

تأثير جائحة كوفيد 19 على عادات شراء الأزياء في مدينة جدة

The Impact of COVID-19 Pandemic on Fashions Purchasing Habits in Jeddah

إعداد الدكتورة/ أروى داود خميس

أستاذ مشارك، قسم تصميم الأزياء، كلية التصميم والفنون، جامعة جدة، المملكة العربية السعودية

Email: Adkhamies@uj.edu.sa

المخلص:

مر العالم خلال 2020 بجائحة عالمية غيرت ملامح العالم، وكما تأثرت جميع بلدان العالم اجتماعيا واقتصاديا فقد كان تأثير المملكة لا يقل عن ما يحدث في العالم، وقد أورد البحث بعض الدراسات التي حدثت في العالم وفي سوق الأزياء العالمي سواء من جهة المصممين أو من جهة المستهلكين، أو من جهة طرق البيع والشراء، من الجوانب الكبيرة التي تأثرت عادات الناس في الشراء بشكل عام، خاصة شراء الملابس والأزياء بالذات مع الحظر الطويل أيام الجائحة وإلغاء جميع التجمعات والمناسبات، اهتمت هذه الدراسة بمعرفة إلى أي مدى تغيرت عادات الناس في شرائهم للأزياء واقتنائهم لها في هذه الظروف خاصة عند المقارنة بالرغبة والاحتياج لشراء الملابس قبل وبعد الجائحة و بين الشراء مباشرة من المتاجر وبين الشراء عبر المتاجر الإلكترونية، وكذلك سؤال العينة عن أبرز عيوب الشراء عن طريق الانترنت والمتاجر الإلكترونية، وكانت نتائج الدراسة والتي كانت عن طريق الاستبيان الذي أجري على عينة من مدينة جدة عددها 300 شخص ذكور وإناث بين أعمار مختلفة من مدينة جدة، تظهر أن هناك تغييراً ملحوظاً قبل الجائحة وبعد الجائحة، ويقول المختصين والمراقبين للوضع أن الأمور لن تعود إلى ما كانت عليه قبل الجائحة، وهذا ما يجب أن يضعه أصحاب المتاجر في الحسبان خاصة بعد سؤال العينة عن أبرز عيوب التسوق الإلكتروني، ويبدو أن هذه إحدى طرق التسوق الجديدة والمعتمدة في الوقت الحاضر فلا بد من توفير أسهل الطرق والاعتناء بخدمات البيع وما بعد البيع.

الكلمات المفتاحية: جائحة، كورونا، كوفيد 19، أزياء، متاجر إلكترونية

The Impact of COVID-19 Pandemic on Fashions Purchasing Habits in Jeddah

Dr. Arwa Khomayyies

Associate Professor, Department of Fashion Design, College of Art and Design, University of Jeddah, Saudi Arabia

Abstract:

During 2020, the world went through a global pandemic that caused a lot of changes everywhere, and just as all countries of the world were affected socially and economically, the impact on the Kingdom was no less than what is happening in the world. Some of the researches had mentioned in this study about what happened in fashion markets whether in Consumers sides, designers or in terms of buying and selling methods. Among the major aspects that affected people's, buying habits in general. Especially buying clothes and fashion in particular with the long ban during the pandemic and the cancellation of all gatherings and events. This study focused on knowing how people's habits in purchasing fashion changed in these circumstances, especially when comparing the desire and the need of buying clothes before and after the pandemic, and between buying directly from stores and buying through online stores. Likewise, the sample was asked about the most prominent defects in buying via the Internet and e-stores. The results of the study, which were through a questionnaire on 300 people, males and females of different ages from the city of Jeddah, show that there is a noticeable change before the pandemic and after the pandemic. Specialists and observers said that things would not return to what they were before the pandemic. This is what shop owners should recognized, especially after asking the sample about the most prominent defects of electronic shopping. This is one of the new and approved shopping methods at the present time, so the easiest methods and customer care must be provided. As well Sales and after sales services.

Keywords: Pandemic, Corona, Covid 19, Fashion, Online shops

1. المقدمة:

من آن لآخر وعبر تواريخ الأمم القديمة والحديثة، تعصف بالمجتمعات نوازل كبرى يكون لها تأثير دائم ومباشر على المجتمع بشكل عام وعلى الفرد ونظراته للحياة وعلى طريقة عيشه في كل التفاصيل، سواء كانت عملاً أو دراسة أو واجبات اجتماعية وعائلية، من تلك الجوانب التي تؤثر في حياته اليومية وتتأثر بها طريقة تعاطيه مع أزيائه، فالموضة لم تكن يوماً منفصلة عن أسلوب الحياة، ولا صناعة منعزلة عن الواقع، بل هي قطاع حي يعكس معظم التغيرات المجتمعية والسياسية والاقتصادية، وأحد المؤثرات الملموسة مؤخراً والتي أثرت على صناعة الأزياء بشكل رئيسي في جميع العالم جائحة كوفيد-19/ كورونا، وفي تقرير خاص صادر عن الأمم المتحدة تسببت جائحة كوفيد-19 بإغلاقات في العديد من البلدان، وبانخفاض الطلب على البضائع الاستهلاكية، وتعطيل واردات المواد الخام، مما أضرباً بصناعة الملابس في آسيا والمحيط الهادئ بشكل خاص (الأمم المتحدة، 2020)

ووفقاً لمنظمة الصحة العالمية، فإن كوفيد-19 هو المرض الناجم عن فيروس كورونا المُستجد المُسمى فيروس كورونا- سارس-2. وقد اكتشفت المنظمة هذا الفيروس المُستجد لأول مرة في 31 كانون الأول/ ديسمبر 2019، بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في يوهان بجمهورية الصين الشعبية. في شهر مارس/آذار 2020، أعلنت منظمة الصحة العالمية أنها صنفت مرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد - 19) كجائحة عالمية (منظمة الصحة العالمية، 2021) وقد قامت المجموعات المختصة بالصحة العامة، مثل مراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها في الولايات المتحدة (CDC) ومنظمة الصحة العالمية (WHO)، بمراقبة الجائحة وتنزيل التحديثات على مواقعها على الإنترنت. وأصدرت هذه المجموعات الكثير من التوصيات حول الوقاية من المرض ومحاولات علاجه. ولعل الانعزال ولبس الكمامة والبعد عن التجمعات من أهم توصيات منظمة الصحة العالمية خاصة أن المرض سريع العدوى والانتشار ويمكن أن يؤدي إلى الوفاة في حالة إصابة كبار السن أو المرضى به (Trodo,Rodriguez.2020)

وقد طالت التغييرات جوانب كثيرة في الحياة منها تحول التعليم الرسمي والجامعي وكثيراً من الوظائف إلى العمل والدراسة عن بعد، وقد أثرت هذه التغييرات على نمط الحياة اليومية وأنشطتها والتوقف التام عن ممارسة ما كان يعتبر عادياً كالخروج للدراسة والتسوق والمستشفى والواجبات الاجتماعية، مما أثر بشكل كبير على الجوانب الاقتصادية والطبية والاجتماعية. فكما رصدت أخبار (Bbc,2020) McIntosh، لن يتمكن العالم من فهم حجم التغيير الذي ستركه جائحة كورونا على تاريخ البشرية إلا بعد إحصاء العدد النهائي للضحايا وتحديد المدة التي تمكن فيها الوباء من وقف العجلة الاقتصادية العالمية. وخصوصاً أن فترة العزل المنزلي امتدت لمدة طويلة منذ بدايتها يوم الاثنين الموافق لتاريخ (2020/3/9) ومنحت الناس الفرصة لاكتشاف أنفسهم والجلوس أكثر مع عائلاتهم لكنها في نفس الوقت تسببت في إحداث تحول كبير في علاقاتهم الاجتماعية وعاداتهم اليومية (Kumar et al.,2021)، كالأكل والتسوق والزيارات وشراء الاحتياجات والملابس بشكل عام، مما أدى إلى التأثير على العوائد الاقتصادية وتغيير طرق الشراء عن الطرق التقليدية. هذا التغيير أثر على سوق الأزياء وبالمقابل ظهرت مشكلات عدة لدى مصممي ومنفذي الأزياء، إذ أن تأثير خارطة الشراء ونسبتها أثرت على الجوانب الاقتصادية لدى العاملين في القطاع مما أدى إلى تسريح بعض العمال،

وترك كثير من الموظفين أعمالهم لعدم تمكن جهات العمل من دفع الرواتب تبعا للظروف الاقتصادية مما أدى لإغلاق بعض المتاجر بالجملة وفسح وتعزيز خيارات الشراء الالكترونية، وأيضا كإجراءات احترازية من المتاجر تم فسح خيارات الشراء عن بعد بشكل واسع. وكثير من المحللين قالوا أن الحياة بكل تفاصيلها لن تعود كما كانت قبل كورونا (الحرزي، 2020) وهذه الدراسة تدرس التغييرات التي طالت التفضيلات والعادات الاستهلاكية التي طرأت على مجتمع جدة تجاه شراء ملابسهم في الفترة من بين 2020-2021.

1.1. مشكلة الدراسة:

وتتلخص مشكلة هذه الدراسة في التساؤلات التالي:

- هل أثرت جائحة كورونا على نشاط شراء الملابس في مدينة جدة؟
- ما مدى توجه أفراد مدينة جدة في تفضيلات وسائل الشراء سواء كانت بالطريقة التقليدية عبر المتجر مباشرة أو عبر المتاجر والتطبيقات الإلكترونية للملابس.
- ماهي أبرز عيوب شراء الملابس عبر المتاجر والتطبيقات الإلكترونية؟

2.1. فرضيات الدراسة:

- يمكن أن تكون جائحة كورونا قد أثرت على نشاط شراء الملابس في مدينة جدة.
- يمكن أن تكون جائحة كورونا قد أثرت على طريقة شراء الملابس قبل وبعد.
- يمكن أن يكون هناك بعض العيوب لشراء الملابس إلكترونيا.

3.1. أهداف الدراسة:

- قياس مدى تأثير جائحة كورونا على شراء الملابس في مدينة جدة.
- المقارنة بين شراء الملابس بالطريقة التقليدية وبين شرائها عبر المتاجر الإلكترونية للملابس في مدينة جدة.
- معرفة عيوب المتاجر الإلكترونية للملابس والتي يشتكي منها الناس في مدينة جدة.

4.1. أهمية الدراسة:

تتطلع هذه الدراسة لتقصي تأثيرات جائحة كورونا على المظهر العام في ارتداء الأزياء وسلوك الاهتمام بالموضة وشراء الملابس في مدينة جدة في عامي 2020-2021.

5.1. حدود الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على 300 شخص من فئات منطقة جدة رجال ونساء من عمر 15 فما فوق، وخلال عام 2020-2021 وهي الأيام التي كان فيها الإغلاق والحظر بسبب جائحة كورونا وبعد الجائحة

6.1. مصطلحات الدراسة:

الجائحة: هي انتشار وباء أو أمراض معدية بين البشر في اقليم ما، قارة مثلاً، على نطاق العالم.

كوفيد 19 أو كورونا: تعد فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب اعتلالات متنوعة بين الزكام وأمراض أكثر وخامة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS-CoV) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس) (SARS-Co) ويُمثل فيروس كورونا المستجد سلالة جديدة لم يسبق تحديدها لدى البشر من قبل. (منظمة الصحة العالمية، 2020)

التسوق عبر الإنترنت: التسوق عبر الإنترنت هو نوع من أنواع التجارة الإلكترونية المتعددة، يتيح للمتسوقين شراء سلع أو خدمات من بائع على الإنترنت باستخدام أي من أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية. فيتم توصيل السلعة، بواسطة الجهات التجارية إلى منازل المستهلكين، أو تنزيل الخدمة مباشرةً إلى أجهزتهم إذا كانت سلعة ذات صيغة إلكترونية، كأن تكون معلومة أو فلماً أو كتاباً وغير ذلك. (مجلة القافلة، 2018)

2. الإطار النظري والدراسات السابقة:

أولاً: تاريخ الجوائح حول العالم

تعرف الجائحة (pandemic) بأنها وباء ينتشر إلى عدة بلدان أو قارات، وعادة ما يصاب عدد كبير من السكان به (rdoxfo epidemiology.2008 of dictionery)، مثل الإيدز وإنفلونزا الطيور والطاعون وغيرها من الأوبئة، وقد أدى ظهور الجوائح والأوبئة عبر التاريخ إلى سلسلة من الآثار الاقتصادية والاجتماعية والأمنية الهائلة والعميقة والتي ربما لا تقل في وطأتها عن عواقب أي حروب كونية أو أزمات عالمية، وبالعودة إلى التاريخ والاطلاع على تاريخ الجوائح في العالم نجد جوائحاً فتاكة قد عصفت بالناس عبر كثير من العصور المختلفة مثل الأنفلونزا الإسبانية التي ظهرت عام 1918 في أوروبا وأمريكا وأفريقيا لتطيح بما يناهز 50 مليون إنسان حول العالم، أي تقريبا ثلث سكان الكرة الأرضية ويرى المؤرخون أن هذه الأنفلونزا كانت أحد أسباب توقف الحرب العالمية الأولى وإنهزام ألمانيا بعد أن أصابت الأنفلونزا صفوف كلا المعسكرين المتحاربين (عبد الفتاح، 2020). ومن أكثر الأوبئة التي حصدت كثيرا من الأرواح عبر فترات تاريخية مختلفة وفي عدة مناطق من العالم الطاعون، مثل طاعون جستنيان والذي أصاب الإمبراطورية البيزنطية والساسانية حيث كانت السفن تؤوي الفئران الحاملة للبراغيث المسببة للطاعون في 514 و 750 وقد أدى إلى وفاة 25-50 مليون شخص وقد ساهم هذا الطاعون في توقف الأنشطة التجارية واستعادة الدولة البيزنطية لأراضيها في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

والطاعون الأسود والذي عرف بالموت الأسود بين عامي 1351-1347 والذي انتشر في أوروبا وأسفر عن مقتل 25 مليون شخص ومن تداعيات هذا الوباء تراجع الفلاحين في الاقطاعات حيث مات كثير من الناس لدرجة أن مستوى معيشة الناجين ارتفع مما خلق المزيد من فرص العمل وتنامي الحراك الاجتماعي (اليونسكو، 2022)

ومن الجوائح التي غيرت في التاريخ الجذري والذي أودى بحياة 20 مليون شخص. أي نحو 90% من سكان الأمريكيتين مما ساعد الأوروبين على استعمار وتطوير المنطقة مما أدى إلى تغير التاريخ. (المناعة، 2017)

ويتحدث الدكتور فرانك إم سنودن أستاذ تاريخ الطب الفخري في جامعة بيل عن تأثير الجوائح والأوبئة فيقول: كان للأوبئة تأثير هائل على الاقتصاد، فالطاعون الأسود قتل سكان القارات كاملة، وبالتالي كان له تأثير هائل على مجيء الثورة الصناعية وعلى العبودية ولها آثار هائلة على الاستقرار الاجتماعي والسياسي (تشتونير، 2020)

وفي عام 2020 اكتست العالم جائحة كورونا وقد أدى ذلك إلى عدد من التغييرات ظهرت آثارها منذ الآن في جميع المجالات ومنها مجال الملابس والأزياء وما يتعلق بهما.

ثانياً: التغييرات التي طالت سوق الأزياء أيام جائحة كورونا:

1- تغير الاتجاهات نحو تصميم وشراء الملابس وصناعتها:

تظهر بيانات (Shakespeare, 2020) You Government Plan and Track (أن فترة الإغلاق أيام كورونا 2020 قد أثر على فرد من بين كل خمسة أفراد في بريطانيا تجاه أي نسبة (20%) إذ تغيرت رغباتهم تجاه شراء الملابس والتخلص منها، كما أنهم شعروا بأن دواليبهم بها ملابس أكثر من حاجتهم وزاد رغبتهم في شراء الملابس الصديقة للبيئة، ولعل قلة الرغبة في شراء الملابس عائد إلى الإغلاق وما صاحبه من إلغاء للحفلات والمناسبات الاجتماعية والرسمة المختلفة. وقد يكون عائد إلى صعوبة الوصول للمتاجر المفضلة في فترة الإغلاق، فالناس غير معتادة بشكل عام على التسوق الإلكتروني وليست كل منتجات الملابس لها مواقع تسهل تجربة التسوق للعميل. وقد لوحظ تغيراً في تفضيلات الناس فقل التوجه لشراء ملابس (الهوت كوتور) وصار المرغوب أكثر الملابس الجاهزة والملابس اليومية والخفيفة والأزياء العملية، وتأثرت اتجاهات المصممين تبعاً لتأثر ميول المستهلكين للموضة فصار اللباس محكماً أكثر على الأجسام ومغطياً أكثر لها للحماية من العدوى، ويقول المصمم الأردني حمودة كفارنة ربما رجعت موضة القفازات الكلاسيكية الراقية والتي تنسجم مع متطلبات الحماية العامة. (كفارنة حمود، 2020)

أما التغير الأكبر والناتج عن ظروف كورونا هو تسريح أكبر عدد ممكن من الموظفين في المصانع وسلاسل الإمداد بسبب إغلاق المصانع، في تقرير ورد في (IndustriALL, 2020) وهو موقع يمثل نقابة العمال العالمية التي تعمل على منح العمال في جميع أنحاء العالم صوتاً، إن الملايين من صانعي الملابس فقدوا وظائفهم بالفعل نتيجة للفيروس وليس لديهم إمكانية الوصول إلى شبكات الأمان الاجتماعية أو المالية لمساعدتهم على مواجهة هذه العاصفة.

وفي كتابه لمجلة Business of Fashion ، يذكرنا صانع الملابس البنغلاديشي مصطفى الدين بقوله: "الفقر قاتل أيضاً، ويموت الكثير من الناس من الفقر أكثر من COVID-19".

في صناعة الأزياء العالمية، تدفع العلامات التجارية عادةً لمورديها أسابيع أو حتى أشهر بعد التسليم، بدلاً من الدفع عند الطلب. هذا يعني أن الموردين عادةً ما يدفعون مقدماً مقابل المواد أو الألياف المستخدمة لجعل العلامة التجارية للمنتجات تشتري منهم. (kent,2020)

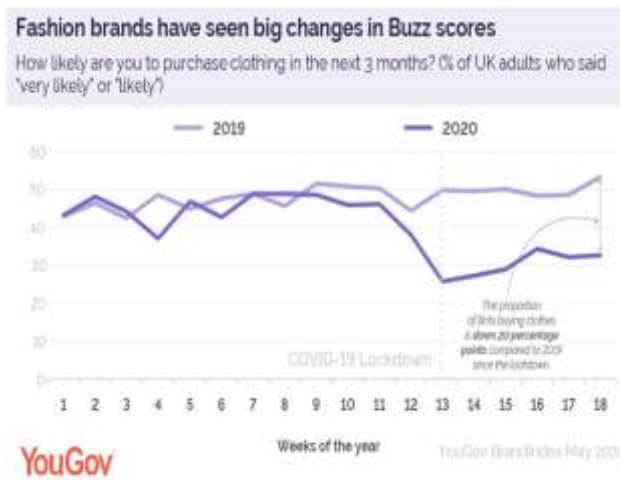
واستجابةً للوباء، تقوم العديد من العلامات التجارية الرئيسية للأزياء وتجار التجزئة بإلغاء الطلبات وإيقاف المدفوعات للطلبات التي تم تقديمها بالفعل، حتى عندما يكون العمل قد تم بالفعل، دون تحمل أي مسؤولية عن تأثير ذلك على الأشخاص العاملين في سلاسل التوريد الخاصة بهم. هذا دفع المصانع إلى تدمير أو الاحتفاظ بالسلع غير المرغوب فيها المصنوعة بالفعل وتسريح عمالها بأعداد كبيرة.

2- تضرر المحتاجين للملابس المستعملة وإغلاق استقبال التبرعات:

تأثر جزء من أفراد المجتمع بإغلاق كورونا، وهي الفئة التي تستقبل الصدقات من المؤسسات الخيرية، ففي مقابلة مع مديرة مركز أحد مراكز جمع التبرعات في جدة (صديقات الخير، 2020) أشارت خلال فترة الإغلاق Covid-19 توقف المسؤولون عن استقبال التبرعات العينية والتي منها الملابس المستعملة. كما توقفوا عن توزيعها أيضاً. كما أشارت الدراسة السابقة والتي أجريت في بريطانيا (YouGov Plan and Track. 2020) إلى حصول تكديس للملابس التي تم الاستغناء عنها في المنازل حتى تنتهي فترة الإغلاق فيتم التبرع بها للمراكز الخيرية والبعض الآخر قد يتبرع بها بشكل شخصي، والبعض الآخر وبسبب الإغلاق يلجؤون للتخلص منها في القمامة لعدم توفر جهات لاستلامها.

3- انخفاض الطلب على شراء الملابس:

انخفضت نسبة البريطانيين الذين يقولون إنهم من المحتمل أن يشتروا ملابس جديدة في الأشهر الثلاثة الأولى من الإغلاق بشكل كبير 2020 مقارنة بنفس الوقت من عام 2019 -انظر الشكل- 1 (YouGov Plan and Track. 2020)



شكل (1): انخفاض القوة الشرائية لدى البريطانيين بعد الإغلاق بثلاثة أشهر.

رغم ذلك لجأت العلامات التجارية المختلفة إلى البيع بالتجزئة عبر الإنترنت طوال فترة الإغلاق، ويظهر التقرير أن بعض العلامات التجارية مثل Next عانت في بداية الإغلاق من انخفاض، ثم عاودت الارتفاع بعد إعلانها أنها ستستأنف المبيعات عبر الإنترنت. وتقول مصممة الأحذية الإيطالية إيتي ليون أن قطاع الأزياء من أكثر القطاعات تأثراً بجائحة كورونا، فانخفاض الطلب على شراء الملابس كان بسبب توقف الإنتاج إذ أغلقت كثير من المصانع والمتاجر وكذلك بسبب خضوع الناس للحجر المنزلي المفروض في كل مكان (ليون، إيتي. 2020)

4- تسوق الأزياء عبر الإنترنت والمتاجر الإلكترونية:

تغيرت توجهات الناس أيام الإغلاق نحو شراء الملابس كما سبق وقيل، ولكن لم تتغير فقط أنواع الملابس التي يفضلها المستهلكون، بل أيضاً تغيرت طرق وآليات الشراء، فسبب الإغلاق العام وما صاحبه من إغلاق للمحال التجارية كان الخيار الإلكتروني هو الحل الوحيد المتاح والذي يتناسب مع الظروف، وتحول الحياة للرقمنة في كل مكان بما فيها المملكة العربية السعودية، ولم يكن هذا التحول فقط في مجال الأزياء، بل أيضاً في مجال الدراسة والعمل والمؤتمرات والمناسبات الاجتماعية والرسمية بل حتى الأنشطة المختلفة كالحفلات والدورات (خميس، 2020)، بل حتى عروض الأزياء العلامات الكبرى مثل ديور وشانيل وإيف سان لوران تحولت لعالم الأزياء الرقمية وهو المصطلح المستخدم لوصف طريقة عرض رقمية للملابس (نوبس، كارينا. 2020) ولم يكن العرض فقط بل حتى الشراء والتسوق والعروض وكل ما يتعلق بالمستهلك كان يتم عبر الإنترنت ويتم توصيل المنتج لبيته.

3. منهجية الدراسة:

منهجية هذه الدراسة وصفية إذ أنها تصف وتتابع وتقارن تغيرات أساليب الشراء التي حدثت بسبب جائحة كورونا على عادات وتفضيلات تسوق الملابس.

1.3. مجتمع الدراسة:

جميع الفئات نساء ورجال من عمر 15 فما فوق في مدينة جدة.

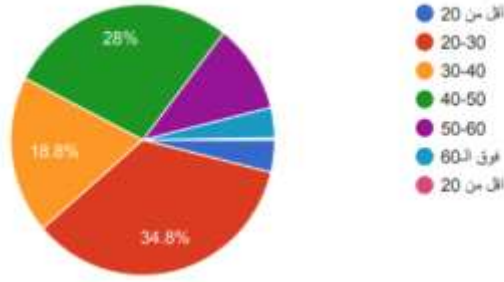
2.3. أداة جمع البيانات:

تم استخلاص البيانات من نتائج أجوبة أفراد العينة من خلال أسئلة مطروحة في الاستبانة الإلكترونية الموجهة إلى سكان مدينة جدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

4. نتائج الدراسة:

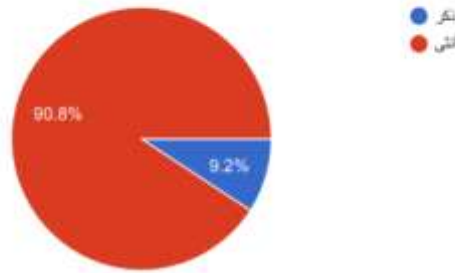
أولاً: البيانات الشخصية

1- العمر



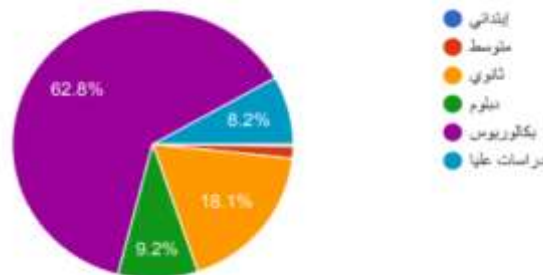
شكل (2) أعمار المشاركين في الدراسة

2- الجنس



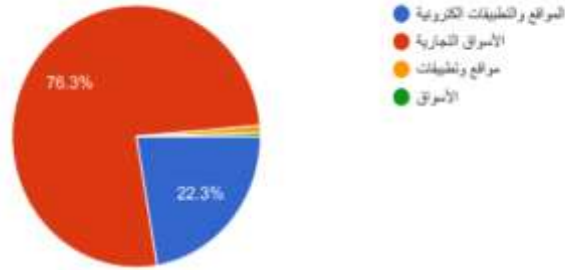
الشكل (3) جنس المشاركين في الدراسة

3- مستوى التعليم



الشكل (4) المستوى التعليمي للمشاركين في الدراسة

4- الطريقة المفضلة لشراء الملابس قبل الحجر المنزلي:



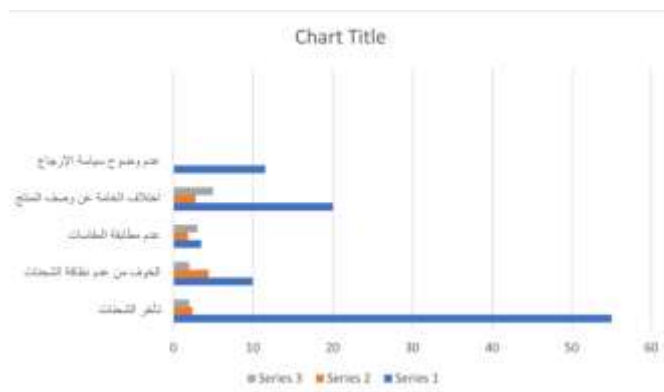
الشكل (5) الطريقة المفضلة لشراء الملابس قبل الحجر المنزلي

5- الطريقة المفضلة لشراء الملابس بعد الحجر المنزلي:



الشكل (6) الطريقة المفضلة لشراء الملابس بعد الحجر المنزلي

6- عيوب التسوق الإلكتروني للملابس والشراء عبر المتاجر الإلكترونية



الشكل (7) عيوب التسوق عبر المتاجر الإلكترونية

5. تحليل النتائج:

أظهرت النتائج والتي شارك فيها أفراد من كافة الأطياف في مدينة جدة أن أكثر عمر للمشاركين في الدراسة ما بين 20-30 بنسبة 35% يليه المشاركون بأعمار تقع بين 40-50 بنسبة 28% يليهم المشاركون بأعمار ما بين 30-40 بنسبة 19%، وهذا يبين أن أكثر عمر مهتم بشراء الأزياء هو ما بين 35-40 سنة وأنهم لم يفقدوا رغبتهم في الشراء حتى أيام الإغلاق والحجر. كما أظهرت الدراسة جنس المشاركين فيها حيث أن نسبة 90.9% من الإناث و 9.2% من الذكور وربما ذلك يعود لعدم اهتمام الذكور أبداً أيام الحظر والإغلاق بأزيائهم وملابسهم وشكلهم الخارجي عكس النساء. وقد أظهرت النتائج أيضاً أن النسبة الكبرى من المشاركين في الدراسة حاصلوا على البكالوريوس بنسبة 62% يليهم الحاصلين على الدبلوم والثانوية بنسب متقاربة بين 8-10% وهذا عائد إلى أن هذه هي الفترة العمرية والمرحلة التي يكون دوماً لديهم متطلبات لشراء الملابس. وكذلك لديهم القدرة والسهولة في التعامل مع التطبيقات المختلفة ومواقع الإنترنت أكثر من الذين يصغرونهم سناً أو يفوقونهم عمراً، كما أظهرت الدراسة أن أكثر مرحلة دراسية تفضل الشراء ولها متطلبات من الأزياء وملحقاتها هي البنات والأولاد في مرحلة البكالوريوس تليهم مرحلة الثانوية ثم باقي المراحل وذلك منطقي إذ أن هذه المرحلة هي مرحلة العمل والزواج وبداية جميع متطلبات إنشاء الأسرة، وعند مقارنة الشكلين الآخرين والذين قاسوا الأسلوب الشرائي الأكثر اتباعاً من الناس في الشراء نجد أنه قبل كورونا كان 77% من الناس يفضلون الذهاب للأسواق التجارية والتسوق وشراء الملابس بالطريقة التقليدية بينما 23% من الناس فضلت المتاجر الإلكترونية للملابس. هذا يدل على أن التسوق الإلكتروني لم يكن جديداً على الناس ولكنه كان الأقل استخداماً. بينما تغيرت هذه النسب إلى النصف تقريباً 50% عند المقارنة بين التسوق الإلكتروني وباقي الأنواع والتي تكون كلها حضورية وتتبع الطريقة التقليدية في الوجود الفعلي للمستهلك في منطقة الشراء. وبسؤال عينة المشاركين عن أهم عيوب التسوق الإلكتروني وشراء الملابس عبر التطبيقات والمتاجر الإلكترونية أفاد أكثر من 50% من المشاركين بأن تأخر وصول الشحنات هو العيب الأكثر إزعاجاً ولعل السبب في ذلك يعود إلى إقفال وتأثر سلسلة الإمدادات مما يؤدي إلى تأخر الشحنات بينما في عملية الشراء التقليدية فهو يحصل على السلعة مباشرة، وأفاد 20% أن إحدى عيوب التسوق الإلكتروني اختلاف الخامة عن وصف المنتج وهذا وارد إذ أن المشتري ليس بإمكانه لمس خامة المنتج أو التأكد من درجات الألوان هذا عدم وضوح سياسة الإرجاع واحتمالية عدم مطابقة المقاسات.

6. التوصيات:

1. لا بد أن يهتم أصحاب المتاجر بتوفير سلعهم على متجر إلكتروني فالمستهلك قد تعود على ذلك خلال عامين ووجد أنها الطريقة الأسهل بالنسبة له خاصة إن رافقتها خدمات ما بعد البيع.
2. لا بد من تحسين خدمات ما بعد البيع مثل التوصيل وتوضيح سياسة التبديل والإرجاع.
3. لا بد من تسهيل تطبيقات الشراء وجعلها صديقة لصغار السن أو للفئة الكبيرة من العمر أيضاً.
4. التواصل الفعال مع فئات المجتمع والمستهلكين والتعامل مع المتجر الإلكتروني كأحد نقاط البيع وإحدى واجهات محله والتي تعبر عن المنتج وأبرز مميزاته.

7. المراجع

1.7. المراجع العربية:

1. منظمة الصحة العالمية. (2020). *تدابير كوفيد-19: انخفاض الطلب يشل قطاع صناعة الملابس في آسيا والمحيط الهادئ، الأمم المتحدة.*
2. الحرزي، حياة. (2020م). *مصمم أزياء: الموضة لن تكون كما قبل كورونا. الإمارات اليوم. دبي.*
3. التسوق عبر الإنترنت. (2018). *مجلة القافلة.*
4. عبد الفتاح، بشير. (2020). *الجوائح الوبائية والنظام الدولي. الشروق.*
5. *ليونيسكو، (2022). مرض الطاعون "الموت الأسود": ما هي الدروس التي يمكن الاستفادة منها عن انتشار الأمراض على طول طرق الحرير.*
6. المناعمة، عبد الرؤوف. (2017). *قصة الجدري. الجزيرة.*
7. تشوتينر، اسحق. (2020). *حوار مع الدكتور فرانك ام سنودن أستاذ فخري للتاريخ وتاريخ الطب. جامعة بيل.*
8. *صديقات الخير. (2020). مؤسسة خيرية سعودية في جدة.*
9. *خميس، أروى. (2021). رسائل في بريد صاحب الظل الطويل. دار أروى العربية. جدة.*

2.7. المراجع الإنجليزية:

- 1- Eodoro, Antonella and Rodriguez, Luisa. (2020). "Textile and garment supply chains in times of COVID-19: challenges for developing countries". *UNCTAD Prosperity for all*. N86. Article No 53.
- 2- McIntosh, Steven. (2020). *Coronavirus: Why the fashion industry faces an existential crisis. BBC.*
- 3- *A dictionary of epidemiology. 5th edition. (2018). Oxford press.*
- 4- Stephen Shakespeare. (2020). *how COVID-19 is changing the consumer landscape: High street fashion. YouGov.*
- 5- Industri All. (2020). *CCVID-19- an existential crisis for the garment industry.*
- 6- *Fashion revolution. The impact of COVID-19 on the people who make our clothes.*
- 7- Kent, sarah. (2022). "How can we live? For garment workers, it's worse than the pandemic". *The business fashion*". London.
- 8- Shakespeare, stephan. (2020). "How How COVID-19 is changing the consumer landscape". *YouGov Plan and Track.*

Doi: doi.org/10.52133/ijrsp.v4.40.1