

واقع التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا للفترة (2020-2022)



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

د. سعد كريم الهبارنة

باحث أكاديمي، دكتوراه في الفلسفة في الإدارة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

عمان، الأردن

البريد الإلكتروني: Saaddajeh16@yahoo.com

نشر إلكترونياً بتاريخ: ٥ يوليو ٢٠٢٢ م

أزمة (كوفيد-19)، ارتفاعاً ملحوظاً على قطاع البيع بالتجزئة في مجالات متعددة، مثل: الأغذية والمواد التموينية، الملابس، والمطاعم التي تعمل على التطبيقات. وأوصت الدراسة على أهمية اجراء دراسة تطبق على الأردن تبحث في وضع التجارة الإلكترونية في الفترة ما بعد أزمة كورونا.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، التسوق عبر

الإنترنت، كوفيد-19، كورونا

Abstract

Due to the importance of e-commerce field, especially during COVID-19 pandemic. This research aims to identify the reality of e-commerce during COVID-19 pandemic in the world. To achieve research objectives, qualitative method was followed in it

المخلص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا للفترة (2020-2021)، حيث كانت هذه الجائحة سبباً في إيقاف الأشغال في المجتمع بما يتضمن ذلك المؤسسات والأسواق والشركات المنتجة والتعليم. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي بالرجوع الى الدراسات السابقة التي ركزت على وضع التجارة الإلكترونية في فترة كورونا في العالم. وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج، أهمها: أن الأفراد في المجتمع قد ظهر لديهم ردة فعل تعبّر عن الرهبة التي سببتها أزمة (كوفيد-19)، وأن هذه الأزمة أدت الى انخفاض في انتاجية بعض القطاعات، مثل: مراكز اللياقة والفنادق والأماكن السياحية، وكذلك العقارات. وظهر في مجال التجارة الإلكترونية فترة

كانت ضمن المسموح بها في الأردن مثلاً، مجال النقل. حيث كانت من الخدمات المهمة التي تساعد في سير عمليات الطلب عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية.

وكان لجائحة كورونا (كوفيد-19)، تأثيراً كبيراً على المجتمع العربي خصوصاً خلال حالة العزل الاجتماعي الشامل الذي قامت الحكومات بفرضه في العالم. ويجدر الإشارة هنا، إلى أنه بمجرد أن حصلت الأزمة فقد أدى ذلك إلى توقف شامل للأنشطة الاجتماعية والاقتصادية وأصبحت الشركات حينها تواجه وضعاً صعباً. لذلك، كان الانتشار عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي هو الحل المؤقت لتلك الحالة واستمرار الأعمال. ومع إجراءات العزل الاجتماعي، ظهر لدى الأفراد حالة من الطلب على المواد الغذائية والصحية. مما أدى إلى انتعاش المتاجر الإلكترونية فيما بعد، عندما أصبح الأفراد يبحثون عن حاجياتهم عبر الإنترنت (موسي، 2021).

ومع تلاشي تلك الفترة الصعبة، وبدء الرجوع إلى الحياة الاجتماعية بشكل طبيعي. ارتأى الباحث أن يبحث في هذا الموضوع، ومحاولة عمل إطار نظري يبين حالة التجارة الإلكترونية طوال فترة أزمة كورونا (كوفيد-19). حيث تهدف هذه الدراسة إلى تبيان واقع التجارة الإلكترونية خلال الأزمة في القطاع الخدمي، والتعرف على تأثير الأزمة على التجارة والتعاملات الإلكترونية.

* مشكلة الدراسة وأصلها

تركز مشكلة الدراسة على واقع التجارة الإلكترونية في ظل أزمة كورونا (كوفيد-19) ضمن القطاع الخدمي، حيث يظهر من خلال الدراسات السابقة أن الحاجة ظهرت

through collecting data from previous studies, which focused on e-commerce and its state during the crisis. The results revealed that individuals in the community, had a reaction that expressed about their frustration of COVID-19 pandemic. And this crisis, caused reduced productivity in some fields, such as: Gyms, hotels, tour, and real estates. Besides, e-commerce has been increased in other fields, such as: Groceries and retails, clothes, and online restaurants. The research recommended to the importance of studying the subject in Jordan, in the Post-Pandemic period.

Keywords: E-Commerce, Online Buying, COVID-19, Coronavirus

* الإطار العام للدراسة

* مقدمة

إن العالم في الوقت الحالي، يشهد تطوراً كبيراً في المجال التقني. خصوصاً بعد قدوم أزمة كورونا التي أجبرت الشركات والمؤسسات على تبني التجارة الإلكترونية والتعاملات الإلكترونية التي تعتمد على منصات عبر شبكة الإنترنت. ومن أهم المجالات التي تأثرت خلال هذه الفترة، مجال التعليم، الصحة، البنوك، وغيرها من المجالات التي تعمل ضمن القطاع الخدمي (خالدي وآخرون، 2021). وقد وصلت التجارة الإلكترونية بعد أن تغير مسلك المستهلكين من التقليدي إلى الإلكتروني في أوج ازدهارها، رغم وجود بعض المعوقات التي كانت تمنع الاستيراد من بعض البلدان لوجود نسبة الإصابات العالية فيها. ومن إحدى المجالات التي

الأزمة، وكيفية التعايش معها وتغيير النظرة الى الأزمة على أنها فرصة توضح أهمية التكنولوجيا في الحياة اليومية.

* أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس، الى التعرف على واقع التجارة الإلكترونية خلال فترة كورونا (كوفيد-19) في الفترة (2020-2022). ولتحقيق أهداف الدراسة، تم وضع أهدافاً فرعية كالتالي:-

١- عمل مراجعة للدراسات السابقة التي ركزت على موضوع التجارة الإلكترونية في ظل أزمة كورونا (كوفيد-19).

٢- التعرف على الوضع العام للتجارة الإلكترونية خلال فترة كورونا (كوفيد-19)، والتي كانت بين السنوات (2020-2022).

٣- توضيح أثر التجارة الإلكترونية على تحقيق الميزة التنافسية من خلال الدراسات السابقة.

* التعريفات المفاهيمية والإجرائية

لغرض توضيح مصطلحات الدراسة، تم وضع تلك المفاهيم في نقاط رئيسية كالتالي:-

١- التجارة الإلكترونية: هي عملية شراء، بيع، نقل، وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات، وذلك باستخدام جهاز الحاسوب وشبكاته مثل: الانترنت والإنترنت. وتوفّر هذه التكنولوجيا مزايا للأعمال الريادية، مثل: التكلفة المحفّضة، المبيعات الكبيرة، الإنتاجية العالية، وقت معالجة أقل، ووصول أسرع للأسواق (Priambodo et. al. 2021, 866).

عندما توقفت الخدمات والوظائف خلال فترة العزل الاجتماعي. ومن هنا، تبين أن هناك أهمية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاستمرار التعاملات الإلكترونية متضمناً ذلك الخدمات في البنوك والتعليم والتجارة الإلكترونية، بالإضافة الى اعمال الشركات الأخرى مثل شركات التأمين وغيرها.

وقد ظهرت حسائر في أول فترة الأزمة لبعض المتاجر الإلكترونية المهمة، إلا أنها في فترة قصيرة أعادت انتعاشها من خلال اعتماد المستهلكين على الشراء عبر الإنترنت، وقد ظهرت الحاجة الماسة الى التجارة الإلكترونية من خلال دراسة موسي (2021). وللتعمق في مشكلة الدراسة، تم وضع سؤالاً رئيسياً يبحث فيها:-

* ما هو واقع التجارة الإلكترونية في ظل أزمة كورونا (كوفيد-19) للقطاع الخدمي؟

* أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية مجال التجارة الإلكترونية خلال فترة أزمة كورونا (كوفيد-19)، حيث ظهر في تلك الفترة احتياجات كثيرة للأفراد خصوصاً مع فترة العزل الاجتماعي. وقد ظهرت أهمية التجارة الإلكترونية منذ فترة سابقة لفترة الأزمة، حيث أنها توفر للشركات ميزة تنافسية من خلال تمكينها من توفير السعر الأفضل، الجودة، والتسليم في الوقت المناسب. كما وتكمن أهمية الدراسة، في أهمية التعرف الى الوضع الحالي للقطاع الخدمي للفترة ما بين (2020-2022).

ويظهر من خلال دراسة موسي (2021)، ان هناك أهمية للتعرف على الحالة التي عاشها العالم اثناء فترة

٢- أزمة كورونا (كوفيد-19): كورونا أو (كوفيد-19)، هو الإسم الذي أُطلق على الفيروس المسبب للإلتهاب الرئوي الحاد، وقد عرفته منظمة الصحة العالمية بكوفيد-19 أو كورونا، وأعلنت عنه أنه جائحة عالمية سببت مرضاً خطيراً. وقد بدأ في الانتشار منذ شهر آذار 2020، حيث قامت وزارات الصحة في العالم بتنفيذ إجراءات وقائية للعمل على السيطرة على هذه الجائحة، منها منع التجمعات وإغلاق المدارس. إلى أن حل شهر حزيران 2020، حيث تم رفع هذه الإجراءات المؤقتة بناءً على عمل تقييم دوري لحالة المرض (المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، 2022).

* الدراسات السابقة

لغرض تحقيق أهداف الدراسة، تم عمل ملخص للدراسات السابقة في البيئتين العربية والأجنبية كالتالي:-

أولاً- الدراسات في البيئة العربية

١- دراسة خالد وآخرون (2022) بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على فاعلية العمل المصرفي الإلكتروني في ظل جائحة كورونا دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية في أم البواقي.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على فاعلية العمل المصرفي الإلكتروني (عمليات الصيرفة الإلكترونية، تطبيق التجارة الإلكترونية، تطور نظام الدفع الإلكتروني، التحول إلى بنوك الكترونية)، وذلك خلال فترة كورونا (Covid-19). ولتحقيق أهداف الدراسة، تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 40 عامل يعملون في الوكالات البنكية المبحوثة في أم البواقي.

وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر لجائحة كورونا على العمل المصرفي الإلكتروني من خلال زيادة فاعليته باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالتالي التطور في نظام الدفع وتطبيق التجارة الإلكترونية والتحول إلى بنوك الكترونية.

٢- دراسة موسي (2021) بعنوان: تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الإلكترونية في العالم.

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الإلكترونية في العالم، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على البيانات من الأدبيات النظرية التي من خلالها جمعت المعلومات حول وضع التجارة الإلكترونية في فترة كورونا. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: أن الاقتصاد التقليدي من الصعب عليه مجاراة التغيرات التي حصلت في فترة كورونا، وأن الجائحة ساعدت على تأكيد أن التجارة الإلكترونية هي الحل الناجح لحالة الإغلاق الشامل، وقد عرفت التجارة الإلكترونية حالة من الازدهار من حيث حجم الدخل وزيادة الحصص السوقية. حيث تبين أن الصين والولايات المتحدة كانتا في مقدمة البلدان التي استحوذت على الإيرادات في مجال التجارة الإلكترونية.

٣- دراسة دالي وبوخاري (2021) بعنوان: واقع التجارة الإلكترونية في جائحة كورونا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع التجارة الإلكترونية خلال فترة جائحة كورونا، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الرجوع إلى الدراسات السابقة والأدبيات النظرية التي اهتمت بموضوع التجارة الإلكترونية في ظل فترة كورونا.

وتوصلت الدراسة الى ان المتاجر الإلكترونية قد انتعشت في تلك الفترة، وشهدت عمليات التسوق عبر الانترنت رواجاً كبيراً. حيث اتّجهت انظار المستهلكين الى الأسواق الإلكترونية التي تعمل على تجنب المحازفة في حرق القوانين التي تم اتخاذها في تلك الفترة، والتي تمثلت بالحجر الصحي.

٤- دراسة صديقي والطبي (2021) بعنوان: المعاملات التجارية الإلكترونية العالمية في ظل تداعيات جائحة كورونا "كوفيد-19".

هدفت هذه الدراسة الى بيان وضع المعاملات في التجارة الإلكترونية العالمية، في ظل تداعيات جائحة كورونا كوفيد-19. حيث يعد قطاع التجارة الإلكترونية من أهم القطاعات التي استفادت من قدوم الجائحة. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم الرجوع الى بيانات البنك الدولي ومراجعة المعلومات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في فترة الأزمة. وتوصلت الدراسة الى ان الجائحة قد أحدثت أزمة غير مسبوقه في الصحة والاقتصاد، وأن التجارة الإلكترونية قد شهدت نمواً كبيراً في العالم أدى الى تحوّل مواقع التسوق عبر الانترنت المنفذ الوحيد لنشاط الاقتصاد العالمي.

٥- دراسة بعلول (2021) بعنوان: بطاقات الدفع الإلكتروني كأداة لتحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية خلال جائحة كورونا (2020-2021) دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أثر البطاقة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية الإلكترونية (الاعتمادية، الاستجابة، المرونة، الكفاءة، والثقة والأمان)، وذلك في فترة كورونا بين سنتي (2020-2021) بالتطبيق

على مجموعة من الوكالات البنكية في أم البواقي في الجزائر. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 40 فرداً يعملون في الوكالات البنكية في أم البواقي. وتوصلت الدراسة الى ان هناك اثراً ايجابياً للبطاقة الإلكترونية على تحسين الخدمة المصرفية الإلكترونية بجميع أبعادها في فترة كورونا، وأن هناك أهمية للبطاقة البنكية الإلكترونية في تسهيلات التحويلات المالية وعقد الصفقات والعمليات التجارية.

٦- دراسة صحراوي و لعراف (2020) بعنوان: فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا COVID-19 بطاقة الدفع الإلكتروني (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجاً

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في الحد من جائحة كورونا، ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبانة على 110 عميل وموظف من عملاء وموظفي مؤسسة البريد في الجزائر. وتوصلت الدراسة الى ان البطاقة الذهبية تقدم خدمات الدفع الإلكتروني والتي بدورها تساهم في تجنب الاكتظاظ في المكاتب المرتبطة بالبريد. بالإضافة الى انها عملت على تشجيع الناس على إجراء التعاملات الإلكترونية بدلاً من التقليدية، مثل: تحويل الأموال، ودفع الفواتير.

٧- دراسة بريق ودلاج (2020) بعنوان: تأثير جائحة كورونا على تنفيذ الالتزامات التعاقدية وعلى التجارة الالكترونية.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تأثير جائحة كورونا على تنفيذ الالتزامات التعاقدية والتجارة الإلكترونية،

ثانياً- الدراسات في البيئة الأجنبية

١- دراسة (Ud Din et. al. (2022) بعنوان:
The impact of COVID-19 on the Food Supply Chain and the Role of E-Commerce for Food Purchasing.
اثر جائحة كوفيد-19 على سلسلة توريد الغذاء ودور التجارة الإلكترونية في شراء الأغذية.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اثر جائحة كورونا (كوفيد-19) على سلسلة توريد الغذاء، وتوضيح دور التجارة الإلكترونية في عمليات الشراء للأغذية. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي والرجوع الى الدراسات السابقة والتصويتات على مواقع التجارة الإلكترونية للتعرف على الوضع القائم. وتوصلت الدراسة الى ان التجارة الإلكترونية في مجال الغذاء تواجه تأثيراً واضحاً من تحديات الأعمال بسبب الظروف البيئية المعاكسة، مثل: البعد الاجتماعي المفروض بسبب الجائحة.

٢- دراسة (Salim et. al. (2022) بعنوان:
Muslim Clothing Online Purchases in Indonesia during COVID-19 Crisis

مشتريات ملابس المحجبات عبر الانترنت في إندونيسيا خلال ازمة كوفيد-19.

هدفت هذه الدراسة الى تحديد اثر السلوك الشرائي لمستهلكي ملابس المحجبات في اندونيسيا عبر الإنترنت خلال فترة كوفيد-19 بوجود دور معدل لمتغير الاعتقاد الديني ،

وتبيان الإشكاليات القانونية التي اثارها هذه الجائحة. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي بالرجوع الى النصوص القانونية التي جاءت بالقوة القاهرة تُفرض على الشعوب. وتوصلت الدراسة الى ان انتشار الجائحة، انعكس سلبياً على تنفيذ الالتزامات التعاقدية. حيث أن منها استُحيل تنفيذها بشكل كلي في ظل ظروف هذه الجائحة، واصبح بعضها مرهقاً للمدين بالتالي إثارة قضايا الاعفاء من المسؤولية في المحاكم على أساس القوة القاهرة.

٨- دراسة العايب (2020) بعنوان: تداعيات فيروس كورونا المستجد على سوق العمل "التجارة الإلكترونية نموذجاً"

هدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على النمط الاجتماعي المتعلق بسوق العمل والوضع الاقتصادي له في دول العالم. ولتحقيق اهداف الدراسة، تم الرجوع الى الدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا. وتوصلت الدراسة الى ان انتشار الفيروس قد ترتب عليه ازدهار العمل عن بعد بشكل عام والتجارة الإلكترونية بشكل خاص. بالإضافة الى الاعتماد على أدوات جديدة تعتمد على الخدمات الإلكترونية التي تسمح بالتكيف في ظل ظروف كورونا الاستثنائية التي سادت العالم.

٤- دراسة (N.S(2021) بعنوان: **The impact of COVID 19 on Indian Electronic Retail Industry.**

أثر كوفيد-19 على مجال بيع الإلكترونيات في الهند

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الوضع الحالي لمجال بيع الإلكترونيات في الهند، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي وتوزيع استبانة على عينة مكونة من 140 مفردة من المقيمين في الهند. وتوصلت الدراسة الى ان الأزمة قد اثرت على عادات الإستهلاك لدى المواطنين وأدت الى ركود اقتصادي، وهذا يتوقع أن يبقى الى الأبد. بالإضافة الى ان بائعي التجزئة يجب أن يأخذوا بعين الاعتبار عدم عودة العادات الشرائية على هذا القطاع وأن هذا النوع من القطاعات يحتاج الى تخطيط أكثر.

٥- دراسة (Jung & Jeon (2021) بعنوان: **The Negative Effect of the COVID-19 Pandemic on the Acceleration of Startup Innovation in the Retail Supply Chain.**

التأثير السلبي لجائحة كوفيد-19 على تسريع الإبداع لدى الشركات الناشئة في مجال سلسلة التوريد بالتجزئة.

هدفت هذه الدراسة الى اختبار آثار كوفيد-19 السلبية على تسريع الإبداع في الشركات الناشئة العاملة في مجال التوريد بالتجزئة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج النوعي وجمع البيانات من خلال الدراسات السابقة. وتوصلت الدراسة، الى ان الشركات قد استطاعت

ولتحقيق اهداف الدراسة، تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 762 مستهلك من مستهلكي الشراء الإلكتروني. وتوصلت الدراسة الى ان متغيرات السلوك، المعايير الشخصية، والتحكم السلوكي المدرك تؤثر على نية الشراء عبر الانترنت لملابس المحجبات في اندونيسيا، لفترة ازمة كوفيد-19. وأن متغير الاعتقاد الديني له أثر معدل على العلاقة بين السلوك ونية الشراء عبر الانترنت، ولكن هذا الأثر لم يحدث في العلاقة بين المعايير الشخصية والتحكم السلوكي المدرك وبين نية الشراء عبر الانترنت لملابس المحجبات في اندونيسيا فترة ازمة كوفيد-19.

٣- دراسة (Joel et. al. (2022) بعنوان: **E-Commerce during COVID: Stylized Facts from 47 Economies**

التجارة الإلكترونية خلال فترة كوفيد: حقائق مختارة من 47 اقتصاد

هدفت هذه الدراسة الى البحث عن واقع التجارة الإلكترونية في 47 اقتصاد، مشتملاً ذلك على 26 مجال من مجالات الصناعة. وذلك في فترة أزمة كوفيد-19، بالتركيز على مستخدمي بطاقة ماستر كارد. وتوصلت الدراسة الى ان حصة التعاملات الإلكترونية في إجمالي الإستهلاك كان بتزايد كبير في أول فترة من فترة أزمة كوفيد-19، وقد كان هناك تباين بين مجالات الصناعة المبحوثة حيث ظهر أن أغلب الخدمات قد انخفض أدائها في تلك الفترة، أما في مجال البيع بالتجزئة والمطاعم لوحظ أن التوجه الرقمي قد ارتفع لفترة طويلة.

قضايا عالمية: استغلال التجارة الإلكترونية والاستخدام المتزايد لتطبيقات التجارة الخلوية كنتيجة لجائحة كوفيد-

19

هدفت هذه الدراسة الى البحث في القضايا العالمية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وكيفية استخدام التطبيقات الذكية المصممة للتجارة الإلكترونية بشكل متزايد كنتيجة لأزمة كوفيد-19. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي بالرجوع الى المجالات العلمية والمقالات والكتب وشبكة الإنترنت في جمع البيانات وتحليلها ووضع استنتاجات لها. وتوصلت الدراسة الى ان التعاملات الإلكترونية التي تجري في عمليات الشراء والتسوق عبر الإنترنت، قد تزايدت بشكل سريع مع قدوم أزمة كوفيد-19، وأكثر المواقع الإندونيسية التي شهدت الاستخدام الكبير هو موقع Shopee.

٨- دراسة (Jwaid & Karim (2021 بعنوان:

Factors Affecting Consumer Buying Behavior in E-Commerce Business During Outbreak of COVID-19: A Case Study on Top E-Commerce Websites

العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك الشرائي في التجارة الإلكترونية خلال ظهور كوفيد-19: دراسة حالة على أهم مواقع التجارة الإلكترونية

هدفت هذه الدراسة الى اكتشاف العوامل التي أثرت على سلوك المستهلك الشرائي في التجارة الإلكترونية، خلال

التغلب على التأثير السلبي لجائحة كوفيد-19 على تسريع إبداع مشاريعها في قطاع البيع بالتجزئة. وأن تلك الشركات، عليها ان تستجيب لوضع جائحة كوفيد-19 لتأكيد قدرتها على الاستمرارية في السوق.

٦- دراسة (Gu et. al. (2021 بعنوان:

Impact of the COVID-19 Pandemic on Online Consumer Purchasing Behavior

اثر جائحة كوفيد-19 على السلوك الشرائي للمستهلك الإلكتروني

هدفت هذه الدراسة الى تقدير علاقة الأثر بين جائحة كوفيد-19 والسلوك الشرائي للمستهلك الإلكتروني، ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 4112 مشتري الكتروني يقيمون في البلدان التالية: الصين، الولايات المتحدة، المملكة المتحدة، اليابان، ألمانيا، فرنسا، كوريا الجنوبية، كندا، روسيا، والبرازيل. وتوصلت الدراسة الى ان الوعي لدى المستهلك الإلكتروني خلال فترة كوفيد-19، قد ازداد أكثر واصبح لديه خبرة أكثر في سلوكه الشرائي.

٧- دراسة (Sardjono et. al. (2021 بعنوان:

Global issues: utilization of e-commerce and increased use of mobile commerce application as a result of the covid-19 pandemic

فترة كوفيد-19. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 200 مستهلك. وتوصلت الدراسة الى ان حملات التواصل الاجتماعي الدعائية وعروض التلفزيون التجارية لم يكن لها اثر معنوي على سلوك المستهلك الشرائي. بينما الإعلانات المطبوعة بشكل الكتروني، وكلمة الفم كان لها اثر معنوي على سلوك المستهلك الشرائي خلال فترة كوفيد-19.

* الإطار النظري للدراسة

* مقدمة

إن التجارة الإلكترونية تمثل إحدى مجالات التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات الحديثة، حيث ان ذلك تبين من خلال استفادة منظمات الأعمال من تلك التقنيات في عملية تسهيل القيام بالعمليات التجارية (بارود، 2018).

وقد ساهمت تلك التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على اجراء تغيير عميق وواضح في النشاطات الإنسانية، السياسية، الاجتماعية، والاقتصادية. الى جانب ان ذلك أدى الى تغيير السلوكيات الفردية في المجتمع، حيث وجد الفرد نفسه مقابل حياة سريعة وعصرية تعتمد على التقنيات الحديثة، لذلك كان على الفرد ان يتكيف مع تلك التغيرات الحاصلة في مجالات متعددة مثل التجارة الإلكترونية وغيرها من المجالات التي تعتمد بشكل أساسي على أسواق الكترونية واسعة تجري فيها عمليتي البيع والشراء دون قيود جغرافية أو مادية وبسهولة تامة (قادري وشراد، 2020).

وبقدوم عام 2020، ظهرت أزمة كوفيد-19 وأثرت بشكل سلبي على الاقتصاد بشكل كبير. وأصبحت منذ لحظة انتشارها حاجزاً أمام الناس للتعامل في المجتمع، لذلك أصبح هناك عادات شرائية جديدة للناس عن طريق الاعتماد على الشراء عبر الانترنت، فكان الحل الأمثل هنا هو تطبيق التجارة الإلكترونية (Priamboo et. al. 2021).

* التجارة الإلكترونية

تعرف التجارة الإلكترونية بأنها وسيلة لتوصيل المعلومات، المنتجات، والخدمات بشكل الكتروني (غرزولي، 2018). وتعرف التجارة الإلكترونية كذلك بأنها تقنية معلومات يمكن استخدامها عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لزيادة الحصة السوقية وتقديم المنتجات لمستهلكين جدد بدون قيود على المسافة والوقت (Hariandi et. al. 2019).

وتتعدد أنواع التجارة الإلكترونية الى: شركات الى شركات (B2B) وتتم بالبيع والشراء بين شركة الى أخرى، شركات الى عملاء (B2C) وتتم بالبيع والشراء بين شركة الى عميل عادي أو مستهلك، عملاء الى عملاء (C2C) وتتم بالبيع والشراء بين الأفراد المستهلكين، عملاء الى شركات (C2B) وتتم بالبيع والشراء بين الأفراد والشركات، شركات الى إدارات (B2A) وتتم من خلال بيع خدمات إدارية او عطاءات من شركة الى إدارة مؤسسة معينة مثل الحكومية، وعملاء الى إدارات (C2A) وتتم من

خلال بيع خدمات إدارية من أفراد الى إدارة مؤسسة معينة (Taher, 2021).

من خلال ما تقدم، يعرف الباحثان التجارة الإلكترونية بأنها عملية تبادل تجاري تتم عبر استخدام شبكة الإنترنت ولا تحتاج الى عناصر مادية أو جغرافية لتتم من خلالها.

* جائحة كورونا (كوفيد-19) والتجارة الإلكترونية

ظهرت جائحة كورونا (كوفيد-19) وسببت خسائر في الموارد في كثير من منظمات الأعمال، واجبرت العالم على الانتقال الى الصيغة الإلكترونية في نقل المنتجات والخدمات عبر الانترنت. وقد ظهر سلوك شرائي جديد للمستهلكين في فترة (كوفيد-19)، حيث تغير الى مستهلك الكتروني؛ بسبب الاغلاقات التي حصلت في العالم على المنظمات والأسواق التي يتوزع بها المنتجات، وكذلك ظهور تطبيقات وأنظمة التجارة الإلكترونية بشكل كبير (Fedushko & Ustyianovych, 2022).

ومما لا شك فيه أن الجائحة جلبت الكثير من التحديات التي واجهها الرياديون واستراتيجيات الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقد حاولوا تطوير الاقتصاد فيما يتعلق بالخدمات والمنتجات. فقد قاموا بوضع الوظائف بأقل أجرة ممكنة، وتقليل عدم تكافؤ الإيرادات. وقد واجهت تلك المؤسسات، الكثير من العوائق خلال فترة (كوفيد-19). حيث كانت أغلب القطاعات التي تأثرت فيها: الفنادق، المقاهي والمطاعم، العقارات، وكالات السفر، ومراكز

(Mobini & Hussaini, 2022). في حين أن أكثر

القطاعات التي ارتفعت في بيعها قطاع البيع بالتجزئة، خصوصاً الذي يركز على تقديم المواد التموينية (Joel et al. 2022).

بناءً على ما تقدم، يتبين أن جائحة (كوفيد-19) أدت الى خسائر كبيرة في مبيعات بعض الصناعات وقد توقفت فيها أعمال الإنتاج، لذلك ظهر انخفاضاً في إنتاجية بعض القطاعات وارتفاعاً في أخرى.

* الخاتمة

يستنتج الباحثان من خلال ما تقدم، أن الأفراد في المجتمع قد ظهر لديهم ردة فعل تعبر عن الرهبة التي سببتها أزمة (كوفيد-19)، وأن هذه الأزمة أدت الى انخفاض في إنتاجية بعض القطاعات، مثل: مراكز اللياقة والفنادق والأماكن السياحية، وكذلك العقارات. وظهر في مجال التجارة الإلكترونية فترة أزمة (كوفيد-19)، ارتفاعاً ملحوظاً على قطاع البيع بالتجزئة في مجالات متعددة، مثل: الأغذية والمواد التموينية، الملابس، والمطاعم التي تعمل على التطبيقات. وأوصت الدراسة على أهمية اجراء دراسة تطبق على الأردن تبحث في وضع التجارة الإلكترونية في الفترة ما بعد أزمة كورونا.

وهذا أدى الى انتشار في تطبيقات التجارة الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي التي عملت على نقل الدورات التدريبية والأنشطة الإنسانية عبر الإنترنت، حيث أنه خلال الحجر الصحي كان الناس يستخدمون تلك المنصات بكثرة لتغيير أسلوب حياتهم الجديد الذي طرأ عليهم بسبب أزمة (كوفيد-19). ويوصي الباحثان على إجراء دراسة تبحث في وضع التجارة الإلكترونية في الأردن، بعد

مرور فترة أزمة (كوفيد-19) الخطيرة، والتي أصبحت على مشارف الانتهاء.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

خالدي، فراح، قوفي، سعاد ومهاوة، آمال (2022). اثر تكنولوجيا المعلومات والإتصال على فاعلية العمل المصرفي الإلكتروني في ظل جائحة كورونا (Covid19) دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية في أم البواقي. *Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE*، 5 (1)، 108-94.

دالي، بشير وبوخاري، أسماء (2021). واقع التجارة الإلكترونية في جائحة كورونا. *مجلة الدراسات الجغرافية*، 8 (02)، 491-470.

موسي، سهام (2021). تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الإلكترونية في العالم دراسة تحليلية. *مجلة التنظيم والعمل*، 9 (4)، 142-129.

بعلول، إيمان (2021). *بطاقات الدفع الإلكتروني كأداة لتحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية خلال جائحة كورونا (2020-2021) دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية*. [رسالة ماجستير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي].

صديقي، أحمد والطبي، عبدالله (2021). المعاملات التجارية الإلكترونية العالمية في ظل تداعيات جائحة كورونا

"كوفيد19". *مجلة ارتقاء للبحوث والدراسات*

الاقتصادية، 2 (2)، 17-1.

صحراوي، عبد العزيز وعراف، فائزة (2020). فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا COVID-19 بطاقة الدفع الإلكتروني (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجاً. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، 13 (03)، 126-108.

بريق، رحمة ودلاج، محمد لخضر (2020). تأثير جائحة كورونا على تنفيذ الالتزامات التعاقدية وعلى التجارة الإلكترونية. *مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية*، 13 (3)، 77-68.

قادري، نادية وشراد، صوفيا (2020). مقتضيات التحول نحو التجارة الإلكترونية. *مجلة الاجتهاد القضائي*، 12 (2)، 138-119.

غرزولي، إيمان (2018). *العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية- دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسطيف*. [رسالة ماجستير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف].
بارود، اياد محمد محمود (2018). *دور التجارة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة*. [رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة].

- Jung, Kum-Jong & Jeon, Byung-Hoon (2021). The negative Effect of the COVID-19 Pandemic on the Acceleration of Startup Innovation in the Retail Supply Chain. *Journal of Distribution Science*, 19-9 (2021), 79-90.
- Gu, S. Slusarczyk, B. ' Hajizada, S. Kovalyova, I. &., Sakhbieva, A. Impact of the COVID-19 Pandemic on Online Consumer Purchasing Behavior. *J. Theor. Appl. Electron. Commer*, 2021, 16, 2263–2281. <https://doi.org/10.3390/jtaer16060125>.
- Jwaid, Muhammad Hassan & Karim, Emadul (2021). Factors Affecting consumer buying behavior in E-Commerce Business during outbreak of COVID-19: A case study on Top E-Commerce Websites. *MPRA*, Paper No. 110476. URL: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/110476/>
- Sardjono, W. Selviyanti, E. Mukhlis, M. &., Tohir, M. (2021). Global issues: utilization of e-commerce and increased use of mobile commerce application as a result of the covid-19 pandemic. *Journal of Physics: Conference Series*, 1832 (2021) 012024, 1-6. doi:10.1088/1742-6596/1832/1/012024.
- Salim, Muthartini, Aprianto, Ronal, Abu Baker, Syaiful Anwar &., Rusdi, Muhammad (2022). Muslim Clothing Online Purchasws in Indonesia during covid-19 crisis. *Economies*, 2022, 10, 19, 1-22. <https://doi.org/10.3390/economies10010019>>
- Joel, Alcedo, Mishra, Prachi, Cavallo, Alberto, Spilimbergo, Antonio &., Dwyer, Bricklin (2022). NBER Working Paper, No. 29729, URL: <https://www.nber.org/papers/w29729>
- Ud din, Ashraf, Han, Heesup, Ariza-Montes, Antonio, Vega-Munoz, Alejandro, Raposo, Antonio &., Mohapatra, Shruti (2022). The impact of COVID-19 on the food supply Chain and the role of E-commerce for food purchasing. *Sustainability* 2022, 14, 3074, 1-14. <https://doi.org/10.3390/su14053074>
- Mobini, Hedieh & Hussaini, Razia (2022). *Positive and Negative Consequences of the Covid-19 Pandemic on SMEs in Sweden*. [Online Master Thesis, University of Gavle].

Hariandi, M. S. Irwan, Gumanti, T. A. &, Wahyudi, E. (2019). E-Commerce, Competitive Advantage and Performance of Banyuwandi Small and Medium-Sized Enterprises. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 8 (8), AUGUST 2019, 1216-1220.