البعض منهم كانوا ملتزمين بالتباعد الصحي داخل البيت.
- الفقرة رقم 06 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.68)، بإنحراف معياري قدره (0.657)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم كانوا دائماً ملتزمين بالتباعد الاجتماعي عن العائلات وعدم حضور المناسبات.
- الفقرة رقم 07 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.47)، بإنحراف معياري قدره (0.782)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة وأنهم كانوا دائماً يبحثون عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من أهل الاختصاص.
- الفقرة رقم 08 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.19)، بإنحراف معياري قدره (0.868)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة ان البعض منهم كانوا يبحثون عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من التلفاز.
- الفقرة رقم 09 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.59)، بإنحراف معياري قدره (0.717)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم دائماً كانوا يبحثون عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من الأنترنت.
- الفقرة رقم 10 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.60)، بإنحراف معياري قدره (0.672)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم كانوا دائماً ملتزمين بظروف الحظر التي فرضتها الدولة، قاصوا وقت تسوقهم.
- الفقرة رقم 11 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.57)، بإنحراف معياري قدره (0.719)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم دائماً شعروا بالارتباك من التسوق والاحتكاك بعامّة الناس.
- الفقرة رقم 12 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.13)، بإنحراف معياري قدره (0.845)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم احياناً كانوا يشعرون بالارتباك من ندرة المواد الغذائية في المحلات.
- الفقرة رقم 13 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.40)، بإنحراف معياري قدره (0.813)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة ان جلهم توقعوا عدم توفر بعض المنتجات في المتاجر الفعلية.
- الفقرة رقم 14 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.88)، بإنحراف معياري قدره (0.838)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة ان البعض منهم توقعوا بأن مخزونهم من الغذاء سوف ينفذ في المستقبل.
- الفقرة رقم 15 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.47)، بإنحراف معياري قدره (0.722)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه لم تكن ابداً نسب الإصابة هي التي دفعتهم للشراء بكثرة.
- الفقرة رقم 16 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.59)، بإنحراف معياري قدره (0.758)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم لم تكن ابداً ندرة المنتجات والخدمات المتاحة سبباً في جعلهم يتوجهون بسرعة كبيرة للشراء عبر الإنترنت.

- الفقرة رقم 17 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.69)، بانحراف معياري قدره (0.851)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة ان البعض منهم ولعدم توفر السلع في المتاجر الفعلية وتوافرها بكثرة مما دفعهم بشدة للشراء من خلال المواقع الإلكترونية. ومنه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة وهم عمال قطاع الصحة كانوا يشعرون بالخوف المستمر من العدوى وأنهم دائماً ما التزموا بالاجراءات الوقائية والتعقيم خوفاً على صحتهم وخوفاً على صحة المحيطين بهم، وأن جلهم كانوا ملتزمين بالحجر الصحي داخل مكان العمل إلا أن التزامهم بالتباعد الصحي داخل البيت لم يكن كلياً بل البعض فقط مما التزم التباعد داخل المنزل، إضافة إلى أنهم كانوا دائماً ملتزمين بالتباعد الاجتماعي عن العائلات وعدم حضور المناسبات. وبخصوص البحث عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من أهل الاختصاص ومن الأنترنت، فقد كانوا دائمين البحث، في حين البعض منهم كانوا يبحثون عن تلك المعلومات من التلفاز، فقد كانوا دائماً ملتزمين بظروف الحظر التي فرضتها الدولة، مما جعلهم يقلصون وقت تسوقهم، فهم دائماً ما شعروا بالارتباك من التسوق والاحتكاك بعامّة الناس. أما بخصوص توقعاتهم بعدم توفر بعض المنتجات في المتاجر الفعلية، فقد كان أغلبهم يشعرون بالندرة الحالية للمنتجات، مما أدى إلى شعورهم بالارتباك من ندرة المواد الغذائية في المحلات، بل أن البعض منهم توقع بأن مخزونهم الذي في البيت من الغذاء سوف ينفذ في المستقبل. إلا أن لم تكن أبداً نسب الإصابة هي التي دفعتهم للشراء بكثرة، ولم تكن أبداً ندرة المنتجات والخدمات المتاحة سبباً في جعلهم يتوجهون بسرعة كبيرة للشراء عبر الإنترنت، بل توجههم للشراء من الأنترنت - حسب بعض المستجوبين- كان بسبب عدم توفر السلع في المتاجر الفعلية.

ثانياً: تشخيص ووصف مستوى إدراك محور السلوك الشرائي للمستهلكين: يلخص الجدول التالي النتائج المتحصل عليها بخصوص اجابات عينة الدراسة ودرجة الموافقة.

الجدول رقم (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لمحور السلوك الشرائي للمستهلكين

رقم العبارة	لا اوافق	محايد	اوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام	التكرار %	
							لا اوافق	محايد
1	17	14	37	2.29	0.847	احيانا	25	54.4
	18	12	38				26.5	
2	8	8	52	2.65	0.686	دائما	11.8	76.5
	7	10	51				10.3	
3	7	10	51	2.65	0.664	دائما	10.3	75.0
	17	16	35				25	
4	17	16	35	2.26	0.840	احيانا	25	51.5
	37	12	19				54.4	
5	37	12	19	1.74	0.874	احيانا	54.4	27.9
	33	14	21				48.5	
6	33	14	21	1.82	0.880	احيانا	48.5	30.9
	33	13	22				48.5	
7	33	13	22	1.84	0.891	احيانا	48.5	32.4
	35	11	22				51.5	
8	35	11	22	1.81	0.902	احيانا	51.5	32.4
	33	16	19				48.5	
9	33	16	19	1.79	0.856	احيانا	48.5	27.9
	34	14	20				50	
10	34	14	20	1.79	0.873	احيانا	50	29.4
	24	9	35				35.3	
11	24	9	35	2.16	0.924	احيانا	35.3	51.5
	28	18	22				41.2	
12	28	18	22	1.91	0.859	احيانا	41.2	32.4
	32	12	24				47.1	
13	32	12	24	1.88	0.907	احيانا	47.1	35.3
	38	15	15				55.9	
14	38	15	15	1.66	0.822	ابدا	55.9	22.1
	24	10	34				35.3	
15	24	10	34	2.15	0.919	احيانا	35.3	50.0
	31	26	11				45.6	
16	31	26	11	1.71	0.734	احيانا	45.6	16.2
	30	16	22				44.1	
17	30	16	22	1.88	0.873	احيانا	44.1	32.4
	18	21	29				26.5	
18	18	21	29	2.16	0.822	احيانا	26.5	42.6
	21	18	29				30.9	
19	21	18	29	2.12	0.856	احيانا	30.9	42.6
	21	18	29				30.9	

انطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول أعلاه، يمكن تحليل الفقرات المشكّلة لمحور السلوك الشرائي للمستهلكين، بناءً على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يلي:

- الفقرة رقم 01 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.29)، بانحراف معياري قدره (0.847)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنهم ولكثرة التزاماتهم العملية ترك البعض منهم صلاحية قرارات الشراء لأحد أفراد عائلتهم.
- الفقرة رقم 02 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.29)، بانحراف معياري قدره (0.856)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن بعضهم قاموا بتوكيل صلاحيات قرار الشراء لأحد أفراد العائلة خلال أزمة الوباء فقط.
- الفقرة رقم 03 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65)، بانحراف معياري قدره (0.686)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه دائماً عملية الشراء كانت تتم عند الحاجة ولشراء الضروريات فقط.
- الفقرة رقم 04 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.65)، بانحراف معياري قدره (0.664)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه قبل الشراء يتم تحديد دائماً احتياجات العائلة بدقة وتنظيم أولوياتها.
- الفقرة رقم 05 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.26)، بانحراف معياري قدره (0.840)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه يوافقون أحياناً على تغيير قائمة احتياجات أسرة وأولويات شرائها بسبب الوباء.
- الفقرة رقم 06 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.74)، بانحراف معياري قدره (0.874)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه البعض منهم قاموا بالشراء من الأنترنت للاستفادة من التسهيلات المرتبطة بالدفع.
- الفقرة رقم 07 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.82)، بانحراف معياري قدره (0.880)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه أحياناً كانوا دائمي البحث عن معلومات حول المحلات التجارية الإلكترونية من الأنترنت.
- الفقرة رقم 08 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.84)، بانحراف معياري قدره (0.891)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن تقييم زملائهم ومعارفهم الإيجابي للشراء عبر النت دفع بعضهم للشراء عبر الأنترنت.
- الفقرة رقم 09 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.81)، بانحراف معياري قدره (0.902)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه لم يختلف الوضع كثيراً عند البعض منهم ممن كانوا يقومون بالشراء عبر الأنترنت قبل الأزمة على عكس البعض الآخر.
- الفقرة رقم 10 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.79)، بانحراف معياري قدره (0.856)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن البعض منهم قاموا بتحديد مصادر توريدهم بالاحتياجات والخدمات الضرورية من الأنترنت .
- الفقرة رقم 11 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.79)، بانحراف معياري قدره (0.873)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن مشترياتهم الحالية فاقت مشترياتهم لفترات التي سبقت ظهور وباء كورونا فيروس المستجد وهذا أيضاً عند البعض منهم.
- الفقرة رقم 12 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.16)، بانحراف معياري قدره (0.924)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه أحياناً يقومون بشراء بعض المنتجات عبر الأنترنت خاصة إذا كانت في أماكن بعيدة، والبعض الآخر يذهبون بانفسهم لشرائه لقرب المسافة.
- الفقرة رقم 13 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.91)، بانحراف معياري قدره (0.859)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه يتمكنون أحياناً من المفاضلة بين الموردين الذين اتصلوا بهم هاتفياً، ويتعرفون على نوعية خدماتهم.
- الفقرة رقم 14 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.88)، بانحراف معياري قدره (0.907)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن بعضهم قاموا بتحديد احتياجاتهم وطلبها من الموقع الإلكتروني أو هاتفياً.
- الفقرة رقم 15 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.66)، بانحراف معياري قدره (0.822)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه لم يقوموا أبداً بالانتقال إلى عملية الدفع الإلكتروني وتسديد مقتنياتهم قبل أن استلمها.

- الفقرة رقم 16 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.15)، بإنحراف معياري قدره (0.919)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن بعضهم قام بالدفع نقدا عند استلام مقتنياتهم يدا بيد.

- الفقرة رقم 17 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.71)، بإنحراف معياري قدره (0.734)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه أغلبهم لم يكونوا راضين على نوعية الخدمات والمنتجات التي اشتروها عبر الأنترنت.

- الفقرة رقم 18 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (1.88)، بإنحراف معياري قدره (0.873)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه التسهيلات التي قدمتها المواقع الشرائية دفعت أغلبهم لتكرار عملية الشراء عبر الإنترنت .

- الفقرة رقم 19 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.16)، بإنحراف معياري قدره (0.822)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أنه كانت لدى أغلبهم تجربة في الشراء عبر الأنترنت جيدة.

- الفقرة رقم 20 بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.12)، بإنحراف معياري قدره (0.856)، وهذا ما يدل حسب أفراد عينة الدراسة أن أغلبهم سيقومون بالشراء عبر الإنترنت حتى بعد انتهاء أزمة كورونا.

ومنه فإن أفراد عينة الدراسة وهم بعض عمال قطاع الصحة أنهم ولكثرة التزامهم العملية ترك البعض منهم صلاحية قرارات الشراء لأحد أفراد عائلتهم، في حين أن بعضهم قاموا بتوكيل صلاحيات قرار الشراء لأحد أفراد العائلة خلال أزمة الوباء فقط، أما قرارات الشراء فكانت دائما ما تتم عند الحاجة ولشراء الضروريات فقط، حيث أنه قبل عملية الشراء يتم تحديد دائما احتياجات العائلة بدقة وتنظيم أولوياتها، وأحيانا ما كانوا يوافقون على تغيير قائمة احتياجات الأسرة وأولويات شرائها بسبب الوباء.

وفي ما يخص عملية الشراء من الأنترنت، فقد كان البعض من المستجوبين قاموا بالشراء من الأنترنت للاستفادة من التسهيلات المرتبطة بالدفع، وأحيانا أخرى كانوا دائمي البحث عن معلومات حول المحلات التجارية الالكترونية من الأنترنت، والبعض الآخر اتجه للتسوق من الأنترنت بسبب تقييم زملائهم ومعارفهم الإيجابي للشراء عبر النت، في حين أن البعض منهم لم يرى أن الوضع الوبائي يختلف كثيرا عن الوضع العادي حيث كانوا يقومون بالشراء عبر الإنترنت قبل الأزمة على عكس البعض الآخر، كما أن مشترياتهم الحالية فاقت مشترياتهم لفترات التي سبقت ظهور وباء كورونا فيروس المستجد، وعملية التسوق من الأنترنت تكون للمنتجات والخدمات التي يصعب الوصول إليها أما المنتجات الأخرى فيذهبون بانفسهم لشرائها لقرب المسافة.

أما فيما يخص تحديد مصادر توريدهم بالاحتياجات والخدمات الضرورية من الأنترنت، فإن البعض منهم قاموا بتحديد مصادرهم، وأنهم استطاعوا أحيانا أن يقوموا بالمفاضلة بين الموردين الذين اتصلوا بهم هاتفيا، ويتعرفون على نوعية خدماتهم، ومن ثم يقومون بتحديد احتياجاتهم وطلبها من الموقع الالكتروني أو هاتفيا، لكن عملية التسديد وتسوية الفاتورة فهم لم يقوموا ابدا بالانتقال إلى عملية الدفع الالكتروني وتسديد مقتنياتهم قبل أن استلمها، بل أن بعضهم قام بالدفع نقدا عند استلام مقتنياتهم يدا بيد، ولم يكونوا راضين على نوعية الخدمات والمنتجات التي اشتروها عبر الأنترنت، فقد أن التسهيلات التي قدمتها المواقع الشرائية دفعت أغلبهم لتكرار عملية الشراء عبر الإنترنت، رغم أنه كانت لدى أغلبهم تجربة جيدة في الشراء عبر الأنترنت، أن أغلبهم سيستمرون بالشراء عبر الإنترنت حتى بعد انتهاء أزمة كورونا.

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات:

وهنا يتم عرض علاقة التأثير بين متغيرات الدراسة الرئيسية باستعمال الأساليب الإحصائية التحليلية، وذلك لغرض اختبار الفرضيات المتعلقة بعلاقات الارتباط، كما يتم استعمال الأساليب الإحصائية التحليلية لغرض قياس أثر المتغيرات الرئيسية.

المطلب الاول: مناقشة الفرضية الرئيسية:

حيث تضمنت هذه الفرضية مايلي: "هناك علاقة تأثير موجبة ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين تداعيات كوفيد 19 والسلوك الشرائي لعمال قطاع الصحة بولاية بسكرة".
ومن أجل اختبار هذه الفرضية التي تعتبر جوهر البحث لا بد أولاً التأكد من صلاحية النموذج لإختبار هذه الفرضية، وذلك بالإعتماد على نتائج تحليل التباين الانحدار (Analysis of variance) بالإضافة إلى تحليل معامل الإنحدار الخطي البسيط وذلك لتحديد درجة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

الجدول رقم (14): نتائج تحليل الإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار أثر كوفيد 19 على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري لعينة الدراسة.

مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (F)	معامل التحديد (R^2)	مستوى الدلالة (F)
الإنحدار	1	3.497	3.497	20.187	0.234	0.000
الخطأ	66	11.434	0.173			
المجموع	67	14.932				

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات الSpss

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (13) يتضح أن قيمة مستوى الدلالة (F) والبالغة (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة المفروض والذي يبلغ ($\alpha \leq 0.05$) وأن قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (20.187) اكبر من قيمتها الجدولة وبناءا عليه نستنتج أن النموذج صالح لإختبار هذه الفرضية ويتضح من الجدول نفسه أن أزمة الكورونا والدوافع النفسية والاجتماعية تفسر على نحو عام ما مقداره 23.4% من التباين في المتغير التابع (السلوك الشرائي للمستهلكين) وهي درجة تفسيرية ليست بالكبيرة بمعنى ان هناك عوامل اخرى تؤثر في السلوك الشرائي للمستهلك.

الجدول رقم (15): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لإختبار أثر كوفيد 19 على السلوك الشرائي للمستهلك

وجود الأثر	مستوى الدلالة (T)	معامل التحديد (R^2)	الارتباط R	T المحسوبة	β	
لا	0.124	0.234	0.484	1.560	0.527	الثابت
نعم	0.000			4.493	0.651	كوفيد 19 (كورونا)

المصدر: من اعداد الطالب بناء على مخرجات الSpss

يتضح من خلال الجدول رقم (14)، أنه يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لكوفيد 19 (الكورونا) على السلوك الشرائي للمستهلك لدى العاملين في المؤسسات محل الدراسة، وذلك استنادا إلى أن قيمة (T) المحسوبة والبالغة (0.651) أكبر من قيمتها المجدولة، كما تشير قيمة (R) إلى أن قوة الارتباط بين هذه المتغيرات بلغت (0.484) أي أن هناك علاقة طردية متوسطة بين المتغيرين فيما فسر المتغير المستقل كوفيد19 حسب معامل التحديد (R^2) مامقداره 23.4% من التباين في المتغير التابع (السلوك الشرائي للمستهلك) في قطاع الصحة محل الدراسة وأن المتبقي من هذه النسبة يعود إلى الخطأ العشوائي في المعادلة، أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها، أو لإختلاف طبيعة نموذج الإنحدار على النماذج الأخرى، وبالتالي فهي قوة تفسيرية ليست بالقوية وطبقا لهذه النتائج هناك مبرر قوي لقبول الفرضية والتي تنص على أن هناك علاقة تأثير موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين كوفيد 19 والسلوك الشرائي للمستهلك لدى العاملين في المؤسسات محل الدراسة.

المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة:

تتميز الفئة المعنية بالدراسة بأنها فئة شبابية من النساء العاملين بالقطاع الصحي من ذوي الشهادات الجامعية وتمثل وظيفتهم في القطاع الصحي فيالاطباء والمعاونين الطبيين نظرا لطبيعة العمل التي تستلزم الاطباء والمساجدين الطبيين ذوي الشهادات. بينت الدراسة ان أن الفئة الغالبة هي فئة الأفراد الذين يجوزون على البطاقة الذهبية بنسبة بلغت 73.5%، أغلب أفراد عينة الدراسة وهم عمال قطاع الصحة كانوا يشعرون بالخوف المستمر من العدوى وأنهم دائما ما التزموا بالاجراءات الوقائية والتعقيم خوفا على صحتهم وخوفا على صحة المحيطين بهم البحث عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من أهل الاختصاص و من الأتترنيت، فقد كانوا دائمين البحث، في حين البعض منهم كانوا يبحثون عن تلك المعلومات من التلفاز أفراد عينة الدراسة وهم بعض عمال قطاع الصحة أنهم ولكثرة التزاماتهم العملية ترك البعض منهم صلاحية قرارات الشراء لأحد أفراد عائلتهم

خلاصة الفصل الثاني:

استعرضنا في هذا الفصل طبيعة الدراسة الميدانية وكيفية إجرائها حيث تطرقنا إلى تحليل وتفصيل الإطار المنهجي وذلك بتحديد المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة وكذا تحديد مجتمع وعينة الدراسة وأهم المفاهيم والطرق الإحصائية المستخدمة، ثم تطرقنا إلى بناء وتصميم أداة الدراسة، وبعد ذلك تطرقنا إلى إختبارات الصلاحية.

كما استعرضنا وصف وتحليل متغيرات الدراسة، وذلك من خلال عرض وتحليل أهم المتغيرات الشخصية والوظيفية، بالإضافة إلى معرفة مستوى إدراك متغيرات الدراسة من تداعيات أزمة كوفيد19 وسلوكيات الشراء لعمال قطاع الصحة بولاية بسكرة.

وقد خالصنا في هذا الفصل إلى أنه:

- أزمة الوباء كورونا قد اثرت على الجوانب النفسية والاجتماعية على عمال قطاع الصحة بولاية بسكرة.
- دفعت الكورونا ببعض افراد العينة الى تغيير سلوكهم الشرائي والبحث عن طرق أكثر أمانا وهو التسوق عبر الانترنت.
- هناك علاقة ذات تأثير معنوي لتدعيات ازمة كوفيد-19 على سلوكيات الشراء لعمال الصحة بولاية بسكرة
- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لكوفيد 19 (الكورونا) على مراحل الشراء للمستهلك لدى العاملين في المؤسسات محل الدراسة.
- ظهور جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 له دور قوي في تغير اتجاهات الافراد ونيتهم الشرائية.
- لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول سلوكياتهم الشرائية وظهور جائحة كورونا تعزى للمتغيرات الديموغرافية وهي (الجنس، السن، المهنة).

الخاتمة

خاتمة عامة

من خلال تتبع مجريات الدراسة التي كان الغرض منه هو رصد سلوكيات الفرد الجزائري جراء تفشي جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد - 19، والتي تم تناولها في شقيها النظري والتطبيقي أين تم التوصل مجموعة من النتائج من بينها نذكر:

- أنه في أغلب الأحيان يصاحب ظهور أمراض مزمنة أو أوبئة وكذلك حدوث أي كوارث أو أزمات تغيرات كبيرة وجذرية على السلوك العام للبشر وعلى مختلف الأصعدة، وهو ما حدث بالفعل مع ظهور فيروس كورونا المستجد «كوفيد - 19» الذي ظهر مؤخرا في الصين وانتقل منها إلى باقي دول العالم بسرعة مرعبة، إذ أحدث العديد من التغيرات في السلوك البشري على مختلف الأصعدة، وتحديدًا في السلوك الشرائي لديهم؛ ومن خلال الدراسة الميدانية أيضا والتي قادتنا للتعرف على سلوكيات عينة من أفراد المجتمع الجزائري الشرائية نتيجة هاته لجائحة، ومن خلال الإجابة على إشكالية الدراسة واختبار فرضياتها تم الخروج بالنقاط التالية:

- من خلال تتبع نتائج ما تضمنت هذه الفرضية مايلي: "هناك علاقة تأثير موجبة ذا دلالة احصائية بين تداعيات كوفيد 19 والسلوك الشرائي لعمال قطاع الصحة بولاية بسكرة

- ومن خلال تتبع نتائج الفرضية أن هناك علاقة طردية متوسطة بين المتغيرين ومن خلال تتبع وتصفح الدراسة التي تم القيام بها. وعلى ضوء نتائج الاستبانة المتحصل عليها يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات والتوصيات تتمثل في النقاط التالية:

- تشجيع عملية التوصيل المنزلي باعتبار إحدى قنوات التوزيع الفعالة بالنسبة للمستهلك النهائي خاصة في ظل ظروف كهذه؛

- ددع السلوكيات الصادرة من التجار خاصة ما تعلق باحتكار المواد الاستهلاكية ؛

- دعم إنشاء المتاجر الرقمية وعملية الدفع الرقمي لمجابهة أزمات كهذه.

- دعم إنشاء المتاجر الرقمية وعملية الدفع الرقمي لمجابهة أزمات كهذه.

- دعم الثقة بين المواطن والجهات المسؤولة على عملية تموين المواد الاستهلاكية

وفي الاخير اتقدم بالتوصية التالية :

ضرورة تاصيل المفاهيم النظرية المتعلقة بالسلوك الشرائي وسلوك تسوق الفرد الجزائري ، إضافة الى التطرق إلى أهم الأنماط ذات الصلة بفيروس كورونا وتداعياته الاقتصادية ، وهو ما سيساهم في تشكيل خلفية علمية يمكن ان تفيد بإثراء الجوانب المختلفة للبحوث التسويقية مستقبلا.

قائمة المراجع

المراجع :

أولا : اللغة العربية

أ- الكتب

- 1- احمد ماهر، السلوك التنظيمي، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1988
- 2- ابراهيم بلحيمر، اسس التسويق، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008
- 3- ابو قحف عبد السلام، كيف تسيطر على الاسواق (تعلم من التجربة اليابانية) الدار جامععية، مصر، 2008
- 4- إسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999، -
- 5- أمّن علي عمر، قراءات في سلوك المستهلك، الدار الجامعية، الإسكندرية 2006
- 6- ثامر البكري، " التسويق أسس ومفاهيم معاصرة " دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الاردن 2007.
- 7- سمية حداد، التسويق، الصفحات العالمية الزرقاء، الجزائر، 2009
- 8- عايدة نحلة رزق الله، سلوك المستهلك والاستراتيجيات التسويقية (منهج بيئي اجتماعي) مكتبة عين الشمس، الاردن ، 1998
- 9- عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك (عوامل التأثير النفسية)، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعة، الجزائر، 2003.
- 10- فهد سليم الخطب، مُجد سلمان عواد، مبادئ التسويق (مفاهيم اساسية)، الطبعة الاولى، دار الفكر للنشر، الاردن، 2000.
- 11- مُجد الصيرفي، " التسويق " دار وفاء للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، بدون سنة.
- 12- مُجد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك (مدخل استراتيجي)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الرابعة، 2004
- 13- مُجد صالح المؤذن ، سلوك المستهلك، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان-1997-
- 14- محمود جاسم الصميدعي ، رذنية عثمان يوسف، إدارة التسويق ، طبعة ثانية ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان، 2007
- 15- نظام موسى - شفيق إبراهيم حداد، التسويق (مفاهيم معاصرة)، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2006
- 16- نزار عبد المجيد البروازي واحمد مُجد فهمي البرنجي ، إستراتيجية التسويق (المفاهيم ، أسس وظائف) طبعة اولى ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2000،
- 17- فليب كوتلر، جاري أرمسترنج، سياسات التسويق، تعريف سرور علي إبراهيم سرور، ج1، دار المريخ، السعودية، 2008.

ب- المذكرات

- 1- إكرام مرعوش ، مدى تأثير الإعلان على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2008- 2009
- 2- حجوطي سمية، نامون حميدة، تنشيط المبيعات ودورها في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك النهائي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، جامعة اكلي محند اواحاج، البويرة 2012،
- 3- زعراط سهام ، فراش فهيمة ، تأثير تنشيط المبيعات على القرار الشرائي للمستهلك النهائي ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ، تخصص تسويق وتجارة دولية ، جامعة اكلي محند اواحاج البويرة ،
- 4- عصام سليمان ، صورة المؤسسة وأثرها على القرار الشرائي ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسويق ، تخصص تسويق ، قسم علوم التسويق ، جامعة ورقلة ، 2009 ،
- 5- مشري مُجد، أثر تنشيط المبيعات على اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي، مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة اكلي محند اواحاج، البويرة، 2014-2015

6- بن بيمين كمال، تأثير التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري، مذكرة الماجستير، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011،

ت- المجالات والبحوث

- 1- بن يعقوب الطاهر، مجلة العلوم الانسانية، دور سلوك المستهلك في تحسين القرارات التسويقية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السادس، جوان 2004
- 2- بلعبدون عواد، آليات المحافظة على مناصب العمل في ظل ازمة جائحة كورونا، مجلة قانون العمل والتشغيل مستغانم (الجزائر) المجلد 05 العدد 1 جوان 2020،
- 3- عبد المجيد لخداري، سعاد خلوط، المسؤولية الجزائية المترتبة عن مخالفة التدابير الوقائية لمواجهة فيروس كورونا في التشريع الجزائري، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد 5 العدد 2 خنشلة (الجزائر) 05 أكتوبر 2020،
- 4- عطاب يونس، تدابير وقائية لحماية الصحة العمومية من وباء كوفيد-19، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد الثاني ادرار (الجزائر) جوان 2020،
- 5- فريدة فلاك، أرقام وإحصائيات حول أزمة كورونا الحديثة وتداعياتها على الاقتصاديات الكبرى في العالم، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد الثاني بسكرة (الجزائر)، جوان 2020،
- 6- سمير يوعيسى، انعكاسات جائحة كوفيد 19 على حرية التنقل وممارسة النشاط الاقتصادي بالجزائر، مجلة المفكر للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 3 العدد 3 الجزائر 15-09-2020،
- 7- يجياوي لخضر، journal of economic growth and entrepreneurship jege 2020 vol 4 n2،

ثانيا: اللغة الأجنبية

أ- الكتب

- 1- amine abd el majid : le comportement du consommateur face aux variable d'action marketing management , paris , 1999 :
- 2- paul van vracem - Matine Janssens_umflat-, comportement du consommateur (facteur d'influence externe: famille, groupes, culture. Économie et entreprise) edition Deboeck-wesmael.s.a, 1994
- 3- kamel chikhi , l'impact de la crise sanitaire du covid-19 sur le comportement de consommation des algeriens , revue d'etudes en management et finance d'organisation algerie N°12 Janvier 2021

ث- المواقع الالكترونية

1- <https://www.emaratalyoum.com/business/local/2020-11-01-1.1416807>

قائمة الملاحق

الاستبيان

في إطار التحضير لمذكرة ماستر تسويق صناعي بعنوان تأثير كوفيد 19 على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري، بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بجامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعرييج، تم إعداد هذا الاستبيان لاستكمال الجزء التطبيقي، فنتمنى مساعدتكم في الإجابة على الاستبيان، حيث ستحاط اجابتم بكل سرية، فالرجاء اختيار الإجابة التي تنطبق على حالتكم والقيام بوضع إشارة (X) مقابل كل عبارة من العبارات التالية:

I. البيانات الشخصية:

- [1] ن: ذكر أنثى.
- [2] العمر: من 35 سنة إلى سنة من 46 سنة إلى سنة أكثر من سنة
- [3] المؤهل العلمي: السنة الثالثة ثانوي وما ذلك
شهادة التكوين المتخصص الش بي
شهاد عية
- [4] المسمى الوظيفي: عا ني عا ري معا بي ب
- [5] نوع بطاقتك للدفع الالكترونية:
بطاقة دفع محلية (البطاقة الذهبية)
 بطاقة دفع دولية (فيزا كارت)
 بطاقات الدفع من خلال الانترنت
- [6] هل قمت بالتسوق عبر الانترنت لا

II. الجزء الأول: كورونا والدوافع النفسية والاجتماعية

الرقم	العبارة	غير موافق	محايد	موافق
[1]	أشعر بالخوف المستمر من الإصابة بالعدوى			
[2]	التزمت بالإجراءات الوقائية والتعقيم خوفا على صحتي.			
[3]	لتزمت بالإجراءات الوقائية والتعقيم خوفا على صحة المحيطين بي.			
[4]	التزمت بالحجر الصحي داخل مكان العمل.			
[5]	التزمت بالتباعد الصحي داخل البيت			

			[6] التزمت بالتباعد الاجتماعي عن العائلات وعدم حضور المناسبات.
			[7] كنت دائم البحث عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من أهل الاختصاص
			[8] كنت دائم البحث عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من التلفاز
			[9] كنت دائم البحث عن معلومات حول طرق الوقاية الصحية من الأنترنت
			[10] ظروف الحظر التي فرضتها الدولة، قلصت وقت تسوقي.
			[11] شعرت بالارتباك من التسوق والاحتكاك بعامة الناس
			[12] شعرت بالارتباك من ندرة المواد الغذائية في المحلات
			[13] توقعت عدم توفر بعض المنتجات في المتاجر الفعلية
			[14] توقعت بأن مخزوني من الغذاء سوف ينفذ في المستقبل
			[15] ما أشاهده من نسب الإصابة دفعني للشراء بكثرة.
			[16] ندرة المنتجات والخدمات المتاحة جعلتني أتوجه بسرعة كبيرة للشراء عبر الإنترنت
			[17] عدم توفر السلع في المتاجر الفعلية وتوافرها دفعني بشدة للشراء من خلال المواقع الإلكترونية

.III الجزء الثاني: السلوك الشرائي للمستهلكين

الرقم	العبرة	غير موافق	محايد	موافق
[18]	لكثرة التزاماتي العملية تركت صلاحية قرارات الشراء لأحد أفراد عائلتي.			
[19]	قمت بتوكيل صلاحيات قرار الشراء لأحد أفراد عائلتي خلال أزمة الوباء فقط.			
[20]	عملية الشراء كانت تتم عند الحاجة ولشراء الضروريات فقط.			

			[21] قبل الشراء يتم تحديد احتياجات العائلة بدقة وتنظيم أولوياتها.
			[22] تم تغيير قائمة احتياجات أسرتي وأولويات شرائها بسبب الوباء.
			[23] قمنا بالشراء من الأنترنت للاستفادة من التسهيلات المرتبطة بالدفع.
			[24] كنا دائمى البحث عن معلومات حول المحلات التجارية الكترونية من الأنترنت
			[25] تقييم زملائي ومعارفي الإيجابي للشراء عبر النت دفعني للشراء عبر الإنترنت
			[26] لم يختلف الوضع كثيرا حيث إننا كنا نقوم بالشراء عبر الإنترنت قبل الأزمة
			[27] قمنا بتحديد مصادر توريدنا بالاحتياجات والخدمات الضرورية من الأنترنت
			[28] مشترياتى الحالية فاقت مشترياتى لفترات التي سبقت ظهور وباء كورونا فيروس المستجد.
			[29] نقوم بشراء بعض المنتجات عبر الإنترنت خاصة إذا كانت في أماكن بعيدة، والبعض الآخر اذهب بنفسى لشرائه لقرب المسافة.
			[30] تمكنا من المفاضلة بين الموردين الذين اتصلت بهم هاتفيا، وتعرفت على نوعية خدماتهم.
			[31] بعدها قمنا بتحديد احتياجاتنا وطلبها من الموقع الإلكتروني أو هاتفيا.
			[32] ثم انتقلت إلى عملية الدفع الإلكتروني وتسديد مقتنياتى قبل أن استلمها.
			[33] بل قمت بالدفع نقدا عند استلام مقتنياتى يدا بيد.
			[34] لم أكن راض على نوعية الخدمات والمنتجات التى اشتريتها عبر

			الأنترنت.	
			التسهيلات التي قدمتها المواقع الشرائية دفعتني لتكرار عملية الشراء عبر الإنترنت	[35]
			تجربتي في الشراء عبر الأنترنت كانت جيدة.	[36]
			سأقوم بالشراء عبر الإنترنت حتى بعد انتهاء أزمة كورونا	[37]

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,785	17

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,883	20

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,892	37

Frequencies

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	13	19,1	19,1	19,1
	انثى	55	80,9	80,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	من 45-35 سنة	61	89,7	89,7	89,7
	من 56-46 سنة	3	4,4	4,4	94,1
	اكثر من 56 سنة	4	5,9	5,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

المؤهل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الثالثة ثانوي وما دون ذلك	7	10,3	10,3	10,3
	شهادة التكوين المتخصص الشبه الطبي	14	20,6	20,6	30,9
	شهادة جامعية	47	69,1	69,1	100,0

Total	68	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

الوظيفة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عامل مهني	23	33,8	33,8	33,8
عامل اداري	16	23,5	23,5	57,4
معاون طبي	22	32,4	32,4	89,7
طبيب	7	10,3	10,3	100,0
Total	68	100,0	100,0	

البطاقة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid (بطاقة الدفع محلية (الذهبية)	50	73,5	73,5	73,5
(بطاقة الدفع دولية (فيزا كارت	6	8,8	8,8	82,4
بطاقة الدفع من خلال الانترنت	12	17,6	17,6	100,0
Total	68	100,0	100,0	

_net التسوق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	45	66,2	66,2	66,2
لا	23	33,8	33,8	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Frequencies

x1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	10,3	10,3	10,3
	محايد	14	20,6	20,6	30,9
	موافق	47	69,1	69,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	3	4,4	4,4	4,4
	محايد	3	4,4	4,4	8,8
	موافق	62	91,2	91,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	3	4,4	4,4	4,4
	محايد	4	5,9	5,9	10,3
	موافق	61	89,7	89,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	8	11,8	11,8	11,8

محايد	15	22,1	22,1	33,8
موافق	45	66,2	66,2	100,0
Total	68	100,0	100,0	

x5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	22	32,4	32,4	32,4
	محايد	16	23,5	23,5	55,9
	موافق	30	44,1	44,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	10,3	10,3	10,3
	محايد	8	11,8	11,8	22,1
	موافق	53	77,9	77,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	12	17,6	17,6	17,6
	محايد	12	17,6	17,6	35,3
	موافق	44	64,7	64,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	20	29,4	29,4	29,4
	محايد	15	22,1	22,1	51,5
	موافق	33	48,5	48,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	9	13,2	13,2	13,2
	محايد	10	14,7	14,7	27,9
	موافق	49	72,1	72,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	10,3	10,3	10,3
	محايد	13	19,1	19,1	29,4
	موافق	48	70,6	70,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	غير موافق	9	13,2	13,2	13,2
	محايد	11	16,2	16,2	29,4
	موافق	48	70,6	70,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	20	29,4	29,4	29,4
	محايد	19	27,9	27,9	57,4
	موافق	29	42,6	42,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	14	20,6	20,6	20,6
	محايد	13	19,1	19,1	39,7
	موافق	41	60,3	60,3	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	28	41,2	41,2	41,2
	محايد	20	29,4	29,4	70,6
	موافق	20	29,4	29,4	100,0

Total	68	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

x15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	45	66,2	66,2	66,2
	محايد	14	20,6	20,6	86,8
	موافق	9	13,2	13,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	39	57,4	57,4	57,4
	محايد	18	26,5	26,5	83,8
	موافق	11	16,2	16,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

x17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	38	55,9	55,9	55,9
	محايد	13	19,1	19,1	75,0
	موافق	17	25,0	25,0	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	17	25,0	25,0	25,0
	محايد	14	20,6	20,6	45,6
	موافق	37	54,4	54,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	18	26,5	26,5	26,5
	محايد	12	17,6	17,6	44,1
	موافق	38	55,9	55,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	8	11,8	11,8	11,8
	محايد	8	11,8	11,8	23,5
	موافق	52	76,5	76,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	10,3	10,3	10,3
	محايد	10	14,7	14,7	25,0

موافق	51	75,0	75,0	100,0
Total	68	100,0	100,0	

y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	17	25,0	25,0	25,0
	محايد	16	23,5	23,5	48,5
	موافق	35	51,5	51,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	37	54,4	54,4	54,4
	محايد	12	17,6	17,6	72,1
	موافق	19	27,9	27,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	33	48,5	48,5	48,5
	محايد	14	20,6	20,6	69,1
	موافق	21	30,9	30,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	33	48,5	48,5	48,5
	محايد	13	19,1	19,1	67,6
	موافق	22	32,4	32,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	35	51,5	51,5	51,5
	محايد	11	16,2	16,2	67,6
	موافق	22	32,4	32,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	33	48,5	48,5	48,5
	محايد	16	23,5	23,5	72,1
	موافق	19	27,9	27,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	غير موافق	34	50,0	50,0	50,0
	محايد	14	20,6	20,6	70,6
	موافق	20	29,4	29,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	24	35,3	35,3	35,3
	محايد	9	13,2	13,2	48,5
	موافق	35	51,5	51,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	28	41,2	41,2	41,2
	محايد	18	26,5	26,5	67,6
	موافق	22	32,4	32,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	32	47,1	47,1	47,1
	محايد	12	17,6	17,6	64,7
	موافق	24	35,3	35,3	100,0

Total	68	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	38	55,9	55,9	55,9
	محايد	15	22,1	22,1	77,9
	موافق	15	22,1	22,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	24	35,3	35,3	35,3
	محايد	10	14,7	14,7	50,0
	موافق	34	50,0	50,0	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	31	45,6	45,6	45,6
	محايد	26	38,2	38,2	83,8
	موافق	11	16,2	16,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	غير موافق	30	44,1	44,1	44,1
	محايد	16	23,5	23,5	67,6
	موافق	22	32,4	32,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	18	26,5	26,5	26,5
	محايد	21	30,9	30,9	57,4
	موافق	29	42,6	42,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

y20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	21	30,9	30,9	30,9
	محايد	18	26,5	26,5	57,4
	موافق	29	42,6	42,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
x1	68	2,59	,674
x2	68	2,87	,454
x3	68	2,85	,466
x4	68	2,54	,700

x5	68	2,12	,873
x6	68	2,68	,657
x7	68	2,47	,782
x8	68	2,19	,868
x9	68	2,59	,717
x10	68	2,60	,672
x11	68	2,57	,719
x12	68	2,13	,845
x13	68	2,40	,813
x14	68	1,88	,838
x15	68	1,47	,722
x16	68	1,59	,758
x17	68	1,69	,851
y1	68	2,29	,847
y2	68	2,29	,865
y3	68	2,65	,686
y4	68	2,65	,664
y5	68	2,26	,840
y6	68	1,74	,874
y7	68	1,82	,880
y8	68	1,84	,891
y9	68	1,81	,902
y10	68	1,79	,856
y11	68	1,79	,873
y12	68	2,16	,924
y13	68	1,91	,859

y14	68	1,88	,907
y15	68	1,66	,822
y16	68	2,15	,919
y17	68	1,71	,734
y18	68	1,88	,873
y19	68	2,16	,822
y20	68	2,12	,856
X	68	2,3080	,35120
Y	68	2,0287	,47208
Valid N (listwise)	68		

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,484 ^a	,234	,223	,41623

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,497	1	3,497	20,187	,000 ^b
	Residual	11,434	66	,173		
	Total	14,932	67			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
		Beta				
1	(Constant)	,527	,338		1,560	,124
	X	,651	,145	,484	4,493	,000

a. Dependent Variable: Y