الجمـــــــهورية الجـــزائريـــة الديـمقراطـــية الشعـــبية

المـــركز الجامـــعي نور البشـــير البيـــض

معهد العلوم الاقتصادية و التســيير و علوم تجــارية

قسم العلوم الاقتصـــادية

التخصص : اقتصـــاد نـــقدي وبنـــكي

مـــذكرة تخرج لنيل شهادة الماســـتر بعـنوان

تداعيات أزمة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك

من إعداد الطالبتين :

مقدم صابرين

عمارة نجاة عائشة

تحت إشراف الدكتور :

د/ الياس حفيـــــظ

السنة الجامعية : 2022 / 2023

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

نتقدم بجزيل الشكر و التقدير و العرفان للدكتور الياس حفيظ على

مجهوداته المبذولة ، ونصائحه و صبره معنا لانجاز هذه المذكرة ، كما

نتقدم بجزيل الشكر المسبق للجنة المناقشة على ما سيقدموه لنا

من ملاحظات و توجيهات قيمة و التي لن تزيد من هذا العمل إلا

اتقانا ، دون أن ننسى من مد لنا يد العون من قريب أو من بعيد.

إهداء

الحمد لله على نعمه و فضله أما بعد إلى من حاربت و ساهمت بالكثير من أجلي أمي الروحية فعبارات الشكر قليلة و كلمات الثناء لا تستطيع أن تفيك حقك ، إلى والدي الحبيبين إلى سندي في الحياة و جزء من الروح.. ، و إلى من ترعرعت معهم إخوتي كل باسمه حفظهم الله و رعاهم إن قلت شكرا فشكري لن يوفيكم حقكم ، حقا سعيتم فكان السعي مشكورا ، و إن جف حبري عن التعبير يكتبكم قلب به صفاء الحب تعبيرا و في الأخير إلى غاليتي و زميلتي في هذا العمل " نجاة عائشة عمارة ".

الطالبة صـــــــابرين مقدم

إهداء

إلى من أُفضِّلها على نفسي، ولِمَ لا؛ فلقد ضحَّت من أجلي ولم تدَّخر جُهدًا في سبيل إسعادي على الدَّوام (أُمِّي الحبيبة). نسير في دروب الحياة، ويبقى من يُسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه صاحب الوجه الطيب، والأفعال الحسنة. فلم يبخل عليَّ طيلة حياته (والدي العزيز).

إلى سندي و رفيق حياتي . أصدقائي في العمل و خارجه وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون، وفي أصعدة كثيرة ..و أخيرا

إلى زميلتي الجميلة" مقدم صابرين " التي أحسنت إلي و راعتني

الطالبة عائشة نجـــــاة عمارة

الملخص :

يهدف موضوع مذكرتنا إلى تسليط الضوء على أكثر المواضيع طرحا و هي جائحة كورونا (كوفيد 19) و التي تعد أزمة عالمية مستجدة ليست كسابقتها ، استطاعت أزمة كورونا اختلال توازن العالم و كانت لها عدة تداعيات على المستهلك في جميع المناحي الاقتصادية و الاجتماعية لم يكن المستهلك الجزائري في منأى من هذه الجائحة فقد أدت إلى نسبة البطالة و الفقر الأمر الذي خلف ذعرا كبيرا في نفوس المستهلكين و في سبيل التخفيف من تداعيات هذه الأزمة على القدرة الشرائية للمستهلك ، سعت الدولة الجزائرية بوضع سياسات متعددة يتم تبنيها على المدى القصير و المتوسط

الكلمات المفتاحية : المستهلك ، كورونا ، البطالة

Summary :

The theme of our memorandum aims to shed light on the most topical topics of the coronavirus Covid-19 is a new global crisis , The coronavirus crisis has created a global imbalance and has had a number of repercussions on consumers in all economic and social spheres .The Algerian State has eneavoured to develop various policies to be adopted in the short and medium term .

Keywords : consumer , coronavirus pandemic , unemployment , purchasing power .

فهرس المحتويات

الشكر	
الإهداء	
الإهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الأشكال	
فهرس الجداول	
المقدمة	
الفصل الأول : دراسة سلوك المستهلك و تفشي فيروس كورونا	
المبحث الأول : ماهية سلوك المستهلك	07
المطلب الأول : ماهية سلوك المستهلك	07
المطلب الثاني : دراسة سلوك المستهلك	16
المبحث الثاني : مفاهيم حول أزمة كورونا	25
المطلب الأول : الأوبئة عبر التاريخ	25
المطلب الثاني : تفشي أزمة كورونا	32
خلاصة الفصل الأول	38
الفصل الثاني : تداعيات أزمة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك	
تمهيـــــــــــــــــد	40
المبحث الأول : تداعيات أزمة كورونا على الاقتصاد العالمي و أثرها على الاقتصاد الجزائري	40
المطلب الأول : تأثير أزمة كورونا على الاقتصاد العالمي	41

المطلب الثاني : تداعيات أزمة كوفيد 19 على الاقتصاد الجزائري	49
المبحث الثاني : تداعيات أزمة كوفيد 19 على القدرة الشرائية و سلوك المستهلك	58
المطلب الأول : مفهوم القدرة الشرائية	58
المطلب الثاني : انعكاس كوفيد على القدرة الشرائية للمستهلك	61
تقييم تفشي فيروس كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك	63
خلاصة	72
خاتـــــــــــــمة	74
قائمة المصادر و المراجع	76

فهرس الأشكال

رقم	عنـــــــوان الشـــــــــــكل	صفحة
01	دالة الاستهلاك الخطية	10
02	مراحل عملية الإدراك	21
03	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك	24
04	الأجزاء الرئيسية لفيروس كورونا	32
05	مخطط تمثيلي لحالات كوفيد 19 في الجزائر	34
06	أسعار السلع الأولية العالمية	41
07	استهلاك و إنتاج النفط فيفري 2019 مارس 2020	42
08	الأسعار العالمية للنفط فيفري 2019 مارس 2020	42
09	السياحة الدولية الوافدة في العالم	44
10	توقعات استهلاك النفط قبل الجائحة و بعدها	49
11	احتياطي الصرف الجزائري خلال عشر سنوات 2020/2010	51
12	الدول الخمس المصدرة للجزائر	53
13	الدول الخمس المستوردة للجزائر	53
14	معدل البطالة في الجزائر 2020/2015	56
15	تابع لمعدل البطالة	56
16	دورة العرض و الطلب	64
17	النفقات الاستهلاكية للأسر بالعملة المحلية	65
18	الإنفاق الاستهلاكي في الجزائر 2020/2014	66

فهرس الجداول

رقم	عنـــــوان الـجـــــــــدول	صفحة
01	الأوبئة عبر التاريخ	29
02	توقعات معدل النمو الإجمالي الناتج المحلي	36
03	توقعات حجم التجارة العالمية	46
04	توقعات أسعار السلع العالمية	47
05	تطور معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي و نصيب الفرد من الناتج المحلي خلال 2019/2018	48
06	تطور الميزان التجاري 2019/2018	50
07	تطور الميزان التجاري 2020/2019	52
08	تغيرات مؤشر سلع الاستهلاك خلال شهر سبتمبر 2019/2018	52
09	مؤشر أسعار المستهلك CPI مع معدل التضخم خلال سنة 2020	54
10	معدل البطالة	55
11	تطور أسعار المواد الغذائية العامة الواسعة الاستهلاك	66

المقدمة

مقدمة

جرت عادة الاقتصاد العالمي أن يمر بمراحل مختلفة تتسم بعضها بالتوسع و الزيادة و تتسم الأخرى بالانكماش أو الكساد ، في الربع الأخير من عام 2019 حدث ما لم يكن في الحسبان أزمة فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) و تفاقمه بشكل سريع فمنذ حدوث حالات الإصابة الأولى في مدينة وهان الصينية أواخر ديسمبر انتشر الفيروس بشكل غير مسبوق ، إلى باقي دول العالم مما دفع منظمة الصحة العالمية إلى إطلاق مصطلح وباء عالمي عن الفيروس نتيجة اجتياحه معظم دول العالم في وقت جد وجيز ، مما كبد الدول مليارات الدولارات لمواجهة الأزمة و احتواء الفاشية و في غضون أشهر قليلة تحولت هذه الأزمة إلى جائحة اقتصادية عالمية تسببت في ركود اقتصادي عالمي لم يشهد له مثيل ، فقد ألحقت جائحة كورونا ضررا كبيرا في مختلف القطاعات و شلت جميع الأنشطة التجارية و الصناعية و السياحية ، كما أن أسعار النفط هي الأخرى شهدت انهيارا كبيرا في الأسواق العالمية ، الأمر الذي ضاعف من حدة المخاطر على الدولة الجزائرية باعتبار أن اقتصادها يقوم على المداخيل النفطية بشكل كبير ، كما أن الجائحة خلفت آثارا كبيرة على الأصعدة الاقتصادية و الاجتماعية خاصة فئة المستهلكين الذين تأثر سلوكهم الاستهلاكي نتيجة تفاقم الوضع و تزايد عدد الإصابات و الوفيات ، و شلل نشاط بعض المؤسسات و خفض الأجور الأمر الذي أدى إلى زيادة البطالة و معدل الفقر و زيادة على ذلك صعوبة حصولهم على المواد الغذائية الأساسية و ندرتها في بعض المناطق الأمر الذي خلق ذعرا كبيرا في نفوس المستهلكين .

الإشكالية : ما مدى تأثير جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك ؟

- **الأسئلة الفرعية :** تتفرع من هذه الإشكالية الرئيسية أسئلة فرعية تساعدنا في فهم موضوع الدراسة بطريقة جيدة و هي على النحو التالي : ماهو سلوك المستهلك و ماهي العوامل المؤثرة فيه ؟
- ما هو فيروس كورونا و ما هي الأوبئة التي مست العالم ؟
- كيف أثرت جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي و الجزائري ؟
- كيف أثر فيروس كوفيد على القدرة الشرائية للمستهلك ؟

الفرضيات :

من خلال إشكالية الدراسة يمكننا استنتاج الفرضيات الأساسية لدراستنا و المتمثلة فيما يلي :

- كان لفيروس كورونا أثر سلبي على سلوك المستهلك
- أثرت جائحة كوفيد بشكل سلبي على القدرة الشرائية
- تسببت جائحة كورونا في موجات غلاء للمواد الاستهلاكية في الجزائر

عرض خطة البحث :

على سبيل معالجة و طرح الموضوع و محاولة الإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم عناصر المذكرة إلى فصلين على النحو التالي :

الفصل الأول ويتمثل عنوانه في طبيعة سلوك المستهلك و العوامل المؤثرة فيه و تقشي فيروس كورونا حيث تطرقنا في **المبحث الأول** إلى دراسة سلوك المستهلك و العوامل المؤثرة فيه ثم تناولنا **في المبحث الثاني** لمحة حول ظهور و تفشي فيروس كورونا .

أما **الفصل الثاني** فجاء تحت عنوان أثر أزمة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك ، تناولنا في **المبحث الأول** من **الفصل الثاني** : تأثير فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي و الاقتصاد الجزائري أما في ضمن طيات المبحث الثاني تم التطرق إلى دراسة و تقييم أثر فيروس كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري من خلال نماذج من الإحصائيات و دراسة و تحليل المعطيات و النتائج التي تم جمعها .

الدراسات السابقة :

- مذكرة ماستر في العلوم التجارية من اعداد ماضوي عبد الطيف ، و بلفار عز الدين تحت عنوان تأثير فيروس كورونا على سلوك المستهلك في الجزائر ، جامعة محمد بوضياف المسيلة .
- مقالة من تقديم بن عديدة نبيل ، مطماطي راوية بعنوان اثر جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك ، مجلة حقوق الانسان و الحريات العامة ، المجلد 07 سنة 2022 ص 406-430 بتاريخ النشر 2022/06/01 .

أسباب اختيار الموضوع :

قمنا باختيار الموضوع للأسباب التالية :

- طبيعة الموضوع و تسليط الضوء على أبرز حدث عالمي في القرن 21 (كوفيد 19) .
- الرغبة الذاتية و الميل الشخصي في معالجة الموضوع و التعرف على سلوك المستهلك إبان الجائحة

صعوبات الدراسة :

التعرف على من بين الصعوبات التي واجهتنا :

- قلة الدراسات و البحوث التي عالجت موضوع تأثير كوفيد 19 على القدرة الشرائية
- للمستهلك خاصة أنه موضوع مستجد
- صعوبة جمع الإحصاءات لندرتها و عدم مصداقيتها

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية :

- تسليط الضوء على المستهلك
- التعرف على فيروس كورونا ظهوره و تطوره .
- دراسة سلوك المستهلك .
- العلاقة بين جائحة كورونا و سلوك المستهلك .
- البحث عن مدى تأثير فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي و الجزائري.
- تداعيات فيروس كوفيد 19 على القدرة الشرائية للمستهلك.

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في إبراز العلاقة بين جائحة كوفيد وسلوك المستهلك ، وكذلك تأثير جائحة كوفيد على كل من الاقتصاد العالمي بصفة عامة و الاقتصاد الجزائري بصفة خاصة ، و مدى تأثر القدرة الشرائية للمستهلك من خلال عدة عوامل كمستوى الفقر و البطالة و نفقات الاستهلاك .

الفصل الأول : سلوك المستهلك و تفشي فيروس كورونا

تمهيد الفصل الأول :

بما أن الاستهلاك يعد من أهم مكونات الطلب الكلي فان التغيرات تؤثر على مستوى النشاط الاقتصادي ،كما يعتبر الاستهلاك ظاهرة من الظواهر الاقتصادية و التي يصعب حصرها في مجرد تعاريف . فهي موضوع اهتمام العديد من المفكرين الاقتصاديين و رجال التسويق لأن الاستهلاك هو أحد مقومات النشاط الاقتصادي .

يتناول هذا الفصل كل ما هو متعلق بالاستهلاك و المستهلك و سلوكه و كذا العوامل المؤثرة فيه خارجية و داخلية ، و نناقش فيه مفاتيح و خصائص سلوك المستهلك بشكل عام و بالتفصيل .

و من خلال هذا الفصل أيضا قد سلطنا الضوء على مسار الأوبئة و الجائح عبر التاريخ ، بشكل خاص دراستنا تهدف لطرح مفهوم جائحة كورونا و كيف ظهرت و طرق احتواءه المقترحة من طرف منظمة الصحة العالمية .

المبحث الأول : سلوك المستهلك

تمهيد :

يتصف سلوك المستهلك بالتغير و التعقيد بحيث يكون صعبا علينا وضع قوانين دقيقة و التنبؤ به ، و يهدف هذا المبحث إلى تحديد الإطار العام لدراسة سلوك فهم سلوك المستهلك و ذلك من خلال التطرق إلى تعريفه وأهميته و أهدافه ، و أسباب دراسة هذا السلوك ، كما نناقش في هذا المبحث أيضا مفاتيح و صعوبات دراسة سلوك المستهلك و كذا العوامل المؤثرة .

أصبحت الإدارة تعتمد اعتمادا أساسيا في رسم سياستها التسويقية و الترويجية و الإعلانية على الصفات المادية للسوق و العناصر الديموغرافية للمستهلكين ، ففي السنوات الأخيرة شهدنا تطورا ملحوظا في الاهتمام المتزايد بالبحث في سيكولوجية المستهلك و ذلك بهدف فهم الجوانب الهامة من سلوك الأفراد في المواقف الحياة الفعلية و دراسة حاجيات و رغبات المستهلكين .

نتطرق في هذا المبحث عن مفهوم سلوك المستهلك و الهدف من دراسته كما أننا سندرس العوامل المؤثرة فيه سواء كانت داخلية أو خارجية.

المطلب الأول : ماهية سلوك المستهلك

الفرع الأول : مفاهيم أساسية حول الاستهلاك

- **الاستهلاك و المستهلك:** يمكن النظر إلى الاستهلاك على انه الهدف أو الغاية الأساسية لكل النشاطات الاقتصادية ، كما انه احد المؤشرات اللافاهية في المجتمع وله دور أساسي في تركيب النسيان الاقتصادي و تحريك العجلة الاقتصادية .

تعريف الاستهلاك :

وردت العديد ن التعارف لمفهومه من أهمها :

يعرف الاستهلاك على انه : عبارة عن استعمال السلع و الخدمات بقصد الحصول على منافع .

و يعرف كمصطلح اقتصادي بأنه (هدى ح.، 2017) : استخدام المنتجات و استنفاذها في إشباع حاجيات الإنسان إشباعا مباشرا .

و كما عرفه الباحث انجل ENGEL على أنه : »الأفعال و التصرفات المباشرة للأفراد من اجل الحصول على المنتج آو الخدمة و يتضمن إجراءات اتخاذ قرار الشراء. » (حسام، 2020)

- ✓ و من هذا يقصد بالسلوك الاستهلاكي في هذه الدراسة على أنه مجموعة من التصرفات و الأفعال التي يقوم بها الأفراد بعد تخطيط و أخذ قرار الشراء متوقعين أنها تلبي حاجياتهم ورغباتهم للمنتج .

أنواع الاستهلاك: ينقسم الاستهلاك إلى :

أولا : معيار الإنتاج

و بدوره ينقسم إلى :

- **الاستهلاك الوسيط** : و يقصد به استعمال السلع في العملية الإنتاجية أي مواد أولية أو سلع نصف مصنعة من اجل إنتاج سلع استهلاكية أخرى ، باختصار فان الاستهلاك الوسيط يستعمل السلع و الخدمات لإشباع حاجيات القطاع الإنتاجي .
- **الاستهلاك النهائي** : و يعرف بأنه استخدام السلع و الخدمات لإشباع حاجيات المباشرة للقطاع العائلي ، أي الإنتاج الذي يستهلك استهلاكا نهائيا بما ينطوي عليه من استخدام المنتجات من سلع و خدمات .

ثانيا : معيار عدد المستهلكين

ينقسم الاستهلاك لقسمين من حيث عدد المستهلكين للسلعة هما (هدى ح.، 2017) :

- **الاستهلاك الخاص** : و هو الاستهلاك الذي يشبع الحاجيات الفردية .
- **الاستهلاك العام** : و يقصد به الاستهلاك الذي يشبع الحاجيات العامة الجماعية .

محددات الاستهلاك :

✓ **الدخل المتاح** : يعتبر الدخل المحدد الرئيسي لإنفاق الاستهلاكي ، و ذلك بالنسبة للفرد و كذلك بالنسبة للاقتصاد ككل . فقد ذكر –كينز– أن الدخل يعتبر المحدد الرئيسي للاستهلاك .

و يعرف على انه ذلك الأجر مقابل العمل الذي يقوم به الفرد ، و يكون موجها لاستهلاك حاجيات التي تكون إما دائمة أو غير دائمة .

✓ **المستوى العام للأسعار** : تعد الأسعار عاملا مهما محددا للاستهلاك إضافة للدخل ، فان ارتفاعها أو انخفاضها يؤثر بشكل أو أخر على حجم الاستهلاك و لتوضيح ذلك نتطرق لحالتين (زروخي، 2012) :

1. إذا كان هناك ارتفاع أو انخفاض في مستوي العام للأسعار الذي يصاحبه انخفاض أو ارتفاع متناسبين في الدخل المتاح ، ففي هذه الحالة ترى الأسرة أو الفرد أنهم في وضعية مستقرة و بالتالي يفضلون البقاء على مستوى الاستهلاك
2. في حالة أخرى تكون المتغيرات في مستوى العام للأسعار غير متوافقة مع تغيرات الدخل ، أي أن في الدخل المتاح لها اثر مباشر على استهلاك الفرد أو الأسر بحيث يؤدي ارتفاع الأسعار لانخفاض الدخل
3. المتاح فيكون له اثر في دالة الاستهلاك في المدى القصير .

تعريف دالة الاستهلاك: تعتبر دالة الاستهلاك الأداة التي توضح العلاقة ما بين الدخل المتاح للصرف و الاستهلاك و يمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية:

$$C= a+by_d$$

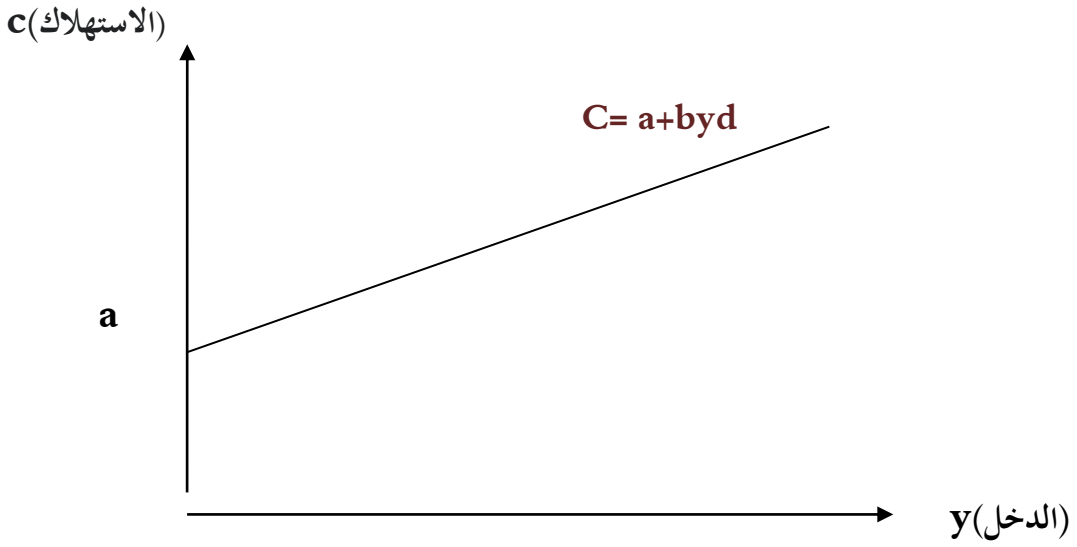
- حيث :

a : الاستهلاك المستقل .

b : التغير في الاستهلاك الناتج عن التغيير في الدخل المتاح بوحدة نقدية واحدة (الميل الحدي للاستهلاك).

Yd : الدفع المتاح أو الدخل الممكن التصرف فيه .

C : الإنفاق الاستهلاكي .



الشكل (1) : دالة الاستهلاك الخطية (صخري، 2008)

- ✓ **المحور العمودي : يمثل الإنفاق الاستهلاكي .**
- ✓ **المحور الأفقي : يمثل الدخل القومي .**

و منه يتبين ما يلي : إن خط الاستهلاك يبدأ من نقطة أعلى من نقطة الأصل ، و التي يمثلها الاستهلاك المتنقل a، و الذي يعتمد على الدخل و يتحقق بافتراض الدخل القومي صفر .

إن الاستهلاك يزداد بزيادة الدخل و لكن بنسبة اقل من نسبة زيادة الدخل .

- **سعر الفائدة** : يعتبر سعر الفائدة ذلك الثمن المدفوع مقابل التضحية بالاستهلاك الحاضر ، أي أنه الادخار فيعتقد البعض أنه عندما يرتفع سعر الفائدة يؤدي ذلك لادخار و من ثم ينقص الاستهلاك لكن ذلك ليس بالضرورة إن يكون صحيحا فقد يؤدي ارتفاع سعر الفائدة أيضا إلى تقليل الكمية الواجب ادخارها . وهذا بهدف تقليل دخل ثابت ، كما أن ارتفاع سعر الفائدة يؤدي إلى نقص الاستثمار و هذا بدوره يؤدي إلى انخفاض قيمة الدخل و بعدها انخفاض الاستهلاك و الادخار .

و نختصر ذلك بالعلاقة : $\mathbf{dc/dr < 0}$

حيث :

r : سعر الفائدة

C : الاستهلاك

تبين هذه العلاقة أنه من الصعب الجزم بما إذا كانت تغيرات سعر الفائدة ترتبط ارتباطا طرديا أو عكسيا أو لا ترتبط إطلاقا بمستوى الاستهلاك .

- **الضرائب** : عبارة عن مبلغ من النقود تجبر الدولة او الهيئات العامة المحلية الفرد على دفعها إليه بصفة نهائية ليس مقابل أن ينتفع بخدمة و لكن لتقديم وتمكينه من تحقيق منافع عامة (زروخي، 2012)، و يؤدي رفع هذه الضرائب إلى تخفيض الاستهلاك على مستوى الدخل و بالتالي تخفيض مستوى الاستهلاك الكلي .

الفرع الثاني : تعريف المستهلك و أنواعه

كما ذكر سابقا فان و تبعا لمفهوم الحديث للتسويق ، فان المستهلك هو المحور الأساسي للعملية التسويقية و أن المستهلك هو المعيار الذي يمكن من خلاله أن نحكم على نجاح أو فشل المنتج المقدم إليه ، كما أنه الركيزة الأساسية التي تبدأ به كافة الأنشطة التسويقية و تنتهي به و بالتالي فان الاهتمام به لازمة على كل مؤسسة .

بداية و لشرح مفهوم سلوك المستهلك فأننا لابد أن نشير إلى معنى و مفهوم كل من السلوك و المستهلك .

✓ **المستهلك** : يعرف المستهلك على أنه : الشخص الذي ينتقي و يشتري السلع و الخدمات من ثم يقوم باستهلاكها بغرض إشباع رغباته و حاجياته .

- كما يعرف بأنه : كافة أو كل الأفراد و العائلات الذين يقومون بعملية الشراء أو الاقتناء للسلع و الخدمات بغرض استهلاك شخص و يختلفون بشكل كبير من حيث الفئات و المستويات و النقل و التعليم و الأذواق .
- في تعريف آخر (السلام، 2009) : أن المستهلك هو شخص يقوم بإبرام تصرف قانوني يتعلق بتزويده بالسلع أو الخدمات ليستهلكها أو يستخدمها نهائيا لأجل إشباع حاجته الشخصية و العائلة .

أنواعه : (هدى ح.، 2017)

- **المستهلك الفردي** : و هو ذلك الفرد الذي يقوم ببحثه عن منتج أو خدمة ما لشرائها و بالتالي استخدامها لغرض خاص أو عائلي أي يشبع الحاجات و الرغبات المباشرة .
- **المستهلك الصناعي** : و يضم كافة الأشخاص أو المؤسسات الخاصة العامة ، الهادفة للربح و غير هادفة . و الذين يقومون بالبحث و شراء السلع و المواد التي تمكنهم من إعداد و تنفيذ خططهم و أهدافه المقررة .

كما أن المؤسسات الصناعية تقوم بشراء المواد الخاصة و نصف مصنعة لإنتاج و تسويق سلع نهائية لكل من المستهلك النهائي أو الصناعي .

✓ **السلوك** : إن مفهوم السلوك قد أثار جدلا و خلافا عميقا بين الباحثين و الكتاب ، و تتمثل نقاط هذا الجدل ما إن كان السلوك هو نشاطا خارجيا للإنسان أم انه يشمل أيضا الأنشطة الجسمية و الأنشطة العقلية و الذهنية للإنسان .

يعرف السلوك بوجه عام على انه :

الاستجابة الحركية و الفردية أنه الاستجابة الصادرة عن عضلات الكائن الحي ، أو عن الغدة الموجودة في جسمه ، و من الباحثين ما يعرفه بأنه : أي نشاط يصر من كائن حي نتيجة لارتباطه بظروف ما و يتجسد هذا في محاولاته العديدة للتغيير أو التعديل من هذه الظروف حتى تناسب مقتضيات حاجياته .

أما هناك من يعرفه على أنه ذلك التصرف الذي يبرزه شخص ما نتيجة تعرضه إلى منبه داخلي أو خارجي يواجهه ، و يسعى من خلاله على تحقيق توازنه البيئي أو لإشباع حاجياته .

و من خلال هذه التعاريف السابقة يمكننا أن نستنتج بأن السلوك الإنساني يمثل (الدين، 2022): " **كل استجابة لفظية أو حركية للمؤثرات الداخلية أو الخارجية التي يواجهها الفرد و الذي يسعى إلى تحقيق توازنه البيئي** "

أنواع سلوك المستهلك :

يتفرع سلوك المستهلك إلى عدة أنواع نذكرها كالأتي :

1. **حسب شكل السلوك** : ينقسم إلى :
   - السلوك الظاهر و يضم التصرفات والأفعال الظاهرة و التي يمككنا ملاحظتها .
   - السلوك الباطن يتمثل في التأمل و التفكير و الإدراك و غيره .
2. **حسب حداثة السلوك** : ينقسم إلى :
   - السلوك المستحدث و هو ناتج عن حالة جديدة مستحدثة التي تحدث لأول مرة .
   - السلوك المكرر و هو سلوك يعاد دون تغيرات فيه .
3. **حسب طبيعة السلوك** : ينقسم إلى :
   - السلوك الفطري و الذي يصاحب الإنسان منذ ميلاده دون حاجة التعلم
   - السلوك المكتسب هو سلوك يتعلمه الإنسان مع مرور الوقت عبر وسائل التعليم المختلفة
4. **حسب العدد** : وينقسم إلى (الدين، 2022) :
   - السلوك الفردي و هو السلوك الذي يتعلق بالفرد بحد ذاته .
   - السلوك الجماعي و هو السلوك الذي مجموعة من الأفراد .

الفرع الثالث : تعريف سلوك المستهلك

أولا يعرف سلوك المستهلك على انه ذلك السلوك الذي يبرزه المستهلك في بحثه عن شراء أو استخدام السلع أو حتى الخدمات أو الأفكار و الخبرات التي ينتظر منها إشباع رغباته و حاجياته و حسب إمكانيات الشرائية المتاحة ، و يعني ذلك أن السلوك الاستهلاكي يتقن خطوات عملية اتخاذ القرارات التي تسبق و تحدد الشراء (معراوي، 2020).

كما يمكن تعريف سلوك المستهلك بأنه مجموعة التصرفات التي تصدر عن الأفراد الذين يقومون مباشرة بالحصول على السلع و الخدمات الاقتصادية و يتم استخدامها بما يعنيه ذلك من قرارات تسبق هذه التصرفات و تحددها .

و من هذا يمكن لمختلف المنظمات التسويقية أن تخطط لتسويقها بطريقة سليمة سواء كانت من جهة نظر المنتجين أو الوسطاء باعتبارها انه من الواجب ابتداءها بالمستهلك لان إرضاءه و إشباع رغباته و مقابلة احتياجاته تعتبر مبرر لوجود رجال التسويق .

مفاتيح فهم سلوك المستهلك :

حتى نتمكن من فهم سلوك المستهلك لا بد لنا من دراسة المفاهيم المتعلقة بهذا السلوك ، و التي نستطيع أن نعبر عنها بما يسمى المفاتيح أو يمكن القول أنها مفاهيم توصلنا إلى سلوك المستهلك و هي :

1. سلوك المستهلك هو سلوك دوافع و حوافز : سلوك المستهلك سلوك ناتج عن دوافع و حوافز ، أما الدوافع فهي عوامل داخلية (أي أنها محركات داخلية كسلوك مستهلك) و أما الحوافز فهي عوامل خارجية و هي تشير إلى المكافآت التي ينتظرها المستهلك بعد القيام بعملية الشراء ، و هناك عدة أنواع من الدوافع نذكرها كالأتي

– **الدافع الوظيفي** : و هو الدافع الشرائي من اجل القيام بعمل الشراء .

– **الدافع التعبيري** : و هو الدافع الشرائي يعبر عن المودة و المحبة بواسطة شراء هدية على سبيل المثال .

– **الدافع المركب** : و هو الدافع الشرائي المركب من أكثر من هدف يراد تحقيقه بفعل هذا العمل الشرائي .

– **الدافع المدرك**: و هو الدافع الشرائي المعروف و الواضح للمستهلك و الآخرين .

2. سلوك المستهلك يحتوي على مجموعة من الأنشطة:

بحيث أن سلوك المستهلك يحوي على مجموعة من الأنشطة تكون في محصلتها الأساس للقرار الشرائي الذي يتخذه هذا المستهلك ، و هي على هذا النحو :

- التفكير بالسلعة أو الخدمة
- مناقشة هذا الأمر مع الأصدقاء أو العائلة أحيانا .
- اتخاذ قرار الشراء
- زيارة محلات التي تعرض و تقدم السلعة أو الخدمة .
- التقييم و المقارنة بين مواصفات هذه السلعة .
- إتمام الشراء .

3. سلوك المستهلك هو قرار يتكون من ثلاثة أجزاء و هي :

- **قرار ما قبل الشراء** : و هي أول مرحلة من مراحل اتخاذ قرار الشراء فهي تتكون من عدة مراحل فرعية كشعور المستهلك بالحاجة إلى جمع المعلومات و المقارنة بين العلامات المتوفرة في السوق .
- **قرار الشراء** : هو الشراء الفعلي و القيام به فيم زيارة أماكن الشراء و قيام به .
- **قرار ما بعد الشراء** : و المتمثلة في المرحلة التي تلي شراء سلعة أو منتج و يتم فيها تقييم قرار الشراء إن كان صائبا أو لا بعد استعمال الفعلي للمنتج .

و من هذه المراحل الثلاثة نجد أن أولها هي عبارة عن تفكير و مقارنة و تقسيم لما هو معروض ، في حين أن المرحلة الثانية هي مرحلة القيام الفعلي بالشراء ، أما الأخير فهي مرحلة فيها تكون السلعة أو الخدمة قد استعملت فعليا أم تم الاستفادة منها عندئذ يمكن معرفة إذا كان قرار الشراء صائبا أم لا .

4.سلوك المستهلك يختلف حسب الوقت و التركيبة :

– و نقصد بالوقت هنا متى يتم الشراء ؟ و ما هي مدة الشراء ؟

فالوقت الذي يتم فيه الشراء يختلف بفعل تأثير عوامل عدة و التي تختلف بدورها من مدة إلى أخرى ، إما من حيث التركيبة فهي ما يتعلق بعدد خطوات الشراء بمعنى أنها المراحل التي تتم فيها عملية الشراء و كذا مجموعة الأنشطة التي تتم في كل مرحلة .

5.سلوك المستهلك يحتوي على ادوار مختلفة :

يعتمد بالدرجة الأولى على الأدوار التي يؤديها هذا المستهلك و التي في الأخير ترتبط ارتباطا وثيقا بالسلوك . توجد عدة ادوار يمكن أن تتمثل في سلوك هذا المستهلك تبدأ بدور إيجاد فكرة الشراء مرورا بدور قرار الشراء و أخيرا بدور استخدام أو استعمال السلعة موضوع الشراء . (الجريسي، 2008)

خصائص سلوك المستهلك :

يتميز سلوك المستهلك بمجموعة من الخصائص أهمها (المستهلك، 2017):

- يسعى المستهلك من خلال قيامه بسلوك أو تصرف ما إلى تحقيق هدف أو أهداف من أهمها هو إشباع حاجياته أو تلبية رغبة.
- يحدث سلوك المستهلك نتيجة لدوافع أو عدة دوافع شرائية.
- يتغير السلوك بتغير الظروف المحيطة بالفرد
- صعوبة التنبؤ بسلوك المستهلك وتصرفاته في أغلب الأحيان.

يسعى رجال التسويق خاصة التي تنشط في محيط تنافسي كبير إلى التعرف على حاجات و رغبات و أذواق و دوافع المستهلكين و كل العوامل التي يمكنها أن تؤثر على سلوكهم و تصرفاتهم الاستهلاكية ، ولذلك يستعمل رجال التسويق مجموعة من من الأساليب لقياس سلوك المستهلكين نوضحها كالأتي :

- **المقابلة الشخصية المعمقة** : تتمثل المقابلة الشخصية المعمقة في قيام احد التسويقيين أو النفسانيين بإجراء مقابلة طويلة نوعا ما مع كل فرد مختار من إفراد عينة محددة ، حيث يقوم بطرح مجموعة من الأسئلة ذات مضامين تسويقية و يعطي المستهلك الوقت الكافي للإجابة عنها و يحتاج هذا النوع من الأساليب البحثية إلى خبراء مدربين تدريبيا جيدا على إجراء المقابلات و كيفية طرح أسئلة و القدرة على

استمالة أو دفع المستهلك للإجابة عنها وفق قناعته ، كما أن المقابلة تستغرق وقت طويل لإجراء هذا البحث على عينة واحدة من المجتمع .

- **المقابلة الجماعية المركزة** : و تعتبر من أهم الأساليب في جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات المستهلكين ،و تتميز بكونها ترتكز على الجماعة في إثراء المواضيع التسويقية .

بحيث أنها تتمثل في اجتماع مجموعة من المستهلكين يتراوح عددهم ما بين ثمانية إلى عشر أفراد يتناقشون حول موضوع تسويقي معين ، بإشراف مدرب خاص و خبير يقوم بالتوجيه. و يراعى في اختيار أفراد العينة التي تقوم بالاجتماع على أن تكون ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة و يراعى أيضا درجة التجانس بين هؤلاء عالية من حيث الخصائص الاقتصادية و الاجتماعية فالهدف من كل هذا هو إبداء الرأي و إعطاء التكافؤ في فرص الحديث و لاكتشاف دوافع و إدراك و معتقدات هؤلاء المستهلكين .

- **الأساليب الإسقاطية** : يمكن للباحث استنتاج دوافع وشعور الشخص الداخلي حيث يقوم بإسقاط شعوره الكامن في منطقة اللاوعي من خلال أرائه التي يعبر عنها، و يراعي أن ترافق الأساليب الاسقاطية بعض البحوث كالمقابلات الشخصية المتعمقة أو المقابلات الجماعية المركزة حتى تكون النتائج نهائية لهذه البحوث ذات مصداقية .
- **الاستبيان** : و يعد من بين البحوث الكمية الهامة و التي تعتبر أداة لجمع البيانات الأولية .

عرف محمد فريد الصحن قائمة الاستبيان على أنها : قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة ذات الطابع الرسمي يتم تحديدها و صياغتها و ترتيبها وفق أسس عملية بهدف توفير معلومات وبيانات تخدم هدف البحث أو الدراسة . (بكر، 2003)

يتميز الاستبيان بالخصائص التالية (عمار و.، 2012):

- الاستبيان هو مجموعة من الأسئلة .
- يتم في الاستبيان استخدام الأسس العلمية .
- الهدف من الاستبيان هو توفير البيانات الأولية .

المطلب الثاني : دراسة سلوك المستهلك

تعتبر دراسة سلوك المستهلك من الموضوعات الحيوية و التي تهم كثيرا من الأفراد و على وجه الخصوص رجال الأعمال و مديري الشركات و مسئولي التسويق و كذا المستهلكين عامة ، إذن !

إلى أي مدى يمكن أن تساهم دراسة سلوك المستهلك في إعداد و تكوين سياسة و إستراتجية بناءة؟

دراسة سلوك المستهلك من الأمور التي يهتم بها العاملون في مجال التسويق، فهي تُمكّنهم من إعداد برامجهم التسويقية، وتصميم إعلاناتهم الناجحة والمنافسة، كما وتدفعهم إلى تطوير السلعة أو تغييرها لتتناسب مع رغبات وحاجات المستهلك، وتحديد الأسعار المناسبة للمنتج بناءاً على الطبقات الاجتماعية للمستهلك، وتدفعهم إلى تطوير استراتيجيات تسويقية مختلفة يكون هدفها التأثير في الزبون وتحفيزه على شراء المنتج، وفهم سلوك المستهلك بحيث يتمكن القائمون على العمليات التسويقية من الاحتفاظ بالزبون في بيئة التنافس.

الفرع الأول : أهمية دراسة سلوك المستهلك

إن دراسة سلوك المستهلك هي البداية لدراسة بحوث التسويق كما أنها تفيد كل أطراف العملية التبادلية نظرا لأهميتها بحيث أنها (نوال، 2017):

- تساعد هذه الدراسة شركات التسويق في قرصنة آليات تسويق مبتكرة، من خلال بحثها عن الرغبات غير المشبعة للمستهلك ، خاصة الحديثة منها مع ما صاحبته الثروة التكنولوجيا في طياتها من التقنية .
- تساعد دراسة سلوك المستهلك شركات التسويق في الاهتمام بالقدرات الشرائية و ذلك من اجل تحسين رسم السياسة التسعيرية ، إذ أن شركة التسويق الناجحة هي الشركة القادرة على تسويق منتجاتها و تلبية رغبات المستهلكين وتشييعها و ذلك في حدود ما يتلاءم مع دخله و قدرته الشرائية .
- تساعد الدراسة أيضا الشركات التسويقية في إعداد سياسة ترويجية ناجحة عن طريق تحديد و معرفة أذواق واتجاهات المستهلكين و رسم سياسة ترويجية تهدف و تؤثر على المستهلك .
- تساعد في تخطي مخلفات الفلسفة التسويقية القديمة القائمة على أساس الإنتاج والبيع لما أثبتته هذه السياسة جراء فشلها في عدم مراعاة سلوك المستهلك الذي يعتبر همزة وصل بين الشركة و السوق و الركيزة الأساسية للعملية الشرائية .

- تساعد دراسة سلوك المستهلك في دراسة السوق و دراسة الدوافع الاستهلاكية ، و كيفية اتخاذ القرار الشرائي ، و من هو مستهلك منتجوها ، إضافة إلى الوصول إلى العوامل و المؤثرات التي تتدخل في عملية اتخاذ القرار و الاقتناء .

و تتمثل أيضا أهمية دراسة سلوك المستهلك في :

1) بالنسبة لرجال الأعمال (تواتية، 2015):

1.اكتشاف الفرص التسويقية المواتية .

2. تجزئة السوق و اختيار القطاعات المربحة .

3. الاستجابة السريعة للتغيرات التي تطرأ في حاجيات المستهلكين .

4.الشركة تطور و تحسن من الخدمات التي تقدمها لعملائها .

5.التأثيرات في الاتجاهات النفسية للمستهلين .

6. مراعاة تقاليد و قيم المجتمع عند إعداد إستراتيجية تسويقية .

7. معرفة العوامل الشرائية المؤثرة في قرار الشرائي .

2) بالنسبة لمسؤولي السوق (هدى م.، 2020):

. فهم العوامل الداخلية و تحليل شخصية المستهلك ز انطباعاته و تفكيره حول منتجات المنشاة .

. التعرف على المؤثرين على قرار شراء المستهلكين و كسب دعمهم لتعزيز القرار الشرائي .

. العلم التام بالدوافع و الأهداف المؤثرة على قرار المستهلك و ترجمتها نحو السلع المراد بيعها .

. تحديد المعلومات التي تحتاجها إدارة التسويق في توجيه جهودها الترويجية .

. التعرف على كل البيانات و المعلومات التي قد تساعد العميل في كيفية الاختيار الأمثل للسلع المطروحة .

3) بالنسبة لعموم المستهلكين :

إن دراسة سلوك المستهلكين عامة تساعد المستهلك في تفهم قراراته الشرائية و الاستهلاكية و التعرف على الدوافع و الأسباب الكامنة خلف هذه القرارات ، إضافة إلى أن الدراسة تساعد عي تفهم العوامل التي تؤثر على تفكيرهم من ناحية اختياراتهم لسلعة معينة و تفسر الدراسة أسباب سلوكهم و نتائجه ، و بهذا يستطيع المستهلكين تحسين قراراتهم الشرائية و سلوكهم .

الفرع الثاني : أهداف سلوك المستهلك .

- تهدف دراسة سلوك المستهلك إلى تحقيق الأهداف التالية (هدى م.، 2020)

1. اكتشاف الفرص التسويقية الملائمة و المناسبة للمؤسسة كتقديم منتجات جديدة و العثور على استعمالات جديدة في أسواقها الحالية و البحث في الحاجيات و الرغبات المشبعة و الحديثة لدى المستهلكين و الاستثمار فيها بشكل يساعد المنظمة على تنويع منتجاتها لرفع قدرتها التنافسية و زيادة حصتها السوقية . .
2. تقسيم السوق إلى قطاعات على أساس خصائص المستهلكين و منه يمكن للمؤسسة جعل هذه القطاعات سوقا مستهدفة .
3. تساعد على رسم السياسات الترويجية للمنظمة و ذلك من خلال معرفة أذواق و تفضيلات المستهلكين و تحديد القطاعات المستهدفة ،كما أنها تساعد على دراسة عادات و دوافع الشراء بدقة لدى مستهلكيها الأمر الذي يقودها إلى المعرفة الدقيقة لمن هو مستهلكها ، و كيف و متى و لماذا يشتري و ما هي العوامل التي تؤثر على سلوكه .
4. تساعد على رسم السياسة السعرية في المنظمة الناجحة هي التي ستتمكن من تقديم سلع و خدمات تشبع رغبات المستهلكين حسب قدرتهم الشرائية .
5. هذه جملة من النقاط التي تبرز أهمية و فائدة دراسة سلوك المستهلك في النشاط التسويقي للمنظمة

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك الداخلية و الخارجية

يعتبر سلوك المستهلك مفهوم شخصي على الرغم من وجود العديد من المطلقات ، لكن هناك شيء واحد لازال صحيحا دائما انه عندما يتعلق الأمر بعملية صنع القرار لدى المستهلك فهناك عوامل كثيرة و عديدة تلعب دورا كبيرا و هي تشمل مؤثرات داخلية مثل : الحاجات و الدوافع ، الاتجاهات و الشخصية ، الإدراك و التعلم . و هناك مؤثرات خارجية تشمل الثقافات ، الثقافات الفرعية ، هياكل الأسرة و التي لها تأثير على الفرد

فمن المهم لفهم سلوك المستهلك التعرف على هذه المؤثرات التي تؤثر بدورها على سلوكه (هدى ح.، 2017)

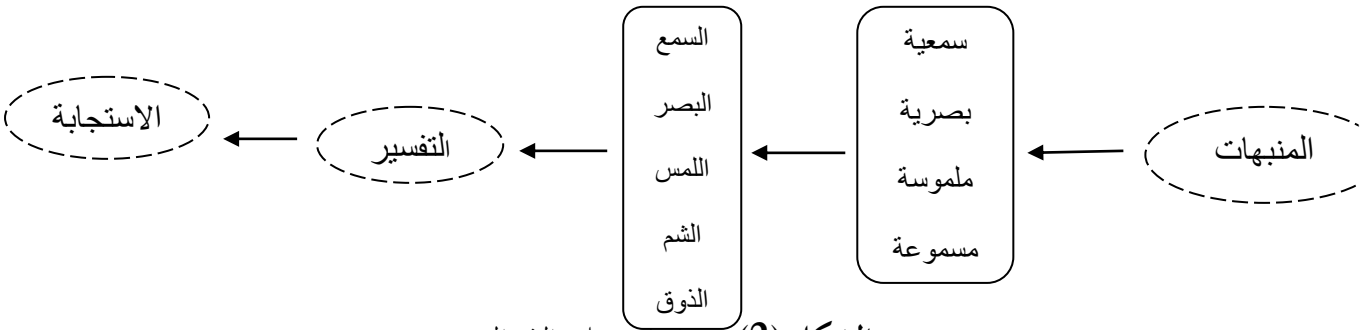
تأتي التأثيرات الداخلية من داخل المستهلك و هي خاصة به لوحده دون غيره و التي نذكرها كالتالي :

المؤثرات النفسية :

يبين لنا العلماء أن المؤثرات النفسية في سلوك المستهلك بأنها الدوافع، الإدراك، التعلم ، التصرف و الشخصية .

– **الدوافع**: أن سلوك الإنسان يوجه نحو إشباع الحاجيات الأساسية، و لا يعني هذا أن كل فرد يتصرف في نفس الاتجاه، لان ذلك يعتمد على طبيعة هذه الحاجيات و على المجتمع المحيط و الظروف السائدة .

– **الإدراك** (هدى ح.، 2017) : الإدراك في عملية التي تشكل انطباعات ذهنية لمؤثر ما دخل حدود معرفة المستهلك فيدرك المستهلك السلعة و يدرك خصائصها و مميزاتها عند ما يجربها ..



الشكل (2) : مراحل عملية الإدراك

– **التعليم** : و هو جميع التغيرات التي تطرأ على السلوك لمواقف متشابهة .

– **التصرف** : يعني ذلك الاستجابة إلى مؤثر معين فيؤدي إلى سلوك و فعل مين .

– **الشخصية** (تواتية، 2015) : اهتمام بشخصية المستهلك إنما ترتبط بفرض الإتباع أن شخصية الإنسان تجعله يستجيب بطريقة معينة أو بالطريقة نفسها إذ تعرض للمؤثر نفسه.

أما من بين أهم العوامل الخارجية المؤثرة على سلوك المستهلك و التي لا يمكن الاستهانة بها فنجد العوامل الثقافية و الاجتماعية و التي تأثيرها يكون بالغ الوضوح لدى المستهلك و هي موضحة كالأتي :

المؤثرات الاجتماعية :

- **الثقافة** : تعتبر الثقافة من العوامل الأساسية المؤثرة في اتجاهات الأفراد و سلوكياتهم . و لان الاختلافات الثقافية بين المجتمعات أو في المجتمع الواحد لها تأثير على الإستراتيجية التسويقية للمؤسسات نراها في صورة توضيحية كما يلي :

- تحليل و تجزئة السوق : يختلف التوجه الثقافي للمستهلكين الذي يؤثر على سلوكهم ، حسب عدة متغيرات كالجغرافيا ، القومية ، .....) ، ما يتطلب تطوير البرامج التسويقية وفق ما يتفق مع هذه الخصائص .
- تخطيط المنتج : إن التقييم الجيد للتوجهات الثقافية من شأنه المساهمة في تحديد فرص تقديم المنتجات الجديدة عن طريق تشكيلها و تصميمها بصورة ملائمة للمستهلك و توجهاته الثقافية .
- الإستراتيجية الترويجية : و ذلك نظرا للعلاقة بين الاستهلاك و أهمية خصائص السلعة فان استخدام الإستراتيجية التسويقية المتوافقة مع القيم السائدة يصبح مهما لذا من الواجب ارتباط الرسالة الإعلامية بين المنافع الاستهلاكية و خصائص المنتج و مراعاة القيم الثقافية .
- السياسة العامة : معرفة النواحي الثقافة العامة و ارتباطها بالمنافع الاستهلاكية مهم لمنشآت العمال لما لها من تأثير على الخطط السياسية للمؤسسة و سمعتها .
- الطبقات الاجتماعية : أن الطبقة الاجتماعية هي عبارة عن مجتمع بشر دائم الوجود ، و تتجلى خصائصها في :

متدرجة حيث أن الطبقة الاجتماعية ترتب في هرم متدرج (الطبقة العليا ، الطبقة الوسطى، الطبقة الدنيا).

- الطبقة الاجتماعية تنتج سلوكيات متجانسة .
- الطبقة الاجتماعية تساعد في تقييم السوق قطاعات .

- تنقل الثقافة .
- تحدد من الاتصالات بين مختلف المجموعات

- الطبقة الاجتماعية ديناميكية فهي ليست ثابتة
- و تعتبر الطبقة الاجتماعية معيارا مناسبا لتقسيم السوق إلى قطاعات وفقا لتطلعات و أذواق و اتجاهات المستهلكين و إذ تم تحديدها بدقة فقد تساعد رجل التسويق و في إعداد إستراتيجية تسويقية مناسبة .

العوامل الاقتصادية :

يتأثر سلوك المستهلك بعدة عوامل اقتصادية و التي تعتبر أحيانا المحدد الرئيسي لسلوكه و الموجه لقراراته الاستهلاكية و تضم :

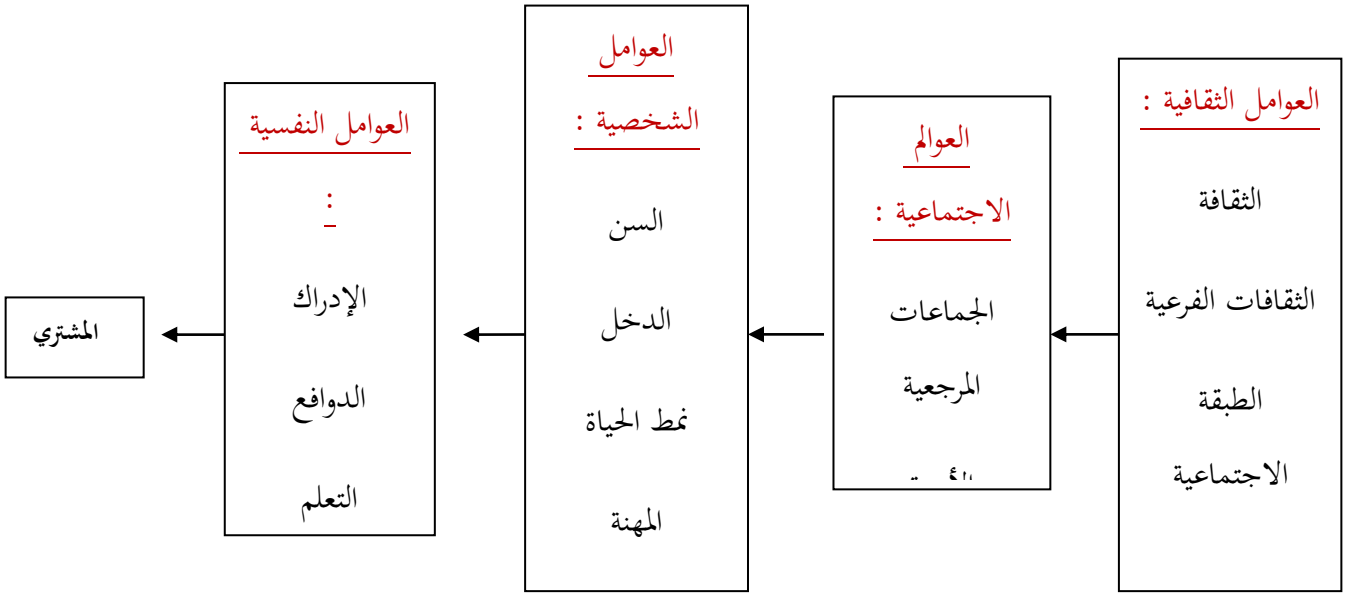
- **الدخل** : الدخل هو تلك الموارد المالية الممنوحة للفرد لتمكينه من شراء مختلف السلع و الخدمات ، فيتم تحديد الدخل بحاصل قسمة الدخل القومي الإجمالي على عدد السكان الكلي داخل دولة ، و تعتبر معرفة دخل المستهلك أمر لا بد منه فهو أساسي و مهم لدراسة و تحديد العملية الاستهلاكية ، و قد نجد أن هناك تعدد في المداخل المالية للمستهلك كالراتب الناتج عن العمل الذي يزاوله الفرد أو امتلاكه لثروة .
- **السعر** : يعتبر السعر من المتغيرات الهامة التي يعطيها رجال الاقتصاد أهمية حيث أنهم يعتقدون أن إنتاج السلع المختلفة و تقديم الخدمات المتعددة يتوقف على هذا المتغير (السعر) كما أنهم يرون أن تحديد سعر سلعة معينة أو خدمة ما يتوقف على عدة أسس منها :
- **خفض سعر السلعة** يؤدي إلى زيادة في طلب عليها و هذا ما يؤدي إلى إقبال المستهلكين لاقتنائها .
- **الزيادة في سعر السلعة** هو مؤشر على جودتها و هذا ما يجعل المستهلكين إلى اعتماد العلاقة بين الارتفاع في السعر وجودة السلعة .

كما أن تحديد سلعة معينة يمكنها أن تباع بأسعار متعددة رغم أن التكلفة واحدة و لربما هذا يعود لعدة متغيرات منها :

- **شكل السلع** : يكون هذا الأمر عندما تكون سلعة واحدة بشكلين مختلفين قليلا مع إدخال تغييرات و تحسين في إحداهما و إبقاء التكلفة هي نفسها فتجد أن السعر يختلف و هذا يتنافى مع فكرة انه كلما كان السعر مرتفعا تكون التكلفة مرتفعة أيضا فيؤثر الأمر على تغير اتجاه سلوك المستهلكين نحو السلع و الخدمات انطلاقا من الأسعار المتعددة .
- **زمن البيع** : قد نجد أن بعض السلع تقل قيمتها المالية و لا يكون عليها إقبال كبير من المستهلكين خلال أيام الأسبوع العطل ، الليل ن النهار ، ....الخ .
- **مكان البيع** : و هذا يعني أن سعر السلع عندما يتواجد في السوق العمومية (الجملة) يختلف عن سعر السلع في السوق التجزئة أو المحلات .
- **السلعة او الخدمة** (هدى ح.، 2017) : أصبح اهتمام رجال التسويق منصبا في أنتاج السلع و الخدمات مع ضرورة احترام رغبات المستهلك التي ستقدم له ، لان هذا حسب رأيهم يعتبر أساس و الأهم لوضع إستراتيجية تسويقية عامة . فيجب قبل كل هذا تحديد رغبة المستهلك و الإبداع في خدمة المنتج فالمستهلك يعتمد أساسا في اقتناء السلع و يقبل على الخدمات انطلاقا من تقييمه لها لإشباع حاجياته و رغباته و هذا ما يؤكده العالم lenny في قوله :

(يشتري العملاء المنتج ليس فقط لما يؤديه لهم من خدمات و لكن أيضا من اجل المعنى المرتبط باستخدامه فالمشتري لسيارة ما ، هو يقوم في الحقيقة بشراء وسيلة نقل و في نفس الوقت هي مظهر اجتماعي)

الشكل (3) : العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك (عمار و.، 2012)



المبحث الثاني : مفاهيم حول أزمة كورونا

لطالما عاش العالم أزمات كثيرة و تحديات كبرى لاستمرار البشرية و لقد كانت الأمراض و الأوبئة إحدى هذه التحديات التي واجهها العالم انتشرت العديد من الأوبئة و الأمراض على مر التاريخ و لكل من هذه الأوبئة مصدر و مسببات و طرق لتفشيه ، في شهر ديسمبر من عام 2019 شهد العالم أكبر جائحة سميت بفيروس كورونا ، انتشر بسرعة فائقة و بشكل خطير رغم التطور الطبي ، إلا أن فيروس كورونا كان بمثابة تحد للعلماء و الأطباء فقد وقفوا عاجزين عن محاصرته و احتواءه ،ومن خلال الدراسات الكثيرة حول هذا الفيروس عرف على أنه فيروس حيواني المنشأ يستهدف الجهاز التنفسي فيدمره و يضعف جهاز المناعة في مارس 2020 أعلنت منطقة الصحة العالمية أن فيروس كورونا أصبح جائحة عالمية سارعت الدول والحكومات السيطرة عليه قدر الإمكان بوضع سياسات وتدابير أبرزها الحجر الصحي و تعليق الحركة لكن هذه التدابير خلقت انعكاسات اقتصادية واجتماعية وسياسية وخيمة فقد شهد العالم تراجع كبيرا في الاقتصاد العالمي لم يشهد مثلها منذ أزمة الكساد الكبير سنة 1929 لازال الوباء مستمرا بحصد الإصابات و الوفيات ويأتي قدرها ب.أكثر من 6 مليون حالة وفاة .

ومن خلال هذا المبحث نحاول تسليط الضوء على الأوبئة في تاريخ البشرية والتعرف على مصدر وباء كورونا وكيفية التعامل مع ظهوره في الجزائر.

المطلب الأول : الأوبئة عبر التاريخ

بمر العصور ازداد عدد السكان بشكل هائل حيث واجهت البشرية أمراضا و أوبئة فتاكة ، انتهكت و أسقطت حضارات اقتصاديات كبرى لذلك يقدم لنا التاريخ توضيحات لأكثر الأوبئة خطورة و فتكا من الأقدم إلى الأحدث

الفرع الأول : مفهوم الوباء و الجائحة

- ✓ الوباء epidemic: كل حقبة زمنية امتازت بانتشار وباء معين أشاع الرعب في العالم من حيث درجة التأثير و الخطورة و سرعة الانتقال و الوباء من أكثر الكلمات التي تستخدم عالميا لوصف مشكلة صحية سريعة الانتشار تهدد العالم .يقصد بالوباء الانتشار السّريع أو الزّيادة غير الطبيعيّة في حدوث شيء ما والذي يكون سيئاً عادة، ويؤثّر الوباء على العديد من الأشخاص في الوقت ذاته في منطقة ما،

ويمكن أن يكون الوباء معدياً فينتقل من شخص إلى آخر وينتشر بشكل أكبر بينهم (epidemic, 2018)، ويعرف أيضا على أن الوباء هو انتشار لمرض على مساحة جغرافية واسعة ويؤثر على إعداد كبيرة بشكل استثنائي و على مدار التاريخ ظل السكان في كل أرجاء العالم منذ ما قبل الميلاد يتعرضون بين الفينة و الأخرى لفاشيات الأوبئة الكاسحة كما يعرف على أنه ظهور حالات مرضية كثيرة تظهر في مجتمع ما خلال فترة زمنية محددة و بمعدلات أكبر بكثير من المتوقع . كما يعرف على أنه ظهور حالات مرضية كثيرة تظهر في مجتمع ما خلال فترة زمنية محددة و بمعدلات أكبر بكثير من المتوقع .

- ✓ الجائحة pandemic : يتم تخصيص كلمة جائحة عندما يتفشى وباء معين في جميع أنحاء العالم متخطيا الحدود الدولية و الإقليمية و مؤثرا في إعداد كبيرة من الناس على الأصعدة المحلية و الإقليمية و العالمية (pandemic)، كما تعرف على أنها مرض أو فاشية يصاب بها عدد كبير من الأشخاص في آن واحد و هذا بحسب ما تقرره منظمة الصحة العالمية من نسب الإصابة في العالم (feedo.net)

مراحل انتقال الوباء :

أظهرت منظّمة الصّحة العالميّة أنّ الفيروسات المسبّبة للوباء تنتقل من خلال عدّة مراحل يمكن أن يتراوح الإطار الزّمني لها بين عدة أشهر إلى سنوات، وهذه المراحل هي كالآتي(torry, 2017) :

- ✓ **المرحلة الأولى:** في هذه المرحلة تنتشر الفيروسات داخل أجسام الحيوانات فقط، ولا يكون فيها أي عدوى بشريّة.
- ✓ **المرحلة الثانيّة:** ينتقل الفيروس الحيوانيّ إلى الإنسان في هذه المرحلة، ويكون البشر أكثر عرضة للإصابة بالفيروس.
- ✓ **المرحلة الثالثة:** يستمر الفيروس بالانتشار في هذه المرحلة، وتنتقل العدوى من إنسان إلى آخر في نفس المجتمع.
- ✓ **المرحلة الرّابعة:** ينتشر الفيروس على نطاق أوسع؛ ففي هذه المرحلة ينتقل الفيروس بين الأفراد ويتفشى في العديد من المجتمعات، ممّا يؤدي إلى زيادة عدد المصابين به، وكلّما ازداد عدد المصابين بالفيروس ازدادت احتماليّة انتشار الوباء بشكل أكبر.
- ✓ **المرحلة الخامسة:** ينتقل الوباء بين الأفراد في بلدين على الأقل في منطقة واحدة من مناطق منظمة الصّحّة العالميّة.

- ✓ **المرحلة السّادسة:** تستدعي هذه المرحلة تدخّل مسئولي الصّحة والحكومة؛ من أجل اتّخاذ التّدابير اللّازمة للحد من انتشار المرض بشكل أوسع، والمساعدة على الوقاية منه.
- ✓ **ما بعد الوباء:** يبدأ نشاط المرض في الانتشار بالتّلاشي تدريجياً، وتعد الوقاية من حدوث مرحلة أخرى من الوباء الخطوة اللازمة في هذه المرحلة.

مراحل الجائحة :

وقبل أن يتحول المرض إلى جائحة لا بد أن يمر بمراحل ، وهذه المراحل تتزايد معها حدة المرض وسرعة انتشاره (feedo.net):

- ✓ **المرحلة الأولى** : حالات متفرقة عندما يكون المرض موجود بشكل غير متكرر و الإصابات تحدث بشكل غير منتظم .
- ✓ **المرحلة الثانية** : مرض متوطن ، وهو وجوده بشكل مطرد في منطقة جغرافية بعينها مثل انتشار الملاريا في المناطق الاستوائية حيث انتشار البعوض الحامل للمرض في هذه المناطق .
- ✓ **المرحلة الرابعة** : وباء حيث تزايد و ارتفاع في أعداد المصابين في منطقة بشكل غير متوقع .
- ✓ **المرحلة الخامسة** : انتشار الجائحة في أرجاء العالم الانتقال من وباء إلى جائحة .

الفرع الثاني : الأوبئة و الجوائح عبر التاريخ .

تعرضت البشرية عبر التاريخ لعدة أوبئة وجوائح تركت تأثيرا كبيرا على نطاق واسع في العالم سيتم تمثيلها في الجدول التالي :

الاسم	الفترة الزمنية	الصنف	عدد الوفيات
الطاعون الأنطوني	165- 180	جدري أو حصبة	5 ملايين
الجدري الياباني	735-737	فيروس فريولا الرئيسي	مليون
طاعون جستنيان	541 -542	بكتيريا اليرسينيا الطاعونية / الجرذان	30- 50 مليون

		والبراغيث	
الموت الأسود	1347 - 1351	بكتيريا اليرسينيا الطاعونية / الجرذان والبراغيث	200 مليون
تفشي الجذري في العالم	1520	فيروس فريولا الرئيسي	56 مليون
طاعون لندن العظيم	1665	بكتيريا اليرسينيا الطاعونية /الجرذان و البراغيث	100 مليون
الطاعون الايطالي	1629 – 1631	بكتيريا اليرسينيا الطاعونية / الجرذان و البراغيث	مليون
الكوليرا	1817 - 1929	بكتيريا الكوليرا	أكثر من مليون
الطاعون الثالث	1885	بكتيريا اليرسينيا الطاعونية / الجرذان و البراغيث	12 مليون
الحمى الصفراء	أواخر القرن 19	فيروس / ناموس	150-100 مليون
الانفونزا الروسية	1889 -1890	فيروس / الطيور	مليون
الانفونزا الاسبانية	1918 -1919	فيروس / الخنازير	40 -50 مليون
الانفونزا الاسيوية	1957 – 1958	فيروس / الطيور	مليون
انفونزا هونغ كونغ	1968 – 1970	فيروس / الطيور	مليون
الايدز	1981 – ليومنا هذا	فيروس / شمبانزي	35-25 مليون
السارس	2002 – 2003	فيروس كورونا /الخفافيش	770
انفونزا الخنازير	2009 – 2010	فيروس / الخنازير	200 الف

االايبولا	2014- 2016	فيروس الايبولا / الحيوانات البرية	11 ألف
ميرس	2015 ليومنا هذا	فيروس كورونا / الخفافيش و الجمال	850
كوفيد – 19	2019 ليومنا هذا	فيروس كورونا / مجهول المصدر	3.5 مليون

source :http://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemis-deadlists/(accssed april.10.2023.at 23 :21).

الجدول (01) : الأوبئة عبر التاريخ

- يوضح الجدول السابق 20 وباء اكتسح البشرية مرتبا من الأقدم إلى الأحدث مع حصيلة الوفيات التي حصدتها .

أولا الطاعون الأنطوني الذي أصاب كل من مصر و ايطاليا و أسيا بعدد وفيات بلغت 5 ملاين وفاة ، والجدري الياباني هو الوباء الثاني الذي حصد مليون وفاة و الوباء الثالث كان وباء جستنيان من نفس صنف وباء الموت الأسود حصد حوالي 250 مليون حالة وفاة ، ثم يليهم وباء الجدري في العالم بحصيلة وفيات قدرت ب56 مليون وفاة ، و طاعون لندن العظيم و الطاعون الايطالي من نفس التركيبة و هو عبارة عن بكتيريا اليرسينيا الطاعونية التي توجد في الجرذان و البراغيث ، الكوليرا و الطاعون الثالث ، الحمى الصفراء وصولا إلى الايدز الذي لا يزال يحصد الملايين من الوفيات من سنة 1981 إلى يومنا الحالي و أخيرا فيروس كوفيد -19 الذي صنف كجائحة عالمية من سنة 2019 .

لازال العالم يواجه ، تحديات كبيرة ضد استمرارية ظهور الفاشيات و الأوبئة و ذلك بتحسين مستوى الرعاية الصحية و العمل على مواجهة الفيروسات بالتدابير الصحية و الطبية و استخدام المضادات الحيوية لتخفيف نسبة حصيلة الوفيات لتفادي أي صدمات صحية .

الفرع الثالث : الأوبئة و الجوائح في القرن الحادي و العشرين

لا زال العالم يواجه تحديات كبيرة لمواجهة الأمراض و الأوبئة الفتاكة عبر العصور و الأزمنة و على الرغم من التطور الذي مس المجال الطبي و المجال التكنولوجي إلا أن خلال القرن الحادي و العشرين ظهرت أوبئة أخذت أنظار الباحثين و المفكرين لإيجاد طريقة لاحتوائها و مواجهتها .

مرض الالتهاب الرئوي الحاد

مرض الالتهاب الرئوي الحاد عام هو مرض تنفسي فيروسي من أصل حيواني ينجم عن الڤيروس التاجي للمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة سارس CoV بين نوفمبر 2002 و جويلية 2003 ، تسبب تفشي السارس في جنوب الصين في نهاية المطاف في 8098 حالة ، مما أدى إلى 774 حالة وفاة تم الإبلاغ عنها في 17 دولة معدل وفيات % 9,6 مع غالبية الحالات في البر الرئيسي للصين وهونغ كونغ في أواخر عام 2017 ، تتبع العلماء الصينيون الفيروس من خلال وسيط الزباد إلى الخفافيش التي تعيش في الكهوف في مقاطعة اليونان لم يتم الإبلاغ عن حالات سارس في جميع أنحاء العالم منذ عام 2004 ، ومع ذلك ، فإن ڤيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمةSARS-CoV-2 هو سبب جائحة ڤيروس كورونا 2019-2020 .

أنفلونزا الخنازير :

انتشرت أنفلونزا الخنازير "إتش 1 إن 1" عام 2009 بالمكسيك حيث عانى عدد كبير من السكان من مشاكل حادة في التنفس لم يعرف في البداية مصدرها. ثم انتقلت العدوى إلى دول أخرى، لا سيما الآسيوية منها حيث يكثر فيها تناول لحوم الخنازير هو مرض معد ينتشر عبر التنفس. وينتقل عند الخنازير بسبب انتشار الصنف "أ" من فيروس "أنفلونزا". انتقال الفيروس إلى الإنسان ليس بالأمر الشائع لكنه وارد في حال الاحتكاك بصورة دائمة مع الخنازير ووفق منظمة الصحة العالمية، يعد هذا الوباء من بين أخطر الفيروسات لأنه يملك قدرة كبيرة على التحول ومقاومة المضادات التي يتناولها المصابون كما يقوم هذا الفيروس بتحوير نفسه كل ثلاث سنوات الأمر الذي يجعل المضادات الحيوية والأدوية المقاومة له تفقد من فاعليتها. وتشير تقديرات غير مؤكدة إلى وفاة أكثر من 250 ألف شخص عبر العالم جراء هذا الفيروس. فيما وصل عدد الوفيات العرب عام 2010 إلى حوالي ألف شخص ينتمون إلى 22 دولة .

فيروس ايبولا :

اكتشف فيروس ايبولا لأول مرة عام 1976 في السودان وجمهورية الكونغو الديمقراطية، لكنه انتشر في غرب أفريقيا بين عامي 2014 و2016، وانتقل إلى كثير من الدول، من بينها غينيا وليبيريا ونيجيريا أمريكا والسنغال ومالي،ينتقل فيروس الايبولا من خلال التعامل مع الحيوانات البرية مثل الخفافيش ، وتسبب بوفاة أكثر من 11 ألف شخص .

الفرع الرابع : تأثير الأوبئة اقتصاديا

إن المخاطر الاقتصادية للأوبئة ليست تافهة ، حيث تشير التقديرات الأخيرة ل كل من فيكتوريا فان و دين جامسون و لورانس سامرز إلى أن التكلفة السنوية المتوقعة للانفونزا الوبائية حوالي 500 مليار دولار أمريكي من دخل العالم ، بما فيها مل من تكلفة الدخل المفقود و التكلفة الفعلية لمعدل الوفيات المرتفع حتى عندما يكون الأثر الصحي للوباء محدود نسبيا ، قد تتعاظم تداعياته الاقتصادية سريعا فعلى سبيل المثال شهد معدل نمو إجمالي الناتج المحلي في ليبيريا انخفاضا بنسبة من سنة 2013 إلى 2014 إبان فاشية فيروس الايبولا في غرب إفريقيا حتى مع انخفاض معدل الوفيات خلال نفس الفترة (bloom, daniel, & JP, 2018)

عند تفشي الأوبئة قد تستفيد بعض القاعات ماليا بينما يعاني البعض بشكل غير مناسب لأن توزيع عواقب تفشي الأوبئة غير متساوي في جميع أنحاء العالم

- المستفيدين المحتملين عند تفشي الأوبئة هم شركات الأدوية التي تنتج اللقاحات أو المضادات الحيوية أو غيرها من المنتجات اللازمة للاستجابة للفاشية .
- من المحتمل أن تتحمل شركات التأمين الصحي و التأمين على الحياة تكاليف باهظة ، في المدى القصير كما هو الحال بالنسبة لمنتجي الثروة الحيوانية في حالة تفشي الوباء المرتبط بالحيوانات .
- من المحتمل أن يعاني السكان الضعفاء و لا سيما الفقراء منهم بشكل غير مناسب ، حيث يكون لديهم وصولا أقل للرعاية الصحية و مدخرات اقل للحماية من الكارثة المالية .

فقد اعتاد صناع السياسات الاقتصادية على إدارة مختلف أنواع المخاطر، مثل اختلالات التجارة و تغيرات سعر الصرف ، وتغيرات سوق أسعار الفائدة كما يوجد مخاطر ذات أصول اقتصادية إلى حد كبير، مثل الصراعات المسلحة و الكوارث الطبيعية .

ويمكن إدارة المخاطر الاقتصادية للصدمات الصحية عن طريق السياسات التي تقلص من احتمالات وقوعها و التي تهيئ البلدان للاستجابة لها بسلاسة عند وقوعها .

و لا يمكننا التنبؤ بنوع مسببات الأمراض التي ستحفز الوباء الخطير التالي ، أو التنبؤ بمكان بؤرة الوباء ، أو بمدى حدة العواقب و لكن لطالما كان هناك تعايش بين البشر و مسببات الأمراض المعدية فانه من المؤكد انتشار الأوبئة و الأمراض ، و بالتالي تكبد تكاليف باهظة و عليه يمكننا اتخاذ خطوات استباقية لإدارة مخاطر الأوبئة و تخفيف آثارها .

المطلب الثاني : تفشي أزمة كورونا

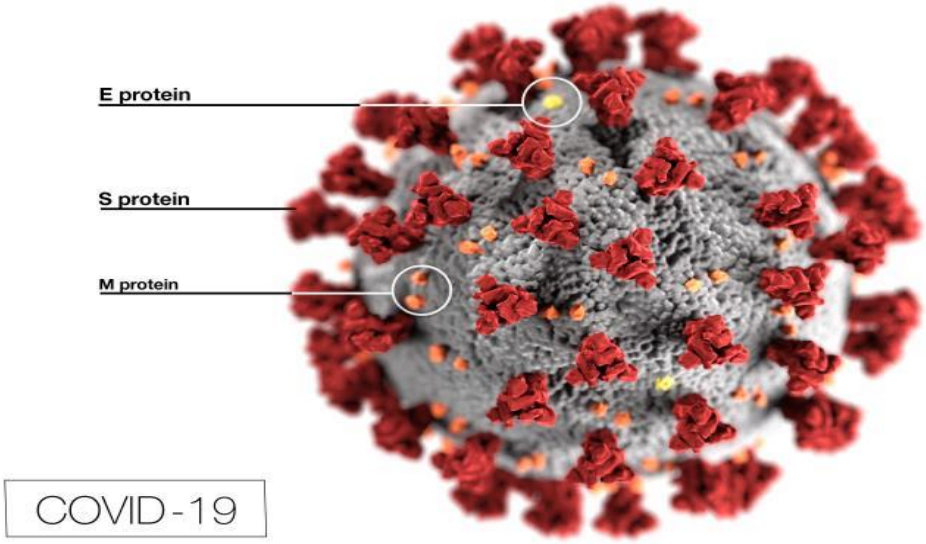
أزمة كورونا التي نشأت بسبب فيروس كورونا المستجد و التي تعتبر الأصعب في تاريخ البشرية المعاصر، قيدت كورونا العالم و انهارت القاعدة الاقتصادية العالمية ، فقد عرف العالم الكثير من الأوبئة على مر كل حقبة زمنية كما ذكرنا سابقا إلا أن فيروس كورونا كان الأكثر فتكا ، لأنه انتشر بسرعة كبيرة و بشكل خطير .

الفرع الأول : مفهوم فيروس كورونا

أصل التسمية : فيروسات كورونا هي فيروسات حيوانية المنشأ بمعنى أنها تنتقل من الحيوان إلى الإنسان ، جاءت تسمية هذه الفيروسات بفيروسات كورونا corona virus من كلمة بالغة ألاتينية و التي تعني باللغة العربية التاج وذلك لأن أشكال هذه الفيروسات يشبه إلى حد ما التاج (علي، 2020).

اكتشفت هذه الفيروسات بداية 1930 ، كان أولها المستكشف من الدجاج يليه نوعان آخران تم عزلهما من البشر(الإنسان) عام 1960 و لم يتوقف اكتشاف أفراد جدد من هذه العائلة إلى أن وصل كورونا البشري المعروف علميا sars بأنواعه المختلفة خلال الأعوام 2003-2012 ومؤخرا في أواخر عام 2019.

https://phil.cdc.gov/Details.aspx?pid=23313



الشكل (04) : الأجزاء الرئيسية لفيروس كورونا (صورة غير حقيقية)

عائلة الفيروسات التاجية تضم مجموعة كبيرة من الفيروسات و التي تسبب أمراضا للثدييات و التي تضم الإنسان ، كما تتسبب في أمراض للطيور و حيوانات المزارع و حيوانات المزارع و الحيوانات المنزلية (الأليفة) و قد يسبب تهديدا مباشرا لحيوانات المزرعة الأمر الذي ينعكس سلبا من النواحي الاقتصادية لم تكن الفيروسات التاجية من الأنواع المتميزة بشدة أمراضها للبشر إلا بعد ظهور فيروس sars في الصين في الأعوام 2002-2003 ، بعد ذلك بما يقارب العشر سنوات ظهر فيروس شديد الأمراض في الشرق الأوسط عرف باسم mers هذين الأخيرين يسببان المرض إلى درجة تصل إلى الموت . في عام 2019 و بالتحديد في شهر ديسمبر ظهرت سلالة جديدة من هذه الفيروسات التاجية في مدينة ووهان الصينية هذه السلالة لم يكن معروف عنها بأنها تسبب المرض للإنسان ، حيث تم تسجيل العديد من حالات الالتهاب الرئوي الغير معروفة المصدر و التي كان يعتقد في بداية الأمر بأنها ناتجة عن الإصابة بفيروس الانفونزا (علي، 2020).

ظهور فيروس كورونا :

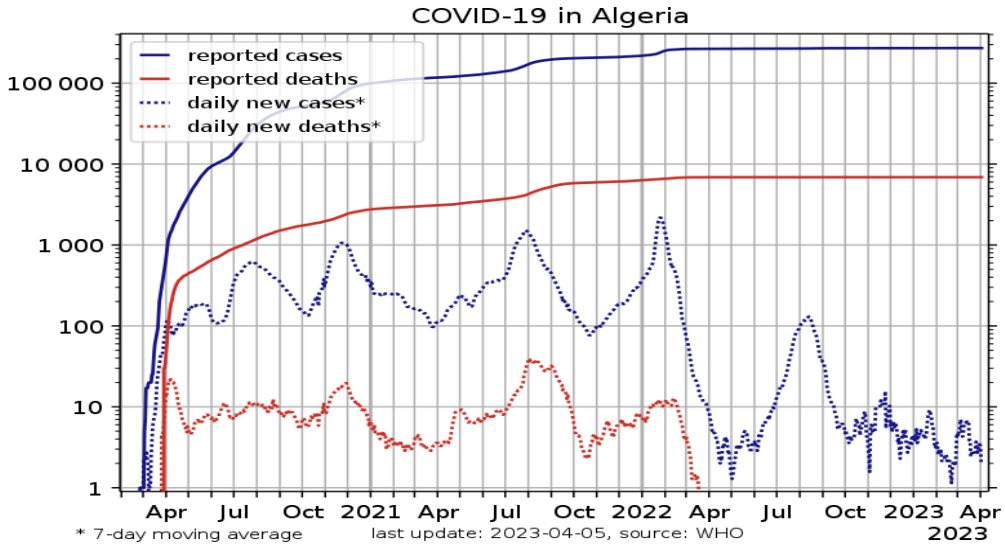
رجح بأن يكون سوق الحيوانات و المأكولات البحرية في مدينة ووهان الصينية المصدر الرئيسي في هذا الوباء و على أثرها و بالتحديد يوم 31 ديسمبر 2019 أرسلت السلطات الصينية المركز الصيني للسيطرة و الوقاية من الأمراض إلى مدينة ووهان و بشكل عاجل بعثة من المتخصصين للتحقيق في مسببات الالتهاب الرئوي و الوباء الغير معروف و كذلك لتقديم الدعم و المساندة للأطقم الطبية في تلك المدينة للتعرف على المسبب لهذا المرض ، خلصت البعثة في تقريرها أن المسبب هو الفيروس التاجي (كورونا) و الذي تم التعرف عليه من خلال العينات المأخوذة من المصابين في هذه المدينة و على أثرها أعلنت السلطات الصينية يوم 7 يناير 2020 أن فيروسا جديدا تم اكتشافه أطلق عليه في بادئ الأمر cov n (12-13) ثم تغير اسم الفيروس إلى sars-cov-2 ليصبح الاسم الجديد للفيروس المسبب لمرض كورونا المتصدر للأخبار مؤخرا في حين أطلقت منظمة الصحة العالمية (who) على المرض اسم مرض فيروس كورونا covid 19 حيث يرمز الرقم 19 إلى العام المكتشف فيه الفيروس و هو عام (علي، 2020)2019.

الفرع الثاني : أثر تفشي فيروس كورونا

على الصعيد الصحي :

تنشر منظمة الصحة العالمية تقريرا يومي محدث عن أماكن الإصابة الجديدة و الوفيات التي حدثت خلال كل 24 ساعة ، الجدير بالذكر أن درجة الخطر لهذا المرض لا زال عند الدرجة العالية كما جاء في تقرير المنظمة ، والى وقت إعداد هذه المراجعة ورد في تقرير المنظمة أن عدد الحالات في العالم و المؤكد إصابتها تفوق 18 مليون حالة إصابة فيما وصلت الوفيات إلى ما يقارب 700 ألف حالة وفاة في العالم و للعلم أن عدد الوفيات بلغت أكثر من 4000 في يوم واحد فقط تصدرت الولايات المتحدة الأمريكية الترتيب الأول من ناحية الوفيات تليها البرازيل ثم الهند ثم روسيا (علي، 2020).

لم تكن الجزائر في منأى عن انتشار فيروس كورونا ، حيث أعلنت وزارة الصحة و إصلاح المستشفيات ، عن تسجيل أول حالة إصابة بهذا الفيروس لرعية ايطالي يوم 25 فيفري 2020 كما تم اعتبار ولاية البليدة بؤرة للفيروس بعد تفشيه بسرعة كبيرة فيها ، مما أدى إلى ارتفاع نسبة المصابين في الجزائر و ارتفاع عدد الوفيات بشكل خطير ، وعليه اتخذت الحكومة الجزائرية تدابير و توصيات لمحاربة الفيروس و ذلك بتوقيف القطاعات التي تستدعي تواجد كثيف للمواطنين كالجامعات و المدارس و مؤسسات التكوين المهني و غلق المرافق العامة وفرض الحجر الكلي على ولاية البليدة و حظر التجوال في معظم القطر الجزائري و منع التجمعات و تعليق النشاطات الخاصة بوسائل المواصلات .



عدد الحالات (الزرقاء) وعدد الوفيات (الحمراء) على مقياس لوغاريتمي .يتطور المنحنى بالتوازي حتى بداية مارس، مما يعكس تغيرًا في النهج العلاجي.

الشكل (05): مخطط تمثيلي لتطور حالات كوفيد 19 في الجزائر

على الصعيد الاقتصادي :

منذ تفشي أزمة كورونا يعيش الاقتصاد العالمي دمارا أصابه بشلل ، فقد عرقل الإنتاج وأضعف الطلب و العرض وأصاب قطاعات المال بخسائر فادحة كما أن الإجراءات التي اتخذتها الدول لتفادي تفشي المرض مثل غلق الحدود و الحجر الصحي جعلت الأمور أسوء بالنسبة للاقتصاد .

تكبدت الحكومة الجزائرية في فترة انتشار فيروس كورونا خسائر اقتصادية فادحة ، حيث أثرت جائحة كورونا على سوق النفط العالمي مما أدى إلى انخفاض عائدات المحروقات حيث تمثل عائدات المحروقات90 % من إيرادات الدولة الجزائرية فقد قدرت أوبك و الوكالة الدولية للطاقة بانخفاض مدا خيل الدول المصدرة للنفط و الغاز الطبيعي بنسبة 50% إلى 80% إبان فيروس كورونا و بالتالي تصبح 80% من الآبار الجزائرية غير مربحة .

و تجاريا تضرر الاقتصاد الجزائري بشكل غير مسبوق و ذلك باعتماد شركات الاستيراد و التصدير على الواردات الصينية بنسبة 25 % كما سجلت أغلب المصانع كمصانع المواد التجملية و مصانع مواد البناء ومصانع بعض المواد الغذائية شللا في سيرورة الإنتاج و ذلك لندرة في المواد الأولية بسبب وقف الاستيراد .

كذلك ارتفاع أسعار المواد الغذائية بشكل هائل و ذلك بسبب ندرتها النسبية حيث سجل نقصا فادحا في القمح الصلب و القمح اللين مما أدى إلى ظهور المضاربين و المحتكرين في المواد التي كانت تشهد ندرة فكثفت الدولة الجزائرية حملات مراقبة للمخازن الغذائية ضد المضاربين.

الفرع الثالث : الانعكاسات الاقتصادية لكوفيد 19

أثر جائحة كوفيد 19 على النمو الاقتصادي العالمي :

توقع صندوق النقد الدولي بأن يشهد الاقتصاد العالمي خلال هذه السنة أسوء ركود بانكماش قدره 4.9% وذلك في تقريره حول آفاق الاقتصاد العالمي الصادر في شهر جوان من سنة 2020 ، حيث تم تسجيل انخفاض قدره 1.9 %مقارنة بتقديرات التقرير الصادر في شهر أفريل 2020 و من التوقع أن يرتفع النمو إلى 5.4 %في سنة 2021 بانخفاض قدره 0.4 %مقارنة بتقديرات شهر أفريل ، و الجدول الموالي يبين توقعات صندوق النقد الدولي حول النمو العالمي (قروف، 2021):

الجدول (02): توقعات صندوق النقد الدولي لمعدلات النمو العالمي

تقرير آفاق الاقتصاد العالمي 2020				عدد شهر أفريل		عدد شهر جوان	
السنوات	2018	2019	2020	2021	2020	2021	
معدل النمو العالمي	3.6	2.9	3.0-	5.8	4.9-	**5.4**	
الاقتصادات المتقدمة	2.2	1.7	6.1-	4.5	8.0-	**4.8**	
اقتصادات الأسواق الصاعدة والاقتصادات النامية	4,5	3,7	1.0-	5.1	3.0-	**5,9**	

المصدر: صندوق النقد الدولي (جوان، 2020)

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن صندوق النقد الدولي قد توقع في تقريره خول آفاق الاقتصاد العالمي الصادر في شهر أفريل من سنة 2020 ، بأن يشهد الاقتصاد العالمي خلال تلك السنة ركودا حادا بانكماش نسبته 3 % ، و سيصيب للمرة الأولى الانكماش الاقتصاديات المتقدمة و الصاعدة و النامية على حد سواء حيث يتوقع أن تنكمش الاقتصاديات المتقدمة بنسبة 6.1 % ، و تنكمش الاقتصاديات الصاعدة و النامية بنسبة 1 % و حسب التقرير الصادر في شهر جوان 2020 فانه تم مراجعة هده التوقعات نظرا لتطور انتشار الوباء عالميا بظهور الموجة الثانية من الفيروس في العديد من الدول ، حيث يتوقع أن يحقق الاقتصاد العالمي هذه السنة انكماشا يقدر ب 4.9 % ويمكن أن يبلغ النمو في اقتصاديات كل من الدول المتقدمة و اقتصاديات الدول الصاعدة و النامية معدلا يقدر ب – 8 % و –3 % على التوالي .

الانعكاسات الاقتصادية لكوفيد 19 على التجارة الدولية :

لاشك في أنه لجائحة كورونا covid 19 تداعيات مباشرة بالغة الشدة على التجارة و العقود التجارية الدولية بشكل خاص و المتعلقة بالطلب و المعروض من السلع الأولية و البضائع جراء الاغلاقات و تعطل سلاسل التوريد ، كما أن المخاوف على الأمن الغذائي اشتدت ، حيث أعلنت بلدان فرض قيود على التجارة و انخرطت في ممارسات الشراء المفرط ، إذا سوف تؤدي الاستجابة العالمية للجائحة إلى إبطاء وتيرة النمو ، و من المحتمل أن تؤدي إلى أكبر كساد عالمي منذ عقود ،كما أشارت منظمة التجارة العالمية إلى توقعات بانخفاض التجارة الدولية بنسب تتراوح بين 13 و 32 % في عام 2020 ، كما يتوقع بعض خبراء الاقتصاد أن الانخفاض الذي شهده عام 2020 ، تجاوز في حدته الركود التجاري الذي نتج عام 2008 (تامين، 2021).

إن مجمل التقارير الصادرة عن أهم الهيئات الدولية مثل منظمة التجارة العالمية و البنك الدولي تشير أي أنه قد تؤدي تأثيرات جائحة فيروس كورونا على أسواق السلع الأولية و البضائع و التزامات العقود التجارية إجمالا إلى تغيرات طويلة الأمد يمكن إيجازها فيما يلي :

- ارتفاع تكاليف النقل بسبب المتطلبات الإضافية لعبور الحدود .
- هبوط حاد للطلب العالمي
- استمرار تراجع معدلات عقود التجارة المتعلقة بالنفط .
- انخفاض التجارة بشكل أكبر في القطاعات ذات سلاسل القيمة المعقدة
- زيادة معدلات الفقر العالمي و تفاقم معدلات البطالة و تدني القدرة الشرائية للأفراد و توجه عجلة الاقتصاد نحو الركود

الفرع الرابع : إجراءات مواجهة كوفيد 19

أصدرت منظمة الصحة العالمية جملة من التوصيات و الإرشادات لمجابهة فيروس كورونا و الحد من تفشيه حيث تمثلت فيما يلي :

- الحصول على التطعيم و الالتزام بالإرشادات المحلية بشأنه .
- الحفاظ على النظافة الشخصية ، تنظيف اليدين جيدا بانتظام باستخدام مطهر اليدين الكحولي أو غسلهما بالماء و الصابون .
- ارتداء الكمامة بشكل سليم .
- الحفاظ على مسافة متر واحد على الأقل من الآخرين ، حتى لو لم تظهر عليهم أعراض المرض ، و تجنب الحشود و المخالطة اللصيقة .
- إذا ظهرت عليك أعراض كوفيد19 و أظهرت نتائج الاختبار إصابتك به ، فاعزل نفسك على الآخرين حتى تتعافى من المرض .

خلاصة الفصل

تكمن ضرورة دراسة المستهلك كخطوة حتمية في فهم سلوك المستهلك و تفسير التصرفات الشرائية و الاستهلاكية للمستهلكين ، بحث أن قرارات المستهلك هي تفاعل مشترك بين المؤثرات الداخلية و الخارجية ،

فتقوده هذه المؤثرات إلى إتباع خطوات متسلسلة في اتخاذ قرار الشراء و تختلف باختلاف درجة التأثير و العوامل المتدخلة . و قد شهد العالم عبر التاريخ العديد من الأوبئة و الجوائح التي مست شتى المجالات و خصوصا الجانب الاقتصادي الذي لقي عدة تغييرات ، و كان أخرها لحد الساعة جائحة كوفيد19 الذي أدى إلى تأثيرات اقتصادية أدت إلى تغير النمط الاستهلاكي و العادات الاستهلاكية .

الفصل الثاني :

تداعيات أزمة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك

تمهيد :

استقبل الجزائريون عام 2021 و كلهم خوف و قلق من تدهور الوضعية المعيشية في البلاد جراء انكماش الاقتصاد و موجات الغلاء المتتالية. بحيث يهدف هذا الفصل إلى دراسة و التعرف على مدى تأثير تفشي فيروس كورونا كوفيد19 على الاقتصاد العالمي كبداية نستفتح بها الفصل الثاني و على الاقتصاد الجزائري بصفة خاصة جدا ، أظهرت نتائج الدراسة ن المستهلك الجزائري لقد وجد صعوبة بالغة في التعايش مع هذا الوضع الذي كان له جانب سلبي أكثر من ايجابي في مختلف المجالات و الأنشطة اليومية التي يمارسها أما بالنسبة لأهم الأساسيات و الركائز التي تعود بدور أساسي على الاقتصاد الجزائري منها الدينار الجزائري و استيراد المواد الغير منتجة محليا و كل المواد واسعة الاستهلاك فقد كانت فقد وجدنا أن كل ما سبق أدى إلى تقهقر القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري التي عرفت انخفاضا مستمرا منذ السنوات الخمس الماضية .

المبحث الأول : تداعيات أزمة كورونا على الاقتصاد العالمي و أثرها على الاقتصاد الجزائري .

منذ ظهور فيروس كوفيد 19 ، و الأنظمة الاقتصادية تشهد اختلالات كبيرة جراء الغلق الكلي و الجزئي للأقاليم البحرية و الجوية مما عطل حركة التبادل التجاري و شلت سيرورة المبادلات التجارية العالمية و المحلية ، و شهد العالم أزمات مالية عويصة لم يسبق لها مثيل .

المطلب الأول : تأثير أزمة كورونا على الاقتصاد العالمي

تعتبر أزمة فيروس كورونا ، من أبرز الأحداث التي حدثت في القرن الحادي و العشرين نظرا لشدة خطورتها على الحياة البشرية و آثارها السلبية على المعاملات الاقتصادية و المالية عبر العالم .

الفرع الأول : أثر جائحة كورونا على التجارة العالمية و النفط العالمي .

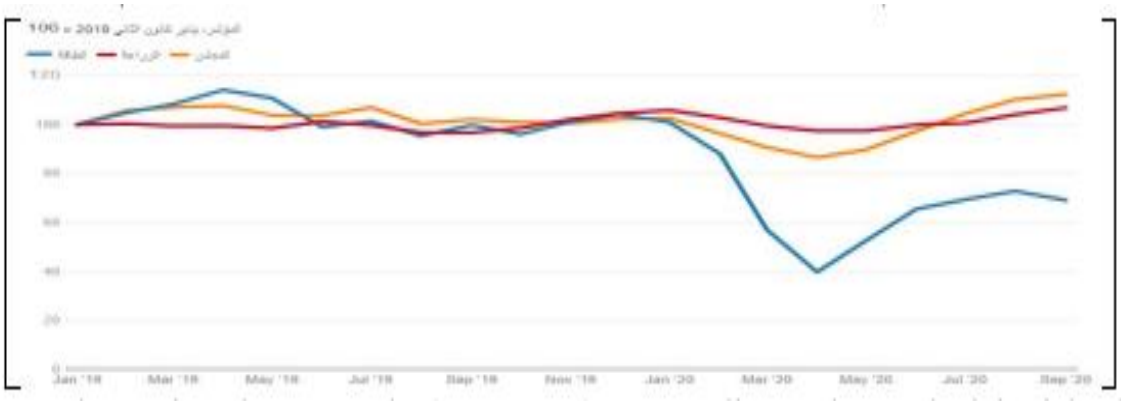
بما أن آثار الجائحة امتدت في جميع مناحي الحياة الاقتصادية سنحاول جمعها فيما يلي :

في آخر تحديث للبنك الآسيوي حول الآثار الاقتصادية في العالم لتفشي وباء كوفيد 19 أنه في ظل التدابير المتخذة من قبل الدول ، بفرض القيود على السفر و تدابير الإغلاق الرامية لوقف انتشار الوباء من المرجح أن

تنخفض التجارة العالمية بمقدار 1.7 تريليون دولار إلى 2.6 تريليون دولار كما قدرت الأمم المتحدة أن قطاع التصدير العالمي قد تكبد خسائر نتيجة وباء كورونا قدرت ب 50 مليار دولار (تقرير مؤتمر الامم المتحدة للتجارة و التنمية ، 2020)

1.أثر الجائحة على مجموعة أسعار السلع الأولية العالمية (المعادن ، الزراعة ، الطاقة) :

الشكل (06) : أسعار السلع الأولية العالمية



Source : John Bevis and Peter Nagle (22.10.2020). Commodity Market Outlook in eight charts. World Bank Blogs. Page 03 Recovered from

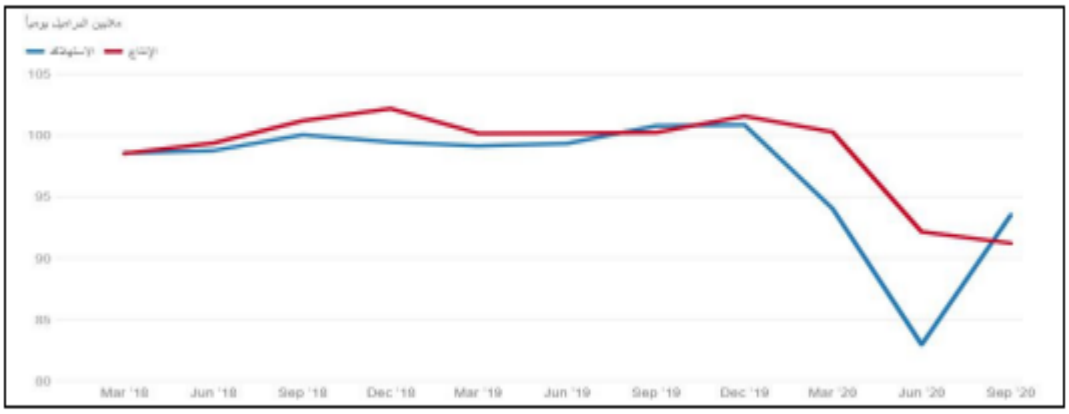
https://blogs.worldbank.org/ar/voices/afaq-aswaq-alsl-alawlyt-fy-thmanyt-rswm-byany

من خلال هذا الشكل ، نلاحظ خلال الربع الأول من عام 2020 شهدت السلع الأولية انخفاضا في الأسعار بداية شهر مارس ، مع استمرار الانخفاض إلى غاية الربع الثاني من سنة 2020 تأثرا بجائحة كوفيد 19 . إلا أنه في الربع الثالث من العام نلاحظ ارتفاع جميع أسعار السلع الأولية بسبب فيروس كورونا ، أثرت جائحة كورونا بشكل كبير على أسعار الطاقة حيث بعد انخفاض الأسعار في شهري مارس و أفريل شهدت هذه الأخيرة انتعاشا جزئيا أما بالنسبة لأسعار السلع المعدنية و الزراعية استطاعت استرداد الخسائر التي خلفتها الجائحة .

2.1 تأثير الجائحة على النفط العالمي :

1.2.1أثر الجائحة على استهلاك و إنتاج النفط العالمي :

الشكل(07) : استهلاك و إنتاج النفط خلال الفترة (مارس 2018 – سبتمبر 2020)



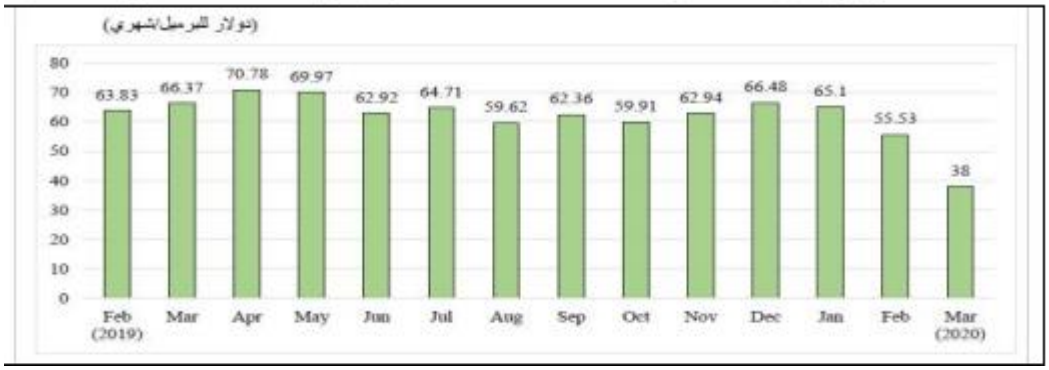
Source : John Bevis and Peter Nagle (22.10.2020). Commodity Market Outlook in eight charts. World Bank Blogs. Page 03 Recovered from

https://blogs.worldbank.org/ar/voices/afaq-aswaq-alsl-alawlyt-fy-thmanyt-rswm-byany

أدى انهيار استهلاك النفط في شهري مارس و أفريل في انخفاض حاد في أسعار النفط ، و من خلال هذا خفض العديد من منتجي النفط الإنتاج ، و أبرزهم منظمة (أوبك) التي تضم البلدان المصدرة للنفط خفض الإنتاج بعد اتفاق الأعضاء بمقدار 9.7 مليون برميل يوميا ، أي بتقدير 10 % من الإنتاج العالمي ، مما أدى الجمع بين خفض الإنتاج و انتعاش الاستهلاك على إرتفاع أسعار النفط جزئيا في الربع الثالث من سنة 2020 .

2.2.1أثر الجائحة على أسعار النفط العالمية :

الشكل (08) : الأسعار العالمية للنفط خلال الفترة (فيفري 2019 – مارس 2020)



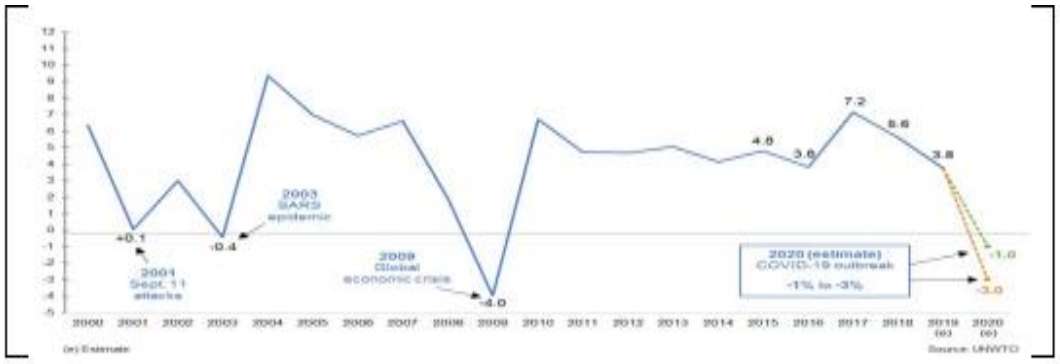
المصدر : صندوق النقد العربي (2020) التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا المستجد على الدول العربية ، الإمارات العربية المتحدة ، ص 13

من خلال الشكل أعلاه شهدت أسعار النفط العالمي تراجعا بشكل ملحوظ ، حيث أشارت منظمة الأوبك في تقريرها الصادر في مارس 2020 إلى أن أسواق المنتجات النفطية في الولايات المتحدة الأمريكية و الاتحاد الأوروبي تأثرت سلبيا بتفشي الوباء ، و يرجع ذلك إلى تراجع الطلب على المنتجات النفطية لا سيما وقود الطائرات الذي انخفض نتيجة للاضطرابات التي لحقت بقطاع النقل الجوي بعد تقييد الحركة العالمية ، كما تأثر صافي إيرادات مصافي التكرير النفطية في عدد من المناطق حول العالم خاصة في آسيا ، بالإضافة إلى تأثر قطاع النقل النفطي سلبا بتطورات المرتبطة بجائحة كورونا مما أدى إلى توقعات غير تفاؤلية بشأن مستقبل إنتاج و نقل النفط العالمي (طلحة، 2020)و جدير بالذكر هنا أن نشير إلى المستوى التاريخي من التدني الذي وصلت إليه أسعار النفط في أفريل المنصرم ، على غرار ما حدث تداوله لبعض الخامات القياسية عند مستويات سلبية على غرار خام تكساس جنوب الولايات المتحدة الأمريكية إلى سالب 37 (Tobben, 2020) كما توقعت وكالة الطاقة الدولية أن ينخفض الطلب العالمي على النفط بمعدل قياسي قدره 8.6 مليون برميل في اليوم

2. أثر الجائحة على قطاع السياحة العالمي :

قطاع السياحة حاليا هو أحد أكثر القطاعات تضررا من تفشي مرض كوفيد 19 ، و قد ظهرت آثار ذلك على كل من العرض و الطلب على السفر ، لاسيما في الصين و هي السوق المصدرة الرائدة في العالم من حيث الإنفاق ، و في غيرها من المقاصد الآسيوية و الأوروبية الرئيسية ، مثل ايطاليا .أدت القيود المفروضة على السفر ، إضافة إلى إلغاء الرحلات أو الحد من تواترها إلى تقلص كبير في عرض خدمات السفر (المحلية و الدولية) ، في حين استمر التراجع في الطلب حيث قدرت منظمة السياحة العالمية أن عدد السياح الدوليين قد ينخفض في عام 2020 على المستوى العالمي بنسبة تتراوح بين 1% و3 % ، بدلا من نمو يتراوح بين 3%و 4% ، كما كان متوقعا في أوائل جانفي يسفر عن خسارة ما بين 30 و 50 مليار دولار في إنفاق الزوار الدوليين (إيرادات السياحة الدولية) و يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل الموالي :

الشكل (09) : السياحة الدولية الوافدة ، العالم (النسبة المؤوية للتغيير)



المصدر: تقرير منظمة السياحة العالمية (05.03.2020)" تقييم أثر تفشي فيروس كوفيد 19 على السياحة الدولية " من الموقع :

https://www.unwto.org/ar/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism

حاليا من المتوقع أن تكون آسيا و المحيط الهادئ من الأقاليم الأكثر تضررا ، بانخفاض تتراوح نسبته بين 9 % و 12% في عدد السياح الدوليين الوافدين في عام 2020 ، عوضا عن نمو تتراوح نسبته بين 5 %و 6 %كما كان متوقعا في أوائل جانفي (العالمية، 2020) .

الفرع الثاني : تأثير جائحة كوفيد على الدخل و العمالة .

1.أثر الجائحة على نصيب الفرد من الدخل (الدولي، 2020):

يقول البنك الدولي إن الصدمة السريعة و الشديدة لجائحة فيروس كورونا و تدابير الإغلاق التي اتخذتها الدول لاحتوائها هوت بالاقتصاد العالمي في غمرة انكماش حاد ، و طبقا لتوقعات البنك فان الاقتصاد العالمي سيشهد انكماشا بنسبة 5.2 % لهذا العام ، وفي إصدار جوان 2020 من تقريره (الآفاق الاقتصادية العالمية) يضيف البنك الدولي أن هذا سيمثل أشد كساد منذ الحرب العالمية الثانية إذ ستشهد أكبر مجموعة من الاقتصاديات العالم منذ عام 1870 تراجعات في متوسط نصيب الفرد من الناتج .

2. أثر الجائحة على العمالة :

يصعب قياس الأثر الجمالي المترتب على العمالة هذا العام نتيجة تضافر إجراءات الإغلاق و التعويضات المؤقتة و العودة إلى العمل ، و مع ذلك تقدر منظمة العمل الدولية أن أزمة تهديد أكثر من 500 مليون وظيفة في جميع أنحاء العالم ، و لا سيما في العالم النامي ، و في حين أن عددا كبيرا من العمال سيستعيدون نشاطهم العادي بعد

رفع قرارات الإغلاق في أماكن العمل ، فان بعضهم سيفقدون وظائفهم بشكل دائم ، و تشير التقديرات إلى أن مالا يقل عن 100 مليون وظيفة سوف تختفي تماما بحلول نهاية العام و علاوة على ذلك سيقع ما بين 90 مليون و 120 مليون شخص في رهان الفقر المدقع في العالم النامي ، مع ما سيتبع ذلك من جوع و سوء تغذية ، في حين ستتسع الفجوات في الداخل في كل مكان و تنذر هذه التطورات بارتفاع هائل في حالات المرض و الوفاة (التنمية، 2020) حيث قدرت المنظمة الدولية للعمل عدد الذين تأثر جراء الإغلاق الكلي أو الجزئي لأماكن العمل بأزيد من أربعة أخماس (81%) من القوى العاملة العالمية و البالغ عددها 3.3 مليار شخص إلى غاية 7 أفريل (Monitor, 2020)إلا أن هذه النسبة انخفضت إلى 61 % بسبب الرفع التدريجي لتدابير الغلق خلال أسبوعين الثاني و الثالث لشهر أفريل (Monitor, 2020)

الفرع الثالث : مدى تأثر الاقتصاد العالمي بجائحة كورونا .

1. الوضع الاقتصادي العالمي في ظل جائحة كورونا :

أحدث فيروس كورونا أزمة صحية نتجت عنها أزمة اقتصادية عالمية لها أثر هائل على كل اقتصاديات الدول ، و مع استمرار تهديد هذه الجائحة للعالم ، من المتوقع أن يتقلص الاقتصاد العالمي في سنة 2020 بنسبة 3.2 % ، مما يتسبب بخسائر إجمالية تبلغ نحو 8.5 تريليون دولار ، وهو ما سيمحو ما يقارب من أربع سنوات من المكاسب التي تحققت ، بحسب تحليل اقتصادي أجرته الأمم المتحدة لمنتصف العام (المتحدة، 2020)

و سنحاول إبراز أهم الآثار المحتملة لتفشي الجائحة على أهم مؤشرات أداء الاقتصاد العالمي في المدى القصير و المدى المتوسط ، و يمكن تلخيصها في العناصر التالية :

التوقعات العالمية و الإقليمية لجائحة كورونا على الاقتصاد العالمي بصفة عامة (الدولي، الآفاق الاقتصادية العالمية توقعات العالمية و الاقليمية)

2. التوقعات العالمية :

تسببت جائحة كورونا في صدمة عالمية هائلة أدت إلى كساد حاد في الكثير من البلدان ، و تشير تنبؤات سيناريو خط الأساس لتقرير البنك الدولي في جوان 2020 ، إلى انكماش نسبته 5.2 % من إجمالي الناتج المحلي العالمي في 2020 ، و هو أشد كساد يشهده العالم منذ عقود ، و سيتراجع متوسط نصيب الفرد من الدخل في معظم

اقتصاديات الأسواق الصاعدة و البلدان النامية هذا العام ، مع تحقيق نسبة نمو 4.2 % من إجمالي الناتج المحلي العالمي في عام 2021 ، وهو ما يوضحه الجدول :

الجدول(03) : توقعات معدل النمو الإجمالي الناتج المحلي (العالمية و الإقليمية)

	تقدير 2017	تقدير 2018	تقدير 2019	تنبؤات 2020	تنبؤات 2021
العالم	3.3	3.0	2.4	-5.2	4.2
البلدان المتقدمة	2.5	2.1	1.6	-7.0	3.9
بلدان الأسواق الناشئة والبلدان النامية	4.5	4.3	3.5	-2.5	4.6
منطقة شرق آسيا والمحيط الهادئ	6.5	6.3	5.9	0.5	6.6
أوروبا وآسيا الوسطى	4.1	3.3	2.2	-4.7	3.6
أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي	1.9	1.7	0.8	-7.2	2.8
الشرق الأوسط وشمال أفريقيا	1.1	0.9	-0.2	-4.2	2.3
جنوب آسيا	6.5	6.5	4.7	-2.7	2.8
أفريقيا جنوب الصحراء	2.6	2.6	2.2	-2.8	3.1

المصدر : تقرير البنك الدولي (2020) الآفاق الاقتصادي العالمية–التوقعات العالمية و الإقليمية–تم الاسترداد من

https://www.albankaldawli.org/ar/publication/global-economic-prospects

1.2 التوقعات الإقليمية :

كانت التوقعات الدولية لتقرير البنك الدولي في جوان 2020 ، و الموضحة في الجدول أعلاه :

- **شرق آسيا و المحيط الهادي** : من المتوقع أن يهبط معدل النمو الاقتصادي في المنطقة إلى 0.5 % في 2020 و هو أقل مستوى له منذ عام 1967 ، حيث تحقق نسبة نمو 6.6 % من إجمالي ناتج المحلي العالمي في عام 2021 .
- **أوروبا و آسيا الوسطى** : المتوقع أن ينكمش اقتصاد المنطقة بنسبة 4.7 % ، مع حدوث ركود في كل البلدان تقريبا مع تحقيق نسبة نمو 3.6 %من إجمالي الناتج المحلي العالمي في عام 2021 .

- **أمريكا اللاتينية و البحر الكاريبي** : ستؤدي الصدمات الناجمة عن الجائحة إلى انكماش النشاط الاقتصادي بنسبة 7.2% في 2020 ، و نمو بنسبة 2.8% من إجمالي الناتج المحلي العالمي في 2021.
- **الشرق الأوسط و شمال إفريقيا** : من المتوقع أن يشهد النشاط الاقتصادي في المنطقة انكماشا بنسبة 4.2 % وذلك نتيجة للجائحة و مستجدات سوق النفط إلا أنها تحقق نسبة نمو 2.3% من إجمالي الناتج المحلي العالمي في عام 2021 .
- **جنوب آسيا** : من المتوقع أن يشهد النشاط الاقتصادي في المنطقة انكماشا بنسبة 2.7% في 2020 ، إذا أن تدابير الحد من آثار الجائحة تعرقل الاستهلاك و نشاط الخدمات ، مع استمرار ضعف الاستثمار بسبب الشكوك التي تحيط بالمسار المحتمل للجائحة حيث تحقق نسبة نمو 2.8% من إجمالي الناتج المحلي العالمي في عام 2021 .
- **إفريقيا و جنوب الصحراء** : يبدو أن النشاط الاقتصادي في المنطقة في طريقة لتسجيل انكماش بنسبة 2.8% في 2020 وهو أشد ركود على الإطلاق ، إلا أنها تحقق نسبة نمو 2.3 % من إجمالي الناتج المحلي العالمي في عام 2021 .

2.2 حجم التجارة العالمية :

شهدت التجارة الخارجية تضرر كبير نتيجة قيود النقل و السفر و إغلاق المطاعم و الفنادق و أماكن الترفيه حيث توقع البنك الدولي أن تنخفض التجارة الدولية خلال عام 2020 بنسبة 13.4 % و يعود ذلك إلى عدم القدرة على المعرفة الدقيقة بحجم تأثير الأزمة الصحية على الاقتصاد ، ويتوقع البنك الدولي انتعاشا في تجارة السلع العالمية 5.3% و كان أكثر تشاؤم من منطقة التجارة العالمية حيث تتوقع المنظمة انتعاشا في تجارة السلع العالمية في عام 2021 بنسبة تتراوح ما بين 21 %و 24% ، و الجدول التالي يوضح أكثر توقع البنك الدولي لحجم التجارة العالمية :

الجدول (04): توقعات حجم التجارة العالمية

	تقدير 2017	تقدير 2018	تقدير 2019	تنبؤات 2020	تنبؤات 2021
حجم التجارة العالمية	5.9	4.0	0.8	-13.4	5.3

المصدر : تقرير البنك الدولي 2020 ، الآفاق الاقتصادية العالمية،التوقعات العالمية و الإقليمية تم الاسترداد من

https://www.albankaldawli.org/ar/publication/global-economic-prospects

3.2 أسعار السلع الأولية :

الجدول (05): توقعات أسعار السلع الأولية

	تقدير 2017	تقدير 2018	تقدير 2019	تنبؤات 2020	تنبؤات 2021
أسعار النفط	23.3	29.4	-10.2	-47.9	18.8
مؤشر أسعار السلع الأولية خلاف الطاقة	5.5	1.8	-4.2	-5.9	3.0

المصدر : تقرير البنك الدولي 2020 ، الآفاق الاقتصادية العالمية،التوقعات العالمية و الإقليمية تم الاسترداد من

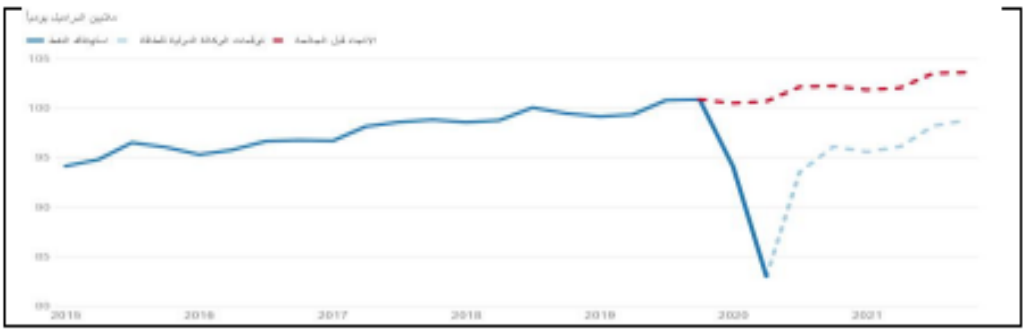
https://www.albankaldawli.org/ar/publication/global-economic-prospects

حسب نتائج تقرير البنك الدولي و الموضح في الجدول أعلاه يتنبأ بانخفاض مؤشر أسعار السلع الأولية خلاف الطاقة بنسبة 5.9 % خلال سنة 2020 ، إلا أنة يرتفع خلال سنة 2021 بنسبة 3% إلا أن أسعار النفط ستنهار بشكل كبير جدا ، حيث يتنبأ أن تنخفض بنسبة 47.9 % سنة 2020 ، وارتفاع بنسبة 18.8 % ، وتبقى هذه النسبة كبيرة جدا حيث سنحاول في العنصر الموالي أن نبحث عن السبب الذي أدى إلى توقع هذه النسبة المرتفعة .

3. مدى تأثير جائحة كوفيد 19 على استهلاك النفط :

قامت جهات رئيسية لإصدار توقعات بتعديل توقعات الطلب على النفط بسبب الجائحة ، و تشير بعض تقارير القطاع إلى إن الطلب ربما يكون قد بلغ ذروته بالفعل عام 2019 ، و من المرجح إن يكون للجائحة آثار دائمة على استهلاك النفط من خلال تغيير سلوك المستهلكين و العاملين ، فقد يشهد السفر الجوي انخفاضا دائما مع تقليص رحلات رجال المال و الأعمال بتفعيل حضور الاجتماعات عن بعد ، مما يخفض الطلب على وقود الطائرات ، وقد يؤدي تحول العمل من المنزل إلى خفض الطلب على هذه الأخيرة ، ولكن هذا يقابله زيادة في استخدام المركبات الخاصة إذا توقف نشاط وسائل النقل العمومي (Bevis & Nagle, 2020) ، حيث قامت الوكالة الدولية للطاقة بتوقع استهلاك النفط قبل الجائحة و بعدها و ذلك من خلال الشكل التالي :

الشكل (10): توقعات استهلاك النفط قبل الجائحة و بعدها



Source : John Bevis and Peter Nagle (22.10.2020). Commodity Market Outlook in eight charts. World Bank Blogs. Page 03 Recovered from

https://blogs.worldbank.org/ar/voices/afaq-aswaq-alsl-alawlyt-fy-thmanyt-rswm-byany

يمثل الشكل السابق توقعات استهلاك النفط قبل الجائحة و بعدها حيث يظهر الخط الأزرق المتقطع توقعات الوكالة الدولية للطاقة في سبتمبر لاستهلاك النفط ، ويظهر الخط الأحمر المتقطع استمرار معدلات النمو قبل تفشي الجائحة ، نلاحظ من خلال الشكل أن استهلاك النفط كان في تزايد مستمر إلى غاية حدوث أزمة كورونا ليشهد انهيار كبير ، و من المفترض أنه يبقى استهلاك النفط في تزايد مستمر و هو ما يظهره الخط الأحمر المتقطع ، و حسب توقعات الوكالة الدولية للطاقة في سبتمبر الموضحة في الشكل أنه في السنوات 2021 /2022 يعود استهلاك النفط بتصاعد و لكن ليس كالسنوات الماضية و هو ما يؤكد نتائج تنبؤات تقرير البنك الدولي في جوان 2020 ، الذي تطرقنا إليه في العنصر السابق .

المطلب الثاني :تأثير فيروس كورونا على الاقتصاد الجزائري .

يبين هذا المطلب تأثير أزمة كورونا كوفيد 19 على الاقتصاد الجزائري و الذي شهد انهيار مفاجأ في أسعار النفط مع بداية تفشي الوباء و مسببا انكماشا كبيرا في الناتج المحلي الإجمالي و حالة من الركود الاقتصادي و في هذا السياق حاولت الحكومة الجزائر باتخاذ مجموعة من التدابير الوقائية لاحتواء المرض و تخفيف حدة صدمته الاقتصادية .

لقد عان الاقتصاد الجزائري خلال سنة 2019م من تباطؤ في وتيرة النشاطات الاقتصادية بسبب الأوضاع السياسية التي شهدتها البلاد ، و بسبب تفشي فيروس كورونا كوفيد19 و ما خلفه من تأثيرات جد سلبية اقتصادية واسعة النطاق نتطرق إليها فيما يلي :

- **الناتج المحلي الإجمالي :**

جدول رقم (06) : تطور معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي و نصيب الفرد من ناتج المحلي خلال الفترة 2018-2019

	2018م	2019م
الناتج المحلي الإجمالي PIB (مليار دولار)	175.41	171.09
معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي (%)	%1.20	%0.80
نصيب الفرد من اجمالي الناتج المحلي(دولار أمريكي)	4153.73	3973.96
معدل نمو نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي(%)	%0.81-	%1.13-
الناتج المحلي الإجمالي للفرد الواحد PPP (دولار أمريكي)	11479.5	11349.7

La source :

https://data.albankaldawli.org/indicator/,dete(11/02/2021),haure(16:57

من خلال الجدول نرى أن معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي قد تراجع خلال سنة 2019 مسجلا 0.8% مقارنة بسنة 2018 و التي سجلت 1.2% ، وهذه نتيجة الظروف السياسية الصعبة التي مرت بها البلاد و التي أخرت عملية ضبط الأوضاع المالية .

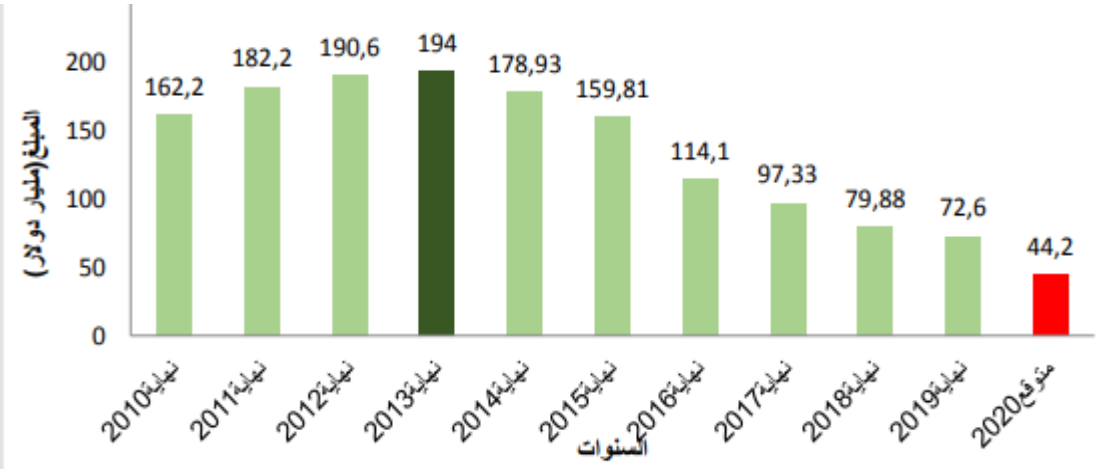
إضافة إلى تراجع الصناعة الهيدروكربون و التي ساهمت بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي و ذلك نتيجة قلة الاستثمارات في التنقيب و استغلال النفط و الغاز ، أما من جانب أخر فنرى أن معدل نمو نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي قد تراجع هو أيضا من 0.01% سنة 2018م الر -1.13% سنة 2019.

- **التطورات النقدية و المصرفية :**

قد سجلت سنة 2019 انخفاض في السيولة المصرفية وسط التمويل من عجز الموازنة ، كما شهد احتياطي القانوني لدى البنوك التجاري ارتفاع بنسبة 12% مقارنة بسنة 2018 ،و تم رفعه آنذاك من 4% إلى 8 % فنتج عن هذا الإجراء زيادة الإقراض المصرفي للشركات المملوكة للدولة بنسبة 14.4% و الذي يمثل 50.1% من إجمالي الإقراض المصرفي مع انخفاض الودائع المصرفية المدرجة بشكل عام لدى البنوك التجارية

.أما سعر الفائدة على الودائع قد سجل نسبة 1.75% و هو رقم ثابت اعتمده البنك المركزي لعدة سنوات ، و بالنسبة لاحتياطي من العملة الأجنبية سجل انخفاض كبير و يوضح الشكل احتياطي الصرف الجزائري خلال عشر سنوات

الشكل (11) : احتياطي الصرف الجزائري خلال 10 سنوات 2020/2010



المصدر : تقارير البنك الجزائري حول تطورات النقدية و المالية من 2010 الى 2019 :https://www.bank-of-algeria.dz

- **التجارة الخارجية :**

الجدول (06) : تطور الميزان التجاري من الفترة 2019/2018

	Anneé 2018		Anneé2019		Evolution%	
	DZD	USD	DZD	USD	DZD	USD
Importation	5 403 232,97	46 330,21	5 005 302,53	41 934,12	-7,36	-9,49
Exportation	4 873 960,29	41 797,32	4 275 400,28	35 823,54	-12,28	-14,29
Balance commercial	-529 272,67	-4 532,89	-729 902,25	-6 110,57	37,91	34,81
Taux de couverture	90,22		85,43			

La source : Direction des Etudes et de la prospective, Statistiques du commerce Extérieur de L'Algérie –période Premier trimestre de l'année2019- , Ministère de finances Direction générale des Douanes ,P04.

لقد سجل الميزان التجاري الجزائري عجزا بحوالي 6.11 مليار دولار سنة 2019م .

- انخفاض في حجم الإجمالي للصادرات من 35.82 مليار دولار بانخفاض قدره 14.29 %مقارنة بنتائج عام 2018م ، أما الواردات فقد سجل الحجم الإجمالي لها 41.93 مليار دولار أمريكي بانخفاض قدره 9.49% سنة 2019م مقارنة بسنة 2018م .
- إن العجز الدائم في الحساب الجاري أدى إلى تأكل الاحتياطات الدولية من العملة الصعبة فانخفض إلى 61.5 مليار دولار مع نهاية سنة 2019م وفق تقرير صندوق النقد الدولي و هذا ما يوضحه الجدول :

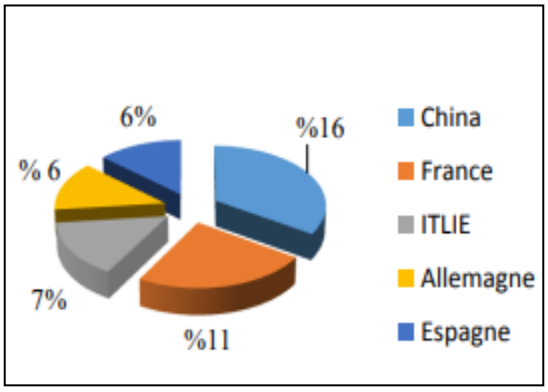
الجدول (07) :تطور الميزان التجاري 2020/2019

	09 mois 2019		09 mois2020		Evolution%	
	DZD	USD	DZD	USD	DZD	USD
Importation	3 872 241,91	32 483,86	3 228 068,83	25 660,49	-16,64	-21,01
Exportation	3 222 051,86	27 032,88	2 292 924,84	18 229,04	-28,84	-32,57
Balance commercial	-650 190,05	-5 450,98	-935 143,99	-7 431,45	41,83	36,33
Taux de couverture	83,22%		71,04%			

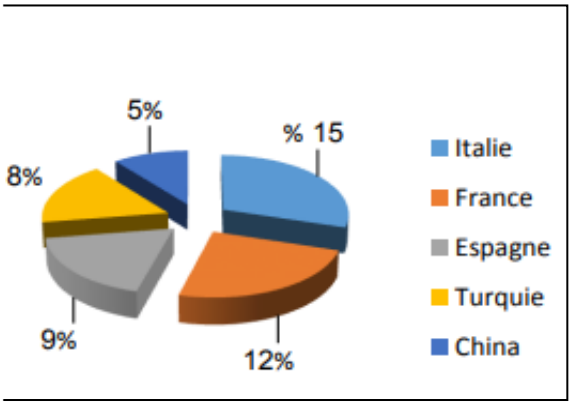
La source : Direction des Etudes et de la prospective, Statistiques du commerce Extérieur de L'Algérie –période Premier trimestre de l'année2020- , Ministère de finances Direction générale des Douanes ,P07

إن الصادرات و واردات الجزائر قد تراجعت خلال الثلاثي الثالث من سنة 2020 مقارنة من الثلاثي الثالث لسنة 2019 ، حيث سجلت مبلغ قدره 32.57% أي مبلغ قدره 18.04 مليار دولار أمريكي بالنسبة للصادرات ، أما الواردات فقد سجلت نسبة 21.01% أي مبلغ قدره 25.49 مليار دولار أمريكي حسب ما يبينه الجدول أعلاه

الشكل (12): الدول الخمس المصدرة للجزائر



الشكل (13) : الدول الخمس المستوردة للجزائر



أما الشكلين فيمثلان الدول الخمس المصدرة و المستوردة للجزائر لان أوروبا تمثل الشريك الرئيسي للجزائر نسبة 67.6% من إجمالي التجارة الخارجية للجزائر خلال سنة 2020منها 36.5% صادرات و 31.1% بالنسبة للواردات . تعتبر ايطاليا اكبر سوق تصدير بنسبة 15.05% بينما الصين هي المورد الرئيسي للجزائر بنسبة 16.20%

- **مستوى التضخم و الأسعار :**

الجدول رقم (04) : تغيرات مؤشر السلع الاستهلاك خلال شهر سبتمبر من سنة 2018-2019

الأصناف/ المتغيرات	الشهر/السنة	
	سبتمبر2018م	سبتمبر2019م
المواد الغذائية و المشروبات الكحولية و غير الكحولية%	4,41	0,35
الملابس و الاحذية%	5,76	6,50
السكن و النفقات%	1,18	1,31
الأثاث%	5,00	5,17
الصحة%	4,50	3,30
النقل و الاتصال%	4,91	2,02
التربية و الثقافة و النشاطات%	3,79	11,40
أخرى%	7,57	5,81
التغيرات خارج المواد الغذائية(حساب بنك الجزائر%)	4,93	4,19
تغيرات مؤشر أسعار الاستهلاك بالمتوسط (التضخم المتوسط السنوي%)	4,69	2,44

المصدر : بنك الجزائر ، النشرة الإحصائية الثلاثية ، رقم 48، ديسمبر 2019م ، ص 29.

يبين الجدول تغيرات مؤشر أسعار الاستهلاك لبعض الأصناف خلال شهر سبتمبر 2018-2019م ، حيث سجل معدل التضخم في الجزائر تراجعا كبيرا سنة 2019م مقارنة بالسنة السابقة من 4.69% إلى 2.44% و يمثل التضخم السنوي قياس نسبة التغيير في أسعار السلع الاستهلاكية في شهر معين و مقارنته بنفس الشهر من العام الماضي كما يوضح الجدول .

بلغ معدل التضخم السنوي في الجزائر نسبة 3.5% مع نهاية شهر ديسمبر سنة 2020م حيث شهد ارتفاع مقارنة بشهر نوفمبر من نفس السنة كما يبينه الجدول التالي :

الجدول رقم (05) : يوضح مؤشر أسعار المستهلك CPI مع معدل التضخم خلال سنة 2020

La source :Trading Economics, Le Taux d'inlation en Algérie

http://www.ar.tradingeconomics/algérie/inflation-cpi

كما شهدت أسعار بعض المواد الغذائية الأساسية ارتفاع كبير مع ندرة في مادة الدقيق ، و أشار البيان المقدم من وزارة التجارة حول الكشف الشهري لأسعار المواد الأساسية للاستهلاك إلى ارتفاع طفيف في متوسط

الأشهر	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	اكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
مؤشر أسعار المستهلك CPI (نقاط)	220	220	222	225	225	221	221	221	224	228	226	/
مؤشر أسعار المستهلك النقل(نقاط)	214	214	215	215	215	217	217	219	220	220	220	/
التضخم الغذائي(%)	-1	-0.5	0.8	0.6	-0.3	2.3	0.6	-1.8	-1.7	1.3	0.8	/
معدل التضخم شهريا(%)	0.3	-0.1.	1.1	0.5	1	-0.1	-1.6	0	1.3	1.6	-0.8	/
معدل التضخم(%)	1.4	1.7	2.4	2.3	1.6	3	2.2	1.2	1.2	2.7	2.4	3.5

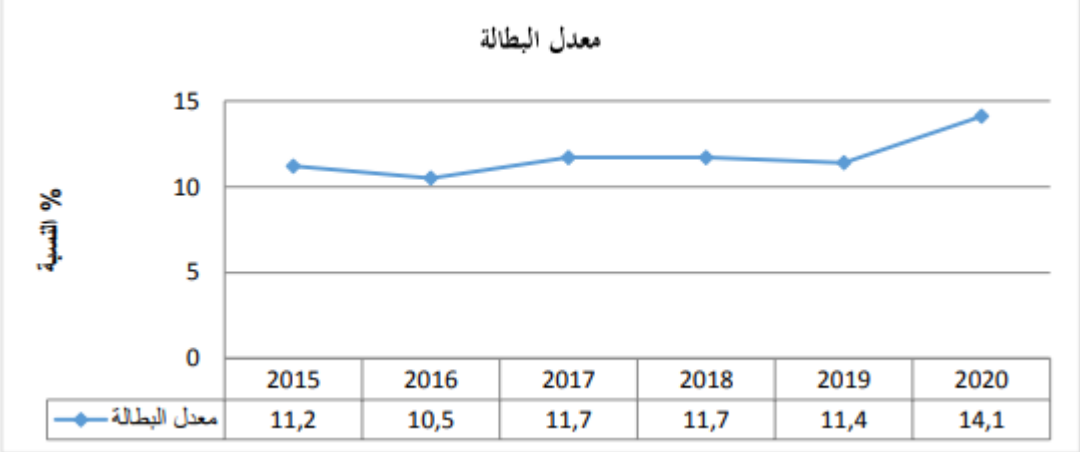
أسعار بعض المواد الغذائية و ارتفاعات محسومة في بعض الآخر و كل هذا مقارنة بنفس الفترة لسنة 2019 ، وتسببت الزيادة الكبيرة في بعض المواد الأساسية مثل : الدقيق الممتاز +2% ، الدقيق العادي +1% ، الفرينة المعبأة +7% ، الزيوت الغذائية +2% (التجارة، 2020)، إلى تراجع القدرة الشرائية للمواطنين الذين يعانون من الضرر نتيجة تفشي فيروس كورونا كوفيد19 .

نلاحظ من الجدول أن مؤشر أسعار المستهلك CPI شهد تذبذب خلال سنة 2020 حيث انه قد سجل ارتفاع طفيف مع بداية شهر أفريل مسجلا 225نقطة أي مع بداية تفشي الوباء في الجزائر لينخفض بعدها في الثلاثي الثالث و يسجل 221نقطة خلال شهر سبتمبر ، و يعيد يسجل 228 كأقصى نقطة خلال شهر أكتوبر ، و لربما هذا التذبذب المسجل في مؤشر أسعار الاستهلاك CPI جعل معدل التضخم الغذائي و معدل التضخم الشهري يحصل معدلات ايجابية وسلبية خلال أشهر سنة 2020م ، حيث بلغ معدل التضخم السنوي خلال السنة نسبة 3.5% حسب آخر التقديرات المعلنة خلال شهر ديسمبر 2020 .

- **معدل الفقر و البطالة :**

سجلت الجزائر ارتفاع كبير في معدلات البطالة وصل إلى 14.1% مقارنة بسنة 2019 التي سجلت 11.4% اي بتغير قدره 23.90% .

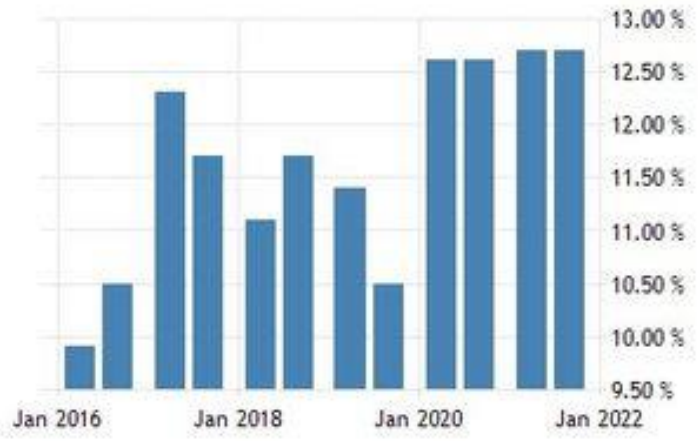
الشكل (14): يوضح معدل البطالة في الجزائر فترة 2020/2015



المصدر : مجلة أبحاث ، مجلد56/العدد1 ، أزمة كورونا و أثارها على الاقتصاد الجزائري Corona virus and its effects on the Algerian economy-

https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/435/6/1/153364

الشكل (15) :معدل البطالة



المصدر : معطيات | 2022-2023 التوقعات 1999-2021

https://ar.tradingeconomics.com/algeria/unemployment-rate

لإجراءات الوقائية التي فرضتها الدولة من اجل الوقاية من الوباء عمقت من حدة البطالة لاعتماد الكثير على الأعمال الحرة مثل : الحرفيين ، التجارة ، عمال النقل الخاص ، عمال المقاهي ، عمال قاعات الحفلات و الفنادق ، عمال قطاع السياحة و الخدمات ...و غيرهم ، حيث اظهر مسح أجرته وزارة العمل على عينة من 3600شركة يعمل بها 440171عاملا أن حوالي 500الف عامل فقدوا وظائفهم بشكل مؤقت أو دائم جراء الأزمة الصحية ، فنعكس هذا سلبا على القوة الشرائية للأفراد الذين دق الفقر عتبت أبوابهم حيث انخفضت دخلوهم و نقصت أرباحهم كما يوضحه الشكل .

الجدول (10): تابع للشكل معدل البطالة

اثر	أخرى	السابق	وحدة	مرجع
معدل البطالة	12.70	12.70	في المئة	Sep 2021
العاطلين عن العمل	1449.00	1462.00	ألف	Dec 2019
معدل مشاركة القوة العاملة	40.00	40.00	في المئة	Dec 2021
عدد السكان	44.70	43.90	مليون	Dec 2021
الموظفين	11280.00	11001.00	ألف	Dec 2019
الأجور في التصنيع	42663.00	41839.00	DZD / شهر	Dec 2019
أجور	41800.00	40955.00	DZD / شهر	Dec 2019
نسبة بطالة الشباب	26.90	29.10	في المئة	Apr 2019

المصدر : معطيات | 2022-2023 التوقعات 1999-2021

https://ar.tradingeconomics.com/algeria/unemployment-rate

المبحث الثاني : تداعيات ازمة كورونا على القدرة الشرائية و سلوك المستهلك

المطلب الاول : مفهوم القدرة الشرائية

الفرع الأول : تعريف القدرة الشرائية .

تعني نوعية و كمية السلع و الخدمات التي يمكن تلبيتها أو شرائها خلال فترة زمنية محددة بما توفر للفرد من دخل سوءا كان أجيرا أو بطالا أو ينتمي إلى العمل الحر .

كما تشير القدرة الشرائية إلى مقدار السلع و الخدمات و كميتها التي يمكن شراؤها بمقدار معطى من النقد أو بشكل أكثر عمومية بالأصول الجارية

يُمكنُ تعريف القدرة الشرائية بأنّها كمية السلع والخدمات التي يمكن شراؤها باستخدام وحدة نقدية واحدة، حيثُ ترتبط القوة الشرائية بسعر صرف العملة؛ فترتفع بارتفاع سعر العملة، وتنخفض بانخفاضه، وتعد القوة الشرائية وتغيرات أسعار صرف العملة واحدةً من عوامل التضخم أو الانكماش الاقتصادي، حيثُ تؤثر بشكلٍ مباشر على مُحركات الاقتصاد من إنتاج واستهلاك (نصيرة، 2022)

بإجماع الاقتصاديين يطلق على القدرة الشرائية أيضا القوة الشرائية و هي كمية السلع و الخدمات التي يمكن للمستهلك شراؤها بوحدة نقدية من عملة معينة ،كما ترتبط القدرة الشرائية ارتباطا وثيقا بالتضخم أي انه كلما ارتفع معدل التضخم قل عدد السلع و الخدمات التي تستطيع أن تشتريها وحدة نقدية من العملة و العكس صحيح .

الفرق بين القدرة الشرائية و القوة الشرائية :

القوة الشرائية للنقود تتعلق بالمستوى العام للأسعار أما القدرة الشرائية للمستهلك و تمثل مستوى الدخل و قدرته في الحصول على كميات مختلفة من السلع و الخدمات بأسعار معينة .

أنواع القدرة الشرائية (مزرود، 2022) :

و تنقسم إلى نوعين :

أ. **القدرة الشرائية الداخلية : (the interal purchasing cpacity)** :

و تعني مقدار السلع و الخدمات التي يمكن شراؤها داخل البلد ، و كمية الطلب تزداد على السلع و الاستهلاك بازدياد القوة الشرائية للعملة .

ب. **القدرة الشرائية الخارجية : (external purchasing power)** :

و هي مقدار و نوعية السلع و الخدمات التي يمكن شراؤها من دول أجنبية بالعملة المحلية و كذلك سعر صرف العملة المحلية بالعملات الأكثر تداولا مثل الدولار و اليورو .

الفرع الثاني : عناصر القدرة الشرائية .

تعتمد القدرة الشرائية للمستهلكين و الأفراد على حجم المصادر و حجم التبادل التجاري من سلع و خدمات و هناك عدة عناصر تتشكل منها القدرة الشرائية (مزرود، 2022):

الدخل :

بالنسبة للأشخاص هو مقدار الأموال التي يحصل عليها من خلال الأجور و الانجازات و الاستثمار الراتب القاعدي الإعانات الحكومية خلال فترة معينة شهر أو سنة

الدخل المتاح المصرف :

و هو الدخل مطروحا من ضريبة الدخل و الذي يستخدم أو يتوفر للإنفاق ، لذا الدخل المتاح للصر ف ينشيء القدرة الشرائية ، فزيادة الدخل المتاح للصرف يتأثر ب :

- مستوى الأجور -سعر الفائدة
- نسبة البطالة – نسبة توزيع الأرباح

فعندما ترتفع ضريبة الدخل يقل الدخل المتاح للصرف و العكس صحيح

الائتمان (القروض) :

يتيح الاتمان للأفراد بصرف الدخل المستقبلي في الوقت الحاضر أو في المستقبل القريب لذا الائتمان يزيد من القدرة الشرائية للأفراد

الثروة :

و هي تراكم ما تم تحصيله في الماضي من دخل أو مصادر طبيعية أو مصادر مالية نقدا أو أوراق مالية أو سندات أو حسابات الادخار المجوهرات أو العقارات

الرغبة في إلا نفاق :

و هي الميل للشراء من أجل الحصول على الإشباع من المنتجات و تتأثر الرغبة في الإنفاق بالقدرة على الإنفاق و العوامل الاقتصادية و النفسية

الفرع الثالث : قياس القدرة الشرائية .

من أهداف قياس تطور القدرة الشرائية للأسر خلال فترة زمنية معينة هي تقدير التغيير الحقيقي في الدخل من حيث الاستهلاك و الادخار و هذا يعتمد على متغيرين أو مؤشرين هما (مزرود، 2022):

1. مستوى الدخل المتاح للفرد : و الذي يمكن أن يتحصل عليه من الأجور و التعويضات و فوائد و أرباح العقارات و غيرها بعد خصم الضرائب المستحقة للدولة
2. المستوى العام للأسعار (التضخم) : الذي يقاس باستخدام مؤشر أسعار المستهلك .

و لكن إلى جانب هاذين المؤشرين توجد عدة مؤشرات أخرى تؤثر على القدرة الشرائية يمكن إجمالها فيما يلي :

- قانون العرض و الطلب
- معدل التضخم
- العجز التجاري
- ضعف النمو الاقتصادي
- سوق العمل و الأجور
- سعر صرف العملة المحلية أو القوة الشرائية الحقيقية للنقود مقارنة بالعملات الأجنبية
- تسهيل الائتمان و الحصول على القروض بفوائد تحفيزية للاستثمار .

و منه نستنتج أن القدرة الشرائية تتناسب مع معدل الدخل و مستوى السعر يعني أنها تمثل الفرق بين تطور دخل الأسر و تطورات الأسعار. ومن وجه آخر تتأثر بتدخل العديد من العوامل وليس عامل أو عاملين .

وإجمالا فان القدرة الشرائية أو القوة الشرائية للنقود الحقيقية ترتبط ارتباطا وطيدا بقوة سعر صرف العملة فترتفع بارتفاع قيمة العملة و تنخفض بانخفاض قيمتها لأنها تهم مصاريف كل الأسر أو الموارد البشرية في المجتمع و تشمل العامل المأجور و العامل الحر و المتقاعدين ، و التفاوت في الدخل هو الذي يفرق بين متوسط القدرة الشرائية ، و من ما تقدم نستنتج أن أي تحسن في القدرة الشرائية سيساهم في دفع عجلة النمو الاقتصادي و المساهمة في الإنتاج ، تحريك الإنفاق و الادخار و إنعاش سوق العمل.

المطلب الثاني : انعكاس كوفيد 19 على القدرة الشرائية للمستهلك

تغير سلوك المستهلك وفقا لتغير الأزمنة ويزداد التغير خلال الأزمات، مكوناً اتجاهات جديدة خلال وبعد الأزمة. ورغم أن المستهلك يكون أكثر حذراً خلال الأزمة إلا انه يكون أكثر وعياً بعدها، فيتولد لديه اتجاهات مختلفة، قد تجعله أكثر حكمة عند مواجهة أوضاع مماثلة مستقبلاً. وفيما يلي نناقش انعكاس أزمة فيروس كورونا المستجد على التوجه العام للمستهلك ، و فيما يلي سنبرز بعض من أوجه انعكاس الفيروس المستجد على سلوك المستهلك .

1. الشره الشرائي أو "شراء الذعر" :

بمجرد ظهور فيروس كوفيد 19 وتصنيفه من بل منظمة الصحة العالمية على أنه وباء من أشد الأوبئة التي تعرض لها سكان الأرض ، سارع الناس نحو شراء مستلزماتهم بنسب كبيرة و بشكل شره من أجل التخزين تخوفا من عواقب تفشي هذا المرض و استمراره لمدة طويلة .

حيث سلك السلوك الشرائي لدى المتسوقين سواء من خلال المتاجر و المحلات التقليدية او عن طريق التسوق عبر الانترنت تغير كبير ملفت للنظر ، إذ هرع الناس نحو شراء الإمدادات الطبية مثل المطهر و الأقنعة أو الكمامات و الأدوات المنزلية مثل ورق توليت و الأطعمة و الأغذية مثل الخبز ، المعلبات و غيرها بكثرة و كثافة شديدة .

وهو ما حاولت مختلف المتاجر التقليدية و المتاجر الالكترونية استيعابه من أجل مواكبة الطلب الكبير من قبل المتسوقين على مختلف السلع التي خافوا من اختفائها مع استمرار أزمة كورونا المستجد .

و كان التفسير العلمي لهذا السلوك الشرائي الغريب لدى المتسوقين في وقتها ، هو أن عادة ما يستجيب البشر للكوارث و الأحداث الكبرى غير المسبوقة بطرق و أساليب مختلفة .

إذ أن البشر عندما يواجهون موقفا غير مؤكد و محفوف بالمخاطر لا يتحكمون فيه فإنهم يميلون إلى تجربة كل ما في وسعهم للشعور بأن لديهم بعض السيطرة و هو ما أكده كافة علماء النفس في هذا الوقت

2. اختلاف السلوك الشرائي بين الرجل و المرأة في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد :

لوحظ من قبل العديد من الدارسين أثناء دراسة و قياس تأثير فيروس كورونا المستجد على السلوك الشرائي و تحديدا التسوق عبر الانترنت أن هناك اختلافات كبيرة في التغيرات التي طرأت على السلوك الشرائي بين الرجال و النساء ، أي على أساس الجنس ، لذل أفادت بعض البيانات الناتجة عن مسح أجرته بعض المعاهد و المراكز البحثية أنه في حين كانت النساء أكثر عرضة للقلق بشأن آثار كورونا ، إلا أن الرجال كانوا أكثر عرضة للتأثير على سلوك التسوق لديهم بشكل أكبر من النساء .

و وفق ما ذكرته منصة "big commerce" فان المسح قد أشار إلى أن ثلث الرجال مقارنة بنسبة 25 % من النساء ، قد أفادوا بان الوباء يؤثر على مقدار إنفاقهم على المنتجات .

كما أفاد 36 **%**من الرجال مقارنة ب 28**%** من النساء انه يؤثر على مقدار إنفاقهم على التجارب المختلفة مثل السفر و المطاعم و الترفيه ، و ما إلى ذلك . (ماضوي و بلفار، 2022)

3. التغيير في حجم إيرادات التجارة الالكترونية :

كشف تقرير متخصص عن" مؤشر التسوق " للربع الأول من عام 2020 والذي يتناول بيانات وأنشطة ما يزيد عن مليار متسوّق حول العالم، عن تغيّرات في سلوكيات الشراء حول العالم، وذلك متأثرة بانتشار جائحة فيروس "كوفيد-19" وإقدام العملاء على شراء المنتجات خلال التزامهم بالبقاء في منازلهم .

وتشير التحليلات والبيانات الأولية إلى أننا ما زلنا في المراحل المبكرة من التحوّل إلى ما يمكن اعتباره الوضع الطبيعي الجديد، إذ يتوقع التقرير استمرار النمو للاقتصاد الرقمي مع إقبال متزايد من قبل المستهلكين على تلبية متطلباتهم من خلال الشراء عبر الإنترنت، وبالرغم من الزيادة التي شاهدتها حركة مرور ومبيعات الاقتصاد الرقمي، إلا أن هذه الزيادة لا تزال دون مستوى التراجع الكبير الذي تشهده حركة التسوّق التقليدي في محلات العلامات التجارية ومتاجر التجزئة .

ارتفاع الطلب على التجارة الإلكترونية مع انحسار الحركة في المتاجر التقليدية: سجلت مبيعات التجارة الإلكترونية نموا بمعدّل 20% في الربع الأول من العام 2020 مقارنة بمعدّل 12% في الفترة ذاتها من العام 2019، تضمن ذلك زيادة عدد زوار المواقع بمعدل 16% وزيادة في إنفاق المتسوقين بمعدل 4% (ارتفاع متوسّط مبلغ الإنفاق المتسوّق لكل زيارة). ومن المتوقّع استمرار هذا التوجه للنمو مع تركيز الشركات أكثر على التجارة الإلكترونية .

تحول مشتريات السلع الرئيسية إلى التسوّق الرقمي: تسببت سياسات التباعد الاجتماعي والتزام المنازل في ارتفاع الطلب على عدد من السلع الرئيسية عبر متاجر التسوّق الرقمي والتجارة الإلكترونية، بما في ذلك منتجات المواد الغذائية، والعناية الشخصية، والعديد غيرها. ومع التزام السكان حول العالم بالبقاء في منازلهم في الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس، سجلت مبيعات هذه السلع الرئيسية ارتفاعا بمعدل 20% وحافظت على ارتفاعها في الربع الأول من العام .

التسليم من المتاجر يوفّر مزيدا من الأمان والمرونة للمستهلكين ، كما تتيح بعض مواقع التسوّق الإلكترونية إمكانية الشراء عبر الموقع ومن ثم استلام المنتجات من المتاجر التقليدية، وهو ما أسهم في نمو إيرادات المبيعات الإلكترونية بمعدل 27% في الربع الأول، مقارنة بنمو بلغ 13% فقط للمواقع التي لم توفّر هذا الخيار للتسليم.

ففي الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس، سجلت إيرادات المبيعات الرقمية التي وفّرت خيار التسليم من المتاجر نموا بمعدل 92% ، سواء كان التسليم على رصيف الطريق، أو التسليم في السيارة، أو عبر منصات التسليم أثناء القيادة، أو حتى الاستلام من المتاجر مقارنة بنمو لم يتجاوز 19% للمواقع الإلكترونية التي لم توفر خيارات مماثلة خلال الفترة ذاتها من السنة .

المتسوّقون في مناطق انتشار "كوفيد-19" يلجئون إلى القنوات الرقمية للحصول على السلع الأساسية فقد شهدت الفترة ما بين 10 مارس إلى 20 مارس ارتفاع حجم الإنفاق على التسوّق الإلكتروني لشراء السلع الأساسية في منطقة نيويورك بمعدل 15.8% ، أما في كاليفورنيا، فقد زاد حجم الإنفاق على التسوّق الإلكتروني بمعدل 23%، ووصل في ولاية واشنطن إلى 15.7%، ولويزيانا إلى 16.7%، وذلك خلال الفترة ذاتها من السنة . (2020; 2020)

تقييم تأثير تفشي فيروس كورونا على القدرة الشرائية للمستهلكين :

اهتمت هذه الدراسة باستخدام بيانات إحصائية و معلومات و تحليلية لتحديد اثر جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلكين التي تتمثل في إنفاق العائلات و أيضا جانب الطلب و العرض و غيرها من الجوانب الحساسة التي مست الاقتصاد الجزائري ، فالجزائر كجزء من العالم قد أثرت عليها أزمة كورونا كوفيد19 سلبا اجتماعي واقتصاديا .

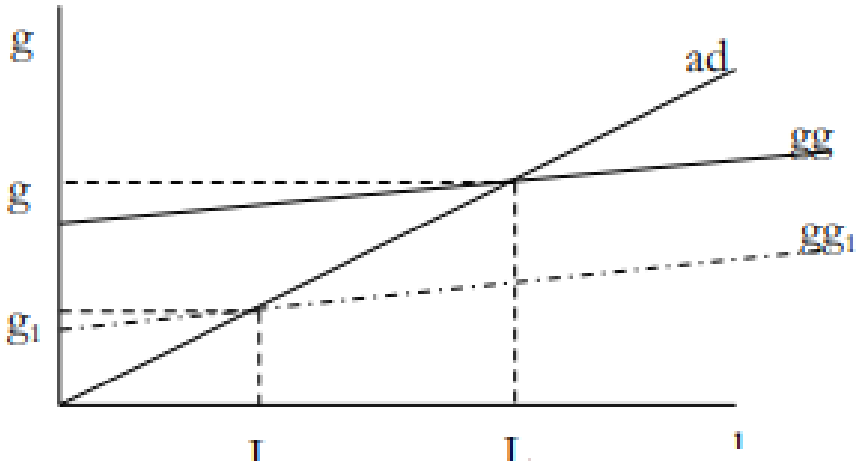
- **الطلب و العرض :**

تم خفض الإنفاق و تقليصه و توجيهه لحماية الأفراد بدل حماية الاقتصاد ، حيث يتجنب الناس مراكز التسوق المطاعم كما فرضت قيود مختلفة (الحجر الصحي ، قيود السفر ، و غيرها) لاحتواء الفيروس و لقد زادت حدة الطلب على السلع الأساسية فقط و استهلاكها و في المقابل تأثرت السلع الكمالية مما أدى إلى إغلاق مصانعها و تسريح العمال .

أما العرض فقد أدى اضطراب نشاط الأعمال إلى انخفاض الإنتاج و أحجام المستهلكين و مؤسسات الأعمال عن الأنفاق إلى الانخفاض الطلب .

كانت العواقب وخيمة التي واجهتها الجزائر لأنها دولة تستهلك أكثر مما تنتج و تعتمد على الاستيراد في تغطية حاجيات الأفراد .

الشكل(16) : يبين دورة الطلب و العرض

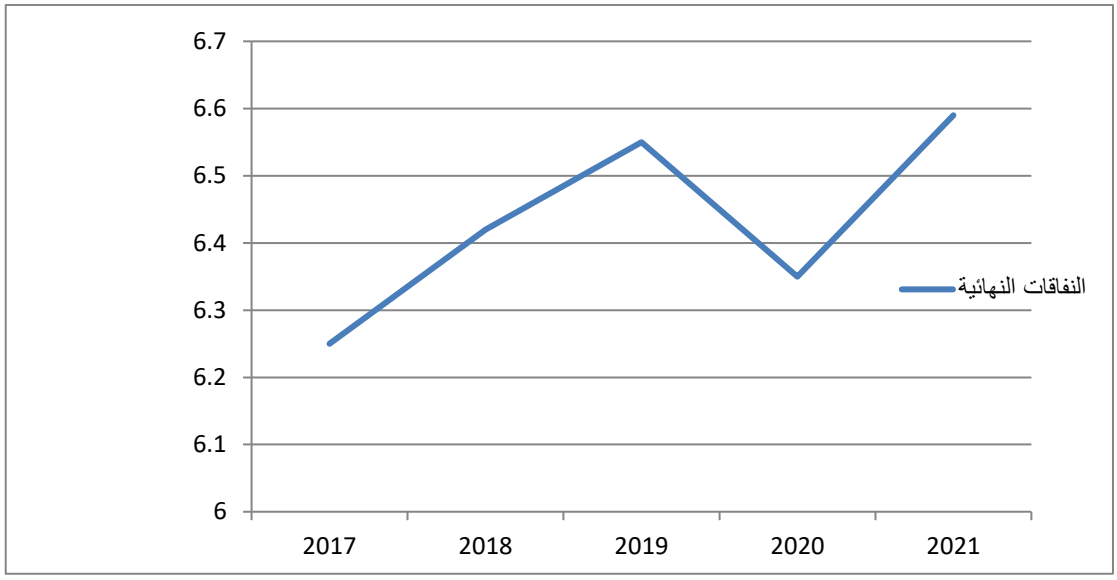


المصدر: تأثير أزمة فيروس كورونا على سياسة الميزانية في الجزائر
https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/620/4/3/173136

كما أن قرار الاستثمار يعتمد بالدرجة الأولى على الطلب الكلي و يتناسب معه طرديا لذا فان الاستثمار سيتناقص و بالتالي الطلب كذلك مما يؤثر سلبيا في الإنتاجية ، و يحدث تضخم من خلال انتقال منحنى العرض الكلي إلى اليمين كما هو مبين في الشكل .

- **الاستهلاك الخاص :**

الشكل (17) : النفقات النهائية للاستهلاك الأسر المعيشية (بأسعار ثابتة للعملة المحلية)الجزائر

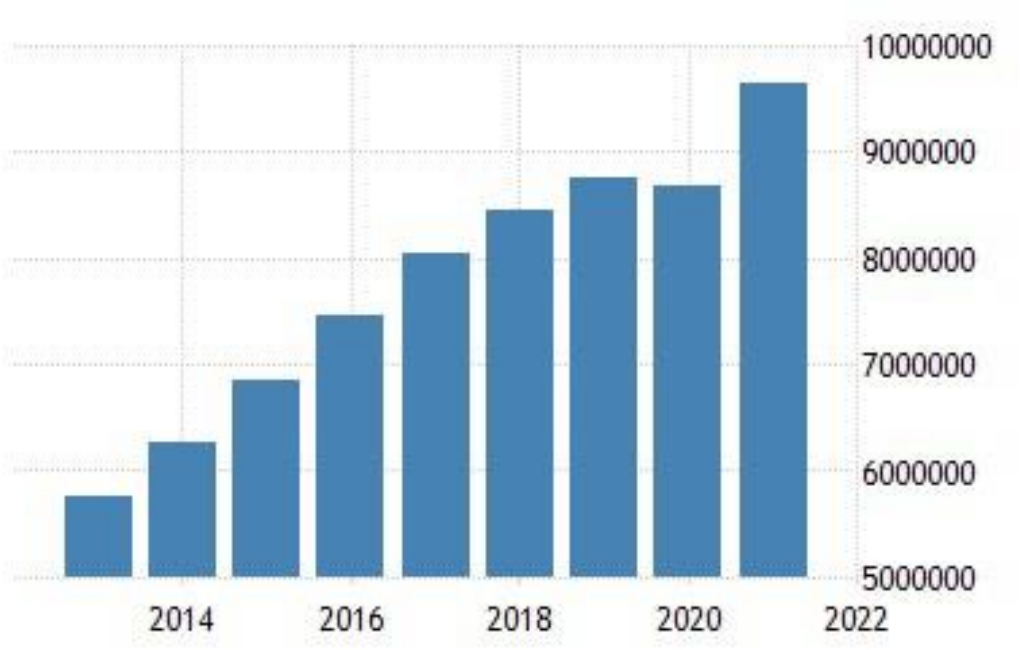


من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير البنك الدولي

https://data.albankaldawli.org/indicator/NE.CON.PRVT.KN?end=2021&locations=DZ&start=2017&view=chart

إن القيمة السوقية لكافة السلع والخدمات و التي تمثل الاستهلاك الخاص سابقا شاملةً المنتجات المعمرة (كالسيارات، والغسالات، وأجهزة الكمبيوتر المنزلية)، التي تشتريها الأسر المعيشية عرفت تدهوا من فترة ما بين سنة 2019م إلى سنة 2020م كما هو موضح في الشكل فقد كان لتأثير فيروس كورونا على الاستهلاك الخاص دورا كبير في انخفاض الحاد للطلب على السلع و الخدمات الاستهلاكية الغير أساسية

أما في عام 2020 أنهى الدينار الجزائري بتسجيل تراجع تاريخي أمام العملات الأجنبية، وهو الأمر الذي انعكس سلبا على أسعار السلع التي شهدت ارتفاعات كبيرة خلال الفترة الأخيرة. تكتوي جيوب المواطنين في البلاد مع بداية 2021 بلهيب أسعار مختلف المواد الاستهلاكية والغذائية، ليضاف عبء آخر على الجزائريين المنهكين بتهاوي سعر صرف الدينار، المنتظر أن يتواصل سنة 2021 بوتيرة متسارعة ومع كل تهاوٍ للدينار وارتفاع للأسعار، يتجدد السجال حول القدرة الشرائية للجزائريين



الشكل(18) : يوضح الإنفاق الاستهلاكي في الجزائر من 2020/2014

المصدر : معطيات| 2022-2023 التوقعات https://ar.tradingeconomics.com/algeria/consumer-spending

199-2021

- **ارتفاع الأسعار:**

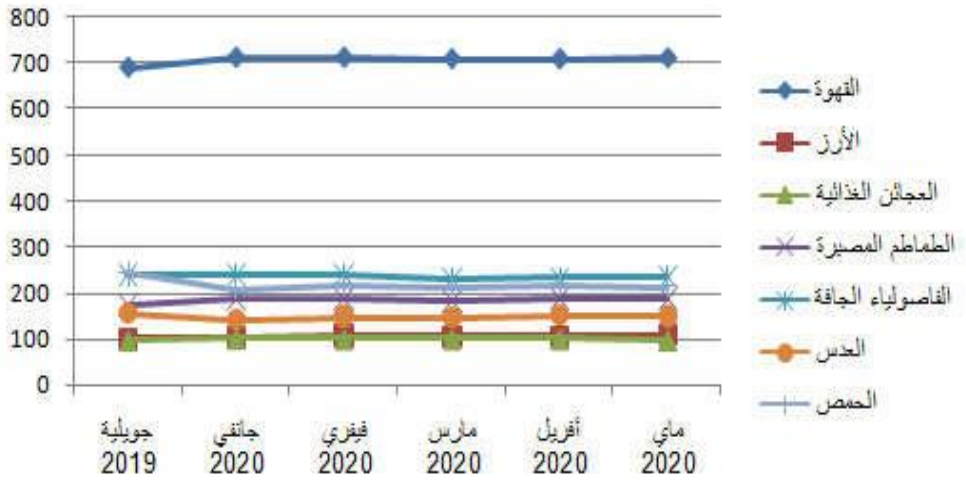
شهدت أسعار العديد من المواد الاستهلاكية، وخاصة الغذائية منها، ارتفاعات كبيرة، أثرت مباشرة على السلوك لإنفاقي والاستهلاكي للمواطن، بدافع المخاوف من ارتفاع الأسعار.

وبالتالي فإن القدرة الشرائية للمواطن الجزائري فقدت قرابة 60 في المائة، من قوتها في 5 سنوات.

الجدول(11) : تطور أسعار المواد الغذائية العامة واسعة الاستهلاك خلال النصف الأول من سنة 2020 (دج/كلغ)

المواد الغذائية العامة واسعة الاستهلاك		جوان 2019	جانفي 2020	فيفري 2020	مارس 2020	أفريل 2020	ماي 2020
القهوة	السعر دج\كلغ	690	711	711	708	708	710
	التطور%	/	+3	0	-0,4	0	+0,3
الأرز	السعر دج\كلغ	101	102	107	105	106	109
	التطور%	/	+1	+5	-2	+1	+3
العجائن الغذائية	السعر دج\كلغ	98	102	101	101	101	99
	التطور%	/	+5	-1	0	0	-2
الطماطم المصبرة	السعر دج\كلغ	173	189	188	183	187	189
	التطور%	/	+9	-1	-3	+2	+1
الفاصولياء الجافة	السعر دج\كلغ	240	239	238	230	233	235
	التطور%	/	-0,4	-0,4	-3	+1	+1
العدس	السعر دج\كلغ	155	143	148	146	152	150
	التطور%	/	-8	+3	-1	+4	-1
الحمص	السعر دج\كلغ	246	209	218	212	219	215
	التطور%	/	-15	+4	-3	+3	-2

المصدر : أثر جائحة فيروس كورونا كوفيد- 19على أسعار المواد الغذائية غير المدعمة في الجزائر خلال النصف الأول من سنة 2020، سفيان مخلوفي،كمال شريط
https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/276/11/2/146471



الشكل : تابع للجدول

يلاحظ من خلال الشكل إن تطورات أسعار المواد الغذائية العامة الأساسية غير المدعمة في الجزائر ، لم يسبق لها إن شهدت تقلبات كبيرة في أسعارها خلال النصف الأول من سنة 2020م، و هذا لتوفر عرضها في السوق الجزائرية . بحث إن السوق الجزائرية حافظت على استقرار أسعار للمواد الغذائية العامة في ظل ظروف أزمة كورونا كوفيد 19 إلا إن أسعار مادة القهوة شهدت ارتفاع كبير بداية سنة 2020م مقارنة بسنة 2019م و هذا راجع لكونها من المواد الغذائية الواسعة الاستهلاك و التي هي بدورها مادة مستورة غير منتجة في الجزائر ، و هذا توافق كبير مع ارتفاع أسعارها على المستوى العالمي خلال نفس الفترة .

التدابير المتخذة لتحسين القدرة الشرائية للمستهلك في كورونا :

في سبيل احتواء التداعيات التي خلفتها جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك ، اعتمدت الدول جملة من الإجراءات و التدابير الوقائية ، و التي يمكن تصنيفها إلى شقين إجراءات تطبق على المدى القصير و إجراءات تطبق على المدى المتوسط ، للتحسين من القدرة الشرائية للمستهلكين إبان و بعد الأزمة .

1. **التدابير المتخذة على المدى القصير** : تتجسد التدابير التي انتهجتها الدولة في سبيل التخفيف من تداعيات جائحة كوفيد 19 على القدرة الشرائية للمستهلك ، في الإجراءات الموالية :

- **تشجيع و تحفيز العمل المنزلي (العمل عن بعد) :**

أمام مختلف التداعيات التي خلفتها جائحة كورونا في البلاد ، و بالأخص القطاع الاقتصادي الذي شهد انهيارا كبيرا بسبب توقف عجلة النشاط التجاري و الصناعي و الذي انعكس سلبا بتزايد معدل البطالة ، جعل الدولة تسعى لانتهاج سياسة جديدة تتماشى مع الوضع الراهن و مع البروتوكول الصحي الذي فرضته ، و هذا من خلال حثها و تشجيعها للأفراد على ممارسة الأعمال التجارية في المنزل أي جعل مقر سكناهم محلا لتحقيق الأرباح ، و هذا حتى لا يكلفوا أنفسهم جهد البحث عن محلات تجارية و عناء التنقل بسبب وقف المواصلات و تدرج هذه الأعمال المنزلية في قائمة المشاريع التجارية الصغيرة ، و التي لها قابلية كبيرة في أن تتطور و تتوسع مستقبلا لتصبح من أكبر المشاريع المنافسة التي تسيرها شركات عملاقة و يدير هذه الأعمال المنزلية أصحابها و هذا طبعا من خلال تسخير و استغلال كل ما يملكونه من موارد و إمكانيات مادية ، و مهارات فنية لتجسيد هذا أمام مختلف التداعيات التي خلفتها الجائحة في البلاد

- **تدعيم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة :**

تعد المنشئات الصغيرة و المتوسطة من الآليات الفعالة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للبلاد ، و هذا بالنظر للخصائص و المميزات التي تتمتع بها من صغر الحجم ، و قلة المتطلبات المالية أي محدودية رأس المال و التنظيمية ، كما أنها لا تحتاج إلى عدد كبير من العمالة لأداء نشاطها و هذه المؤسسات على اختلاف أنواعها و مجالات نشاطها لم تسلم من آثار جائحة كورونا فهب تعد الأكثر تضررا من مخلفات هذه الأزمة الأمر الذي دفع بالدولة للتدخل و تقديم الدعم و الإعانات لهذه المؤسسات و البحث عن الآليات لإنقاذها من خطر الإفلاس و الغلق و الخروج بها لبر الأمان ، فإلى جانب مرافقة الدولة إلى هذه المنشئات سواء عند مرحلة التأسيس أو عند مزاولة نشاطها من خلال إنشاء حاضنات لمساندتها على النمو و التطور و مواجهة صعوبات مرحلة الانطلاق تأتي الوكالات و الصناديق الوطنية هي الأخرى لتقديم الدعم و المساعدة لهذه المؤسسات الناشئة ، و التي نجدها تساهم بشكل كبير في تعبئة موارد المجتمع و تلبية حاجيات المستهلكين .

- **تشجيع المستهلكين على اقتناء المنتجات عن طريق الإنترنيت :**

بغية الحد من تفشي فيروس كورونا و حفاظا على الصحة العامة ، عملت الدولة على تقييد حرية الأفراد و فرضت غليهم إجراءات الحجر المنزلي ، مع الالتزام بكافة التوصيات من ارتداء الكمامات و استعمال المعقمات ، و تجنب التجمعات و الأسواق التجارية و في ظل هذه الأوضاع المطربة بدأت الدولة تبحث عن آليات جديدة للتكيف مع الأزمة ، الأمر الذي دفعها إلى تشجيع المستهلكين على مواكبة الطرق المستحدثة لاقتناء المنتجات المحلية التي هي ذات جودة و بأسعار تتماشى مع القدرة الشرائية للمستهلك بدلا من المنتجات الأجنبية ، و هي البدء بعملية التسويق عن بعد ، بدل التنقل إلى محلات من أجل عملية الشراء مدام أن غالبية التجار قد حولو عملية البيع من المتاجر إلى البيع عبر الانترنيت (سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الالكترونية المخصصة لذلك) مراعين مختلف متطلبات و احتياجات المستهلكين من جهة و من جهة أخرى الاعتماد على طرق الدفع الالكتروني

- **تقديم المساعدات الاجتماعية :**

أدت سياسة الغلق للمحلات و المتاجر ، و توقيف مختلف النشاطات التجارية إلى تضرر أصحابها الأمر الذي أثر سلبا على مستواهم المعيشي ، كما تضرر بشكل كبير أصحاب العمالة الغير منتظمة الذين يعتمدون عن الأجر اليومي حيث جعلهم ذلك عاجزين عن تأمين أبسط الاحتياجات الضرورية لأسرهم

لذلك تدخلت الدولة لتقديم المساعدات و الإعانات لهده الفئات ويظهر ذلك من خلال صرف منحة التضامن و التي قدمتها الدولة للعائلات المعوزة خلال شهر رمضان و المقدرة ب 10 آلاف دينار جزائري بغرض تخفيف الأزمة عليهم .

2. التدابير المتخذة على المدى المتوسط :

تتمثل هذه التدابير و التي ستتخذها الدولة على المدى المتوسط للتصدي لجائحة كورونا و لأي أزمة قد تواجهها البلاد مستقبلا في الإجراءات الموالية :

- **إستراتيجية الأمن الغذائي :**

إن تفشي فيروس كورونا أسفر إلى تعزيز التوجيهات الأحادية من قبل الدول النامية ، أي اتجاه كل دولة للعمل بشكل منفرد من أجل تحقيق الأمن الغذائي لشعبها ، في ظل تراجع التكتلات القائمة على التعاون و الاعتماد على سياسة الاستيراد لأبسط المنتجات و من المتوقع أن تتجه الجزائر إلى إتباع سياسة جديدة لتحقيق الاكتفاء الذاتي في المجال الغذائي ، و هذا من خلال التخطيط الجيد ، و تطويرها لسلاسل التزويد الغذائي الآمنة ، و هذا كله في سبيل توفير مخزون كافي لا يتأثر بالتقلبات الاقتصادية و لا ينقطع مع أي وباء

- **تحسين البنية التحتية لقطاع الاتصال و تكنولوجيا الخدمات :**

لقد كشفت أزمة كورونا عن ضرورة استغلال الدولة كافة إمكانياتها نحو تطوير منظومتها الرقمية ، و الاستثمار في هذا القطاع و خاصة أن الولوج نحو عالم التكنولوجيا و الحياة الرقمية بات حقيقة و أمرا واقعيا ، كما أن تجسيد سياسة التباعد الاجتماعي ، و تجنب اللقاء المباشر بين المتعاملين الاقتصاديين (منتجين و مقدمي الخدمات) و المستهلكين التي فرضتها الدولة تستوجب حتما الاعتماد على الأجهزة و الوسائل الالكترونية للتواصل و لتسريع المعاملات التجارية عن بعد

- **الخروج من الاقتصاد ألريعي و التوجه إلى الاقتصاد الأخضر :**

أبرزت الجائحة ضعف الدول التي تعتمد على الاقتصاد الريعي ، و أن سوق الطاقة مهدد بالانهيار أمام أي أزمة قد تحدث ، كما أن أسعار النفط متذبذبة و لا يمكن لخزينة الدولة أن تعتمد عليها يشكل قطعي لتوليد الدخل ، و لذا بات من الضروري أن تنتقل الجزائر من الاقتصاد الريعي إلى الاقتصاد

الأخضر ، و إن تستثمر في مواردها المستدامة و في الطاقة التي تمتلكها لدفع العجلة الاقتصادية و أن تعمل على تجسيد المشاريع المعلقة و المخططات المتعلقة بالطاقة الخضراء لتحقيق التنمية المستدامة .

خلاصة الفصل

أثرت جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي بأكمله فقد شلت معظم القطاعات الاقتصادية كالتجارة الخارجية و السياحة و أسعار النفط و الكثير من المجالات ، ولقد كان للاقتصاد الجزائري نصيبا من هذه الأزمة فقد شهد اقتصاد الجزائري بعد أزمة فيروس كوفيد 19 ، انكماشا حادا لكونه قائم على المداخيل الطاقوية التي شهدت انخفاضا في فترة الوباء كما أدى توقف المبادلات التجارية ، و الاستيراد و التصدير إلى ارتفاع أسعار المواد الأساسية ، و كذلك تعليق نشاط المؤسسات و الشركات أدى إلى تفاقم نسب البطالة و التي بدورها تؤدي إلى ازدياد معدل الفقر مما جعل القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري في تقهقر بالرغم من الجهود التي تبذلها السلطات الجزائرية مثل محاربة المضاربين و رفع الحد الأدنى للأجور .

الخاتمة

من خلال الدراسة النظرية و الإحصائية التي قمنا بها استطعنا أن نأخذ نظرة حول مدى تأثر المستهلك الجزائري بجائحة كورونا ، قد لاحظنا في بحثنا من خلال مذكرتنا هذه مجموعة من الاستنتاجات سنلخصها كما يلي :

- إن سلوك المستهلك هو ذلك السلوك الذي يبرزه المستهلك في بحثه عند شراء أو استخدام السلع أو حتى الخدمات أو الأفكار و الخبرات التي ينتظر منها أن تشبع رغباته و حاجياته حسب إمكانياته المتاحة ، كما أن دراسة سلوك المستهلك تشمل و تفيد كافة أطراف عملية التبادل من المستهلك الفرد بدءا من الأسرة إلى الفرد كوحدة استهلاك ، وقد وجدنا أن هناك عدة عوامل داخلية و خارجية تؤثر على سلوك المستهلك و التي تشمل الدوافع و الإدراك و التعلم و عوامل أخرى شخصية بالنسبة للداخلية أما الخارجية فتشمل عوامل ثقافية و العوامل الاجتماعية و الاقتصادية .
- هناك العديد من الأوبئة التي مست العالم منذ الأزل كالجدري الياباني ، الطاعون ، الكوليرا ، الحمى الصفراء ، الانفونزا الروسية ، السارس الايدز ، انفونزا الخنازير ، الايبولا وصولا إلى فيروس كورونا

قد كان لهذه الجوائح و الأوبئة تأثيرات اقتصادية سلبية حيث شهدت العديد من الدول انخفاضا في نمو الناتج المحلي الإجمالي بسبب الفاشيات ، بالإضافة إلى الكثير من التأثيرات الأخرى التي مست اقتصادات الدول .

- فيروس كورونا (كوفيد 19) الفيروس التاجي حيواني المنشأ الذي ظهر أول مرة في مدينة وهان الصينية و انتشر بسرعة البرق في مارس 2020، أعلنت منظمة الصحة العالمية أن فيروس كوفيد 19 أصبح جائحة عالمية. وتعمل مجموعات الصحة العامة، ومن بينها مركز مكافحة الأمراض والوقاية منها في الولايات المتحدة ومنظمة الصحة العالمية على متابعة هذه الجائحة ونشر آخر المستجدات على مواقعها عبر الإنترنت. وتصدر هذه المجموعات توصيات للوقاية من انتشار هذا الفيروس المسبب لمرض كوفيد 19.
- و لقد لخصنا من خلال الدراسة الإحصائية التي قمنا بها أن لهذا الفيروس تأثيرا جليا على القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري
- و استمر أثر الوباء لفترة ما بعد الوباء و نحن نعيش هذه الأيام على وقع انعدام الإصابات و كذا الوفيات و قد خلف وراءه أثر سلبي على القدرة الشرائية للمواطن الجزائري لحد الساعة نتيجة الركود الاقتصادي و

- كذا ارتفاع الأسعار و ازدياد نسبة البطالة و معدل الفقر الكابوس الذي يعيشه المستهلك الجزائري لحد الساعة .

قائمة المراجع :

Bibliographie

(2020). Récupéré sur youm7.com/story/2020/4/16/4728374/ -تسجل نموا -الالكترونية -التجارة -مبيعات -تقرير بسبب كورونا

bloom, D. E., daniel, c., & JP, S. (2018, juin). Consulté le avril 26, 2023, sur international monetary fund : www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2018/06/economic-risks-and-impacts-of-epidemics/bloom.htm

epidemic. (2018, 3 20). Consulté le 5 4, 2023, sur www.dictionary.com

feedo.net. (s.d.). Consulté le 5 1, 2023, sur https://www.feedo.net/MedicalEncyclopedia/DiseasesDisordersTropicals/DifferenceBetweenPandemicAndEpidemic.htm

pandemic . (s.d.). Consulté le 05 05, 2023, sur https://www.ifrc.org/ar/%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%86%D8%A7/%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AB%D8%8C-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%AE%D8%8C-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A7%D8%AA/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%B1%D8

torry, t. (2017, 11 05). *the difference between a epidemic and a pandemic* . Récupéré sur www.verywell.com.retrived20-3-2018.etided

ابو بكر كركيط ، زيدان حسام. (2020). *تأثير الاعلان االلكتروني على السلوك الاستهلاكي للطلبة الجامعين دراسة ميدانية على عينة من طلبة الاعلام والاتصال*. جيجل: جامعة محمد الصديق بن يحيى.

البصير عبد الهادي علي. (04 10, 2020). مجلة العلوم البحثة و التطبيقية . *مقالة استعراضية حول فيروس كورونا سارس التاجي المسبب لمرض كوفيد 19* ، صفحة 120.

الدكتورة اميمة معراوي. (2020). سلوك المستهلك . سوريا: المشاع المبدع.

الدكتورة رانية المجني / الكتورة نريمان عمار. (2020). *سلوك المستهلك*. سوريا: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية .

الكتور خالد بن عبد الرحمن الجريسي. (2008). *سلوك المستهلك*. الرياض-السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.

تواتية ميلود. (2015). سلوك المستهلك و اثره على القرارات الانتاجية للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر. الجزائر-مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس .

حسين مزرود. (2022). الزيادة فيالاجور و تأثيرها على تحسب القدرة الشرائية و مستوى المعيشة في الحزائر . *مدارات السياسية* .

حفصى، هدى. (2017). *سلوك المستهلك*. الجزائر: جامعة الجزائر 3.

د.مجدوب نوال. (2017). *اهمية دراسة سلوك المستهلك لاعداد استراتييجية تسويقية نزيهة و ناجحة* . الجزائر: مجلة المنتدى للدراسات و الابحاث الاقتصادية/ جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان.

زاير نصيرة. (2022). مجلة دفاتر علم الاجتماع. *القدرة الشرائية و محدداتها الاجتماعية* ، صفحة 69.

صباح زروخي. (2012). *محددات الاستهلاك العائلي في الجزائر لدراسة قياسية فترة 1990-2010*. الجزائر6 مسيلة: جامعة مسيلة.

ط.د عبد الكريم تامين. (2021). *دراسة تحليلية لأهم التداعيات الاقتصادية و الاجتماعية لأزمة كوفيد 19 الفرص و التهديدات* . ميلة : مخبر دراسات استراتيجيات التنويع الاقتصادي من اجل التنمية المستدامة ، المركز الجامعي عبدالحفيظ بوالصواف .

عبد اللطيف ماضوي، و عز الدين بلفار. (2022). تأثير فيروس كورونا على سلوك المستهلك في الجزائر. *مذكرة ماستر تخصص تسويق الخدمات* . كلية علوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

عمر صخري. (2008). *التحليل الاقتصادي الكلي* . الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية .

ماضوي عبد اللطيف / بلفار عز الدين. (2022). *تاثير فيروس كورونا على سلوك المستهلك الجزائر*. الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة.

محمد فريد الصحن ، مصطفى محمود ابو بكر. (2003). *بحوث التسويق _مدخل تطبيقي لفعالية القرارات التسويقية* . الاسكندرية مصر : الدار الجامعية .

محمد فريد الصحن ، مصطفى محمود ابو بكلا. (2003). *مدخل تطبيقي لفعالية القرارات التسويقية _بحوث تسويقية* . الاسكندرية مصر : الدار الجامعية .

محمد كريم قروف. (31 03, 2021). مجلة التكامل الاقتصادي . *حدود تأثير فيروس كورونا المستجد على الالتزامات التعاقدية لعقود التجارة الدولية* ، الصفحات 84-85.

مساعد اكرام ، درامنية سهام ، عويسي خولة ، سقالة هدى. (2020). *دور الاشهار الاذاعي المحلي في التاثير على سلوك المستهلك*. الجزائر-قالمة: جامعة 08 ماي 1945 .

مصطفي محمود عبد السلام. (2009). *دور المنظمات الغير الحكومية في حماية المستهلك حالة مصر* . اليمنمجلة اقتصاديات شمال افريقيا .

منظمةالرقيب الليبية لحماية المستهلك. (2017). *سلوك المستهلك*. تم الاسترداد من https://www.alcpo.org.ly/scientific-library/%D8%B3%D9%84%D9%88%D9%83-/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D9%84%D9%83

ميلود تواتية. (2015). *سلوك المستهلك و اثره على القرارات الانتاجية للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر*. مستغانم : جامعة عبد الحميد بن باديس .

والي عمار. (2012). *اهمية دراسة سلوك المستهلك في صياغة الاستراتيجية الترويجية للمؤسسة الاقتصادية*. الجزائر: جامعة الجزائر 3.

وزارة التجارة. (2020). الجزائر.