جامعة قاصدي مرباح–ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

مقدمة من طرف:

شفاء تمار

صليحة خضران

بعنوان:

دور جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية في الجزائر على موقع فيسبوك

دراسة مسحية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر علوم اعلام واتصال

نوقشت وأجيزت بتاريخ: 2022/06/15

الأستاذ (ة): مسعودة بايوسف	أستاذ محاضرة (ب)	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
الأستاذ (ة): مُحَمَّد الطيب زاوي	أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا
الأستاذ (ة): حميدة نواصرية	أستاذ محاضرة (ب)	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

جامعة قاصدي مرباح–ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

مقدمة من طرف:

شفاء تمار

صليحة خضران

بعنوان:

دور جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية في الجزائر على موقع فيسبوك

دراسة مسحية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر علوم اعلام واتصال

نوقشت وأجيزت بتاريخ: 2022/06/15

الأستاذ (ة): مسعودة بايوسف	أستاذ محاضرة (ب)	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
الأستاذ (ة): مُحَمَّد الطيب زاوي	أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا
الأستاذ (ة): حميدة نواصرية	أستاذ محاضرة (ب)	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

إهـــداء

الحمد لله رب العالمين حمدا كثيرا طيّبا مباركا فيه، والصّلاة والسّلام على حبيبنا وقرّة أعيننا محمّد وعلى آله وصحبه أجمعين، أمّا بعد:

الحمد لله الّذي وفّقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا التعليميّة بمذكّرتنا هاته، ثمرة الجهد والنّجاح بفضله تعالى، مهداة للوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا لدربي.

لكلّ العائلة الكريمة الّتي ساندتني ولا تزال من إخوة وأخوات، وأخصّ بالذّكر أختي الأستاذة آمال.

إلى رفيقات العمر اللّاتي قاسماني المشوار رعاهم الله ووفّقهم لكل خير.

إلى كلّ مسيّري قسم علوم الإعلام والاتّصال، من أساتذة وإداريين وجميع دفعة 2022م.

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي، وإلى كلّ أحبّتي في الله.

" صليحـــــة"

rawpixel

شكـــر وعرفـــان

{وَقُل رَّبِّ أَدْخِلْنِي مُدْخَلَ صِدْقٍ، وَأَخْرِجْنِي مُخْرَجَ صِدْقٍ، وَاجْعَل لِّي مِن لَّدُنكَ سُلْطَانًا نَّصِيرًا} صدق الله العظيم

(سورة الإسراء/ الآية 80)

أوّل من يشكر ويحمد آناء اللّيل وأطراف النّهار، هو العلّيّ القهّار الأوّل والآخر، الظّاهر والباطن، الّذي أغرقنا بنعمه الّتي لا تحصى، وأغدق علينا برزقه الّذي لا يفنى، وأنار دروبنا دائما، فله الحمد والثّناء العظيم. هو الّذي أنعم علينا إذ أرسل فينا عبده ورسوله " محمّد بن عبد الله " عليه أزكى الصّلوات وأطهر التّسليم، أرسل بقرآنه المبين، فعلّمنا ما لم نعلم، وحثّنا على طلب العلم أينما وجد.

فالله الحمد والشّكر كلّه أن وفّقنا وألهمنا الصّبر على المشاق الّتي واجهتنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

نتقدّم بالشّكر الجزيل إلى من كان خير سند لنا طيلة حياتنا من تشجيع ودعاء وصبر وعطاء " **الوالد العزيز**"، نحمد الله على أنّك من رسّخ بأعماق ذواتنا الّتي هي زادنا الأمثل، لنكمّل بها مسيرتنا رأسا شامخا نعتزّ بأنّنا ممّن تربّينا على يديك.

ونشكر " **الوالدة الحبيبة**" القلب الحنون الّتي دعمتنا بدعواتها الصّادقة، وخفّفت عنّا الجهد والتّعب جعل الله ما قامت به في ميزان حسناتها، وأمدّ في عمرها على عمل صالح، وأعاننا على برّها.

والشّكر موصول إلى كلّ معلّم أفادنا من أوّل المراحل الدّراسيّة حتّى هذه اللّحظة.

كما يسرّنا ويشرّفنا أن نسطّر كل عرفان بالجميل إلى الأستاذ المشرف " **الزّاوي محمّد الطيّب**" الّذي كان لنا عونا من بداية المشوار لآخره، وأفادنا بعلمه لتقويم مذكّرتنا، وأمدّنا بنصائحه وإرشاداته القيّمة الّتي كانت لنا بمثابة النّور المضيء في الظّلمة. فإليه نتوجّه بجزيل الشّكر والامتنان على مجهوداته العظيمة.

وختاما نسأل اللّه العليّ القدير أن يكون هذا العمل المتواضع خالصا لوجه اللّه تعالى، وأن يجعله علما نافعا، ويسهّل لنا به طريقا إلى الجنّة، وما يسعنا إلّا أن ندعو اللّه أن يرزقنا السّداد والرّشاد، والعفاف، والغنى، وأن يجعلنا هداة مهتدين.

"صليحة خضران"

" شفاء تمّار"

ملخّص الدّراسة:

هدفت دراستنا إلى معرفة كيفيّة مساهمة الغلق الكلّي في انتعاش التّجارة الكترونيّا في ظل كوفيد 19 في الجزائر على صفحات فيسبوك، وقد تمّ اعتمادنا على المنهج المسحي، مستخدمين أداة الاستبيان الالكتروني وتوزيعه على عيّنة عرضيّة من طلبة سنة 2 ماستر قسم علوم إعلام واتّصال، قدّر عددها بـ 54 مفردة للتحرّي على مدى اعتماد الطّلبة المستخدمين على صفحات فيسبوك الخاصّة بالتّجارة الالكترونيّة. والوقوف على المخاوف الّتي تحول دون اعتمادهم على الأساليب التّقليديّة للتّجارة.

وتوصّلنا من نتائج في دراستنا أوّلا إلى أنّ الغلق الكلّي في فترة الجائحة كان له دور إيجابي على السّلوك الشّرائي لدى المستخدمين الطلبة، وذلك نتيجة الاستخدام المكثّف لصفحات التّجارة الالكترونيّة عبر فيسبوك ولجوئهم لها في كل الأوقات تعويضا عن الأساليب التّقليديّة للتّجارة. كما استنتجنا أنّ كثرة لجوء المواطنين للصّفحات الالكترونية على فيسبوك، وتطبيقهم للإجراءات الوقائيّة المفروضة عليهم كان من وراء حصولهم على متطلّباتهم الأساسيّة بسهولة وبطرق صحيّة وآمنة. ويكمن السّبب وراء ذلك في زيّادة تفاعل المتابعين مع صفحات ومنشورات التّجارة الالكترونيّة ومشاركتها. وأخيرا دور كورونا في توفير المنتجات النّادرة على صفحات فيسبوك بات واضحا ممّا زاد اهتمام مستخدميه في ظل الجائحة من خلال الإقبال المتزايد على شراء المنتجات الأساسيّة في الحياة اليوميّة وخاصّة الصيدلانيّة منها والغذائيّة عبر الوسيط الالكتروني فيسبوك.

الكلمات المفتاحيّة: جائحة كورونا – التّجارة الالكترونيّة – موقع فيسبوك.

Abstract

Our study aimed to find out how the total closure during the Corona period contributed to the recovery of electronic commerce in algeria on facebook pages.

Facebook for electronic commerce; and standing on the concerns that prevent its reliance on traditional commerce.

From the results of our study first; we concluded that the total closure during the pandemic period had a positive role on the purchasing behavior of student users; as a result of the extensive use of e- commerce pages via facebook; and their resort to it often in compensation for traditional methods of commerce. Secondly; we concluded that the frequent resort of citizens to electronic pages on facebook; and their application of the preventive measures imposed on them; was behind their obtaining their basic requirements only electronically; easily and in security ways; and fanally; the role of corona in providing rare products on facebook pages is the increasing demand towards buying the necessary products in daily life. Especially the pharmaceutical and food ones; through the electronic medium; facebook.

قائمة المحتويات

العنوان	الصفحة
الاهداء	II
الشكر	IV
الملخص	V
قائمة المحتويات	VII
قائمة الجداول	IX
قائمة الأشكال	X
قائمة الملاحق	XI
المقدمة	ب-د
الفصل الأول:	
تمهيد	03
إشكالية الدراسة	04
تساؤلات الدراسة	04
أسباب اختيار الموضوع	04
اهداف الدراسة	05
أهمية الدراسة	05
منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات	05
مجتمع البحث وعينة الدراسة	07
حدود الدراسة	08
تحديد مفاهيم الدراسة	09
الدراسات السابقة	13
المقترب النظري للدراسة	19
خلاصة الفصل	22
الفصل الثاني:	
تمهيد	24
خصائص عينة الدراسة	25

التعليق على الجداول	**25**
مناقشة نتائج الدراسة	**35**
النتائج العامة	**38**
خاتمة	**41**
قائمة المراجع والمصادر	**43**
الملاحق	**47**

قائمة الجداول

العنوان	الصفحة
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 01	25
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 02	25
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 03	26
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 04	26
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 05	27
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 06	27
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 07	28
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 08	28
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 09	29
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 10	29
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 11	30
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 12	30
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 13	31
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 14	32
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 15	32
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 16	33
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 17	34
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 18	34
توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 19	35

قائمة الأشكال

العنوان	الصفحة
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 01	25
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 02	25
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 03	26
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 04	26
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 05	27
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 06	27
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 07	28
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 08	28
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 09	29
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 10	29
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 11	30
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 12	30
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 13	31
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 14	32
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 15	32
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 16	33
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 17	34
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 18	34
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 19	35

قائمة الملاحق

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
01	قائمة الأساتذة المحكمين	47
02	استمارة الاستبيان	47
03	مخرجات برنامج SPSS	51

المقدمة

مقدّمة

أدّى التّطوّر السّريع للأجهزة اللاسلكيّة وشبكات الهاتف والبرمجيّات الحاسوبيّة لظهور فرص جديدة لتكنولوجيا جديدة. ومع تطوّر هذه الأخيرة وتقدّم وعي المستخدمين، أصبحت المعاملات الشّرائيّة تتمّ بطريقة إلكترونيّة، بعيدا عن وسائل الماضي التّقليديّة، بحيث 75% من سكّان العالم يمتلكون الهواتف المحمولة، و53% منها لديهم هواتف ذكيّة، ومع ظهور وسائل التّواصل الاجتماعي، أصبح مجتمعنا أكثر ارتباطا، بحيث يتيح لنا التّواصل مع بعضنا، وتصفّح الإنترنت وأيضا إجراء عمليّات الشّراء عبر الانترنت، هاته العمليّات الّتي شهدت تحوّلا على مرّ السّنين.

يمكن تعريف التّجارة عبر الهاتف المحمول ومواقع التّواصل الاجتماعي على أنّها جميع الأعمال والأنشطة الّتي تتمّ عبر الأجهزة السّلكيّة واللاسلكيّة أو الأجهزة المحمولة وغيرها من الأجهزة الحديثة المستخدمة في التّجارة عن بعد، من حيث قدرة هذه الأخيرة الارتباط بالإنترنت في أيّ مكان، ومن ثمّ الحصول على جميع الخدمات الّتي توفّرها شبكة الانترنت. وقد ظهرت التّجارة الإلكترونيّة منذ ثلاثة عقود مضت، ثمّ تطوّر مفهومها خلال الرّبع الأخير من القرن الماضي، بتطوّر الأجهزة الالكترونيّة، حيث تخدم مصالح المستهلك ورغباته، ومع تقدّم الصّناعة ووسائل الاتّصال – سواء المسموعة منها أو المرئيّة–تحوّل العالم إلى مجموعة من الدّول والشّعوب القريبة، رغم البعد المكاني بينها، وصار يتسنّى لها أن تطّلع على كلّ المنتجات والاختراعات الحديثة في كلّ دول العالم عن طريق وسائل الإعلام من خلال الإعلانات الّتي تقدّمها.

وتعتبر التّجارة الإلكترونيّة ذات أهميّة خاصّة لكلّ من المنتجين والمستهلكين خاصّة في الدّول النّامية الّتي من بينها الجزائر، حيث أنّها تستطيع التّغلب على الحواجز التّقليديّة للمسافة، وتوفّر من النّفقات الإداريّة، ونفقات الاتّصال والجهد وغيرها، كما أنّ معدّلات نمو التّجارة الالكترونيّة في السّنوات الماضيّة دليل واضح على أهميّة التّجارة الالكترونيّة، فقد حقّقت ما يقارب أربعة آلاف مليار دولار حجما إجماليا للتّجارة الإلكترونيّة في العالم، منها 2130 مليار دولار من خلال تجارة التّجزئة الإلكترونيّة ، تمّ تسجيلها سنة2018، بحسب منظّمة التّجارة الإلكترونيّة (E-Commerce fondation) ، رقم ضخم شهد نموّا متصاعدا خلال السّنوات العشر الأخيرة، وأصبحت معه التّجارة الإلكترونيّة مركز اهتمام عالمي.

في الوقت الّذي أثّرت فيه جائحة كورونا بالسّلب على عدّة قطاعات ذات طبيعة اقتصاديّة، إلّا أنّها بالمقابل ساهمت في إنعاش التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر، خاصّة أنّه في هذه الفترة عملت الدّولة على إطلاق

خدمات جديدة في ظلّ تطوّر استعمال تكنولوجيّات الإعلام والاتّصال والرّغبة في التّوجّه نحو الاقتصاد الرّقمي، ف بموجب القانون 18-04 المؤرّخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو 2018م، الّذي يحدّد القواعد العامّة المتعلّقة بالبريد والاتّصالات الإلكترونيّة، ج ر عدد27 المؤرّخة في 13 ماي 2018. هذا القانون الّذي وضّح المعالم التّقنيّة لبعض الأسس والوسائط الالكترونيّة المتدخّلة في إنشاء وتطوير المعاملات الإلكترونيّة، وكذا القانون رقم18-05 المؤرّخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو2018، المتعلّق بالتّجارة الالكترونيّة، أين أقرّ المشرّع الجزائري بتطبيقه في مجال المعاملات التّجاريّة الإلكترونيّة في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الالكتروني متمتّعا بالجنسيّة الجزائريّة أو شخصا معنويّا خاضعا للقانون الجزائري أو كان العقد محلّ إبرام أو تنفيذ في الجزائر. فمن خلال إصدار القانون رقم18- 05 المتعلّق بالتّجارة الالكترونيّة الّذي وضع من خلاله المشرّع الجزائري الإطار القانوني الّذي يحكم نشاط التّجارة الالكترونيّة، بحيث يندرج هذا النّص التّشريعي ضمن سيّاسة تطوير الاقتصاد الرّقمي وإرساء جو من الثّقة من شأنه أن يفضي إلى تعميم وتطوير المبادلات الالكترونيّة والرّقمنة في بلادنا على المدى المتوسّط والبعيد، ففي الواقع، يعتبر القانون رقم18-05 المتعلّق بالتّجارة الالكترونيّة، استكمالا للخارطة القانونيّة الموضوعة في السّنوات القليلة الماضيّة، للنّهوض بالاقتصاد الرّقمي في الجزائر، ويعتبر كذلك نتيجة حتميّة لما توفّر من أطر قانونيّة كان من الضّروري ضمانها لتوفير المناخ اللّازم للمرور إلى الاقتصاد الرّقمي، ويتعلّق الأمر بنصوص تشريعيّة وتنظيميّة مكمّلة من بينها المرسوم التّنفيذي رقم18-112 الّذي يحدّد نموذج مستخرج السّجل التّجاري الصّادر بواسطة إجراء إلكتروني المعدّل والمتمّم بالمرسوم التّنفيذي رقم 19-251 مؤرّخ في 16 سبتمبر 2019، وكذا المرسوم التّنفيذي رقم19-89 الّذي يحدّد كيفيّات حفظ سجلّات المعاملات الالكترونيّة، وإرسالها إلى المركز الوطني للسّجل التّجاري. تلك النّصوص تمثّل الرّكائز الأساسيّة لبناء محيط سليم للتّجارة الالكترونيّة والّتي لا يمكن تصوّر نشاط تجاري إلكتروني من دونها، والّتي تتلخّص في كل من: العقد الإلكتروني، حماية المعطيات ذات الطّابع الشّخصي، التّصديق الإلكتروني، الدّفع الالكتروني، حماية أنظمة الإعلام، الإشهار الإلكتروني.

وقد توسّع نطاق التّجارة الإلكترونيّة في أغلب دول العالم. وأصبح واضحا أنّ أسهم التّجارة التّقليديّة متقلّبة ومتدهورة، بسبب فيروس كورونا المستجد، ولهذا سنجد العديد من التّجار يهرولون نحو التّجارة عبر الانترنت، من أجل الحفاظ على أسهمهم ومجالهم التّجاري ونجاحهم في السّوق...

وتعتبر مواقع التّواصل الاجتماعي وسائط لتبادل المضامين بمختلف أنواعها، من أجل الإفادة والاستفادة من التّسهيلات والخدمات الّتي تقدّمها هذه المواقع، الّتي أصبحت جزءا لا يتجزأ من الحياة الواقعيّة، ومن أبرز مواقع التّواصل الاجتماعي موقع فيسبوك، الّذي يعتبر من أوسع المواقع الاجتماعيّة انتشارا وشعبيّة، فهذا الموقع أنشئ في الأساس للتّواصل الاجتماعي بين الأفراد ، لكن استخدامه تعدّى ذلك ليشمل النّشاط التّجاري من خلال اتّخاذه كوسيلة للمبادلات التّجاريّة، حيث اتّخذه التّجار ومسؤولي الصّفحات الخاصّة بالتّجارة عبر الانترنت، وسيلة لعرض منتجاتهم وسلعهم ، ولتحقيق أهدافهم ، واستخدامه للنّهوض بمجال التّجارة عن بعد ، تحقيقا للرّبح ، وتعويضا لما خسروه في التّجارة التّقليديّة أثناء الغلق الكلّي لكورونا من جهة، ولمعرفة اهتمامات المستهلكين عبر هذا الفضاء الإلكتروني " فيسبوك" ، وتوفير متطلّباتهم الأوليّة وحفاظا على سلامتهم من جهة أخرى.

وقد تمّ تقسيم دراستنا إلى قسمين: إطار منهجي، وإطار تطبيقي، فالإطار المنهجي اشتمل على جميع الخطوات المنهجيّة الّتي يتطلّبها البحث العلمي، والإطار التّطبيقي الّذي تضمّن خصائص عيّنة الدّراسة، مع مناقشة النتائج المتحصّل عليها من تحليل البيانات.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

في هذا الفصل المنهجي سنتطرّق لأهم الأسس الّتي بنينا عليها دراستنا, فكل خطوة في هاته المنهجيّة مرتبطة بما سبقها, ومكمّلة لما يليها, فعناصر البحث العلمي تعتبر الحجر الأساس لأي دراسة كانت وفي أيّ مجال وسنتناول في هذا الفصل الخطوات المنهجيّة الخاصّة بالبحث العلمي, والمتمثّلة في :

- **إشكاليّـــة الدّراسة.**
- **تساؤلات الدّراسة.**
- **أسبـــــاب اختيّار الموضوع .**
- **أهداف الدّراســـــة.**
- **أهميّـــــــة الدّراسة.**
- **منهج الدّراسـة وأدوات جمع البيانات.**
- **مجتمع البحث وعيّنة الدّراســة.**
- **حدود الدّراســـــة .**
- **تحديد مفاهيم الدّراســة.**
- **المطلب العاشر: الدّراســـــات السّابقة.**
- **المقترب النّظري للدّراســـة.**

1/-إشكاليّة الدّراسة:

عرفت الجزائر خلال فترة جائحة كورونا خطوات معتبرة في تجسيد التّعامل بالتّجارة الإلكترونيّة، نظرا إلى الإجراءات الوقائيّة الّتي فرضتها السّلطات كالحجر الصّحي الذي حدّ في الأشهر الأولى من جائحة كورونا من تحرّكات المواطنين، فما كان عليهم للمحافظة على التّباعد الاجتماعي إلّا التّوجّه نحو الفضاء الرّقمي.

وقد وجد العديد من أصحاب المحلّات خاصّة ما تعلّق ببيع الألبسة والأحذية والعطور في البداية الفرصة لإنقاذ وضعيّتهم من تداعيّات الإغلاق بواسطة فتح صفحات عبر مواقع التّواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك للتّرويج لسلعتهم وتوصيلها فيما بعد للزّبون حيث ما يكون وبأسعار معقولة ... ومن هذا المنطلق جاءت الدّراسة الحاليّة للإجابة على سؤال الإشكاليّة التّالي:

- **كيف ساهمت جائحة كورونا في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر على موقع فيسبوك؟**

تساؤلات الدّراسة:

- هل غلق المحلّات في فترة معيّنة من انتشار جائحة كورونا كان السّبب الرّئيسي في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة على صفحات الفايسبوك في الجزائر؟

- هل تخوّف المواطنين من انتشار عدوى كورونا ساهم في انتعاش التّجارة الالكترونيّة في الجزائر؟

- هل ندرة المنتجات في الجزائر بسبب جائحة كورونا أدّى إلى انتعاش التّجارة الالكترونيّة على فيسبوك؟

أسباب اختيار الموضوع:

- الميول الشّخصي لاكتشاف هذا المجال -المتاجرة إلكترونيّا-؛

- كثرة تعاملاتنا والتّتبّع الدّائم لمختلف صفحات ومواقع التجارة والتّسويق الالكتروني عبر فيسبوك؛

- زيّادة الطلب واللّجوء إلى استخدام تكنولوجيا الاتّصال ومواقع التّواصل الاجتماعي في مجال التّجارة الالكترونيّة زاد في رغبتنا في دراسة تطلّعات الزّبائن من خلال استخدام الوسيط الإلكتروني.

أهداف الدّراسة:

– معرفة كيفيّة مساهمة الغلق الكلي، الّذي شهدته الجزائر على إثر جائحة كورونا، أدّى لانتعاش التّجارة الالكترونيّة على موقع فيسبوك؛

– التّعرّف على كيفيّة مساهمة تخوف المواطنين الجزائريين من انتشار عدوى مرض كورونا في انتعاش التّجارة الالكترونيّة؛

– تسليط الضّوء على المنتجات النّادرة في الجزائر في فترة كورونا؛

– محاولة معرفة نوع المنتجات النادرة التي تمّ توفيرها إلكترونيّا وكانت أكثر طلبا من المستهلكين في فترة الجائحة.

أهميّة الدراسة:

الأهميّة العلميّة: –وجاءت دراستنا لتكون مرجعا للطّلبة في تخصّصات الاتّصال والاقتصاد، وليناقشوا أسس ومفاهيم التّجارة الإلكترونيّة من وجهة نظر اتّصاليّة أو اقتصاديّة، وليولوا قضايا التّجارة الالكترونيّة الاهتمام المطلوب في هذه المرحلة التّي تسعى معظم المنظّمات ومؤسسات الأعمال لتطوير استراتيجياتها وخططها الانمائيّة لدخول عالم التّجارة الإلكترونيّة بكل تفاصيله.

الأهميّة العمليّة: تكمن أهميّة هذه الدّراسة في دعم قطاع الأعمال التّجاريّة، وتوفير خيارات مختلفة للمستهلكين تتناسب مع الإجراءات الوقائيّة في ظل جائحة كورونا. وكذا زيّادة ثقة المستهلكين في الجزائر أكثر في التّجارة الالكترونيّة بعد الجائحة خصوصا باستخدام التّطبيقات والمواقع المعتمدة إلكترونيّا، مع زيّادة مستخدمي التّجارة في المستقبل.

منهج الدّراسة وأدوات جمع البيانات

يعدّ الغرض من استخدام المنهج العلمي في دراسة الظواهر الاجتماعيّة والإعلاميّة هو تقديم موضوعي وغير متحيّز في عرض البيانات والمعلومات، والتّحقيق في تساؤلات البحث وفرضيّاته المنهجيّة.[1]

[1] – طه عبد العاطي نجم، " **مناهج البحث الإعلامي**"، دار كلمة للنّشر والتّوزيع، الإسكندريّة – مصر، 2015م، ص 22.

المنهج هو: الطّرق المؤديّة إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامّة، الّتي تهيمن على سير العقل، وتحدد عمليّاته، إلى أن يصل إلى نتيجة معلومة.[1]

أمّا منهج البحث فيعرّف بأنّه: "تلك الأساليب والإجراءات أو المداخل الّتي تستخدم في جمع البيانات، والوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شرح أو تنبؤات تتعلّق بموضوع البحث".[2]

ويعرّف أيضا بأنّه " هو الطّريقة العلميّة المنظّمة الّتي تستخدمها الأبحاث في العلوم الطّبيعيّة أو الاجتماعيّة ..."[3]

وقد اعتمدنا في دراستنا **المنهج المسحي** " الذي يعتبر من أبرز مناهج البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات الّتي تستهدف الظّاهرة العلميّة ذاتها، ويعرّف هذا المنهج بأنّه مجموعة الظّواهر موضوع البحث تضمّ عدد المفردات المكوّنة لمجتمع البحث ولمدّة زمنيّة كافيّة، بهدف تكوين القاعدة الأساسيّة من البيانات والمعلومات في مجال تخصّص معيّن ومعالجتها ".[4]

وتعرّف الدّراسات المسحيّة بأنّها " دراسات لإيجاد الحقائق، ويتضمّن هذا المنهج جمع البيانات مباشرة من مجتمع أو عيّنة الدّراسة، ويتطلّب خبرة في التّخطيط والتّحليل والتّفسير للنّتائج. ويمكن جمع المعلومات بالملاحظة، أو المقابلة أو إرسال البيانات عن طريق البريد وغيره. كما أنّ تحليل البيانات يمكن أن يتمّ باستخدام تقنيّات إحصائيّة بسيطة أو معقّدة، ويعتمد ذلك على أهداف الدّراسة". [5]

ويعتبر المنهج المسحي ملائما لدراستنا، حيث اعتمدنا عليه في معرفة وكشف البيانات والمعلومات الخاصّة باستخدام طلبة سنة2 ماستر علوم الإعلام والاتّصال بجامعة ورقلة لصفحات التّجارة الالكترونيّة عبر فيسبوك، وهذا باستخدام استمارة الاستبيان الالكتروني كأداة مناسبة لجمع بيانات حول موضوع دراستنا، بحيث قمنا بتوزيع 54 استمارة استبيان إلكتروني على مستوى مجموعتي الدّردرشة الخاصّتين بطلبة سنة ثانية ماستر اتّصال جماهيري ووسائط جديدة، وكذا السّمعي البصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، ومن ثمّ الاعتماد على برنامج spss لتفريغ البيانات المتحصّل عليها وتحليلها بواسطته، للتوصّل لنتائج قابلة للتّعميم على مجتمع البحث.

أدوات جمع البيانات:

وهنا نقول أنّه في وسائل وطرق عديدة نجمع بها الحقائق والمعلومات الملمّة بموضوع دراستنا، ف بالاستطاعة الباحث أن يجري تجارب وملاحظات للموضوع محلّ الدّراسة. أمّا إذا كان البحث عن أفراد

[1] – محمّد بابا عمّي، " **مقاربة في فهم البحث العلمي**"، دار وحي القلم، ط1، دمشق، 2014م، ص54.

[2] – سعد سلمان المشهداني، **مناهج البحث الإعلامي**، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربيّة المتّحدة–الجمهوريّة اللّبنانيّة، 2017م، ص42.

[3] – نجم، " **مناهج البحث الإعلامي**"، ص 22.

[4] – المشهداني، " **مناهج البحث الإعلامي**"، ص163.

[5] – منذر الضّامن، " **أساسيّات البحث العلمي**"، دار المسيرة، ط1، عمان، 1427هـ – 2007م، ص 139.

وجماعات، قد يجد أنّه من الأحسن إجراء مقابلات، أو قد يرى أنّه من المناسب وضع قائمة من الأسئلة، الّتي توجّه لعيّنة البحث، فيقومون بالإجابة عليها، وقد يلجأ الباحث إلى المكتبة، لاقتناء كتب ووثائق بخصوص موضوع البحث.

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تمّ الاعتماد على استخدام أداة **"الاستبيان الإلكتروني"** الّذي يعدّ وسيلة من وسائل جمع المعلومات. وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمّة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة. [1]"ورغم التّعاريف العديدة للاستبانة ، إلّا أنّ معظم الباحثين يتّفقون على أنّها **وسيلة أو أداة لجمع البيانات والمعلومات والحقائق اللّازمة لإثبات فرضيّات البحث الواقعة تحت الدّراسة**، وتتضمّن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبريّة يطلب من المستجيبين الإجابة عنها بطريقة يحدّدها الباحث حسب أغراض البحث"[2]. **وقد خضع استبياننا للتّحكيم** من قبل 3 أساتذة من قسم علوم الإعلام والاتّصال *[3]، وقد تمّ الأخذ بالملاحظات لتعديل الاستبيان.

وكذا من أدوات جمع البيانات نذكر **البحث المكتبي** القائم على الاستعانة **بالمراجع المتنوّعة النّظريّة والمنهجيّة** ذات العلاقة بالموضوع.

مجتمع البحث وعيّنة الدّراسة:

يختلف مجتمع البحث عن المجتمع بمفهومه العام، إذ أنّ مجتمع البحث يمثّل جزءا من المجتمع العام، لذا يعرّف:

مجتمع الدّراسة الأصلي بأنّه :" جميع مفردات الظّاهرة الّتي يقوم الباحث بدراستها، أو هو المجموعة الكليّة من العناصر الّتي يسعى الباحث إلى أن يعمّم عليها النّتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، وهو مجتمع محدّد الملامح إذ كلّما زاد تحديد هذه الملامح كلّما زادت إمكانيّة إجراء دراسة يمكن تعميم نتائجها عليه ...، وأهم ما يميّز أفراد مجتمع البحث أن فيه لا يستطيع الباحث أن يقوم بتطبيق أداة البحث عليهم، لأنّه يتطلّب منه وقتا وجهدا كبيرين، لكن عندما يكون مجتمع البحث صغيرا بطبيعته باستطاعة الباحث احتواء جميع مفرداته".[4]

وقد تمثّل مجتمع دراستنا في طلبة السّنة الثّانيّة ماستر اتّصال جماهيري ووسائط جديدة، بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، والّذي يبلغ عددهم 330 طالبا. وأيضا طلبة السّمعي البصري بعدد 36 طالبا.

[1] – منذر الضّامن، **أساسيّات البحث العلمي، المرجع نفسه**، ص91.

[2] – عبد الغني محمّد اسماعيل العمراني، " **أساسيّات البحث التّربوي**"، مرجع سابق، ص 103.

[3] * أنظر الملحق رقم (01).

[4] – ناهدة عبد زيد الدّليمي، " **أسس وقواعد البحث العلمي**"، دار صفاء للنّشر والتّوزيع، عمان، 1437هـ-2016م، ص81.

أمّا بالنّسبة **للعيّنة sample**: فهي عبارة عن عدد محدود من المفردات الّتي سوف يتعامل الباحث معها منهجيّا، ويسجّل من خلال هذا التّعامل البيانات الأوليّة المطلوبة. ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثّلا لمجتمع البحث في الخصائص والسّمات الّتي يوصف من خلالها هذا المجتمع.[1]

واعتمدنا في دراستنا على **العيّنة العرضيّة** حيث يتمّ اللجوء إلى هذا الصّنف من العيّنة. عندما لا يتوفّر للباحث أيّ اختيار لسحب عيّنة يقوم فيها بالتّحقق من العناصر الّتي يطبّق عليها بحثه، حيث يلعب هنا عامل الحظ بالمعنى العامي دورا هاما في الحصول على هذا النّوع من العيّنة.[2]

وتعتبر **العيّنة العرضيّة** مناسبة للتّطبيق في بحثنا، وهي المتمثّلة في المستهلكين من طلبة السّنة الثّانيّة ماستر في تخصّصي الاتّصال الجماهيري والوسائط الجديدة والسّمعي البصري المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في التّجارة الالكترونيّة، وقد وصل عدد مفردات عيّنتنا هذه إلى 54 مفردة من المجتمع الأصلي.

حدود الدّراسة:

* **الحدود البشريّة:** عيّنة من طلبة سنة ثانيّة ماستر من تخصّصي اتّصال جماهيري ووسائط جديدة وسمعي بصري.

* **الحدود الزّمانيّة:** تتمثّل في السّداسي الثّاني من الموسم الجامعي 2022، وذلك من شهر فيفري إلى ماي 2022.

* **الحدود المكانيّة:** تمّ إجراء الدّراسة الميدانيّة بتوزيع الاستبيان الإلكتروني في مجموعتي فيسبوك لطلبة السّنة الثّانيّة ماستر اتّصال جماهيري ووسائط جديدة وكذا المجموعة المشتركة لكلا التخصّصيين اتصال جماهيري، وسمعي بصري، بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

* **الحدود الموضوعاتيّة:** تبحث الدّراسة الحاليّة في كيفيّة مساهمة جائحة كورونا في انتعاش التّجارة الالكترونيّة في الجزائر على صفحات الفايسبوك.

[1] – المشهداني، **مناهج البحث الإعلامي**، ص77.

[2] – در محمّد، **أهم مناهج وعيّنات وأدوات البحث العلمي**، دار المنظومة، عدد9، الأغواط، 2017، ص 9.

تحديد مفاهيم الدّراسة:

وترتكز دراستنا على خمسة مفاهيم أساسيّة هي: **الدّور، الانتعاش، جائحة كورونا، التّجارة الالكترونيّة، موقع فيسبوك.**

مفهوم الدّور:

ويشير فاللّغة إلى الاضطلاع بمهمة.[1]

اصطلاحا: تعريف "أحمد زكي بدوي" الدّور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنّه: السلوك المتوقّع من الفرد في الجماعة والجانب الديناميكي لمركز الفرد، فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فإنّ الدّور يشير إلى نموذج السلوك الذّي يتطلّبه المركز ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقّعاته، وتوقّعات الآخرين منه.[2]

* أمّا " عبد المجيد سالمي" فقد عرّفه في معجم مصطلحات علم النفس بأنّه: " مجموعة من أنماط سلوك الفرد، تمثّل المظهر الديناميكي للمكانة، وترتكز على الحقوق والواجبات المتعلّقة بها، وبمعنى آخر يتحدّد الدّور على أساس متطلبات معيّنة."[3]

التّعريف الإجرائي للدّور:

هو وظيفة كل عنصر في النّظام الاجتماعي والّتي تغطّي الخلل الحاصل في المجتمع، وفي دراستنا يشمل بيان الوظيفة الإيجابيّة، من خلال" انتعاش " جائحة كورونا لمجال التّجارة إلكترونيّا في الجزائر.

2/ مفهوم جائحة كورونا: (covid 19): هو مرض مرتبط بفيروس بيتا كورونا الجديد المسمّى متلازمة الجهاز التنفّسي الحادّة للكبار(coronavirus2(sars-cov2) الّذي تمّ الإبلاغ عنه لأوّل مرّة في الصّين في ديسمبر2019، وهو فيروس يحتوي على الحمض النّووي الرّيبي RNAفقط، وهو شديد العدوى، ينتج

[1] – **المنجد الأبجدي**، دار المشرق، بيروت، ط5، 1987، ص 451.

[2] – أحمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان-بيروت-1993، ص 395.

[3] – عبد المجيد سالمي وآخرون، **معجم مصطلحات علم النّفس**، دار الكتاب المصري، القاهرة-ط4، 1998، ص107.

مستويات فتك أعلى من الإنفلونزا وفيروسات إنفلونزا الخنازير (H1N1). وأعلن المدير العام لمنظّمة الصّحة العالميّة جائحة كورونا وباءا عالميّا في 11 مارس2020.[1]

فيروسات كورونا هي عائلة كبيرة من الفيروسات الّتي يمكن أن تسبّب أمراضا تتراوح ما بين الأمراض الطّفيفة، مثل نزلات البرد الشّائعة، إلى أمراض أكثر شدّة. ولأنّ فيروس كورونا المستجد يرتبط بفيروس كورونا المسبّب لمرض سارس (SARS-COV)، فقد أطلق عليه اسم فيروس كورونا 2المرتبط بالمتلازمة التّنفسيّة الحادّة الشّديدة.[2]

3/-تعريف التّجارة الإلكترونيّة:

قبل الإسراع نحو تعريف التّجارة الإلكترونيّة، يجب أن نعرف أنّ مفهوم التّجارة الإلكترونيّة يتكوّن من مقطعين:

الأوّل: التّجارة commerce": وهذا المقطع يعبّر عن نشاط تجاري أو اقتصادي معروف لدينا، ويتمّ من خلاله تداول السّلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متّبعة متّفق عليها.[3]

الثّاني: الإلكترونيّةElectronic" : والمقصود به هو القيّام بأداء النّشاط الاقتصادي التّجاري باستخدام تكنولوجيا الاتّصالات الحديثة مثل شبكة الانترنت والشّبكات والأساليب الإلكترونيّة، أو يعرّف هذا المصطلح بكونه مجموع الهياكل اللّازمة للتكنولوجيا والشّبكة المعلوماتيّة والاتّصالات عن بعد. Telecommunication.[4]

[1] – David Mauri. Assistant Professor of Oncology; university Hospital of loannina; Greece ، الجدول2: اعتبارات عامّة لمرضى الأورام أثناء جائحة كورونا covid-19، ص1.

[2] – ميري جينيفر ماراخام، **ما هو كوفيد؟**، نشر لأوّل مرّة في 3 مارس، وكان آخر تحديث له في 28 يونيو2020.

[3] – محمّد بن بوزيّان، عائشة بلحرش، **التّجارة الالكترونيّة في الجزائر**، كليّة العلوم الاقتصاديّة والتّسيير، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان-، ص3.

[4] – محمّد بن بوزيّان، عائشة بلحرش، **التّجارة الالكترونيّة في الجزائر**، المرجع نفسه، ص3.

تعريـــــف التّجارة الإلكترونيّة:Electronic Commerce

التّجارة الإلكترونيّة هو مفهوم جديد يشرح عمليّة بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوتريّة ومن ضمنها الانترنت. وهناك عدّة وجهات نظر من أجل تعريف هذه الكلمة[1]

فعالم الاتّصالات يعرّف التّجارة الالكترونيّة بأنّها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشّبكات الكمبيوتريّة أو عبر أي وسيلة تقنيّة.[2]

ومن وجهة نظر **الأعمال التّجاريّة** فهي عمليّة تطبيق التّقنيّة من أجل جعل المعاملات التّجاريّة تجري بصورة تلقائيّة وسريعة.[3]

في حين أنّ **الخدمات** تعرّف التّجارة الإلكترونيّة بأنّها أداة من أجل تلبيّة رغبات الشّركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمة والرّفع من كفاءتها والعمل على تسريع ايصال الخدمة.[4]

وأخيرا، فإنّ **عالم الانترنت** يعرّفها بالتّجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت. [5]

وك تعريف شامل للتّجارة الإلكترونيّة:

"هي نشاط تجاري يتمّ بفضل إجراءات تكنولوجيا متقدّمة، متعلّق بتنفيذ كلّ ما يتّصل بعمليّات شراء وبيع البضائع و الخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتّصال والشّبكات التّجاريّة العالميّة الأخرى، منها شبكة الانترنت الّتي تعدّت حدود الدّول، وحوّلت الرّكائز الورقيّة المستخدمة في المعاملات التّجاريّة كالفواتير والعقود وقبض الثّمن إلى ركائز إلكترونيّة، تتمّ كلّها عبر الجهاز الآلي، الّذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك، لتحقيق معاملاته التّجاريّة، رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافيّة..."[6]

---

[1] – بسّام نور، **التّجارة الالكترونيّة**، الموسوعة العربيّة للكمبيوتر/ قسم الدّورات التّعليميّة، سلسلة كتب الدّورات التّعليميّة الالكترونيّة، 2003-2000، ص6.

[2] – نور، **التّجارة الالكترونيّة**، المرجع السّابق، ص 6.

[3] – بسّام، **التجارة الالكترونيّة**، ص 6.

[4] – بسّام، **نفس المرجع الّذي سبق ذكره**، 6.

[5] – بسّام نور، **المرجع نفسه**، ص 6.

[6] – منال البلقاسي، **التّسويق والتّجارة الإلكترونيّة Marking and and E-Commerce**، دار التّعليم الجامعي، الاسكندريّة، 2019م.

التّعريف الإجرائي:

نعرّف التّجارة الإلكترونيّة بأنّها جميع المعاملات المختصّة في البيع والشّراء عن بعد، والتّبادلات عبر الانترنت بواسطة عرض المنتجات على صفحات الفايسبوك مثلا وتقديم كامل المعلومات للتّرويج للمنتج من قبل التّاجر، وبمحاولة إقناع الزّبون بدوره باقتناء سلعة معيّنة فقط عن طريق الوسيط الإلكتروني " فيسبوك".

4/-**مفهوم انتعاش:** انتعش، انتعاشا (ن ع ش). نشط، من سقطته: نهض منها، رفع رأسه.[1]

التّعريف الإجرائي: الانتعاش هو النّهوض بقطاع التجارة عبر الانترنت، ومحاولة تعويض النقص الحاصل في التجارة التّقليديّة بكل جوانبها اقتصاديّا.

5/-مفهوم موقع فيسبوك facebook: وهو شبكة تواصل اجتماعي مجّانيّة منتشرة على الانترنت، تسمح للمستخدمين المسجّلين بإنشاء صفحات شخصيّة، وتحميل الصّور والفيديو، وإرسال الرّسائل إلى العائلة والزّملاء بهدف التّواصل.[2]

يعتبر موقع فيس بوك Facebook الذّي أسّسه مارك زوكر بيرغ Mark Zuckerberg واحدا من أهمّ مواقع التّشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثّل منتدى اجتماعيا فقط، وإنّما أصبح قاعدة تكنولوجيّة سهلة ، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. ويعتمد الموقع في ذلك على معطيين أساسيّين هما: حجم المشتركين فيه.[3]

التّعريف الإجرائي:

هو أكثر المواقع استخداما وأسهلها، من خلاله يتمكّن المستخدم نشر ومشاركة أفكار أو أخبار للأصدقاء والعامّة وأيضا الاطّلاع على ما هو جديد في إطار محلي أو وطني ودولي، مع تكوين علاقات افتراضيّة، وأيضا أصبح مؤخّرا يستخدم في التّجارة الإلكترونيّة فخصّصت صفحات تروّج لمختلف المنتجات قائمة على الثّقة المتبادلة بين كلا من التّاجر والمستهلك.

[1] – جبران مسعود، معجم الرّائد، دار العلم، لبنان، ط7، 1999، ص133.

[2]– حسّان أحمد قمحيّة، **الفيسبوك تحت المجهر**، دار النخبة، مصر، ط1، 2017م، ص24.

[3] – عبّاس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد**، دار الشوق، د.ط، الأردن، 2008، ص 218.

الدّراسات السّابقة:

للدّراسات السّابقة أهميّة كبيرة في إنجاز البحوث العلميّة لأنّها تعتبر القاعدة الأساسيّة التي منها يتمّ إعداد البحث الحالي وتأسيس أرضيّته، وتكمن الاستفادة منها في التّعرّض إلى الجوانب الّتي يتمّ التطرّق إليها، فالدّراسات السّابقة الّتي تتناول نفس المجال المتمثّل في المشكلة محل الدّراسة الّتي يقوم بها الباحث تكون بمثابة قاعدة معرفيّة مبدئيّة ومرآة عاكسة تكشف أوجه التّشابه والاختلاف.

ومنه نقوم بعرض مجموعة من الدّراسات الّتي تناولت متغيّرات الدّراسة الحاليّة سواء أكانت كلها أو جزء منها، ونهدف من ذلك لتكوين رؤية واضحة لموضوع الدّراسة، والاستفادة ممّا قدّمته دراسات الباحثين الآخرين.

الدّراسة الأولى: صدرت عن جمعيّة التّجارة بالتّجزئة الإلكترونيّة، وتحت عنوان " **تأثير جائحة كورونا على التّجارة الإلكترونيّة وسلوك المستهلك الشّرائي في المملكة العربيّة السّعوديّة" (ماي 2020)**.[1]

* وهدفت هاته الدّراسة إلى: تتبّع تأثير جائحة كورونا على التّجارة الإلكترونيّة من حيث التّركيز على قطاع الأعمال وسلوك المستهلك الشّرائي.

* وقد اعتمدت الدّراسة على البحث النّوعي باستخدام مقابلات معمّقة مع خبراء في مجال التّجارة الإلكترونيّة في السّعوديّة، وكذا البحث الثّانوي في المصادر المفتوحة الموثوقة.

*-وخلصت الدّراسة إلى النّتائج التّاليّة:

*تأثير جائحة كورونا على التّجارة الإلكترونيّة في السّوق السّعوديّة:

- فقد أثّرت الجائحة بشكل إيجابي على التّجارة إلكترونيّا من ناحيّة حصولها على دعم حكومي غير مسبوق وتوجيه المستهلكين لها أدّى بدوره إلى ارتفاع الطّلبات بشكل كبير.

- ظهور فرص للعاملين في التّجارة الإلكترونيّة لتوسيع أنشطتهم بشكل أكبر.

- أثّرت الجائحة على نوعيّة الطّلبات للمستهلكين في التّجارة الإلكترونيّة بشكل ملحوظ، حيث ركّزت الطلبات على الاحتياجات الأساسيّة مثل الغذاء والدّواء والعناية الشّخصيّة.

[1] - تقرير من إعداد شركة DRC، ومقدّم بالتّعاون مع جمعيّة التّجارة والتّجزئة الالكترونيّة، **تأثير جائحة كورونا على التّجارة الالكترونيّة وسلوك المستهلك الشّرائي في المملكة العربيّة السّعوديّة**، مايو2020.

* ونجد في تأثير جائحة كورونا على سلوك المستهلك الشّرائي في التّجارة الإلكترونيّة في السّوق السّعودي:

– من الملاحظ أنّ المستهلكين أصبحوا أكثر تركيزا على الاحتياجات الأساسيّة، حيث خلقت الجائحة عادة التّخطيط للشّراء، وأثّرت أيضا على زيّادة الوعي والثّقة بالتّجارة الإلكترونيّة مقارنة بالوضع قبل الجائحة.

– كان من أهمّ التّغيّرات التّي حصلت في سلوك المستهلك الشّرائي التّغيّر في أوقات الطّلبات وزيّادة كميّة المنتجات في الطّلب الواحد، وأيضا التّكرار في طلبات الشّراء لمنتجات معيّنة.

– وفي التحدّيات الّتي برزت في التّجارة الإلكترونيّة خلال جائحة كورونا نجد أنّه كان الرّأي االسّائد حول أبرز التّحدّيات في ظل جائحة كورونا هي: التّوصيل، سلاسل الإمداد، التّأقلم مع الأنظمة والقوانين الجديدة.

* وكذلك في تأثير كورونا على سلوك المستهلك الشّرائي في التّجارة إلكترونيّا:

– كان الرّأي السّائد بأنّه سيكون هناك انخفاض في الطّلب في التّجارة الالكترونيّة بنسبة ما بين 30% إلى 50 % ولكن سيكون الطّلب أفضل عن ما قبل الجائحة.

– خلقت الجائحة عادة استخدام التّجارة الإلكترونيّة لدى المستهلكين الّتي يتوقّع أنّه من الصّعب التّخلي عنها في المستقبل.

أوجه التّشابه:

– طبيعة العلاقة بين متغيّري هذه الدّراسة (الجائحة–التجارة. إ) هي نفسها في دراستنا.

أوجه الاختلاف:

– استخدام الباحث في هذه الدّراسة للمقابلة المعمّقة مع خبراء في مجال التّجارة الإلكترونيّة في السّعوديّة، أمّا نحن فاستخدمنا فقط أداة الاستبيان الالكتروني الموزع على بعض المستهلكين الطّلبة على موقع فيسبوك.

– سعت الدّراسة إلى تتبّع أثر الجائحة على التجارة الالكترونيّة، أمّا دراستنا فتسعى لمعرفة الدور التي لعبته الجائحة للنهوض وازدهار مجال التّجارة عن بعد.

التّعقيبات:

- لم يتمّ ذكر عيّنة الدّراسة، وذكر فقط مجتمع البحث.

- لم يتمّ التّطرّق سوى للأهميّة النّظريّة للدّراسة.

أوجـــــــــه الاستفـــــــــــادة:

- الاستفادة من توصيّات الدّراسة لفهم إشكاليّة بحثنا.

- الاستفادة من نتائج هذه الدّراسة في صيّاغة أسئلة الاستبيان.

الدّراسة الثانية: دراسة من إعداد "بن نامة فاطمة الزّهراء"، "عدّة محمّد"، " بن نامة نورية"، وجاءت بعنوان **"واقع التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا" (2016-2021).**[1]

وقد تبلورت إشكاليّة الدّراسة حول التساؤل التّالي: ما هو واقع التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا؟

* وتسعى هاته الدّراسة للوصول إلى الأهداف التّاليّة:

- تسليط الضّوء على واقع التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر.

- معرفة مدى تأثير جائحة كوفيد 19 على التّجارة في الجزائر.

- تسليط الضّوء على مدى تطوّر التّجارة الإلكترونيّة في ظل جائحة كوفيد 19.

* وللإجابة على الإشكاليّة المطروحة تمّ الاعتماد على الدّمج بين المنهجين التّحليلي والوصفي، من خلال الاعتماد على المراجع والكتب، والمجلّات والدّوريّات وتقارير المنظّمات والمؤتمرات المتعلّقة بالتّجارة الإلكترونيّة في الجزائر ومدى تأثّرها بجائحة كورونا.

[1] - بن نامة فاطمة الزّهراء، عدّة محمّد، "**واقع التّجارة الالكترونيّة في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا**" دراسة تحليليّة إحصائيّة للفترة 2016-2021، الجزائر، نقل عن مجلّة الاقتصاد والبيئة، المجلّد 04/ العدد: 03 خاص(2021)، ص 76-89.

وقد توصّلت هذه الدّراسة إلى النّتائج التّاليّة:

– ساهم إغلاق المحلّات التّجاريّة الخاصّة وغير الأساسيّة بالدّرجة الأولى، كمحلّات المواد الغذائيّة، وبشكل كبير في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة الّتي تعرف نموّا بطيئا جدّا في الجزائر.

– من الواضح أنّ أسهم التّجارة متقلّبة ومتدهورة بسبب فيروس كورونا المستجد، ولهذا سنجد العديد من التّجار يهرولون نحو التّجارة عبر الانترنت من أجل الحفاظ على أسهمهم ومجالهم التّجاري ونجاحهم في السّوق.

– في الوقت الّذي أثّرت فيه جائحة كورونا بالسّلب على عدّة قطاعات ذات طبيعة اقتصاديّة، إلّا أنّها بالمقابل ساهمت في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر.

– النّمو المتزايد للتّجارة الإلكترونيّة نتيجة جائحة كورونا.

أوجه التّشابه:

– دراسة واقع التّجارة الالكترونية في ظل كورونا في الجزائر، وهذا الذي تتمحور حوله إشكالية بحثنا.

– التّطرّق للأثر الإيجابي للجائحة على التّجارة، وهذا أساس دراستنا " إنعاش كورونا للتّجارة الإلكترونيّة في الجزائر".

أوجه الاختلاف:

– استخدام المنهج الوصفي التّحليلي، في حين استخدمنا في دراستنا المنهج المسحي التّحليلي.

– دراسة الباحث لواقع التّجارة الإلكترونيّة قبل وبعد كورونا، إلّا أنّنا في بحثنا درسنا الدّور الإيجابي فقط "انتعاش التّجارة. الإلكترونيّة" عموما منذ بداية الجائحة ولم نحدّد قبل ولا بعد.

التّعقيبات:

– لم يتمّ ذكر العيّنة أو مجتمع البحث ولا التّفصيل في أدوات المنهج.

– لم يتمّ التّعريف بكل متغيّرات الدّراسة إلّا التّجارة الإلكترونيّة، (عدم تعريف "واقع"، و" جائحة كورونا").

– عدم التّطرق لأسباب الدّراسة.

أوجه الاستفادة:

– استفدنا من منهج البحث وهيكله (دمج المنهجين الوصفي التّحليلي)، " في تحديد المنهج المناسب لموضوعنا وكيفيّة استخدامه.

– الاستفادة من مراجع الدّراسة في الإلمام بجوانب دراستنا الحاليّة.

– الاستفادة من نتائج الدّراسة عموما في معرفة مدى مساهمة الحجر الكلي في فترة كوفيد 19 في انتعاش الالكترونية.

الدّراسة الثالثة: وهي من إعداد كرم محمّد زيدان النجّار، تحت عنوان **"التّجارة الإلكترونيّة ومدى تأثّرها بجائحة كورونا "** (**2021/04/29**)، وقد انطلق الباحث من إشكاليّة تتمحور حول مدى تأثّر التّجارة الإلكترونية بجائحة كورونا، وتفرّعت عنها تساؤلات أخرى تمثّلت في: –ما هي التّجارة الإلكترونيّة؟ وخصائصها؟ ومعوّقاتها؟

– هل جائحة كورونا ذات أثر إيجابي أم سلبي على التّجارة الإلكترونيّة؟[1]

* وقد تمّ اعتماد المنهج التّحليلي المقارن لتحليل ودراسة مفاهيم الموضوع للوصول لتفصيل جوانبه ووضع مقترحات لمواجهة التّجارة الإلكترونيّة.

* وتمثّلت أهداف البحث في التّعرّف على مدى تأثير استمرار جائحة كورونا على التّجارة الإلكترونيّة، وكذا معرفة واقع الاقتصاد العالمي من التّجارة الإلكترونيّة.

وتوصّلت هذه الدّراسة إلى النّتائج التّاليّة:

– عدم جدوى اللقاحات المضادّة للمرض الذّي ظهر مع السّلالات الجديدة لكورونا.

–التّوجه نحو التّجارة الإلكترونيّة واعتمادها كخيار أسمى في ظل الجائحة.

– تضرر أصحاب المحلّات من ظهور فيروس كورونا المستجد، واعتماد الإجراءات الوقائيّة المتّخذة من طرف منظّمة الصّحّة العالميّة لمكافحة الوباء بشكل متسارع وخطير.

[1] – كرم محمّد زيدان، **التّجارة الإلكترونيّة ومدى تأثّرها بجائحة كورونا**، كليّة الحقوق والعلوم السيّاسيّة، جامعة سوسة، تونس، مداخلات علميّة، نشرت بتاريخ 29-04-2021، ورقة منشورة في كتاب أعمال المؤتمر الدّولي المحكّم حول الحجر الصحّي، ص79. نقل عن jilrc.com

- انتعاش المتاجر الإلكترونية ومواقع البيع عبر الانترنت.

- امتياز التّجارة الإلكترونيّة كوسيلة حديثة للتّعاملات التّجاريّة المحليّة والدّوليّة مقارنة بالتّقليديّة، فالأولى تتمّ فقط إلكترونيّا دون الحاجة لتواجد مادي ما يحدّ من الإصابة بالعدوى.

- ومن أهم التّحديّات الّتي تطرحها التّجارة الإلكترونيّة ضعف البنية التّحتيّة الإلكترونيّة في الكثير من دول العالم.

- النّقض التّشريعي الّذي يحفظ حقوق المزوّدين والمستهلكين.

أوجه التّشابه:

- اتّفقت هذه الدّراسة مع موضوعنا من حيث تطرّقها لكلا متغيّري الدّراسة (الجائحة، التّجارة).

- اتّفقت مع دراستنا من حيث تركيزها على أثر الجائحة على سلوك المستهلك الشّرائي.

أوجه الاختلاف:

- اعتماد هذه الدّراسة على المنهج التّحليلي المقارن، في حين دراستنا اعتمدت المنهج المسحي التّحليلي.

- هذه الدّراسة ركّزت على التأثير السّلبي والإيجابي لكورونا على قطاع التّجارة الإلكترونيّة، وكذا قارنت بين التّجارة الالكترونيّة والتّقليديّة، أمّا دراستنا فتتمحور حول الدّور أو الجانب الإيجابي فقط لكورونا تأثيرا على التّجارة الالكترونيّة.

التّعقيبات:

- تغليب الجانب النّظري على المنهجي.

- عدم ذكر العيّنة وأدوات الدّراسة لأنّها دراسة مكتبيّة

أوجه الاستفادة:

- الاستفادة من هذه الدّراسة في كيفيّة معالجتها للموضوع نظرا لدراسة نفس المتغيّرات.

- استفدنا من هذه الدّراسة في صياغة الأهميّة العمليّة لدراستنا.

– الاستفادة من بعض العناصر النظريّة (الخصائص–الآثار) في بيان كيفيّة تأثير الجائحة على التّجارة إلكترونيّا وفهمنا لإشكاليّة بحثنا.

– الاستفادة من طريقة طرح إشكاليّة الدّراسة، والمقدّمة.

المقاربة النّظريّة:

نظريّة البنائيّة الوظيفيّة:

ويشير مصطلح " بناء" structure إلى الطّريقة الّتي تنظّم بها الأنشطة المتكرّرة في المجتمع، والواقع أنّ السّلوك الأسري، والنّشاط الاقتصادي، والنّشاط السّيّاسي، والعقيدة، والسّحر، وغيرها من أشكال الأنشطة المجتمعيّة، تعدّ على درجة عاليّة من التّنظيم من وجهة النّظر السّلوكيّة.

ويشير مصطلح "وظيفة" Function إلى مساهمة شكل معيّن من الأنشطة المتكرّرة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.[1]

والواقع أنّ التّحليل الوظيفي يعنى هو نفسه بنماذج وأنماط السّلوك الّتي تنشأ عن أفراد أو مجموعات صغيرة ترتبط ببعضها داخل هذه المنظومة. ولهذا السّبب يعتبر النّظام الاجتماعي فكرة مجرّدة abstraction، ولكن الفرد لا يبتعد كثيرا عن السّلوك الملحوظ والمتحقّق بالتّجربة للأفراد الّذين يصدر عنهم هذا السّلوك. إذن، النظام الاجتماعي مجموعة متشابكة من السّلوك الثّابت والمتكرّر والمقلّد الّذي يعتبر–إلى حدّ ما–تعبيرا عن الثّقافة الّتي يشاركه فيها الّذين يؤدّون أدوارهم، وإلى حدّ ما تعبيرا عن التّوجيهات النّفسيّة للفاعلين (والّتي تنشأ بدورها من هذه الثّقافة). ولهذا، يعتبر النّظام الثّقافي والاجتماعي والأنظمة الشّخصيّة (للمشاركين في هذا النّظام) والبيانات أنواعا مختلفة للأفكار المجرّدة النّاشئة عن نفس البيانات الأساسيّة، وخصوصا السّلوك الرّمزي والصّريح للكائنات البشريّة المفردة.[2]

وقد قام " روبرت ميرتون" (1957) بتلخيص العمليّة البنائيّة الوظيفيّة للمجتمع فيما يلي:

[1] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السّيّد، " **الاتّصال ونظريّاته المعاصرة** "، الدّار المصريّة اللّبنانيّة، ط1، القاهرة، 1419هـ–1998م، ص124–125.

[2] – ملفين ل. ديظير، ساندرا بول–روكيتش، **نظريّات وسائل الإعلام**، الدّار الدّوليّة للنشر والتّوزيع، ط1، القاهرة – مصر، 1992، ص 193.

1-إنّ أفضل طريقة في النّظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة. وأنّه تنظيم للأنشطة المترابطة والمتكرّرة والّتي يكمّل كل منها الآخر.

2-يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة التّوازن الدّيناميكي. وإذا حدث أيّ نوع من التّنافر داخله، فإنّ قوى معيّنة سوف تنشط من أجل استعادة التّوازن.

3-تساهم جميع الأنشطة المتكرّرة في المجتمع في استقراره، وبمعنى آخر، فإنّ النّماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النّظام.

4-إنّ بعض الأنشطة المتكرّرة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أنّ هناك متطلبات أساسيّة وظيفيّة تلبّي الحاجات الملحّة للنّظام، وبدونها لا يمكن لهذا النّظام أن يعيش.[1]

وإذا طبّقنا الافتراضات السّابقة على الاتّصال الجماهيري، نلاحظ أنّ وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكرّرة ومتماثلة في النّظام الاجتماعي، وتساهم في تحقيق التّوازن الاجتماعي لهذا المجتمع. وبمعنى آخر تترتّب عليه نتائج بالنّسبة للمجتمع ككل.[2]

وهكذا يمكننا القول بأنّ وسائل الإعلام تعدّ من المكوّنات الأساسيّة الّتي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، ولا يستطيع المجتمع المعاصر أن يستمرّ بدون هذه الوسائل. ومن ناحيّة أخرى فإنّ وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفيDysfunctional ، وذلك حين تساهم في التّنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها على النّاس هو الإثارة والتّحريض على ممارسة أشكال السّلوك المنحرف.[3]

ومن الواضح تماما أنّ وسائل الإعلام غدت في الوقت الحالي جزءا مركزيّا من هياكل مؤسساتنا، وهذا يعني أنّها في الوقت الّذي تمثّل فيه صناعات قائمة بذاتها، تغلغلت بعمق داخل كل مؤسّسات المجتمع الأخرى. وعلى سبيل المثال: فإنّ وسائل الإعلام – من خلال تركيزها على الخدمات والمنتجات الصّناعيّة –تعتبر جزءا أساسيّا من المؤسّسة الاقتصادية، ومن خلال قيّامها بدور متزايد في عمليّة الانتخاب أصبحت جزءا من المؤسّسة السيّاسيّة، وقد أدّى تركيزها الشّديد على المواد التّرفيهيّة والثّقافة الشّعبيّة إلى اعتبارها عاملا مهمّا في بناء الأسرة،

[1] – مكّاوي، **الاتّصال ونظريّاته المعاصرة**، ص 125.
[2] – مكّاوي، ليلى، **الاتّصال ونظريّاته المعاصرة**، ص 125.
[3]– مكّاوي، **المرجع السابق الذّكر**، ص 126.

ويرى الكثيرون أنّها أصبحت جزءا مهمّا من المؤسسات الدّينيّة والتّعليميّة. وتهتمّ هذه المؤسّسات الإعلاميّة بالتّوازن والاستقرار أكثر من اهتمامها بالتّحول والتّغيير.[1]

الإسقاط النّظري على دراستنا:

يتبيّن من خلال دراستنا، وفي ظل نظريّة البنائيّة الوظيفيّة الدّور الإيجابي لجائحة كورونا على مجال التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر وعلى صفحات الفايسبوك، فنظرا للظّروف الّتي آلت إليها البلاد في ظل الجائحة، فغلق المحلّات التّجاريّة في فترة الحجر الكلّي أثّر على مجال التّجارة والرّبح، فعوّض كل من التّجار والمستهلكين نشاطاتهم بالتّجارة عبر صفحات الفايسبوك لتغطيّة النّقص الحاصل من خلال هو إلكتروني.

وأيضا يكمن دور الجائحة في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة من خلال تخوّف المواطنين من انتشار العدوى، وهذا ما أدّى للجوء أغلبيّتهم لاستعمال تكنولوجيا المعلومات ومواقع التّواصل الاجتماعي خاصّة فيسبوك لتوخّي الحذر من انتشار المرض وحفاظا على سلامتهم الصّحيّة، وتطبيقا للإجراءات الوقائيّة في فترة كوفيد 19.

ونذكر أخيرا عامل نقص المنتجات في الجزائر ممّا أدّى إلى توافد النّاس على الصّفحات الإلكترونيّة لتغطيّتها هذه النّدرة بتوفير كل ما نقص في المحلّات التّجاريّة بما هو رائج ومتوفّر من قبل مسؤولي الصّفحات وفي مجال البيع والشّراء، وفي مختلف المنتجات الغذائيّة والصيدلانيّة وغيرها الكثير.

[1] – مكّاوي، **المرجع نفسه**، ص 126.

خلاصة الفصل:

قد تمّ في هذا الفصل التّطرق لمختلف عناصر المنهج العلمي الأساسيّة، بداية من تساؤلات دراستنا مرورا بأداة جمع البيانات المناسبة لبحثنا، والتي ساعدتنا في الإلمام بالمعلومات الخاصّة بمتغيّرات دراستنا الحاليّة، وبالعيّنة المطبّق عليها الدّراسة لاستخلاص أهم المخرجات الّتي تخدمنا في هذا البحث، وللوصول لنتائج قابلة للتّعميم على مجتمع البحث الأصلين، واتّباع هذه الخطوات المنهجيّة يعتبر البناء الأساس لاستكمال بحث علمي قائم بذاته، ممنهج بالطريقة اللّازمة والمدروسة جيّدا من قبل أساتذة ومختصين في المجال.

الفصل الثاني:

الدراسة التطبيقية

تمهيد:

بعد التّطرق إلى الإطار المنهجي الّذي تمّ فيه التّطرق إلى مختلف العناصر المنهجيّة، سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الجزء التطبيقي للدراسة حيث يمكننا من خلاله التوصل الى نتائج ذات قيمة علمية من خلال عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها واستخلاص نتائجها، ومن أجل ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

- **المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات.**
- **المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدّراسة.**

خصائص عينة الدراسة

أولا: عرض وتحليل بيانات المتغيّرات الشّخصية

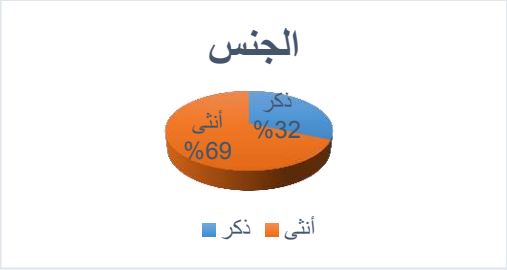
1- البيانات الشخصية:

- الجنس:

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 1

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	17	%31.5
أنثى	37	%68.5
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 1



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

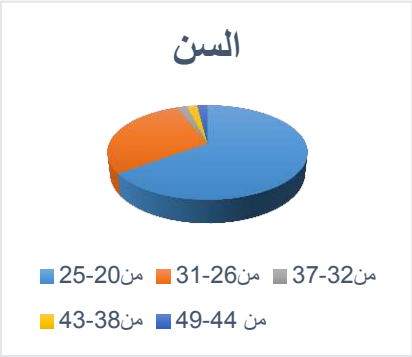
التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه يتضح بأن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور وذلك بنسبة %68.5 أمّا نسبة الذكور فكانت %31.5.

- السن:

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 2

السن	التكرار	النسبة %
25-20	35	%65
31-26	16	%29
37-32	1	%2
43-38	1	%2
49-44	1	%2
المجموع	**54**	**%100**

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 2



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه يتضح بأن أعلى نسبة فئة عمرية كانت من 20 إلى 25 بنسبة 65% تليها الفئة العمرية من 26 إلى 31 بنسبة 29% أما الفئات المتبقية وهي فئة من 32 إلى 37 ومن 38 إلى 43 ومن 44 إلى 49 فقد كانت نسبهم متساوية بنسبة تقدر ب 2%.

- **الوضعية الاجتماعية:**

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 3

الوضعية الاجتماعية	التكرار	النسبة %
أعزب	45	%83
متزوج	9	%17
المجموع	**54**	**%100**

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 3

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات

التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة العازبين كانت 83% وهي أكبر من نسبة المتزوجين التي قدرت ب 17 %.

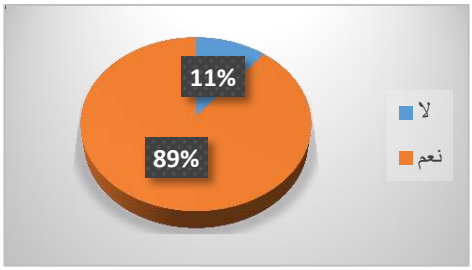
المحور الثاني: تحليل وتفسير عبارات الاستبيان

1- المحور الأول: دور غلق المحلات في ظل جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 4

أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على السلوك الشرائي	التكرار	النسبة
نعم	48	%89
لا	6	%11
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 4



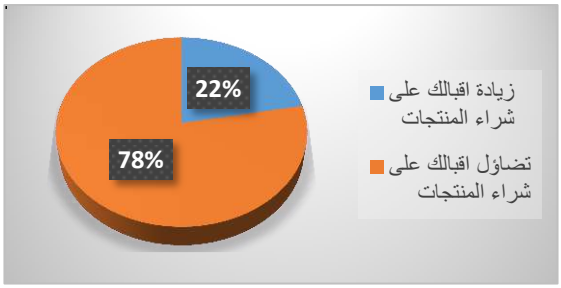
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل السابقين يتبين بأن غلق المحلات في ظل جائحة كورونا أثر على السلوك الشرائي لأغلب المستجوبين فقد كانت معظم الإجابات بنعم بنسبة 89%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 5

ناحية التأثير على غلق المحلات	التكرار	النسبة
زيادة اقبالك على شراء المنتجات	12	%22
تضاؤل اقبالك على شراء المنتجات	42	%78
المجموع	**54**	**100**

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 5



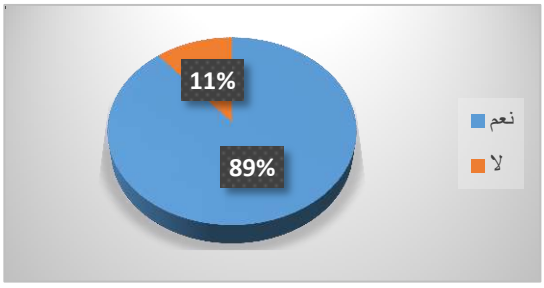
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

التعليق: يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه الخاصّين بناحية تأثير غلق المحلّات على سلوك المستهلك الشّرائي بأن نسبة تضاؤل الإقبال على شراء المنتجات والتي قدّرت بـ 78% أكبر من نسبة زيّادة الإقبال على شراء المنتجات والتي قدّرت بـ 22%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 6

أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على أوقات شرائك للمنتجات	التكرار	النسبة %
نعم	48	%89
لا	6	%11
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 6



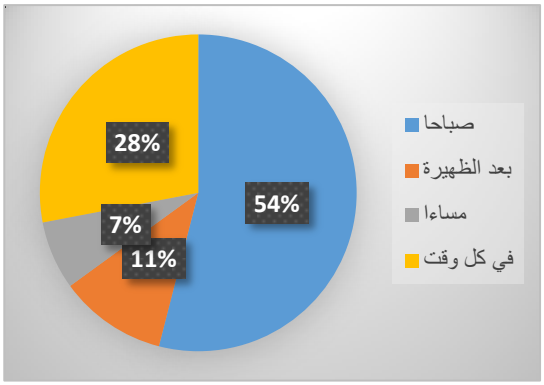
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل السابقين الخاصين بالأثر الذي يلعبه غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على أوقات شراء المنتجات، والذي بين بأن أغلب المستجوبين أثّرت الجائحة على أوقات شرائهم فقد كانت نسبة الذين أجابوا بنعم 89%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 7

الأوقات المناسبة للشراء بالنسبة لك عبر صفحات الفيسبوك	التكرار	النسبة %
صباحا	29	%54
بعد الظهيرة	6	%11
مساءا	4	%7
في كل وقت	15	%28
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 7



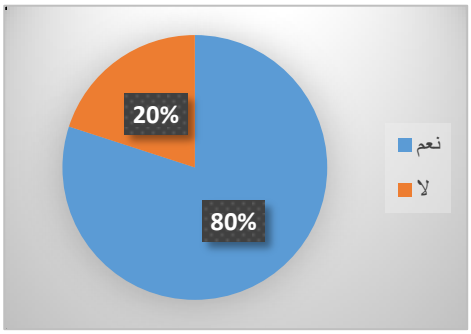
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبيّن بأنّ أغلب المستجوبين يقومون بعملية الشراء في فترة الصباح وذلك بنسبة 74%، تليها فترة بعد الظهيرة بنسبة 15%، ثم الفترة المسائية بنسبة 9%، وفي الأخير الشّراء في كل وقت بنسبة منخفضة جدّا 2% مقارنة بالاقتناء صباحا.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 8

تأثير غلق المحلات في فترة الحجر الكلي على لجوئك للتعامل مع صفحات الفيسبوك المخصصة للتجارة الإلكترونية	التكرار	النسبة %
نعم	43	%80
لا	11	%20
المجموع	54	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS



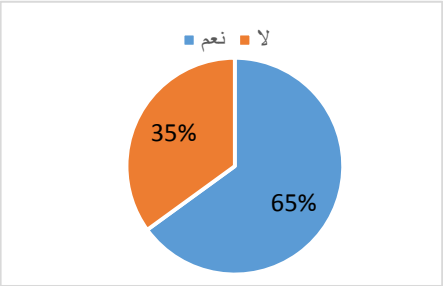
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 8

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه يتّضح بأنّ غلق المحلات في فترة الحجر الكلي أثّر على اللّجوء للتعامل مع صفحات الفيسبوك المخصصة للتجارة الإلكترونية حيث كانت نسبة الذين أجابوا بنعم 80% مرتفعة جدّا مقارنة مع الّذين أجابوا ب لا.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 9

هل ساهم إغلاق المحلات التجارية في فترة جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية بالجزائر	التكرار	النسبة %
نعم	35	%65
لا	19	%35
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 9



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

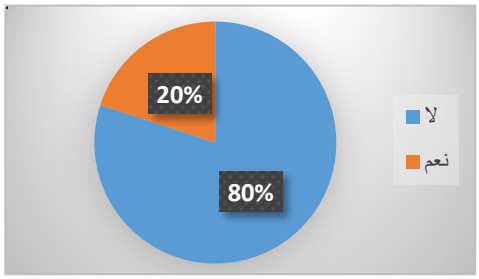
التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه اللذان يظهران آراء المستجوبين حول مدى مساهمة إغلاق المحلّات التّجاريّة في انتعاش التّجارة الالكترونيّة، حيث تمثّلت الإجابة بنعم بنسبة 65 %.

المحور الثّالث: دور تخوف المواطنين من انتشار عدوى كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر صفحات الفيسبوك

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 10

هل اتخذت إجراءات وقائية عند توجهك للمحلات التجارية في فترة جائحة كورونا	التكرار	النسبة %
نعم	11	%20
لا	43	%80
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 10



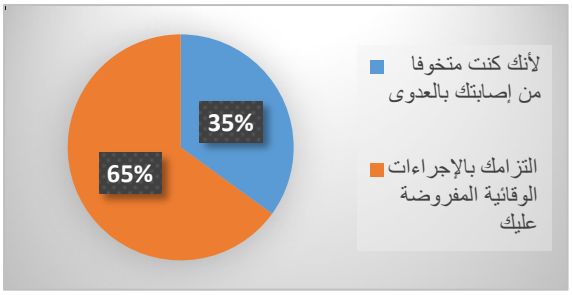
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه يتبيّن بأن أغلب المستجوبين قد قاموا باتّخاذ الإجراءات اللازمة عند التوجّه للمحلات التجارية في فترة جائحة كورونا، حيث كانت نسبة الذين أجابوا ب نعم 80%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 11

إذا كانت الإجابة بنعم. فهل	التكرار	النسبة %
لأنك كنت متخوفا من إصابتك بالعدوى	19	%35
التزامك بالإجراءات الوقائية المفروضة عليك	35	%65
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 11



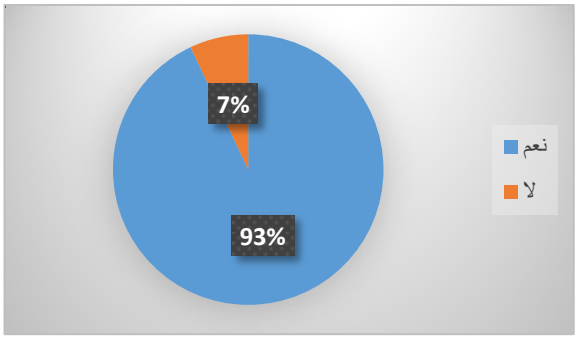
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه اللذان يظهران سبب اتّخاذ الإجراءات الوقائية عند التوجه للمحلات التجارية خلال فترة الجائحة، حيث تبيّن بأن أغلب المستجوبين قاموا بالإجراءات الوقائية لأنها كانت مفروضة عليهم، بحيث كانت نسبة الإجابات 65%، أمّا عن الّذين قاموا بالإجراءات الوقائية خوفا من إصابتهم بالعدوى فكانت نسبتهم 35%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 12

هل تعتقد أن لتخوف المواطنين من انتشار عدوى كورونا دور في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر فيسبوك	التكرار	النسبة %
نعم	50	%93
لا	4	%7
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 12



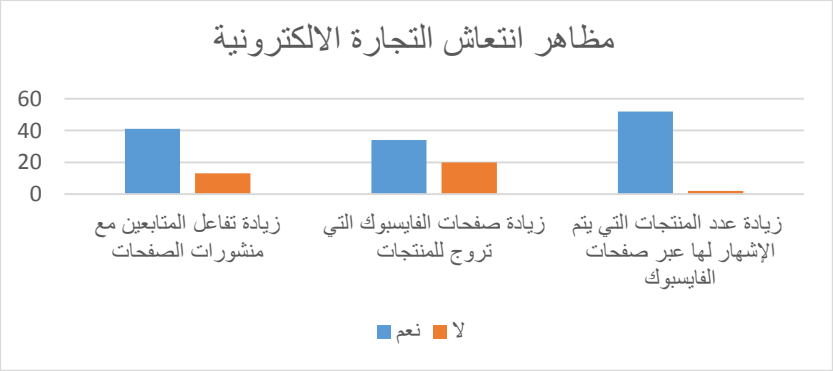
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه تبيّن لنا وبحسب رأي غالبيّة المستجيبين حول دور تخوّف المواطنين من انتشار عدوى كورونا في انتعاش التجارة الالكترونية عبر الفايسبوك، حيث كانت الإجابة بنعم وذلك بنسبة 93%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 13

زيادة تفاعل المتابعين مع منشورات الصفحات				زيادة صفحات الفايسبوك التي تروج للمنتجات				زيادة عدد المنتجات التي يتم الإشهار لها عبر صفحات الفايسبوك			
نعم	النسبة	لا	النسبة	نعم	النسبة	لا	النسبة	نعم	النسبة	لا	النسبة
41	%76	13	%24	34	%63	20	%37	52	%96	2	4

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS



توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 13

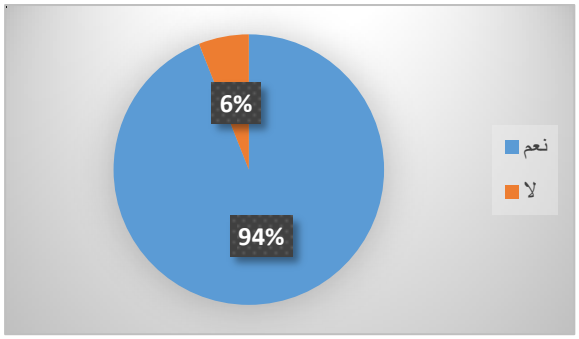
التعليق: من خلال الجدول والشّكل أعلاه الخاص بمظاهر انتعاش التجارة الإلكترونية عبر صفحات الفايسبوك، حيث تبيّن لنا بأنّ أعلى نسبة تصدّرت الجدول بـ 96% هي زيادة عدد المنتجات التي يتمّ الإشهار لها عبر صفحات فيسبوك كأكثر المظاهر انتشارا فترة الجائحة، وتليها زيادة تفاعل المتابعين مع منشورات الصّفحات، وأخيرا زيادة صفحات الفايسبوك التي تروج للمنتجات. وبهذا نلاحظ بأنّه النّسب متفاوتة تدريجيّا حسب الاستخدام.

المحور الرّابع: دور ندرة المنتجات بالجزائر في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر الفايسبوك

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 14

هل أثرت جائحة كورونا في وفرة المنتجات الاستهلاكية التي تحتاجها في حياتك اليومية	التكرار	النسبة %
نعم	51	%94
لا	3	%6
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 14



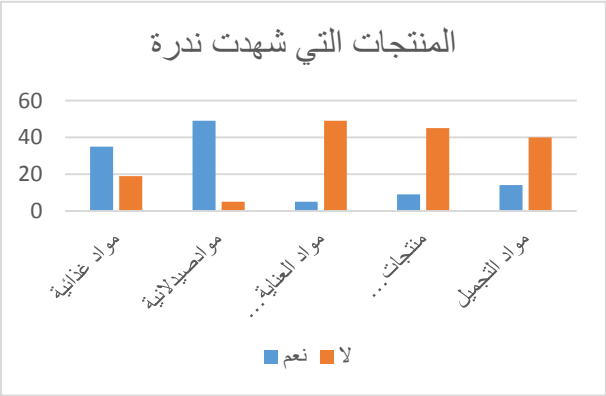
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

التعليق: من خلال الجدول والشّكل أعلاه تبيّن لنا بأنّ كورونا أثّرت على وفرة المنتجات المستخدمة في الحياة اليومية بشكل كبير، حيث كانت نسبة الّذين أجابوا بـ نعم 94%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 15

المنتجات	التكرارات		النسبة	
	نعم	لا	نعم	لا
مواد غذائية	35	19	%65	%35
مواد صيدلانية	49	5	%91	%9
مواد العناية الشخصية	5	49	%9	%91
منتجات الرياضة والترفي	9	45	%17	%83
مواد التجميل	14	40	%26	%74

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 15



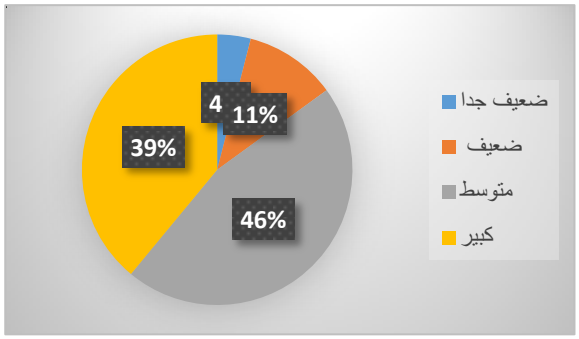
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

التعليق: من خلال الجدول والشّكل أعلاه الخاصّين بالمنتجات التي شهدت ندرة أثناء الجائحة، فقد أظهرت لنا النّتائج بأنّ المواد الصيدلانية هي أكثر المنتجات التي شهدت نقصا وذلك ما أقرّ به 91% من المبحوثين، تليها المنتجات الغذائية بنسبة 65%، ثم مواد التجميل، تليها منتجات الرّياضة والتّرفيه، وأخيرا منتجات العناية الشخصية بنسبة منخفضة نوعا ما9%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 16

كيف ترى اعتمادك على صفحات الفايسبوك في اقتناء المنتجات النادرة في ظل الجائحة مقارنة بالتجارة التقليدية	التكرار	النسبة %
بشكل ضعيف جدا	2	%4
بشكل ضعيف	6	%11
بشكل متوسط	25	%46
بشكل كبير	21	%39
المجموع	54	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS



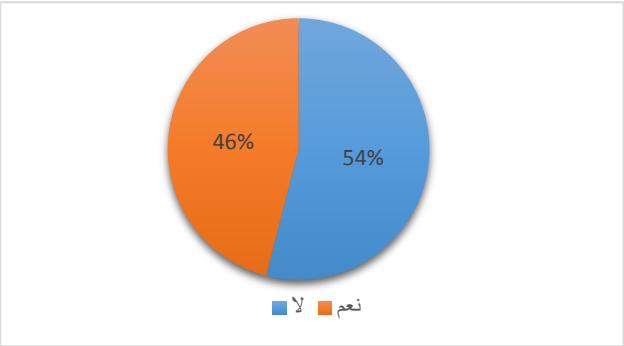
اتوزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 16

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه الخاصين بالاعتماد على صفحات الفايسبوك في اقتناء المنتجات النادرة في ظل الجائحة مقارنة بالتجارة التقليدية تبيّن لنا بأنّ أكبر نسبة هي الاعتماد على صفحات التّجارة إلكترونيّا على فيسبوك بشكل متوسّط بنسبة 46%، وتليها نسبة 39% والتي تمثّلت في الاعتماد على الصفحات بشكل كبير، ثمّ تأتي نسبة الذين يعتمدون على الصّفحات بشكل ضعيف، وأخيرا نسبة الذين يعتمدون على الصفحات بشكل ضعيف جدّا حيث كانت نسبة ذلك 4%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 17

هل ساهمت ندرة المنتجات في ظلّ جائحة كورونا في زيادة كمية المنتجات التي تقتنيها في الطّلب الواحد عبر صفحات الفايسبوك	التكرار	النسبة %
نعم	25	%46
لا	29	%54
المجموع	54	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS



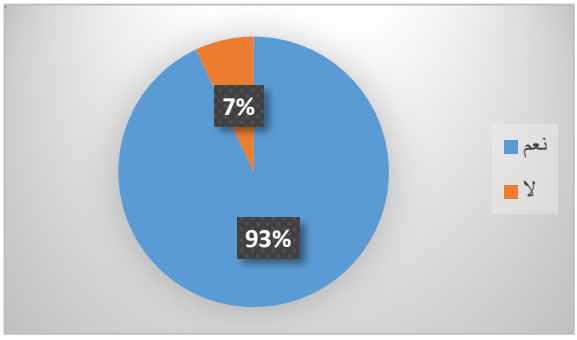
توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 17

التعليق: من خلال الجدول والشّكل أعلاه الخاصّين بالمساهمة الّتي تلعبها ندرة المنتجات خلال فترة كورونا في زيادة كميّة الاقتناء عبر صفحات الفايسبوك، تبيّن بأنّ أكبر نسبة كانت 54% وهي للذين كان رأيهم بأن ندرة المنتجات في ظل الجائحة لم تساهم في زيادة كمية المنتجات المقتناة عبر موقع فيسبوك، بينما كانت نسبة 46% للذين كان رأيهم عكس ذلك، وهما نسبتان متقاربتان نوعا ما.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 18

هل ساهمت الجائحة في زيادة طلباتك نحو منتجات معيّنة عبر صفحات الفايسبوك	التكرار	النسبة %
نعم	50	%93
لا	4	%7
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 18



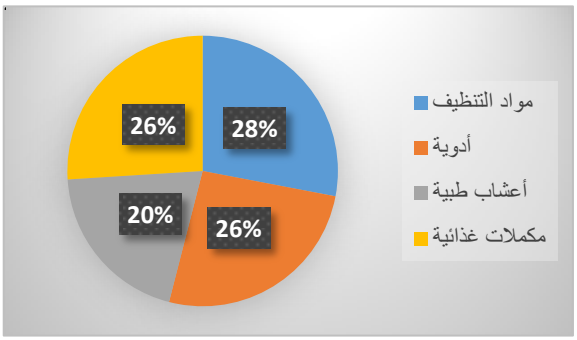
المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

التعليق: من خلال الجدول والشكل أعلاه يتبيّن لنا بأنّه خلال فترة كورونا زاد الطّلب على صفحات الفايسبوك نحو منتجات معيّنة، حيث كانت نسبة الذين أجابوا بنعم 93%.

توزيع مفردات عينة البحث حسب الجدول رقم 19

المنتجات التي تم زيادة الطلب عليها خلال الجائحة	التكرار	النسبة %
مواد التنظيف	15	%28
أدوية	14	%26
أعشاب طبية	11	%20
مكملات غذائية	14	%26
المجموع	54	%100

توزيع مفردات عينة البحث حسب الشكل رقم 19



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجاتSPSS

التعليق: بعد أن أجاب أغلب المستوجبين بأنّه خلال فترة كورونا زاد الطّلب عبر صفحات الفايسبوك على منتجات معينة، يبيّن لنا الجدول والشكل أعلاه هاته المنتجات، حيث كانت أكبر نسبة بـ 34% من نصيب المكمّلات الغذائية، بعدها مواد التّنظيف بنسبة 25%، ثم الأدوية بنسبة 23%، وفي الأخير الأعشاب الطبية بنسبة 18%.

مناقشة نتائج الدراسة:

المبحث الثّاني: عرض ومناقشة نتائج الدّراسة

المطلب الأوّل: المناقشة في ضوء التّساؤلات

بناء على ما خلصنا إليه من نتائج في دراستنا بداية بالتّساؤل الأوّل " هل غلق المحلّات في فترة كوفيد 19 كان السّبب الرّئيسي في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة على فيسبوك؟ " نقول أنّه كان هنالك في تأثير واضح نتيجة غلق المحلّات في ظل الجائحة على التّجارة الالكترونيّة ، فقد تبيّن أنّ هنالك تضاؤل في الإقبال على شراء المنتجات، وقد يفسّر هذا بتضاؤل الإقبال على التّجارة التّقليديّة والشّراء من المحلّات، ولكن الشّراء من الأنترنت تزايد كما يشير إلى ذلك الجدول 2-9 ، وكذلك الجدول 2-10 الّذي يشير صراحة من وجهة نظر المبحوثين إلى انتعاش التّجارة الالكترونيّة في فترة الإغلاق، وتبيّن لنا ذلك من خلال أوقات الشّراء لدى المستجوبين بحيث أصبحوا يقومون بعمليّة الشّراء في فترة الصّباح كأكثر وقت مع اللّجوء أيضا في كل وقت للصّفحات المختصّة

بالتّجارة الإلكترونيّة ليس مثل ما كانوا عليه سابقا في التّجارة التّقليديّة، وهنا يكمن تأثير الغلق الكلي وقت الجائحة في لجوء معظم المستخدمين للتّعامل مع صفحات الفايسبوك في هذا المجال.

أمّا فيما يخصّ التّساؤل الثّاني" هل تخوّف المواطنين من انتشار العدوى ساهم في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر؟" فقد تبيّن من خلال الدّراسة الميدانيّة أنّ دور تخوّف المواطنين من انتشار عدوى كورونا في انتعاش التّجارة الكترونيا يتجسّد من خلال اتّخاذهم الإجراءات اللازمة عند التّوجّه للمحلّات التّجاريّة في فترة الجائحة وهذا ما يشير إليه الجدول 2-11 الّتي فرضت عليهم إمّا من قبل منظّمة الصّحة العالميّة أم من تجّار المحلّات أو غيرهما أكثر من تخوّفهم من الوباء، وهذا ما بيّنه الجدول 2-12. ومن هنا نصل إلى أنّه تخوف المواطنين أدّى لانتعاش التّجارة عبر فيسبوك بشكل كبير مع كثرة مستخدميه، وهكذا ساهم عامل التّخوّف بالإيجاب في النّمو بعالم التّجارة عن بعد.

وفيما يخصّ التّساؤل الأخير لدراساتنا والمتمثّل فيما إذا كان لندرة المنتجات بالجزائر دور في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة، فنقول في هذا الصدد ومن خلال ما لاحظناه من خلال الجداول أعلاه يوجد أنه تأثير جليّ لكورونا على المتاجرة عبر فيسبوك وذلك من خلال نقص المنتجات الأساسيّة الغذائيّة منها وكذا الصّيدلانيّة ممّا أدّى لتوفرها عبر هذه الصّفحات الإلكترونيّة " فيسبوك" المتخصّصة في البيع والشّراء لتغطيّة الأزمة الحاصلة في القطاع، وهذا هو ما تبيّن لنا من خلال الجداول 2-16. وكذلك 2-19، وأيضا2-20.

المطلب الثّاني: المناقشة في ضوء الدّراسات السّابقة

نستخلص من خلال الدّراسات السّابقة وما جاءت به من نتائج كانت مشابهة لما توصّلت إليه دراستنا، والّتي كانت حول معرفة الدّور الإيجابي لوباء لكورونا في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة، وتطبيقا على صفحات فيسبوك دراسة مسحيّة تحليليّة على عيّنة من طلبة ماستر إعلام واتّصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

فمن خلال نتائج دراستنا توصّلنا إلى أنّ الجائحة أدّت إلى " الغلق الكلّي" الّذي كان له دور فعّال في التّأثير على سلوك المستهلك، بحيث زاد إقبال الكثير من المستخدمين الطّلبة على صفحات الفايسبوك الخاصّة بالبيع والشّراء، وهذا نفس ما توصّلت إليه دراسة الباحث كرم زيدان النّجار[1] الّتي من بين نتائجها التّوجه نحو التّجارة الالكترونيّة واعتمادها كخيار أسمى في ظل الجائحة. وأيضا من بين نتائج دراستنا تبيّن لنا أنّ غلق المحلات

[1] – كرم محمّد زيدان النّجار، **التّجارة الالكترونيّة ومدى تأثّرها بجائحة كورونا**، كليّة الحقوق والعلوم السّياسيّة، جامعة سوسة، تونس، ورقة منشورة في كتاب أعمال المؤتمر الدّولي، نشر بتاريخ 29-04-2021م.

في فترة الجائحة أنعش قطاع التّجارة الالكترونيّة بالجزائر، وهذا ما لاحظناه أيضا من خلال الدّراسة المذكورة سابقا. أمّا بخصوص اتّخاذ الإجراءات الوقائيّة فقد توصّلنا إلى أنّ أغلب المستجوبين قاموا بالإجراءات الصحيّة اللّازمة الّتي كانت مفروضة عليهم أكثر من تخوّفهم من الإصابة بالعدوى، وهذا ما توافق أيضا مع دراسة كرم زيدان النّجار الّتي كان من بين نتائجها تضرر أصحاب المحلّات من ظهور فيروس كورونا المستجد واعتماد الإجراءات الوقائيّة المتّخذة من طرف منظّمة الصّحة العالميّة لمكافحة انتشار الوباء بشكل متسارع وخطير.

ثمّ نأتي إلى ما توافق مع الدّراسة الثّانيّة الّتي جاءت من طرف جمعيّة التّجارة والتّجزئة الإلكترونيّة – السّعوديّة–تحت عنوان تأثير جائحة كورونا على التّجارة الإلكترونيّة وسلوك المستهلك... وقد جاء في نتائج دراستنا أنّ غلق المحلّات له التأثير البالغ على أوقات شراء المنتجات وهذا ما تبيّن لنا من خلال أغلب إجابات المستجوبين، وممّا خلصت إليه هذه دراسة جمعيّة التّجارة والتجزئة الإلكترونيّة أنّ من أهم التّغيرات الّتي حصلت خلال فترة الجائحة في سلوك المستهلك الشّرائي هي التّغيّر في أوقات الطلبات...

وأيضا كان من النّتائج المتوصّل إليها وجود تضاؤل في الإقبال على شراء المنتجات أكثر من الزيّادة، وذلك يماثل ما جاءت به الدّراسة الثانيّة " تأثير جائحة كورونا على التّجارة الالكترونيّة وسلوك المستهلك الشّرائي"[1] بحيث خلصت هي أيضا بأنّه هناك انخفاض في الطّلب على التّجارة الالكترونيّة بنسبة معتبرة، وذكرت بأنّه سيكون الطّلب مستقبلا على التّجارة الالكترونيّة أفضل عن ما قبل.

وتبيّن أيضا من خلال نتائج دراستنا بأنّ أكثر المنتجات الّتي شهدت ندرة هي المواد الصيدلانيّة والغذائيّة خاصّة وهذا ما توافق مع الدّراسة 3 ل "فاطمة الزهراء بن نامة، ومحمّد عدّة، نوريّة بن نامة" [2]، أنّ إغلاق المحلّات التّجاريّة كمحلّات المواد الغذائيّة ساهم بالدّرجة الأولى وبشكل كبير في انتعاش التّجارة الإلكترونيّة التي تعرف نموا بطيئا جدّا في الجزائر.

المطلب الثالث: المناقشة في ضوء المقترب النّظري.

وفي الأخير نستنتج وبالاعتماد على نظريّة البنائيّة الوظيفيّة أنّ هناك دور إيجابي تمثّل في " إنعاش" كورونا للتّجارة الإلكترونيّة على موقع فيسبوك، وهذا ما خلصت له نتائج دراستنا، فالدّور البارز هنا الّذي حققته الجائحة

[1] – شركةDRC ، جمعيّة التّجارة والتّجزئة الالكترونيّة، **تأثير جائحة كورونا على التّجارة الالكترونيّة وسلوك المستهلك الشّرائي في المملكة العربيّة السّعوديّة"**، شركة الأبحاث الرّقميّة drc، مايو 2020.

[2] – فاطمة الزّهراء بن نامة، عدّة محمّد، بن نامة نوريّة، **واقع التّجارة الالكترونيّة في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا** – دراسة تحليليّة إحصائيّة للفترة 2016-2021م"، مجلّة الاقتصاد والبيئة، المجلّد/04، العدد:03، خاص (2021)، ص 76-89.

على التّجارة الالكترونيّة لطلبة ماستر إعلام واتّصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة والمتمثّل في تأثير الحجر الصحي في ظل الجائحة على السلوك الشّرائي لأغلب المستجوبين، وبالرّغم من تضاؤل الإقبال على شراء المنتجات في فترة معيّنة كان أكبر من زيادة الإقبال عليها إلّا أنّ هذا لم يأثر على مساهمة كوفيد19 في انتعاش مجال التّجارة عبر الوسيط الإلكتروني فيسبوك.

وهذا ما توصّلنا إليه من خلال دراستنا والعمل بالاستبيان الالكتروني وتوزيعه على مستوى مجموعتي سنة ثانية ماستر اتّصال جماهيري ووسائط جديدة وكذا السّمعي البصري. وقد اعتمدنا على نظريّة البنائيّة الوظيفيّة كمقترب نظري لدراستنا، والّتي تطابقت إلى حدّ كبير مع النتائج المتوصّل إليها من خلال استبياننا الإلكتروني، والمتمحور حول أنّ أفراد عيّنتا يستخدمون صفحات الفايسبوك الخاصّة بالتجارة الإلكترونيّة، وبالرّغم من ذلك فإنّه هناك فئة معتبرة منهم أثّر فيها الغلق الكلّي، ومع الدّور الّذي لعبه هذا الأخير في أوقات الشّراء لدى المستهلك على صفحات فيسبوك، فاتّضح هنا الدّور الإيجابي لكوفيد19 في زيّادة تعامل أغلب المستخدمين الطّلبة لموقع فيسبوك في التّجارة الإلكترونيّة، مع تأكيد أغلبهم على انتعاش التّجارة الالكترونية في ظل الجائحة.

وممّا سبق نقول أنّه يوجد توافق كبير مع النّظريّة المستخدمة ومن خلال تساؤلات دراستنا المتمحورة حول العوامل الّتي أدّت لانتعاش التّجارة وقت كورونا، والّتي كان الغرض منها معرفة كيفيّة مساهمة الحجر الكلي لكورونا في النّهوض بقطاع التّجارة إلكترونيّا لدى طلبة 2ماستر إعلام واتّصال من خلال الشّراء عبر فيسبوك على غرار التّجارة التّقليديّة.

المطلب الرّابع: النّتائج العامّة للدّراسة:

وفي الأخير نستنتج وبالاعتماد على نظريّة البنائيّة الوظيفيّة ومن خلال ما توصّلنا إليه من نتائج الاستبيان الالكتروني أن:

* غلق المحلّات في فترة الجائحة أثّر إيجابا على السّلوك الشّرائي لأغلب المستجيبين الطلبة، وذلك نتيجة الاستخدام المكثّف لموقع التّواصل الاجتماعي فيسبوك من خلال الصّفحات المخصّصة للتّجارة الإلكترونيّة على اختلافها، ومن هنا نقول أنّ للحجر الكلّي مساهمة في انتعاش مجال البيع والشّراء عبر هذا الفضاء الأزرق تعويضا عن الأساليب التّقليديّة للتّجارة.

* السّبب وراء اعتماد المواطنين على موقع فيسبوك في التّجارة الالكترونيّة هو تخوّفهم من انتشار عدوى كورونا. وبأنّ كثرة لجوئهم لمثل هذه الصّفحات والمواقع الالكترونية عبر منصّة فيسبوك، وتطبيقهم للإجراءات الوقائيّة المفروضة عليهم كان من وراء حصولهم على متطلّباتهم الأساسيّة بسهولة وبطرق آمنة وتفاديا للعدوى.

* دور كورونا بدى واضحا في مساهمة ندرة المنتجات خلال كوفيد 19 في زيّادة الطّلب على صفحات فيسبوك نحو المنتجات الأساسيّة والمستخدمة في الحياة اليوميّة أهمّها المواد الغذائيّة والصّيدلانيّة لأهميّتها لدى المستهلك الشّرائي.

الخاتمة

خاتمة

أصبح واضحا الأثر الإيجابي لجائحة كورونا على مجال التّجارة عبر فيسبوك من خلال مختلف الصّفحات المتخصّصة لذلك وكثرة مستخدميها، فقد بدت مساهمة كوفيد 19 في انتعاش قطاع التّجارة الالكترونيّة بما يخدم مصالح كلّا من التّجار أو مسؤولي الصّفحات الالكترونية عبر فيسبوك، وكذا المستهلك الشّرائي على مواقع التّواصل الاجتماعي، كما تمّ استغلال الوضع الرّاهن للنّمو بمجال التّجارة عبر فيسبوك. فقد أضحى هذا الأخير حلّا أسمى لتعويض الخسائر الماديّة جرّاء كورونا مقارنة بما سبق في الأساليب التقليديّة، ومع كثرة مستخدمي التكنولوجيا الحديثة مؤخرا زاد عدد الصّفحات الخاصّة بالبيع والشّراء عبر فيسبوك مع تفاعل النّاس ولجوئهم للعالم الأزرق مع كوفيد 19، ممّا جعل التّجارة الالكترونية تزدهر على غرار التّجارة التّقليديّة.

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولا: المراجع باللغة العربية:

I- المعاجم والموسوعات

1. المنجد الأبجدي، دار المشرق، بيروت، 1987م.
2. بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعيّة، مكتبة لبنان -بيروت-1993م.
3. سالمي عبد المجيد، معجم مصطلحات علم النّفس، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1998م.
4. مسعود جبران، معجم الرّائد، دار العلم، لبنان، 1999م.

II- الكتب:

1. بابا عمّي محمّد، مقاربة في فهم البحث العلمي، دار وحي القلم، دمشق، 2014م.
2. البلقاسي منال، " التّسويق والتّجارة الالكترونيّة"، "Marketing and E-Commerce"، "مفاهيم في التّسويق-تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات-الانترنت والبريد الإلكتروني-التّسويق والتّجارة الالكترونيّة"، دار التّعليم الجامعي، الاسكندريّة، 2019م.
3. حسّان أحمد قمحيّة، " الفيسبوك تحت المجهر" دار النّخبة، مصر، 2017م.
4. ديظير ساندرابول، ملفين ل، روكيتش، " نظريّات وسائل الإعلام " ترجمة كمال عبد الرّؤوف، الدّار الدّوليّة للنّشر والتّوزيع، القاهرة، مصر، 1992م.
5. شفيق محمّد، البحث العلمي، الخطوات المنهجيّة لإعداد البحوث الاجتماعيّة، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة -مصر-1985م.
6. الضّامن منذر، " أساسيّات البحث العلمي"، دار المسيرة، عمّان، 1427هـ-2007م.
7. عبّاس مصطفى صادق، " الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل، دار الشّوق، الأردن، 2008م.
8. العمراني عبد الغني محمّد إسماعيل، " أساسيّات البحث التّربوي"، دار الكتاب الجامعي، صنعاء، 1434هـ-2013م.
9. المشهداني سعد سلمان، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربيّة المتّحدة، الجمهوريّة اللّبنانيّة، 2017م.
10. مكّاوي حسن عماد، ليلى حسن السيّد، " الاتّصال ونظريّاته المعاصرة"، الدّار المصريّة اللّبنانيّة، القاهرة، 1419هـ-1998م.

11. ناهدة عبد زيد الدّليمي، " أسس وقواعد البحث العلمي"، دار صفاء للنّشر والتّوزيع، عمان، 1437هـ-2016م.

12. نجم طه عبد العاطي، " مناهج البحث الإعلامي"، دار كلمة للنّشر والتّوزيع، الإسكندريّة-مصر، 2015م.

III- مقالات المجلّات العلميّة:

1. بن نامة فاطمة الزّهراء، عدّة محمّد، بن نامة نوريّة، " واقع التّجارة الإلكترونيّة في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا – دراسة تحليليّة إحصائيّة للفترة 2016م-2021م-"، مجلّة الاقتصاد والبيئة، المجلّد/04، العدد:03 خاص (2021)، ص 76-89.

2. درّ محمّد، " أهم مناهج وعيّنات وأدوات البحث العلمي"، في مجلّة الحكمة للدّراسات التربويّة والنفسيّة، العدد:9، جانفي-جوان 2017م، مؤسّسة كنوز الحكمة للنّشر والتّوزيع، الجزائر.

3. فاطمة الزّهراء بن نامة، عدّة محمّد، بن نامة نوريّة، واقع التّجارة الالكترونيّة في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا – دراسة تحليليّة إحصائيّة للفترة 2016-2021م"، مجلّة الاقتصاد والبيئة، المجلّد/04، العدد:03، خاص (2021).

IV- التّقارير العلميّة:

1. تقرير من إعداد شركة DRC، مقدّم بالتّعاون مع التّعاون مع جمعيّة التّجارة والتّجزئة الإلكترونيّة، " تأثير جائحة كورونا على التّجارة الإلكترونيّة وسلوك المستهلك الشّرائي في المملكة العربيّة السعوديّة"، جميع الحقوق محفوظة لشركة الأبحاث الرّقميّة-drc، مايو2020م.

V- الرّسائل الجامعيّة:

1. نوّي عمّار، " دور القيّادة في إدارة العمل التّطوّعي الجمعوي-دراسة حالة لجمعيّات بولاية برج بوعريريج"، مذكّرة لنيل شهادة الماجستير في تنميّة الموارد البشريّة، كليّة العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري-قسنطينة-السّنة الجامعيّة: 2009-2010م.

VI- مداخلات في ملتقيات علميّة:

1. زيدان النّجار كرم محمّد، " التّجارة الإلكترونيّة ومدى تأثّرها بجائحة كورونا، كليّة الحقوق والعلوم السيّاسيّة، جامعة سوسة، تونس، ورقة منشورة في كتاب أعمال المؤتمر الدّولي، المحكم حول الحجر الصّحي، نشر بتاريخ 29-04-2021م، نقل عن jilrc.com.

VII- المطبوعات العلميّة:

1. بن بوزيّان محمّد، عائشة بلحرش، التّجارة الالكترونيّة في الجزائر: الفرص والتحديّات، كليّة العلوم الاقتصاديّة والتّسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.
2. نور بسّام، التّجارة الإلكترونيّة: كيف، متى وأين؟ في الموسوعة العربيّة للكمبيوتر والانترنت، قسم الدّورات التّعليميّة، 2003-2000.
3. كرم محمّد زيدان النّجار، التّجارة الالكترونيّة ومدى تأثّرها بجائحة كورونا، كليّة الحقوق والعلوم السّياسيّة، جامعة سوسة، تونس، ورقة منشورة في كتاب أعمال المؤتمر الدّولي، نشر بتاريخ 29-04-2021م.
4. شركةDR ، جمعيّة التّجارة والتّجزئة الالكترونيّة، تأثير جائحة كورونا على التّجارة الالكترونيّة وسلوك المستهلك الشّرائي في المملكة العربيّة السّعوديّة، شركة الأبحاث الرّقميّة drc، مايو 2020.

VIII- المواقع الالكترونيّة:

1. ميري جينيفر مارخام،" ما هو كوفيد 19؟، نشر لأوّل مرّة في 3مارس، وكان آخر تحديث له في 28 يونيو2020م.

X- المواقع الالكترونية:

1. **ديفيد موري، اعتبارات عامة لمرضى الأورام اثناء جائحة كورونا COVIC-19 متاح في:** http://ecpc.org/covid-19/information
2. **Mauri david; Assistant professor of oncology; university hospital of loannina; Greece;** **الجدول 2**: اعتبارات عامّة لمرضى الأورام أثناء جائحة كورونا (cavid-19) ,

الملاحق

الملحق رقم (01): قائمة الأساتذة المحكمين

اسم ولقب الاستاذ	الرتبة
فضيلة تومي	رئيسة القسم وأستاذة محاضرة "أ"
مُحَمَّد الصغير كاوجة	أستاذ محاضر "أ"
حميدة نواصرية	أستاذة محاضرة "أ"

الملحق رقم (02): استمارة الاستبيان

استبيان حول: دور جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية في الجزائر على موقع فيسبوك

تهدف دراستنا هذه إلى معرفة كيفية مساهمة الحجر الكلي في ظل جائحة كورونا في انتعاش مجال التجارة إلكترونيا وعبر صفحات الفايسبوك ونضع بين أيديكم أسئلتنا هاته راجين منكم الإجابة عليها بكل صدق وموضوعية. لاستخدامها لأغراض علمية في دراستنا ولكم منا جزيل الشكر.

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس*

☐ ذكر

☐ أنثى

السن*

إجابتك

الوضعية الاجتماعية*

☐ أعزب (ة)

☐ متزوج (ة)

المحور الثاني: دور غلق المحلات في ظل جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية

هل أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على سلوكگ الشرائي؟*

☐ نعم

☐ لا

إذا كانت الإجابة بنعم، ضمن أي ناحية كان هذا التأثير؟*

زيادة إقبالگ على شراء المنتجات ☐

تضاؤل إقبالگ على شراء المنتجات ☐

هل أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على أوقات شرائك للمنتجات؟*

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي الأوقات المناسبة للشراء بالنسبة لك عبر صفحات الفايسبوك؟*

صباحا ☐

بعد الظهيرة ☐

مساءا ☐

ليلا ☐

في كل وقت ☐

هل غلق المحلات في فترة الحجر الكلي كان له تأثير في زيادة لجوئك للتعامل مع صفحات الفايسبوك المخصصة للتجارة الإلكترونية؟*

نعم ☐

لا ☐

هل ساهم إغلاق المحلات التجارية في فترة جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية بالجزائر؟*

نعم ☐

لا ☐

المحور الثّالث: دور تخوف المواطنين من انتشار عدوى كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر صفحات الفايسبوك

هل اتخذت إجراءات وقائية عند توجهك للمحلات التجارية في فترة جائحة كورونا؟*

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم. فهل؟*

لأنك كنت متخوفا من إصابتك بالعدوى ☐

التزامگ بالإجراءات الوقائية المفروضة عليگ ☐

هل تعتقد أن لتخوف المواطنين من انتشار عدوى كورونا دور في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر فيسبوك؟*

نعم ☐

لا ☐

ماهي مظاهر انتعاش التجارة الإلكترونية عبر صفحات الفايسبوك؟*

زيادة تفاعل المتابعين مع منشورات الصفحات ☐

زيادة صفحات الفايسبوك التي تروج للمنتجات ☐

زيادة عدد المنتجات التي يتم الإشهار لها عبر صفحات الفايسبوك ☐

أخرى. أذكرها.....

المحور الرّابع: دور ندرة المنتجات بالجزائر في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر الفايسبوك؟

هل أثرت جائحة كورونا في وفرة المنتجات الاستهلاكية التي تحتاجها في حياتك اليومية؟*

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي المنتجات التي ترى أنها شهدت ندرة في فترة الجائحة؟*

مواد غذائية ☐

مواد صيدلانية ☐

منتجات العناية بالشّخصيّة ☐

منتجات الرّياضة والتّرفيه ☐

أخرى اذكرها.....

ما هو تقديرك للنّسبة المئوية لاعتمادك على صفحات الفايسبوك في اقتناء المنتجات النّادرة في ظل الجائحة مقارنة بالتّجارة التّقليديّة؟*

من 0إلى 30% ☐

من 31إلى 50% ☐

من 51إلى 70% ☐

من 71إلى 100% ☐

هل ساهمت ندرة المنتجات في ظلّ جائحة كورونا في زيادة كمية المنتجات التي تقتنيها في الطّلب الواحد عبر صفحات الفيسبوك؟*

نعم ☐

لا ☐

هل ساهمت الجائحة في زيادة طلباتك نحو منتجات معيّنة عبر صفحات الفيسبوك؟*

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي نوعيّة هذه المنتجات؟*

مواد التّنظيف ☐

أدوية ☐

أعشاب طبيّة ☐

مكمّلات غذائيّة ☐

أخرى. اذكرها.....

الملحق رقم (03): مخرجات برنامج SPSS:

تكرارات المتغيرات الشخصية

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	17	31.5	31.5	31.5
	أنثى	37	68.5	68.5	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25	35	64.8	64.8	64.8
	26-31	16	29.6	29.6	94.4
	32-37	1	1.9	1.9	96.3
	38-43	1	1.9	1.9	98.1
	44-49	1	1.9	1.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

الوضعية الاجتماعية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعزب	45	83.3	83.3	83.3
	متزوج	9	16.7	16.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

تكرارات الأسئلة

هل أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على سلوكك الشرائي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	6	11.1	11.1	11.1
	نعم	48	88.9	88.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

إذا كانت الإجابة بنعم ,ضمن أي ناحية كان هذا التأثير

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	زيادة إقبالك على شراء المنتجات	12	22.2	22.2	22.2
	تضاؤل إقبالك على شراء المنتجات	42	77.8	77.8	100.0

Total	54	100.0	100.0	

هل أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على أوقات شرائك للمنتجات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	6	11.1	11.1	11.1
	نعم	48	88.9	88.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي الأوقات المناسبة للشراء بالنسبة لك عبر صفحات الفايسبوك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	صباحا	29	53.7	53.7	53.7
	بعد الظهيرة	6	11.1	11.1	64.8
	مساءا	4	7.4	7.4	72.2
	فى كل وقت	15	27.8	27.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

هل غلق المحلات في فترة الحجر الكلي كان له تأثير في زيادة لجوئك للتعامل مع صفحات الفايسبوك المخصصة للتجارة الإلكترونية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	11	20.4	20.4	20.4
	نعم	43	79.6	79.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

هل ساهم إغلاق المحلات التجارية في فترة جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية بالجزائر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	19	35.2	35.2	35.2
	نعم	35	64.8	64.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

هل اتخذت إجراءات وقائية عند توجهك للمحلات التجارية في فترة جائحة كورونا

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	11	20.4	20.4	20.4
	لا	43	79.6	79.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

إذا كانت الإجابة بنعم .فهل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لأنك كنت متخوفا من إصابتك بالعدوى	19	35.2	35.2	35.2

التزامگ بالإجراءات الوقائية المفروضة عليگ	35	64.8	64.8	100.0
Total	54	100.0	100.0	

هل تعتقد أن لتخوف المواطنين من انتشار عدوى كورونا دور في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر فايسبوك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	4	7.4	7.4	7.4
	نعم	50	92.6	92.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

ماهي مظاهر انتعاش التجارة الإلكترونية عبر صفحات الفايسبوك : زيادة تفاعل المتابعين مع منشورات الصفحات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	13	24.1	24.1	24.1
	نعم	41	75.9	75.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

زيادة صفحات الفايسبوك التي تروج للمنتجات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	20	37.0	37.0	37.0
	نعم	34	63.0	63.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

زيادة عدد المنتجات التي يتم الإشهار لها عبر صفحات الفايسبوك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	2	3.7	3.7	3.7
	نعم	52	96.3	96.3	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

هل أثرت جائحة كورونا في وفرة المنتجات الاستهلاكية التي تحتاجها في حياتك اليومية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	3	5.6	5.6	5.6
	نعم	51	94.4	94.4	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

المنتجات التي ترى أنها شهدت ندرة في فترة الجائحة:مواد غذائية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	19	35.2	35.2	35.2
	نعم	35	64.8	64.8	100.0

Total	54	100.0	100.0	

مواد صيدلانية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	5	9.3	9.3	9.3
	نعم	49	90.7	90.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

منتجات العناية بالشّخصيّة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	49	90.7	90.7	90.7
	نعم	5	9.3	9.3	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

منتجات الرّياضة والتّرفيه

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	45	83.3	83.3	83.3
	نعم	9	16.7	16.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

مواد التجميل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	40	74.1	74.1	74.1
	نعم	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

كيف ترى اعتمادك على صفحات الفايسبوك في اقتناء المنتجات النادرة في ظل الجائحة مقارنة بالتجارة التقليدية؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	بشكل ضعيف جدا	2	3.7	3.7	3.7
	بشكل ضعيف	6	11.1	11.1	14.8
	بشكل متوسط	25	46.3	46.3	61.1
	بشكل كبير	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

هل ساهمت ندرة المنتجات في ظلّ جائحة كورونا في زيادة كمية المنتجات التي تقتنيها في الطّلب الواحد عبر صفحات الفايسبوك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	29	53.7	53.7	53.7
	نعم	25	46.3	46.3	100.0

Total	54	100.0	100.0	

هل ساهمت الجائحة في زيادة طلباتك نحو منتجات معيّنة عبر صفحات الفايسبوك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	4	7.4	7.4	7.4
	نعم	50	92.6	92.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

إذا كانت الإجابة بنعم ,فما هي نوعيّة هذه المنتجات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مواد التّنظيف	15	27.8	27.8	27.8
	أدوية	14	25.9	25.9	53.7
	أعشاب طبيّة	11	20.4	20.4	74.1
	مكمّلات غذائيّة	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
هل أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على سلوكگ الشرائي	54	1.8889	.31722
إذا كانت الإجابة بنعم ,ضمن أي ناحية كان هذا التأثير	54	1.7778	.41964
هل أثر غلق المحلات في ظل جائحة كورونا على أوقات شرائك للمنتجات	54	1.8889	.31722
إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي الأوقات المناسبة للشراء بالنسبة لك عبر صفحات الفايسبوك	54	2.3704	1.74070
هل غلق المحلات في فترة الحجر الكلي كان له تأثير في زيادة لجوئك للتعامل مع صفحات الفايسبوك المخصصة للتجارة الإلكترونية	54	1.7963	.40653
هل ساهم إغلاق المحلات التجارية في فترة جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية بالجزائر	54	1.6481	.48203
هل اتخذت إجراءات وقائية عند توجهك للمحلات التجارية في فترة جائحة كورونا	54	1.7963	.40653
إذا كانت الإجابة بنعم .فهل	54	1.6481	.48203
هل تعتقد أن لتخوف المواطنين من انتشار عدوى كورونا دور في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر فايسبوك	54	1.9259	.26435
ماهي مظاهر انتعاش التجارة الإلكترونية عبر صفحات الفايسبوك : زيادة تفاعل المتابعين مع منشورات الصفحات	54	1.7593	.43155
زيادة صفحات الفايسبوك التي تروج للمنتجات	54	1.6296	.48744
زيادة عدد المنتجات التي يتم الإشهار لها عبر صفحات الفايسبوك	54	1.9630	.19063
هل أثرت جائحة كورونا في وفرة المنتجات الاستهلاكية التي تحتاجها في حياتك اليومية	54	1.9444	.23121
المنتجات التي ترى أنها شهدت ندرة في فترة الجائحة:مواد غذائية	54	1.6481	.48203
مواد صيدلانية	54	1.9074	.29258
منتجات العناية بالشّخصيّة	54	1.0926	.29258
منتجات الرّياضة والتّرفيه	54	1.1667	.37618
مواد التجميل	54	1.2593	.44234
كيف ترى اعتمادك على صفحات الفايسبوك في اقتناء المنتجات النادرة في ظل الجائحة مقارنة بالتجارة التقليدية؟	54	3.2037	.78619

هل ساهمت ندرة المنتجات في ظلّ جائحة كورونا في زيادة كمية المنتجات التي تقتنيها في الطّلب الواحد عبر صفحات الفايسبوك	54	1.4630	.50331
هل ساهمت الجائحة في زيادة طلباتك نحو منتجات معيّنة عبر صفحات الفايسبوك	54	1.9259	.26435
إذا كانت الإجابة بنعم ,فما هي نوعيّة هذه المنتجات	54	2.4444	1.16013
دور غلق المحلات في ظل جائحة كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية	54	1.3920	.34743
دور تخوف المواطنين من انتشار عدوى كورونا في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر صفحات الفايسبوك	54	1.3519	.20646
دور ندرة المنتجات بالجزائر في انتعاش التجارة الإلكترونية عبر الفايسبوك	54	1.7185	.18231
Valid N (listwise)	54		