



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -



Université Chadli Bendjedid – El-Tarf-

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

Faculté Des Sciences Economiques Commerciales Et Des Sciences
De Gestion

السنة الجامعية: 2020-2021

الرقم التسلسلي:

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر
تحت عنوان:

جائحة كوفيد 19 ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت اشراف

د/ عتروس سيف الدين

من اعداد الطالبة:

- عوبنة نسرين

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على جائحة كوفيد 19 ومدى تأثيرها على نشاطات التجارة الالكترونية في الجزائر، وذلك من خلال التطرق إلى الجهود التي بذلتها الجزائر في سبيل تجسيد التجارة الالكترونية، والتداعيات الاقتصادية لجائحة كوفيد 19 على المستويين العالمي والمحلي. بالإضافة إلى التحديات المتعلقة بالتجارة الالكترونية خلال فترة ما بعد الجائحة. وقد خلصت الدراسة إلى أن هذه الجائحة أثبتت أن التكنولوجيا الرقمية هي السبيل للتعيش مع مختلف الأزمات المشابهة لها، كما أنها فرضت على المؤسسات والافراد على المستويين العالمي والمحلي العمل بمبادئ أكثر مرونة تتماشى مع الانتشار الواسع للفيروس ذلك بالاعتماد بالأساس على الانترنت لتطبيق ممارسات التجارة الالكترونية، وفي الاخير أوصت الدراسة بضرورة دعم الاستعداد الالكتروني لكافة فئات المجتمع وإعادة النظر في مشاريع تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: جائحة، كوفيد 19، التجارة الالكترونية، الجزائر.

Résumé

Étude vise à mettre en évidence la pandémie Cofid 19 et son impact sur les activités du commerce électronique en Algérie en abordant les efforts de l'Algérie pour refléter le commerce électronique et les implications économiques de la pandémie Covid-19 aux niveaux mondial et national. Et les défis liés au commerce électronique pendant la période post-pandémique.

L'étude a conclu que la pandémie avait démontré que la technologie numérique était le moyen de coexister avec diverses crises semblables à elle, et avaient forcé les institutions et les individus aux niveaux mondial et local à travailler avec des principes plus souples en fonction de la propagation généralisée du covid 19 en s'appuyant principalement sur Internet pour l'application des pratiques de commerce électronique. Enfin, l'étude recommandait de renforcer l'e-préparation pour tous les segments de la société et d'examiner les projets de technologie de l'information et d'infrastructure commerciale.

Mots clés :

Mots clés : Pandémie, COVID-19, commerce électronique, Algérie

الاهداء

إلى من علمني النجاح والصبر... إلى من علمني العطاء دون
انتظار... أبي

إلى من علمتني وعانت الصعاب لأجل ما أنا فيه... إلى التي
دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي ... أمي

إلى جميع افراد اسرتي العزيزة والكبيرة كل باسمه أينما وجدوا
إلى البراعم الصغار: أنس، آمنة، دانيا حفظهم الله ورعاهم

إلى أصدقائي ورفقاء دربي من الجامعة وخارجها

إلى الأستاذ المشرف الدكتور عتروس سيف الدين

إلى أساتذتي الكرام الذي أناروا دربي بالعلم والمعرفة

إلى من يقتنع بفكرة فيدعوا اليها ويعمل على تحقيقها لا يبغي بها

إلا وجه الله ومنفعة الناس

إليكم أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع

نسرين

شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله.

صدق رسول الله

وكما قيل :

علامة شكر المرء اعلان حمده فمن كتم المعروف منهم فما شكر

فالشكر اولا لله عز وجل على أن هداني لسلوك طريق البحث والتشبه

بأهل العلم و إن كان بيني وبينهم مفاوز

كما أخص بالشكر استاذي المشرف على هذا البحث الدكتور سيف

الدين عتروس، فقد كان حريصا على قراءة كل ما اكتب ثم يوجهني إلى ما

يرى بأرق عبارة وألطف إشارة ، فله مني وافر الشاء وخالص الدعاء.

كما اشكر لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة مذكرتي لكم مني جزيل الشكر

والتقدير.

كما أتقدم بالشكر إلى الاساتذة وكل الزملاء وكل من قدم لي يد العون من

قريب أو بعيد لإنجاح هذا العمل وإخراجه إلى النور .

أسأل الله أن يجزيهم عني خيرا وان يجعل عملهم في ميزان حسناتكم .

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
15	مصفوفة كوبل لتصنيف الانترنت على الأنشطة التجارية وأنشطة تبادل المعلومات	01
17	الارتباط بين الشركات في نظم التبادل الالكتروني للبيانات	02
28	مقارنة بين مشتركى الهاتف الثابت والنقال في الجزائر .	03
31	عدد مستخدمي الانترنت بالنسبة لعدد السكان (كثافة الانترنت)	04
51	العرض والطلب العالمي على النفط (مليون برميل/ يوميا)	05
62	نمو مبيعات التجارة الالكترونية عالميا	06



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -



Université Chadli Bendjedid – El-Tarf-

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

Faculté Des Sciences Economiques Commerciales Et Des Sciences
De Gestion

السنة الجامعية: 2020-2021

الرقم التسلسلي:

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر
تحت عنوان:

جائحة كوفيد 19 ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت اشراف

د/ عتروس سيف الدين

من اعداد الطالبة:

- عوبنة نسرين

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
i	ملخص
ii	Résumé
iii	اهداء
iv	شكر وعرفان
v	قائمة الجداول
vi	قائمة الأشكال
vii	فهرس المحتويات
02	المقدمة
الفصل الأول: التجارة الالكترونية وواقعها في الجزائر	
07	تمهيد
08	المبحث الاول : المفاهيم الاساسية للتجارة الالكترونية
08	المطلب الاول : ماهية التجارة الالكترونية
08	اولا : مفهوم التجارة الالكترونية
11	ثانيا : التمييز بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية
12	المطلب الثاني : اشكال التجارة الالكترونية وتطبيقاتها
12	اولا: اشكال التجارة الالكترونية
15	ثانيا: تطبيقات التجارة الالكترونية
19	المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية
19	اولا: مزايا التجارة الالكترونية
20	ثانيا: عيوب التجارة الالكترونية
22	المبحث الثاني: جهود الجزائر في مجال تجسيد التجارة الالكترونية
22	المطلب الاول : واقع البنية التحتية للتجارة الالكترونية الجزائرية
22	اولا : استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013
27	ثانيا : الشبكة العامة للاتصالات في الجزائر
29	ثالثا : مستخدمي الانترنت في الجزائر
31	المطلب الثاني : جهود الجزائر على الصعيد الهيكلي والمؤسساتي

32	أولا: سلطة الضبط للبريد و الاتصالات السلكية واللاسلكية
33	ثانيا: شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية
33	ثالثا: وزارة البريد والتكنولوجيا الاعلام والاتصال
34	رابعا: اللجنة الالكترونية
34	خامسا : الوكالة الوطنية لترقية الحضائر التكنولوجية و تطويرها
35	سادسا: الوكالة الفضائية الجزائرية
36	المطلب الثالث: جهود الجزائر على الصعيد التنفيذي
36	أولا : برنامج اسرتك 1 و 2
37	ثانيا: نظام الدفع الالكتروني
38	ثالثا: الإدارة الإلكترونية
41	رابعا: التجارة الالكترونية في ظل قانون 18
43	خلاصة الفصل الاول
الفصل الثاني التجارة الإلكترونية وتداعيات جائحة كوفيد 19	
45	تمهيد
46	المبحث الأول : تداعيات جائحة كوفيد 19 على الاقتصاد العالمي
46	المطلب الأول: جائحة كورونا و اجراءات حكومات الدول للحد منها
46	أولا: ماهية جائحة كوفيد 19
48	ثانيا: اجراءات و تدابير حكومات الدول للحد من جائحة كوفيد 19
51	المطلب الثاني: تأثير جائحة كوفيد 19 على الاقتصاد العالمي
51	أولا- انهيار أسعار النفط
53	ثانيا- تداعيات فيروس كورونا على التجارة الدولية
56	ثالثا- تداعيات فيروس كورونا على سوق العمل
57	رابعا- تداعيات فيروس كورونا على قطاع النقل
59	المبحث الثاني: تطور عملية التجارة الالكترونية خلال الجائحة (كوفيد 19)
59	المطلب الأول: مؤشرات تطور التجارة الالكترونية في ظل جائحة كوفيد 19
59	أولا- احصائيات نمو مداخل التجارة الالكترونية في العالم خلال جائحة كوفيد 19
63	ثانيا- تأثير الاشتراكات الرائدة في مجال التجارة الالكترونية خلال جائحة كوفيد 19
65	المطلب الثاني: الفرص والتحديات لنمو التجارة الالكترونية في ظل جائحة كوفيد 19

65	أولا- الفرص -الآثار الإيجابية- للكوفيد19 على التجارة الالكترونية
66	ثانيا- التحديات -الآثار السلبية- للكوفيد 19 على التجارة الالكترونية
67	خلاصة الفصل الثاني
	الفصل الثالث : آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر للفترة ما بعد جائحة كوفيد19
69	تمهيد:
70	المبحث الأول: قراءة في التداعيات الاقتصادية لجائحة كوفيد على الجزائر
70	المطلب الأول: تداعيات جائحة كوفيد 19 على النمو في الجزائر
70	أولا-تغيرات أسعار النفط ورصيد الميزانية في الجزائر خلال فترة الجائحة
71	ثانيا- تغيرات قيمة الواردات والصادرات الجزائرية خلال فترة كوفيد 19
72	المطلب الثاني: تداعيات جائحة كوفيد 19 على القطاعات الاقتصادية في الجزائر
72	أولا- القطاع الصناعي وتداعيات جائحة كوفيد 19
73	ثانيا- القطاع الخدماتي وتداعيات جائحة كوفيد 19
74	ثالثا- قطاع الطاقة وتداعيات جائحة كوفيد 19
75	المبحث الثاني : تحديات التجارة الإلكترونية الجزائرية لفترة ما بعد جائحة كوفيدة 19
75	المطلب الأول: قراءة في الاحصائيات التجارة الإلكترونية الجزائرية خلال فترة كوفيد19
75	أولا- تطور عملية التجارة الإلكترونية الجزائرية خلال فترة كوفيد 19
77	ثانيا- دراسة أهم مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر خلال فترة كوفيد 19
79	المطلب الثاني: أولويات تطوير التجارة الإلكترونية الجزائرية لمواجهة تبعات جائحة كوفيد19
79	أولا- أولويات تطوير الرقمنة في الجزائر لفترة ما بعد كوفيد 19
81	خلاصة الفصل الثالث
83	خاتمة
86	قائمة المراجع

مقدمة

في خضم التطورات المتلاحقة التي يشهدها العالم برزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتزايد دورها الاقتصادي بشكل كبير فقد حملت معها الامل في تحقيق طفرة في كل جوانب الحياة، ولاسيما الجانب التجاري حيث أدخلت هذه التكنولوجيا نموذجاً جديداً للأنشطة الاقتصادية محدثة بذلك تغيير جذرياً في أساليب وطرق التجارة والأعمال وبذلك قد أصبحت للتجارة الإلكترونية الأسلوب السائد في معظم المعاملات التجارية، فقد ساهمت في جعل العالم قرية صغيرة وسوقاً واحداً ، تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل للشركات على اختلاف ادماجها لافتحام الأسواق العالمية.

منذ بدء أزمة فيروس كورونا_كوفيد19_ أغلقت شركات وتحوّلت أخرى من الربح إلى الخسارة ، وتحت وطأة هذا الوباء ، ازدهرت التجارة الإلكترونية وعرفت انتعاشاً كبيراً، وأدت الحاجة الملحة التي فرضتها كورونا إلى التعامل الإلكتروني وغيّرت ذهنيات المستهلكين وهو ما شجع أكثر المتعاملين الاقتصاديين على التجارة الإلكترونية، الخدمات الإلكترونية وكذا الأدوات الجديدة التي تسمح لهم بالتكيف مع الظروف الاستثنائية السائدة حالياً بسبب فيروس كورونا المستجد .فهذا الواقع الذي فرضه هذا الأخير اقتضى على المواطن الجزائري انتهاز مسار مغاير يحمل الكثير من الفعالية في الاتصال المؤسسي والتعامل الإلكتروني لمواجهة الأزمة في الاتجاه نحو مشاركة رقميه مجتمعية يكون فيها المواطن أساس الثقة باستخدام التكنولوجيا في جميع المجالات ومن دون إقصاء الكتروني لأي فرد في المجتمع.

إشكالية الدراسة:

في ظل التغيرات التي فرضتها جائحة كوفيد19 وتأثر العالم كله بها واللجوء إلى التجارة الإلكترونية وتحويلها إلى واقع ملموس من خلال ما سبق طرحه يطفو إلى السطح التساؤل التالي :

- ما هي الافاق المستقبلية للتجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد 19؟

التساؤلات الفرعية:

- حتى يتسنى لنا تحليل ومناقشة الإشكالية المطروحة، نطرح التساؤلات الآتية:
- ما هي الدعائم الأساسية لنشاطات التجارة الإلكترونية ؟
- كيف أثرت جائحة كوفيد 19 على الاقتصاد العالمي والجزائري؟
- ما مدى تأثير التجارة الإلكترونية في الجزائر بالاجراءات المصاحبة لانتشار جائحة كوفيد 19؟

الفرضيات:

يمكن صياغة الفرضيات كالآتي :

- أدى انتشار جائحة كوفيد 19 في الجزائر إلى زيادة الاقبال على العمليات التجارية التي تتم عبر النت.

- ساهمت جائحة كوفيد 19 في تغيير سلوك المستهلك الجزائري مما أدى إلى زيادة عدد المنصات المخصصة للتجارة الالكترونية.

اسباب اختيار موضوع الدراسة:

- الميول الشخصي لدراسة مثل هذه المواضيع ، ذلك أنها تمثل انشغالات الساعة الراهنة .
- الفضول العلمي لمعرفة جهود الدولة الجزائرية في مجال تجسيد التجارة الالكترونية
- التعرف على أهم التطورات العالمية الحاصلة في قطاع التجارة في ظل أزمة كوفيد-19، وبالتحديد التجارة الالكترونية الجزائرية.

أهمية الدراسة:

تظهر أهمية البحث في أن العالم شهد تحولات جذرية اقتصادية عميقة كان سببها الرئيسي جائحة كوفيد 19، حيث قادتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي أدت إلى بناء مجتمع المعلومات وتشديد الاقتصاد الرقمي ، ونخص بالذكر التعامل الالكتروني في مجال التجارة . إذ أن هذه الجائحة أدت إلى إحداث نقلة مهمة في تاريخ التجارة الالكترونية. ومنها تظهر الأهمية البالغة للموضوع مما دفع بنا إلى محاولة دراسته وتفسيره وتحليله .

اهداف الدراسة:

تظهر أهداف البحث في النقاط التالية:

- وضع إطار نظري اكايمي شامل لموضوع التجارة الالكترونية.
- الربط بين موضوعي التجارة الالكترونية في الجزائر وتداعيات جائحة كوفيد 19 عليها .
- تشريح الواقع المعلوماتي في المجتمع الجزائري و مدى جاهزيته لتقبل واستيعاب هذا التغيير الجذري في طريقة التعامل الالكتروني ما بين المنتج والمستهلك.

منهجية الدراسة:

المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي بالإضافة الى استخدام الإحصاء كتنقية لتحليل وتفسير بعض المؤشرات.

الدراسات السابقة:

في الآتي بعض الدراسات حول الموضوع :

- دراسة :سمية ديمش ، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر ، تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي : مامدى اعتماد الجزائر للتجارة الالكترونية؟ ، حيث توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج أهمها:

— أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتحور حول اللامادية والسرعة الآنية والمعتمد على المعلومات كأهم عنصر من عناصر الإنتاج .

— التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت ، لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانوا مؤسسات او هيئات حكومية أو أفراد ، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناءً على العلاقة بين هؤلاء الأطراف .

- دراسة : بن نامة فاطمة زهرة، اخلاقيات التجارة الالكترونية ودورها في كسب الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، حيث كانت الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة كمايلي : كيف يمكن الاستفادة من الالتزام بأخلاقيات التجارة الالكترونية في تدعيم قدرات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التنافسية ؟ ، فقد توصلت الباحثة إلى نتائج ولعل أهمها مايلي :

— أن التجارة الالكترونية بلغت حدودا عالية في انتشارها في العالم وفي دول الغربية خاصة ، إلا أن السلطات الجزائرية لم تتفطن بعد إلى ضرورة اعتماد . كتنقية قانونية متطورة .

— ضعف البنية التحتية للاتصالات، فمستوى تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر مازال ضعيفا مقارنة بالدول الأخرى.

— الالتزام الأخلاقي عند التعامل بالتجارة الالكترونية ينتج عنه اثار ربحية في الجانب الاقتصادي بل وكسب ميزة تنافسية استراتيجية في الأسواق الدولية .

- دراسة : بولعراس صلاح الدين، الاقتصاد الجزائري في ظل التداعيات العالمية لجائحة كورونا بين الاستجابة الآنية والمواكبة البعيدة ، حيث جاءت إشكالية هذه الدراسة كمايلي : كيف استجاب الاقتصاد الجزائري للتداعيات جائحة كورونا العالمية؟ وماهي إمكانيته في مواكبة مرحلة ما بعد الجائحة ؟ ، فقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

— لقد تسببت جائحة كورونا في أزمة منقطعة النظير على اقتصاديات كل دول العالم ، ادت إلى تراجع معدلات نموها الاقتصادي بسبب حالة الركود والكساد التي تخضت عن تداعيات هذه الجائحة مما أدى إلى تكبيد الاقتصاد العالمي خسائر ضخمة .

لقد كانت استجابة الحكومات سريعة لتخفيف الآثار الاقتصادية للجائحة ، مستخدمة في ذلك أدوات السياسيين المالية والنقدية المتاحة مما ساعدها في تقليل اثار الأزمة والرفع من إمكانية تعافي اقتصاداتها بعد الأزمة .

بالنسبة للجزائر كان اثر الأزمة مزدوجا بفعل التراجع الخطير لأسعار النفط وتزايد المخاوف العالمية حول استمرار التدهور لسوق النفط وكذا تضرر قطاعاتها نتيجة تداعيات الوضع العالمي ونتيجة التدابير الوقائية المتخذة من قبل الحكومة.

- دراسة: سعاد بوفروخ ، زهية بوتغرين ، واقع التجارة الاجتماعية و استقطابها للمستهلك الجزائري في ظل كوفيد 19، دراسة حالة موقع Ouedkniss.com/haylla.com/Julia حيث كان التساؤل المطروح في إشكالية الدراسة كمايلي: هل تمكنت بالفعل وسائل التواصل الاجتماعي من استقطاب المستهلك الجزائري وجعل التجارة الاجتماعية البديل للمؤسسة والمستهلك في المعاملات التجارية؟ ، و كنتيجة لهذه الدراسة أن التجارة الاجتماعية شهدت انتشارا واسعا خلال جائحة كوفيد 19 ، فيما يخص المواقع محل الدراسة فقد تم التوصل إلى أن موقعي Ouedkniss.com/jumia.dz يعتمدان في تجارتها الإلكترونية على موقعها المباشرة عن طريق محرك البحث جوجل وبنسبة أقل على التجارة الاجتماعية، أما موقع haylla.com فيعتمد على التجارة الاجتماعية لترويج للاستراتيجية التسويقية

تقسيمات الدراسة:

تنقسم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول كآلآتي:

الفصل الأول: التجارة الإلكترونية وواقعها في الجزائر

الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كوفي 19.

الفصل الثالث: آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر وتداعيات جائحة كوفيد 19

الفصل الأول

التجارة الإلكترونية وواقعها في الجزائر

تمهيد :

لقد ساهم التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واتساع استخدام الانترنت من قبل الأفراد والمؤسسات. وذلك لعديد المزايا التي تختص بها هذه الشبكة من تخفيض النفقات وسرعة الاتصال التي استحدثت أساليب جديدة من اجل القيام بالمعاملات التجارية والتي أصبحت تتم في بيئة الكترونية عبر الانترنت وظهر بذلك ما يسمى بالتجارة الالكترونية.

إن استعمال الأسلوب الرقمي في عقد الصفقات وانجاز الأعمال والذي أصبح يتم باستخدام الأجهزة والتقنيات الحديثة في الاتصال ، قد ساعد المنظمات في إيجاد طرق حديثة من اجل تميز منتجاتها وخدماتها مما سوف يعكس إيجابا على جودة أدائها ومركزها التنافسي إزاء ما تقدم سوف أحاول إعطاء صورة شاملة عن التجارة الإلكترونية. وذلك بالتعرض إلى أهم المفاهيم المتعلقة بها، حيث ينقسم الفصل الأول إلى مبحثين رئيسيين كالتالي :

المبحث الأول : المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: جهود الجزائر في مجال تجسيد التجارة الالكترونية

المبحث الأول : المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخرًا. والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أهم معالم الاقتصاد الجديد. وسيتمحور هذا المبحث حول توضيح المفهوم الحديث للمبادلات المعتمدة على الوسيط الإلكتروني مع التطرق لمختلف أشكالها. مرورًا بأهم المميزات التي انفردت بها والتي يجب اغتنامها للالتحاق بركب التطور التكنولوجي والاندماج في السوق العالمي مع ذكر أهم المخاطر التي تعرقل تطورها.

المطلب الأول : ماهية التجارة الإلكترونية

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات والشركات بمختلف أحجامها وفي شتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحدًا من التعبيرات الحديثة التي أخذت حيز اهتمام بالغ في الحياة اليومية لكل سكان المعمورة.

إن التجارة الإلكترونية شأنها شأن أي ظاهرة جديدة تكون غامضة وغير مفهومة لدى الكثيرين بسبب حداثة استعمال المصطلح، ولذلك ظهرت العديد من التعريفات الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والتي عرضت من طرف باحثين وخبراء وهيئات علمية .

أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية

أ- تمثل التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال التعامل الذي ينطوي على تعامل الأطراف بحيث يكون التبادل الكترونياً بدلاً من مادياً أو مباشراً¹.

ب- التجارة الإلكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الانترنت، أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب².

ج- إن مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت الدولية وتوزيع البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو الشركة ، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي مما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من حجمها³. في الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الإلكترونية حتى الآن وذلك بسبب تعدد الجهات والمنظمات الدولية المعرفة لها لذلك تدرج منها:

1- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق: " الأعمال الإلكترونية" دار المناهج للنشر والتوزيع. الأردن. 2006. ص 209

2 - فريد النجار وآخرون: " التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة"، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 89.

3 - فؤاد الشيخ، محمد سلمان العواد، " المعوقات المدركة لتبني التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية " المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2005، ص 3.

1. منظمة الأمم المتحدة (UN)

حيث اهتمت منظمة الأمم المتحدة ممثلة في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي و الأنسترا (UNCITRAL) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية وقد تم ذلك في السادس عشر من ديسمبر 1996. حيث وافقت لجنة الأنسترا على إصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية¹.

لقد سمح هذا القانون بتعريف الوسائل المستخدمة في العقود الالكترونية. ففي الفقرة الأولى من المادة الثانية نص على أن "من وسائل الاتصال التي يتم عن طريقها التجارة الالكترونية على سبيل المثال لا الحصر، بخلاف تبادل البيانات الالكترونية أيضا البريد الالكتروني أو الفاكس"، إذ من الممكن مثلا أن يتم الإيجاب عن طريق الانترنت والقبول عن طريق الفاكس وبعد صدور قانون الأنسترا النموذجي للتجارة الالكترونية أصدرت العديد من دول العالم قوانين تنظيم المعاملات الالكترونية مسترشدة بأحكام هذا القانون النموذجي، فكانت دولة سنغافورة أول دولة في العالم طبقت القانون النموذجي للتجارة الالكترونية حيث أصدرت قانون المعاملات الالكترونية سنة 1998. ثم تليها بعد ذلك عدة دول منها الولايات المتحدة الأمريكية. وإيطاليا سنة 1999 وفرنسا وتونس والصين سنة 2000 وإيرلندا سنة 2001 وإمارة دبي ودولة البحرين سنة 2002².

2. منظمة التجارة العالمية (OMC)

يعرف خبراء منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية على أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات خلال شبكات الاتصالات. ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة الكترونيا من الكتب، القطع الموسيقية"³.

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الالكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية:

*عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه .

*عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات .

*عملية تسليم المشتريات .

ومن هذا التعريف فإن مفهوم التجارة الالكترونية لا يقتصر على شراء المنتجات فحسب، فالمعلومات والخدمات التي تتبادل بين شركة وأخرى أو بين شركة أو مستهلك والتي تتم عبر الانترنت أو وسائل الاتصال الالكترونية الأخرى، فهي الأخرى كذلك تدخل ضمن التجارة الالكترونية. ابتداء من معلومات ما قبل الشراء إلى خدمات ما بعد البيع.

UN :United nation 1

خالد ممدوح إبراهيم، لوجستات التجارة الالكترونية ، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، مصر ، 2008، ص2.130

3 منظمة التجارة العالمية على الرابط www.wto.org/fr/e-commerce

3. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: (OCDE)

تشير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية إلى أن التجارة الإلكترونية "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونيا ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تقوم وتحكم الأنشطة التجارية¹.

4. الاتحاد الأوروبي (Union européen)

عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها "كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدة وبين الإدارات الحكومية"² وفقا لهذا التعريف قد تتم التجارة الإلكترونية على نحوين إما بشكل - غير مباشر - وفيه تتم توصيل البضائع والخدمات التي تم الطلب عليها عبر الانترنت . بوسائل التسليم التقليدية عن طريق البريد أو عن طريق ممثلي الشركة البائعة وقد تتم بشكل غير مباشر والتي تكون فيها عن طريقة التسليم للبضائع والخدمات معنويا، ومن أمثلة هذه البضائع والخدمات برامج الكمبيوتر والمجلات الإلكترونية وخدمات التسليم وخدمات المعلومات والتحويل الإلكتروني للأموال وسندات الشحن الإلكترونية والأسهم المالية الإلكترونية والمزادات التجارية والتصميمات الهندسية. فالتسليم في التجارة الإلكترونية يتم ماديا ولا يمنع أن يكون التسليم معنويا³. وتعد التجارة الإلكترونية مصطلحا يطلق على عملية بيع أو شراء منتجات أو تبادل منتجات / خدمات أو معلومات عن طريق شبكات الحاسبات والانترنت⁴. وبصفة عامة فإن التجارة الإلكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية. كالتزويد بمعلومات (عن طريق شبكة الانترنت أو شبكات تجارية أخرى). وقد عرفت التجارة الإلكترونية أيضا بأنها تخص خدمة أو سلعة معنية لاقتنائها لاحقا، وسواء تم التسديد الكترونيا ، نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى .

1 - منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية الرابط www.oecd.org/publication

2 - علاوي محمد حسن/ مولاي لخضر عبد الرزاق: مداخلة بعنوان آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية. الملتقى الدولي الرابع عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، 25-27- أبريل 2011.

3- خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص134.

4- عزة العطار ، التجارة الإلكترونية بين البناء و التطبيق ، منشأة المعارف ، بدون طبعة ، الإسكندرية ، مصر، 2003، ص2.

- تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إنتاج وتوزيع السلع والخدمات على المشتري العالمي طور مفهوم التجارة التقليدية لتصبح تجارة الكترونية، هدفها خلق محيط تجاري جديد في وسط الكتروني مع إمكانية إلغاء الوساطة بين المنتج والمستهلك.

- مما سبق يمكننا إن نستخلص إن التجارة الالكترونية هي شكل متطور من التجارة وتشمل كل الأنشطة التجارية وإبرام الصفقات والعقود التي تتم بين المتعاملين الاقتصاديين سواء أفراد أو مؤسسات أو حكومات باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعبر شبكة الاتصال الدولية الانترنت سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي.

ثانيا : التمييز بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية

إن طرق الاتصال في التجارة الالكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية ففي الأول وسيلة الاتصال الوحيدة هي الانترنت التي تتسم بالمرونة وبسرعة التحويلات ومعالجة الطلبات في حين التجارة التقليدية فتعدد طرق الاتصال فيها واختلافها يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب المعطيات وهو ما يؤدي عادة إلى إطالة زمن معالجة الطلبية . فالتجارة التقليدية تعني أن يتجه المشتري إلى المتجر لشراء احتياجاته ومتطلباته. بينما التجارة الالكترونية هي سوق الكتروني، يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صبغة رقمية ، وتسمى هذه العملية بالتبادل الالكتروني والتي تختلف كثيرا عن عملية التبادل التقليدية المتعارف عليها .

ويلخص الجدول التالي الفروق بين كلا النوعين:

الجدول رقم (1) : مقارنة بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية.

العملية	تجارة تقليدية	تجارة الكترونية
- البحث عن معلومات حول منتج معين	- مجالات ، ممثل تجاري ،	- صفحة
- طلب منتج	- رسالة وثيقة	- بريد الكتروني
- التأكيد على طلبه	- رسالة وثيقة	- بريد الكتروني
- مراقبة السعر	- كتالوج	- على الخط
- التأكد من توفر السلعة	- هاتف . فاكس	- بريد الكتروني
- تسليم الطلبية	- وثيقة مطبوعة	- بريد الكتروني
- بعث الطلبية	- فاكس، البريد	- بريد الكتروني
- التأكد من توفر السلعة في المخزن	- وثيقة مطبوعة ، فاكس ،	- قاعدة بيانات على الخط صفحة
- تخطيط التسليم	- هاتف	- قاعدة بيانات على الخط

- تسليم السلعة	- وثيقة مطبوعة	- انترنت
- تأكيد التسليم	- المورد	- بريد الكتروني
- بعث فاتورة	- وثيقة مطبوعة	- بريد الكتروني
- بعث التسوية المالية	- بريد	- تحويل الكتروني للأموال والبيانات
	- بريد	

المصدر : زايري بالقاسم ، طوباش علي ، طبيعة التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها المتعددة ، مجلة المستقبل العربي، مصدر الدراسات الوحدة العربية ، العدد288، لبنان، فيفري2003، ص72.

وبالتمعن في الجدول نلاحظ أن هناك بعض التشابه بين الطريقة القديمة والجديدة للشراء إلا أن الاختلاف يكمن في كون التجارة التقليدية تستغرق وقتا طويلا لمعالجة الطلبية بسبب محاور الاتصال المختلفة على عكس التجارة الالكترونية التي تختصر فيها المحاور وتكون فيها المعلومات ذات طبيعة رقمية.

وتتميز التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية باختصار الدورة التجارية مما ينعكس على تخفيض تكلفة المنتج. حيث ألغت التجارة الالكترونية دور تجار الجملة والتجزئة والوكلاء وأصبحت عملية البيع تتم من المصنع إلى المستهلك مباشرة ، وبالتالي تنخفض الأرباح التي كان يحصل عليها هؤلاء الوسطاء نتيجة الجهود التي يبذلونها في شحن وتخزين وإعلان لتوصيل السلع للمستهلك.

المطلب الثاني : أشكال التجارة الالكترونية وتطبيقاتها

شهدت التجارة الالكترونية تطورا كبيرا أدى إلى تنوع أشكالها وتقسيماتها على نحو كبير وزاد من تطبيقاتها في مجالات شتى.

أولا : أشكال التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية يمكن أن ينظر إليها على أنها مفهوم متعدد الأبعاد ويمكن أن تتم من خلال تسعة أشكال ولعل أهمها التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال والتجارة الالكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك نبينها على النحو التالي :

1 - التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية ويرمز لها ب (Business to Business)

(B2B): ويقصد بها تعاملات التجارة الالكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة ومنظمات الأعمال المشتري عبر شبكة الانترنت، بمعنى آخر هي كل الصفقات (بيع وشراء) التي تتم بين الشركات. سواء كانوا أطراف عملية تجارية.

أو شركاء أو في شكل تبادل بيانات الكترونيا EDI*. ومن الأمثلة على هذا النوع من التجارة الالكترونية قيام الشركة باستخدام شبكة الاتصالات للحصول على طلباتها من الموردين واستلام الفواتير ، وكذلك بالسداد الالكتروني¹.

ويمكننا أن نميز نوعين من التجارة الالكترونية بين الشركات وهما :

أ-تجارة الكترونية عمودية بين الشركات. Vertical B to B.²

يهتم هذا النوع من التجارة الالكترونية بنوعية معينة من الخدمات للعديد من الصناعات والمجالات . حيث توجد مواقع تقوم بإنشاء وحدات أو جماعات متخصصة في خدمات متخصصة مثلا : مجال الرعاية الطبية .

• ب-تجارة الكترونية أفقية بين الشركات Horizon B to B

هي موقع التجارة الالكترونية التي تهتم بكافة الخدمات التي ترتبط بصناعة معينة

2-التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك Business costumer ويرمز لها B2c

هذا الشكل انتشر بشكل كبير ويستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات والخدمات عن طريق الويب من خلال مراكز التسويق على الانترنت وهي تقدم كافة أنواع السلع والخدمات و يستخدم هذا الشكل من قبل المنشأة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة³

3-التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية والإدارة الحكومية Business to Gouvernment ويرمز لها ب (B to G).

وهي تعطي كافة التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية حيث تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الانترنت . بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة الكترونية وان تقوم بإجراء المعاملة الكترونيا دون الحاجة لتعامل مع مكتب حكومي . مثال عن ذلك : قيام الشركات بتسوية ضرائها عبر الانترنت . وكذلك قيام الحكومة بنشر تفاصيل مشترياتها عبر الانترنت ما يمكن الشركات من الاستجابة لها الكترونيا⁴.

1 نخلة أحمد قنديل: " التجارة الالكترونية" المرشد للمدير العصري/ رؤية تسويقية"، السويس، مصر 2004، ص24.

2 المرجع نفسه، ص24.

3 Francis Merlin, B2B stratégie de Communication, deuxième tirage, Edition d'organisation, Paris. 2001. P25.

4 علاوي محمد لحسن / مولاي لخضر عبد الرزاق: مرجع سبق ذكره، ص06.

4- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمنظمات الحكومية: **Costumer to Gouvernement** يرمز لها ب : (C to G).

ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة ، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات . أو تلبية بعض المطالب وبتكلفة قليلة . وخير مثال على ذلك : استخراج رخص السيارات والتراخيص للممارسة المهنة وصرف الرواتب والمعاشات سداد الضرائب والفواتير الكترونيا. وكذلك خدمات المطارات.¹

5- التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك **Costumer to costumer** ويرمز لها ب (C2G).
قد ظهر هذا النوع من استخدام الانترنت وظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الانترنت والنوع الرئيسي لهذا الشكل هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرف الإلكتروني **Electronic Bay** حيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى الأفراد فيستطيع المستهلكون الآخرون أن يزايدوا على الثمن ويقوم الرف الإلكتروني بالخدمة كوسيط حيث تجعل من الممكن للعملاء أن يضعوا بضائعهم على الموقع الإلكتروني الخاص بالرف الإلكتروني **E-Bay** وهذا الشكل يهدد التجارة الإلكترونية التي تتم بين وحدة الأعمال والمستهلك².

6- التعاملات بين المستهلكين والشركات **Costumer to Busines** وهو مايعبر عنها ب (C To B).
وتشير إلى التعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم بين مستهلكين أفراد بائعين ومنظمات أعمال مشتري ومثال ذلك عندما يقوم المستهلك الفرد ببيع منزل يمتلكه من خلال الانترنت إلى منظمة أعمال مشتري وتضم هذه التجارة طرفا وسيطا ثالثا. نظرا إلى معظم البائعين من المستهلكين الأفراد لا يمتلكون موقع على الانترنت . لذا يعتمدون على مؤسسات لها مواقع متخصصة على شبكة الانترنت ، تقوم ببيع منتجات البائعين الأفراد ، وتلقي طلبات الشراء وذلك مقابل عمولة أو مجانا . ويقع موقع **www.buyonline. com.** مثال عن هذا النوع من التجارة³

7- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية ببعض **Gouvernement to Gouvernement** ما يعبر عنه ب **G2G**

ويمكن أن تشمل هذه التعاملات بين الأجهزة الحكومية. ولكنها يمكن أن تشمل أعمالا ذات طابع تجاري كان تؤجر هيئة الأوقاف أراض أو شقق لوزارة أخرى من وزارات الدولة.

1 إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية للقاهرة، مصر، 2003، ص17.

2 خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص160.

3 طه طارق: التسويق الإلكتروني، إصدار2، منشأة المعارف للتوزيع، مصر، 2005، ص355-356.

8- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والشركات **Gouvernement to Business** ويرمز لها ب **G2B**

وتتمثل في المبادلات في المعلومات بين الحكومة والشركات باستخدام الانترنت . كالمعلومات التي ترسلها الحكومة الخاصة بالضرائب والجمارك والأوضاع النقدية وما إليها.¹

9- التعاملات بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين **Costumer Gouvernement to** ويعبر عنها ل **G2C**

وتتمثل في الخدمات الالكترونية التي تقدمها للأفراد كاستخدام بطاقات الهوية ورخص السياقة . وشهادات الميلاد ودفع الضرائب إلكترونيا .²

ويمكن توضيح وتلخيص هذه الأشكال باستعمال المصفوفة التي قدمها كوبل **Coppel** وهي على النحو التالي :

الشكل رقم (1) : مصفوفة كوبل

حكومة	شركة	مستهلك
حكومة لحكومة G to G	حكومة لشركة G to B	حكومة لمستهلك G to C
شركة لحكومة B to G	شركة لشركة B to B	شركة لمستهلك B to C
مستهلك لحكومة C to G	مستهلك لشركة C to B	مستهلك لمستهلك C to C

المصدر: محمد طاهر نصير : التسويق الالكتروني ، دار الحامد ، عمان ، 2005 . ص 44

ثانيا : تطبيقات التجارة الالكترونية .

يعتقد الكثير من الناس أن التجارة الالكترونية هي مجرد امتلاك موقع على الشبكة، إلا أن التجارة الالكترونية هي أكبر بكثير من ذلك. فهي عبارة عن تطبيقات كثيرة ومتنوعة وتمثل هذه التنظيمات المهام المختلفة والأنشطة التي تمارسها الشركات من خلال وسائل الاتصالات الالكترونية أو بمعنى آخر هي المجالات التي تستخدم فيها التجارة الالكترونية مثل:

1 إبراهيم العيسوي: مرجع سبق ذكره، ص14.

2 علاوي محمد لحسن/ مولاي لخضر عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص6.

الصيرفة الإلكترونية وشراء الأسهم والسندات والإعلان والتسويق الإلكتروني ، البيع بالجملة والتجزئة . النشر الإلكتروني ، جرائد مجلات ، الاستشارات القانونية الطبية الإدارية . البحث عن فرص العمل إجراء المزادات الإلكترونية التعاون الإلكتروني في مجال البحث والتطوير . التصميمات الهندسية وتقديم الخدمة للعميل.

وبدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال EFT الذي كان سائدا بين الشركات العملاقة وبعدها ظهر التبادل الإلكتروني للأموال EDT، والذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى، مما زاد استخدام هذه التقنية في شركات الخدمات ولدى بائعي التجزئة والمصانع.¹

بعدها أدى التطور الكبير في الشبكات والبرمجيات إلى ظهور التطبيقات الحديثة للتجارة الإلكترونية مثل : المزادات، الإعلانات وبيع الأسهم وغيرها من الخدمات .

وعلى هذا الأساس يمكننا تصنيف تطبيقات التجارة الإلكترونية ضمن ثلاث فئات رئيسية هي:

- بيع وشراء السلع والخدمات، وهو ما يشار إليه بالأسواق الإلكترونية
- تسهيل عملية تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون مابين المنظمات من جهة وداخل المنظمة الواحدة من جهة أخرى.
- توفير خدمة الزبائن .

1-الأسواق الإلكترونية: Electronic Markets

هي أسواق تحدث في العالم الافتراضي بدلا من العالم الحقيقي المادي ، وهي تشير إلى ذلك الحيز الافتراضي أو الإلكتروني الذي يلتقي فيه البائعون لعرض منتجاتهم (سلع ، خدمات ، معلومات) مع المشتريين الذين يصعدون أوامر الشراء من خلال شبكة الانترنت، ويتفق فيه الطرفان على كيفية التسليم وكيفية تسوية المدفوعات (نقود الكترونية، بطاقات ائتمانية ...) ²

2-أنظمة المعلومات مابين المؤسسات

إن من بين أهم وأقدم تطبيقات التجارة الإلكترونية أنظمة المعلومات :

أ-تعريف نظم المعلومات :

1 أنور بسام: التجارة الإلكترونية: كيف، متى وأين؟ " الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت على الخط Online. متوفرة على الموقع

www.c4avgb.com ، ص4

2 أنور بسام: مرجع سبق ذكره، ص 5. 6.

تعتبر نظم المعلومات بمثابة نظام واحد يربط مابين عدة جهات تجارية ، وغالبا ما تشمل شركة ما ومزودها ومستهلكها .¹ والهدف منها ضمان معالجة التعاملات التجارية بكفاءة عالية مثل : بث الطلبات والفواتير والحالات المالية عبر الشبكات الخارجية، حيث يتم تبادل المعلومات عبر شبكات الاتصال وذلك باستخدام تصاميم وأشكال معدة مسبقا .

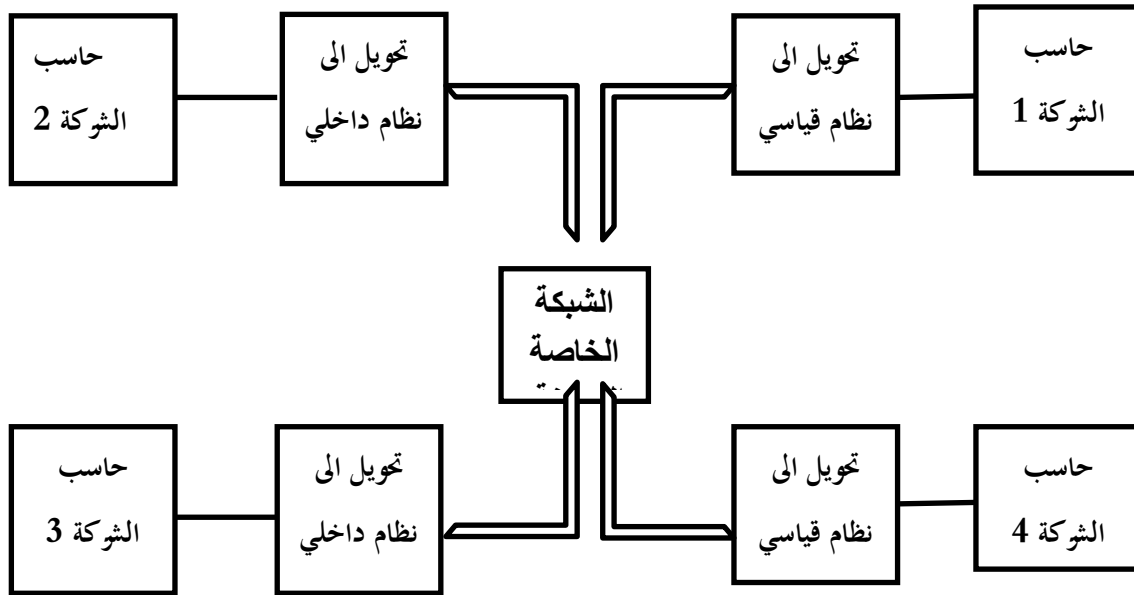
ب-أنواع نظم المعلومات التنظيمية المتداخلة (نظام المعلومات مابين المؤسسات):

ب-1/ نظام التبادل الالكتروني EDI

هو عبارة عن مجموعة من القواعد والإجراءات والمواصفات القياسية التي تحكم وتنظم عمليات تبادل البيانات التجارية بطريقة الكترونية بين أجهزة الكمبيوتر التابعة للشركاء التجاريين .²

ويوضح الشكل التالي الارتباط بين الشركات المشاركة في نظم التبادل الالكتروني للبيانات

الشكل 02: الارتباط بين الشركات في نظم التبادل الالكتروني للبيانات:



المصدر: رافت رضوان "عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة، مصر ، 1999. ص 128

من خلال الشكل السابق يتبين لنا مراحل التبادل الالكتروني باستخدام شبكات خاصة:

1 محمد بوزيان، عائشة بلحشر: التجارة الالكترونية في الجزائر، الفرص والتحديات، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 6 و 7 مارس 2004،

2 المرجع نفسه ،

ففي حالة قيام الشركة (1) بإرسال أمر شراء إلى الشركة (2) فإن برامج التبادل الإلكتروني للشركة رقم (1) يقوم بتحويل أمر الشراء إلى النظام القياسي المستخدم في التبادل. ثم يتم إرسال الرسالة باستخدام الشبكة الخاصة المؤمنة إلى الشركة رقم (02)

يقوم برنامج التبادل الإلكتروني بتحويل الرسالة المستقبلية من نمط النظام القياسي إلى النمط المستخدم بحسابات الشركة¹ وبالتالي يمكن لحاسب الشركة التعامل معها دون أي حاجة إلى إجراء أي عمليات إعادة إدخال محتوياتها .

وتستطيع الشركات القيام بالاتصالات الإلكترونية وإرسال واستقبال البيانات التجارية المختلفة باستعمال إحدى الوسيلتين:

* استخدام النقل المباشر

يعني النقل المباشر قيام الشركة بالاتصال عبر شبكة هواتف أو الخطوط المخصصة للربط المباشر مع كمبيوتر احد الشركاء . وتتميز هذه الطريقة بالبساطة والسهولة وقلة التكلفة . ولكن من عيوبها إمكانية حدوث أخطاء أثناء نقل البيانات (2).

* استخدام شبكة القيمة المضافة

وتسمى أيضا الشبكة الخاصة المؤمنة وهي عبارة عن شركة مستقلة تقدم خدمات الاتصال ومعاملات التبادل الإلكتروني ، ومن بين هذه الشركات نجد : IBM ، StERTING ، فمن اجل إجراء الاتصال الإلكتروني بين شركاء العمل يستعينون بهذه الشركة لتوفير هذه الخدمة مقابل رسم شهري بالإضافة إلى رسم كل صفقة تتم .

ب- 2-الاكستراييت: هي امتداد لشبكة الانترنت الخاصة بمؤسسة معينة على الانترنت بحيث يستطيع الأشخاص المحولون مثل موظفي المؤسسة المتنقلين وبعض الزبائن والموردين الوصول إلى البيانات والتطبيقات الموجودة على الانترنت².

ب- 3- التحويل الإلكتروني للأموال Electronic Fund Transfer

يتم بواسطة الأجهزة الإلكترونية والشبكات الحاسوبية كشبكة الانترنت ، وبفضله تتم عملية تحويل الأموال إلى أي مكان وفي اقل وقت ممكن بواسطة الوسائل الإلكترونية . ويتم التحويل عبر شبكات اتصال خاصة وآمنة . وتساهم هذه الآلية في تسهيل وتسريع المدفوعات الإلكترونية مثل : إشعارات التحويل بين البنوك وعمليات الإيداع المباشر لرواتب العاملين في حسابات البنك .

ب- 4- قواعد البيانات التشاركية او التقاسمية

هي عبارة عن معلومات مخزنة في قواعد البيانات بطريقة هيكلية منظمة ، بحيث يمكن جميع الأطراف المشاركة في التجارة من الاطلاع عليها وبالتالي اختصار الوقت اللازم لإرسال البيانات واستقبالها ، وغالبا ماتتم هذه المشاركة والمقاسمة عبر نظام الشبكات الخارجية الاكستراييت بحيث تتعاون الشركة مع الموردين والعملاء في مجال : التنبؤ بالطلب إدارة الجرد وتلبية

1 منير محمد الجنيهي، مدوح محمد الجنيهي، الشركات الإلكترونية ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2006، ص 85.

2 سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق: مرجع سبق ذكره، ص 209.

الطلبات التجارية مما يؤدي إلى خفض البضائع المخزونة وإلى تسريع شحن البضائع والقيام بالتصنيع في نفس الوقت المناسب¹.

3- توفير خدمة العميل :

أصبحت الشركات اليوم تهتم بشكل متزايد بالعميل ، حيث برز مفهوم التوجه بالعميل والذي يعني قيام الشركة بتركيز جل اهتمامها في مجال خدمة العميل وتحقيق الرضا لديه، واعتباره ضمن المنظومة المتكاملة للجودة والتجارة الإلكترونية، ففي عالم التجارة الإلكترونية يعتبر إيجاد الزبائن والمحافظة عليهم وجعلهم سعداء مهمة مختلفة عن مهمة المتاجر التقليدية ، خصوصا وان المشتري عبر الانترنت يختلف في صفاته وخصائصه وطلباته عن المستهلك العادي². وحتى تتمكن المؤسسة من إدارة علاقاتها مع الزبائن بشكل جيد عليها القيام بمجموعة من الجهود لكي تتمكن من كسب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الحاليين ومن بين هذه الجهود نجد ما يلي :

* التمييز في تطوير وتحسين المنتج عبر الانترنت

* التمييز في الأنشطة الترويجية

* التمييز في توزيع المنتجات

* توفير الخصوصية والأمان

* التفاعل مع الزبائن.

المطلب الثالث : مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

كما للتجارة الإلكترونية مزايا فهي لها عيوب وفيما يلي نستعرض هذه المزايا والعيوب :

أولا : مزايا التجارة الإلكترونية

أن للتجارة الإلكترونية مجموعة من المزايا وهي كالتالي :

1-المزايا بالنسبة للأفراد :³

أ/- توفير الوقت والجهد: إن المواقع الإلكترونية أو الأسواق الإلكترونية تفتح 7 أيام / 7 و 24 سا ، ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين ، ولا يتطلب شراء احد المنتجات أكثر من نقرة على المنتج وإدخال بعض معلومات البطاقة الائتمانية

1 رأفت رضوان، مرجع سبق ذكره، ص126.

2 سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، مرجع سبق ذكره، ص220.

3 نحلة أحمد قنديل، مرجع سبق ذكره، ص23.

ب/ حرية الاختيار : يمكن للزبون من خلال عملية الشراء عبر التجارة الإلكترونية المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفرة عبر الانترنت وبإمكان زيارة العديد من المواقع لاختيار الأنسب .

ج/ خفض الأسعار : يمكن للمستهلك أن يتجنب تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق العادي وهذا ما هو في صالح الزبون، كما بإمكانه الاستفادة من عروض الخصم الكبيرة التي تطلقها الكثير من الشركات عبر الانترنت.

د/ نيل رضا المستخدم : تتكفل الشركات المتواجدة عبر الانترنت بالإجابة والرد على تساؤلات زبائنها من خلال التخاطب الشخصي أو عبر البريد الإلكتروني، وتوفر الانترنت ميزة الإجابة عن استفسارات الزبائن مما يوفر خدمات أفضل للزبائن و يستحوذ على رضاهم .

2- بالنسبة للمؤسسات :¹

أ/- تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر :

إن خاصية الطابع العالمي في التجارة الإلكترونية يتيح للمؤسسات التغلغل في الأسواق العالمية مما يوسع قاعدة زبائنها عبر العالم ، وبالتالي جني أرباح إضافية وهذا طيلة أيام السنة وبدون انقطاع .

ب/- تخفيض مصاريف المؤسسات:

استخدام تجهيزات من أجل الترويج وجذب الزبائن في التجارة التقليدية ينتقل من ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية، وكذلك صياغة وإعداد المكاتب في حين أنه في التجارة الإلكترونية، فهذه العمليات تعد أكثر اقتصادية فوجود قاعدة البيانات على الانترنت تتيح استرجاع المعلومات الموجودة لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة . مما يساهم في تقليل عدد الموظفين المكلفين بعملية الجرد والإدارة.

ج/- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:

توفر التجارة الإلكترونية فرص المؤسسات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الأخرى (الموردين) وتقلص المسافات وتوفر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.

ثانيا : عيوب التجارة الإلكترونية :

كما أن هناك منافع ومزايا للتجارة الإلكترونية ، فان هناك سلبيات للتجارة الإلكترونية يمكن عرضها كما يلي :².

*سرقة أو تزييف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم شرائها.

سعد غالب ياسين، بشار عباس العلق، مرجع سبق ذكره، ص225.

محمد صالح الخناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، طبع، نشر وتوزيع الإسكندرية، ص169.

- * غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركات والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزويد بالبيانات أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب.
- * صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء. فقد يتم إبرام عقد بين البائع والمشتري يبعد عنه آلاف الأميال ويختلف عنه في التوقيت الزمني.
- * استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية.
- * حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات.

المبحث الثاني: جهود الجزائر في مجال تجسيد التجارة الإلكترونية .

في ظل اعتماد الكثير من دول العالم على سياسات عمومية لإدخال الرقمنة إلى جميع الميادين الاقتصادية منها الطبية والاجتماعية والإدارية ورفع شعار " المواطن زبون الحكومة" سعت الجزائر كغيرها من الدول إلى تبني إستراتيجية" الجزائر الالكترونية 2013 (Stratégie e-Algérie) الذي تم التشاور فيه مع مؤسسات والإدارات العمومية والمتعاملين الاقتصاديين العموميين والخواص والجامعات ومراكز البحث والجمعيات المهنية التي تنشط في مجال العلوم والتكنولوجيا الإعلام والاتصال إذ شارك فيه أكثر من ثلاث مئة شخص في طرح الأفكار و مناقشتها خلال 6 أشهر وتتضمن 13 محورا تحدد الأهداف الرئيسية والخاصة .¹

المطلب الأول : واقع البنية التحتية للتجارة الإلكترونية الجزائرية

أولا : إستراتيجية الجزائر الالكترونية 2013/2008

بقي مصطلح الإدارة الالكترونية إلى مرحلة متأخرة مفهوم يكتنفه الغموض في أذهان المسؤولين والمختصين والقائمين على قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر. حيث يتضح من خلال النقاشات المختلفة انحصار المفهوم في ما يقوم به قطاع وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويبقى تطبيق الإدارة الالكترونية مهمة هذا القطاع بشكل انفرادي الى غاية صدور إستراتيجية الجزائر الالكترونية 2013 (E-Algérie 2013) وهي الوثيقة التي صدرت في ديسمبر 2008 والتي تمثل حسب ما ورد فيها أول وثيقة رسمية تحمل معالم برنامج إدارة الالكترونية متكاملة في الجزائر . وهو عبارة عن إستراتيجية تهدف إلى تعميم استخدام التكنولوجيا المتطورة في اغلب الإدارات العامة². تكتسي هذه الإستراتيجية أهمية كبيرة للمواطن والمؤسسة:

*بالنسبة للمواطن :

-توفير مشقة التنقل للمواطن لاستخراج وثائق او الاستفسار حول انشغالاته .

-ريح الوقت والمال واقتصاد للمجهود البشري .

*بالنسبة للمؤسسات :

-يساعد على سرعة انتشار المعلومات وتحسين عملية لاتصال مع المواطنين

-تشجيع الاستثمارات الداخلية و الخارجية.

1 لعرج مجاهد نسيمه، طويطي مصطفى: إستراتيجية إقامة الحكومة الإلكترونية" المحاولة الجزائرية ، مجلة ميلاف للبحوث و الدراسات، العدد الثالث ، جوان 2016، ص215.

2 خالد قاشي وآخرون: إستراتيجية الجزائر الالكترونية 2013: " فجوة النظرية والتطبيق، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الرابع، ص 91-92.

وعليه فإن " إستراتيجية الجزائر الالكترونية 2013 " يتمحور حول فكرة أساسية ومنطلق أساسي مفاده ربط المواطن والإدارات العمومية بنسق الكتروني موحد يتيح إجراء مختلف المعاملات بين هذه الأطراف ما يوفر الجهد والوقت والتكاليف ويعمل على تحقيق مزايا في غاية الأهمية .

أ - محاور إستراتيجية الجزائر الالكترونية 2013:

تتضمن إستراتيجية الجزائر الالكترونية ، تركيز خاصة على ثلاث مواضيع هي الإدارة الالكترونية ، المؤسسة الالكترونية ، المواطن الالكتروني وان تطوير هذه المحاور الثلاثة عشر يقتضي إطار قانوني وتعاون دولي وكفاءات بشرية ... وتم تحديد لكل محور رئيسي مجموعة من الأهداف الرئيسية الخاصة المزمع تحقيقها على مدى فترة 5 سنوات (2013/2009) وتم ضبط قائمة الإجراءات اللازمة للتنفيذ.

1- المحور الأول : تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة .

سعى واضعو إستراتيجية الجزائر إلى تحقيق هدفين هما:
*عصرنة الإدارة بواسطة التكنولوجيا الإعلام والاتصال.
*تقريب الإدارة من المواطن .

ولتحقيق هاتين الغايتين تم تسطير عمليات وأهداف خاصة تتعلق بما يلي :

*استكمال البنى الأساسية المعلوماتية من خلال إقامة الشبكات المعلوماتية المختلفة واقتناء التجهيزات.¹
*إقامة نظم المعلومات من خلال رقمته المعلومات والتسيير الالكتروني للمستندات.
*نشر تطبيقات قطاعية مميزة .

*تنمية الكفاءات البشرية من خلال عمليات التكوين .

*تطوير تشكيلة واسعة من الأنشطة والخدمات الالكترونية لفائدة المواطنين (G2C) والإدارات الأخرى (G2 G)

المحور الثاني : تسريع استخدام التكنولوجيا الإعلام والاتصال في الشركات

تم تحديد الهدف الرئيسي المتمثل في إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع الاقتصادي ، ودعم امتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل الشركات ويترتب عن ذلك ثلاث أهداف كما يلي :²
*دعم تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
*تطوير التطبيقات من اجل تحسين أداء الشركات

1 سمية ديمش: " التجارة التكنولوجية حتميتها وواقعها في الجزائر "، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة متنوري، قسنطينة، تخصص: تحليل واستشراف اقتصادي- 2010-2011- ص248.

2 خالد قاشي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص94.

*تطوير عرض خدمات الالكترونية من طرف الشركات

المحور الثالث : تطوير الألياف والخوافز لاستفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

فمن الضروري مواصلة عملية التعميم الوصول إلى الانترنت، ذلك بتوسع هذا النفاذ من اجل السماح لكل مواطن عبر التراب الوطني بالاستفادة من الخدمات العمومية الالكترونية وتشكل عملية تعميم الوصول إلى الانترنت هدفا رئيسيا يتفرع بدوره إلى ثلاثة أهداف تتمثل في:

*إعادة بعث مشروع "أسرتك" عن طريق توفير حواسيب شخصية وخطوط توصيل وخطوط توصيل ذات التدفق السريع من توفير التكوين ومضامين متميزة لفائدة كل فئات المجتمع.

*الزيادة بشكل معتبر في عدد الفضاءات العمومية الجماعية ومحلات الانترنت والحظائر المعلوماتية.

*توسيع الخدمة العامة لتشمل النفاذ إلى الانترنت.

المحور الرابع : دفع تطور الاقتصاد المعتمد على المعرفة :

يتمحور الاقتصاد المعتمد على المعرفة (الاقتصاد الرقمي) حول ثلاث مكونات أساسية هي : البرمجية ، الخدمات والتجهيز. لذلك وجب العمل على تشجيع إنشاء الشركات في مجال إنتاج المضامين المحلة بصفقتها محركا للابتكار ، حيث يكمن الهدف الأساسي المسطر ضمن هذا المحور هو :

*تهيئة الظروف المناسبة لتطوير صناعة تكنولوجيايات الإعلام والاتصال تطورا مكثفا .

*مواصلة الحوار الوطني بين الحكومة والشركات والذي تمت مباشرته في إطار إعداد إستراتيجية الجزائر الالكترونية 2013.

*توفير كل الظروف الملائمة لتشجيع الكفاءات العلمية والتقنية والوطنية في مجال إنتاج البرمجيات وتوفير الخدمات والتجهيز.

*توجيه النشاط الاقتصادي في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال نحو التصدير .

المحور الخامس : تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع

يجب أن تكون شبكة الاتصالات ذات التدفق السريع قادرة على توفير الخدمات الضرورية عبر أرجاء الوطن بنوعية وأمان يستجيبان للمقاييس الدولية وفي هذا الصدد فان الهدف الرئيسي لهذا المحور يتمثل في انجاز بنية تحتية للاتصالات ذات

التدفق السريع والفائق السرعة تكون مؤمنة وذات خدمة عالية الجودة عن طريق.¹

*تأهيل البنية التحتية الوطنية للاتصالات

*تأمين الشبكات.

*التسيير الفعال لاسم نطاق "dz".

1 خالد قاشي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص96

المحور السادس : تطوير الكفاءات البشرية

تتم عملية التطوير من خلال إدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كافة المناهج التعليمية ، سواء في التكوين المهني والمنظومة التربوية ، أو التعليم العالي بالإضافة إلى إنشاء مؤسسة دولية للتكوين العالي في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

المحور السابع : تدعيم البحث والتطوير والابتكار

تشكل عملية البحث والابتكار العمود الفقري للاقتصاد المعرفي . ولهذا فان الرغبة في تطوير منتجات وخدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال تستدعي ضرورة تطوير أنشطة البحث والتطوير والابتكار من خلال إعداد برامج وطنية وشبكات بحث وابتكار ، وتسريع عملية بناء مركز الدراسات والأبحاث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال (CERTIC) . ودعم كفاءات البحث من خلال تنظيم الصالونات واللقاءات الدولية والدورات التكوينية. ومنح الجوائز التشجيعية ، كذلك تطوير الشراكات مع الجامعات ومراكز البحث الأجنبية . هذا فضلا عن تنظيم نقل التكنولوجيا والمهارات عن طريق وضع إجراءات تشجيعية لجلب الشركات الإنتاجية العالمية للانتشار في الجزائر.¹

المحور الثامن : ضبط مستوى الإطار القانوني

إن الترتيبات والتشريعات القائمة لا تغطي كل المسائل القانونية المترتبة عن استخدام وتطوير تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتشديد مجتمع المعلومات وعليه لابد من ضبط مستوى الإطار القانوني تماشيا مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع المعلومات . وبالتالي كان الهدف الأساسي لهذا المحور يتمثل في تهيئة مناخ من الثقة يشجع على إقامة الحكومة الالكترونية وهو ما يتطلب تحديد إطار تشريعي وتنظيمي مناسب.²

المحور التاسع: الإعلام والاتصال

يلعب الاعلام والاتصال دورا هاما في الاقتصاد القائم على المعرفة ، حيث يشكل الاعلام قيمة اساسية تتحول عند تحصيلها الى معرفة يضيف عليها الاتصال ثراء واهمية اكبر ، لذلك تهدف استراتيجية الجزائر الالكترونية في هذا المحور الى تحسيس بدور التكنولوجيا والاتصال في تحسين معيشة المواطن والتنمية الاجتماعية والاقتصادية للبلد وذلك عن طريق :

*اعداد وتنفيذ مخطط اتصال حول مجمع المعلومات .

*اقامة نسيج جمهوري كامتداد للمجهود الحكومي.³

1 عبد الحكيم حططاش: دور تطبيق الحكومة الالكترونية في الجزائر في تحسين إدارة العلاقة مع المواطن (CRM) (دراسة تقييمية لمشروع الجزائر الالكترونية 2013). أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف (1)، الجزائر، 2017-2018- ص 251-252.

2 خالد قاشي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 98.

3 خالد قاشي وآخرون مرجع سبق ذكره، ص 98.

المحور العاشر : تعزيز التعاون الدولي

لا تزال الجزائر تلتزم أولى خطواتها في مجال التحويل الى مجتمع المعلومات ولا يمكنها تسريع هذا التحول دون طلب المساعدة من الدول التي قطعت اشواطاً كبيرة في هذا الميدان، ولهذا تسعى الجزائر الى امتلاك التكنولوجيا والمهارات من خلال اقامة شراكات استراتيجية والمشاركة الفعالة في الحوار والمبادرة الدولية.

المحور الحادي عشر: اليات التقييم والمتابعة

يهدف هذا المحور الى رضع نظام مؤشرات خاصة بعملية المتابعة والتقييم، وتستعمل لقياس مدى تأثير التكنولوجيا الاعلام والاتصال على التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن اجراء تقييم دوري لمدى التقدم في تنفيذ استراتيجية الجزائر الالكترونية.¹

المحور الثاني عشر: اجراءات تنظيمية

ان استراتيجية "الجزائر الالكترونية 2013" هي استراتيجية متعددة القطاعات، وان محاولة تنفيذها وانجاحها يستدعي مشاركة جميع الاطراف ودعم مؤسساتها، ولهذا يهدف هذا المحور الى :

*وضع تنظيم مؤسسي يسعى الى تنفيذ هذه الاستراتيجية من خلال المتابعة والتأطير والتنسيق بين مختلف القطاعات.

المحور الثالث عشر: الموارد المالية

يستلزم تنفيذ استراتيجية "الجزائر الالكترونية" موارد مالية معتبرة يستعجل توفيرها من مصدر واحد وبالتالي لا بد من استغلال جميع مصادر التمويل المتاحة استغلالاً جيداً. كما انه يجب ان تكون الاجراءات التشريعية او المادية مقرونة بتقييم مالي دقيق الى ابعد حد ممكن، ويستلزم الامر كذلك ترتيب هذه الاجراءات حسب تأثيرها على التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ب/- معوقات تنفيذ استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013

بعد مرور عدة سنوات على اطلاق استراتيجية "الجزائر الالكترونية" تم التحقق اهم المحاور الرئيسية والاهداف التي من اجلها وجد المشروع باعتراف القائمين على المشروع في حد ذاتهم ، وذلك بفعل مجموعة المعوقات التي حالت دون تقدم المشروع والمتمثلة في جملة من النقاط كالتالي :

*وجود عدد غير كافي من الكفاءات التقنية المتخصصة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

*تأخر استكمال البنية التحتية للاتصالات وتبانيها .

*ضعف مجتمع المعلومات .

*تأخر التعاملات المالية الالكترونية

1 سمية ديمس: مرجع سبق ذكره، ص252.

*محدودية الجانب التشريعي

*المعوقات الاجتماعية والثقافية

*الحواجز الجغرافية والسكانية

*العوائق التقليدية

ثانيا : الشبكة العامة للاتصالات في الجزائر (2013-2018)

ان اهم الدلائل على زيادة توجه اي مجتمع نحو التجارة الالكترونية هو توفر شبكات الاتصال الهاتفية الثابتة والنقالة . والتي يتم من خلالها النفاذ الى الانترنت وممارسة التجارة الالكترونية فضعف هذه الشبكات لا يقدم اي دعم فعال لشبكات الاعمال ولا يلبي متطلبات الاعمال الالكترونية

1-الهاتف الثابت:

ان نجاح الظاهرة الجديدة المعروفة بالتجارة الالكترونية يتطلب حدا ادنى من الخطوط الهاتفية الارضية وبأسعار معقولة . فالخطوط الهاتفية الثابتة هي السبيل الشائع للاشتراك في شبكة الانترنت .

ويعرض لنا جدول التالي وضعية الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة من 2013 الى غاية 2020

الجدول (2) : وضعية الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2013/ 2020

عدد مشتركى الهاتف الثابت (السلكي و اللاسلكي)	الكثافة الهاتفية	
3138914	%(+8.11)	2013
3098787	%(+7.65)	2014
3267592	%(+8.09)	2015
3404709	%(+8.26)	2016
1051360	%(+9.6)	2017
4348154	%(+10.02)	2018
4616310	%(+10.52)	2019
4784306	%(10.88)	2020

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على مرصد سوق الهاتف الثابت بالجزائر من سنة 2013 الى غاية 2020،

الضبط البريد والاتصالات الالكترونية ARPCE على الرابط: <http://www.arpce.dz.com>

consulté : 25 avril 2021 à 11 :37

2- اشتراكات الهاتف النقال :

وبعرض الجدول 03 اشتراكات الهاتف الخليوي المستقل في الجزائر ومعدلات التغلغل من سنة 2013 الى غاية 2020.

الجدول (03) : وضعية الهاتف الخليوي المتنقل في الجزائر خلال الفترة 2020/2013

السنة	عدد مشتركى الهاتف النقال	الكثافة ¹ الهاتفية للنقال (%)
2013	39517045	%102.11
2014	43298174	%109.62
2015	43227643	%107.00
2016	47041321	%113.35
2017	45845665	%109
2018	47154264	%109
2019	45425533	%103
2020	45555673	%103.58

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على المؤشرات الواردة في مرصد سوق الهاتف النقال بالجزائر خلال الفترة(2019-2020) سلطة الضبط البريد والاتصالات الالكترونية ARPCE على الرابط:

<http://www.arpce.dz.com> consulté : 25 avril 2021 à 11 :39

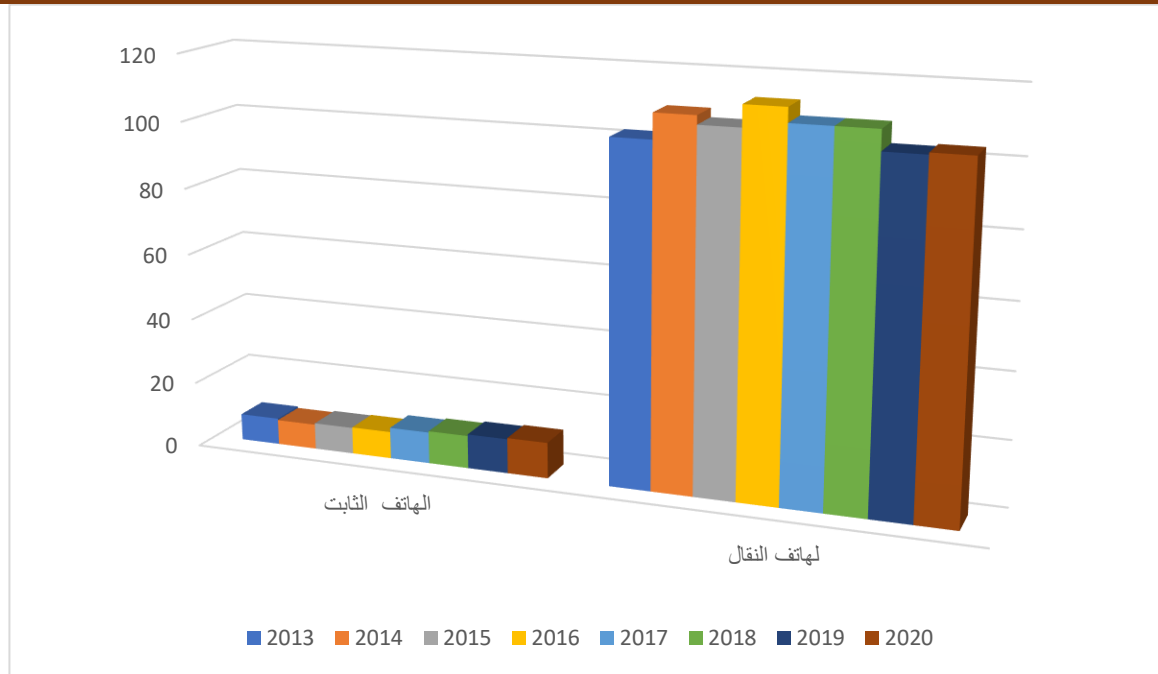
وبالمقارنة تطور الهاتف الثابت مقارنة مع الهاتف النقال الشكل الاتي يوضح المقارنة :

الشكل رقم (03) : مقارنة بين مشتركى الهاتف الثابت والنقال في الجزائر .

1 معنى الكثافة الهاتفية

هي عبارة عن نسبة استخدام الهواتف (السلكية واللاسلكية) لكل 100 شخص ونحسب بالعلاقة الرياضية الآتية: (عدد الخطوط الهاتفية/ عدد السكان) x

100



من الشكل يتضح ان اشتراكات الهاتف الثابت تنمو ببطء جد شديد فبالرغم من ان عدد الاشتراكات ارتفعت من 3.13 مليون مشترك سنة 2013 الى 4.78 مليون سنة 2020 بمعدل نمو 52,72% على امتداد 8 سنوات . الا انه اصبح جليا ان تكنولوجيا الهاتف الثابت تنمو ببطء ثابت وهذا ما يعرقل نفاذ الاسر الجزائرية الى التجارة الالكترونية باعتبار الهاتف الثابت نافذة على شبكة الانترنت . وهذا البطء يفسر الى ضعف البنية التحتية للخطوط الهاتفية و تعرضها المتكرر للأعطال اضافة الى طول مدة الانتظار للحصول على خط هاتفي . فهذا النمو البطيء يقابله نمو سريع للهواتف انتقال خاصة منذ سنة 2013 من 39 مليون مشترك الى 45 مليون مشترك خلال 8 سنوات وهذه فقرة نوعية للجزائر في مجال الهاتف المحمول وهذا راجع لعدد من المزايا للهاتف النقال المحمول لسهولة النقل وانخفاض تكلفة الاتصال وتكنولوجيا الجديدة التي تغري الجزائريين بالإضافة الى امتلاكهم اكثر من شريحة هذا التطور فتح المجال كذلك الى التجارة الالكترونية خاصة عند تزويده بالانترنت.

ثالثا : مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة (2020/2014)

ان ظهور شبكة الانترنت وانتشارها استعمالها في كل القطاعات ادى الى ارتفاع وتوسع التجارة الالكترونية حيث اصبحت من بين الأسباب الرئيسية لنمو هذا النوع من التجارة وبظهورها فسحت المجال لظهور العديد من المفاهيم الجديدة كظهور الصيرفة الالكترونية وخدمات البنوك الالكترونية في اي وقت ومن اي مكان، والجزائر كباقي الدول ادركت اهمية الانترنت وهذا ما يؤكد التزايد في عدد مستخدمي الانترنت .

هذا ما يبينه الجدول الاتي :

الجدول رقم (04): مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة (2020/2015)

السنة	عدد مستخدمي الانترنت	كثافة الانترنت ¹
2015	18583427	46.00%
2016	29538700	71.17%
2017	34628551	82.06%
2018	39602066	91.25%
2019	43171242	99.38%
2020	43761521	99.84%

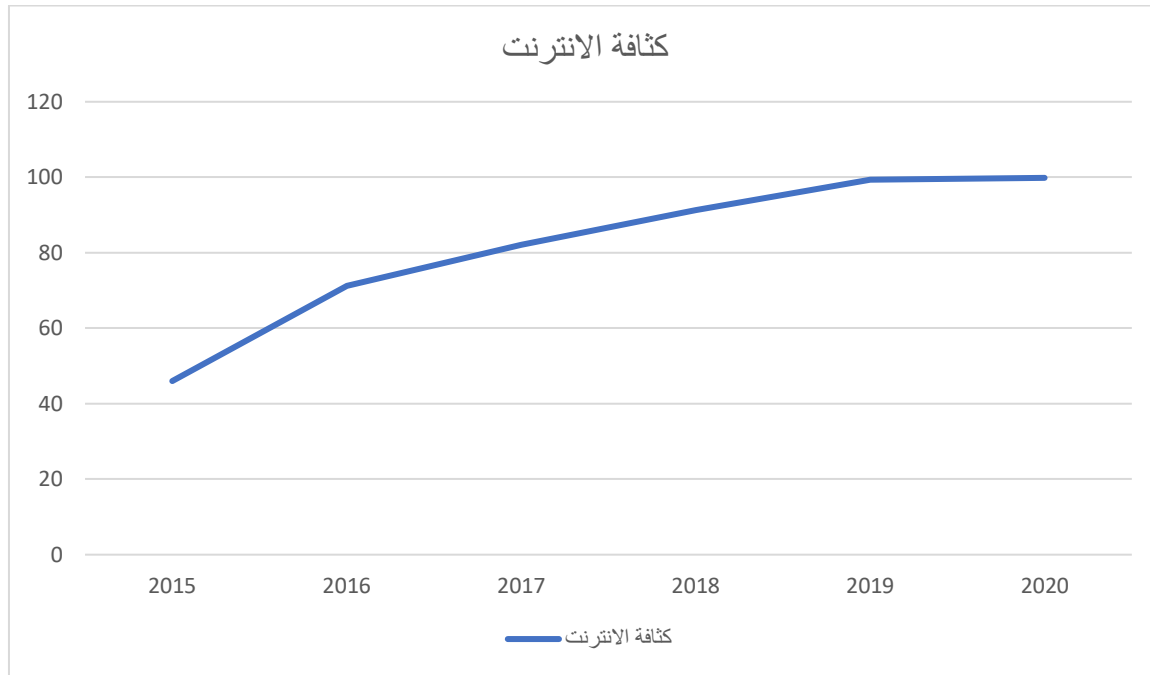
المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مرصد سوق الانترنت في الجزائر سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية (ARPCE) للفترة ما بين 2015 - 2020 ، الرابط:

<http://www.arpce.dz.com> consulté : 25 avril 2021 à 11 :42

حسب الاحصائيات المستوحاة من سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية (ARPCE) . فقد بلغ عدد الاجمالي لمستخدمي الانترنت في الجزائر سنة 2015 حوالي 18.5 مليون مشترك و بنسبة تغلغل قدرت ب 46.00 % . ومن الملاحظ حسب الجدول فان عدد مستخدمي الانترنت في تزايد مستمر عبر السنوات فقد كان معدل التغلغل (كثافة الانترنت بالنسبة لعدد السكان) لسنة 2015 لا يتجاوز 46.00 % ثم بدا بالزيادة ليرفع ابتداء من سنة 2016 لتصل الى 71.17 % ثم تتواصل في الارتفاع . وهذا دليل على نمو وعي الجزائري -المواطن الجزائري -مدى اهمية الانترنت في جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية .

1 - معنى كثافة الانترنت: هي نسبة استخدام شبكة الانترنت لكل 100 شخص وتحسب كمايلي: $\frac{\text{عدد مستخدمي شبكة الانترنت}}{\text{السكان عدد}}$

الشكل رقم (04): عدد مستخدمي الانترنت بالنسبة لعدد السكان (كثافة الانترنت)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (04)

وبالنظر لمعدل التغلغل الانترنت فقد تطور بشكل متصاعد خلال السنوات الاخيرة ، وبالمعان في الجدول نلاحظ انه خلال الفترة (2020/2016) ارتفع معدل التغلغل من 71.17 % الى غاية 99.84 %. هذا راجع الى عدة عوامل منها ظهور وباء كورونا المستجد (كوفيد 19) . ادى هذا الاخير الى تعطل جميع الخدمات وفرص الحجر الصحي ما يستلزم على المواطن الجزائري استخدام الانترنت من اجل اقتناء مستلزماته عن بعد دون الحاجة الى التنقل . فتوسع استخدام الانترنت من قبل الجزائريين فتح المجال امام التجارة الالكترونية بلاشك خاصة عند زيادة الجزائر من سرعة تدفق الانترنت وفتحت المجال امام المنافسة باعتبار اتصالات الجزائر هي المهيمنة في سوق خدمات الانترنت .

المطلب الثاني : جهود الجزائر المبذولة على الصعيد الهيكلي والمؤسسي

ان تسارع التحولات التكنولوجية دفع بالجزائر الى بذل جهود معتبرة لمواكبة هذه التغيرات وتطوير مجتمع المعلومات ، وهذا التطوير يستوجب تنظيما مؤسسيا متناسقا يدعمه ويأخذ بعين الاعتبار الطابع المتعددة الابعاد لتكنولوجيا الاعلام والاتصال ويراعي خصوصياتها .

اولا : سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (ARPT)

"Autorité de la régulation de la post est de télécommunication"

خلال سنة 2001 قامت الجزائر بإنشاء هيئة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي اطلق عليها اسم " سلطة الضبط للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية ، "تتولى السهر على تنفيذ التوجيهات الوطنية في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال . وقد كلفت هذه الهيئة بتطبيق خطط الدولة المعلنة لتحرير سوق البريد والاتصالات وانفتاحه على المنافسة وجذب الاستثمارات اليه وحماية حقوق المستهلكين .

وتم انشاء هذا الجهاز التنظيمي بموجب القانون رقم 2000-03 المؤرخ في 05 اوت 2000¹ . والذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، والذي منح لهذه الهيئة الصلاحيات الكفيلة بالضبط والمراقبة والمتاحة المتعلقة بهذا السوق . فقد حددت المادة 13 من الفصل الثالث لهذا القانون مهام ووظائف سلطة الضبط كالآتي:

1/ منح رخص الاستغلال لمعاملتي الهاتف النقال والثابت . وموفري خدمات الانترنت ومراكز النداء ، مع وضع دفتر موحد يحدد المواصلات والمقاييس الواجب توفرها في المتعاملين والقواعد المطبقة عليهم . مع محاولة تحقيق المساواة بينهم .

2/ اعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من خلال توفير بيئة تنافسية فعالة بين مختلف معاملي هذا القطاع .

3/ التهيئة الرقمية لتقديم خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال ذات الجودة . وضمانها في شروط موضوعية وشفافة . وغير تمييزيه ، مشجعة لانضمام الجميع في مختلف اقاليم الوطن الى المجتمع المعلوماتي .

4/ مواكبة الثورة التكنولوجية الجديدة وعدم التأخر عما يجري . والسعي للتعاون والنسيق مع مختلف الهيئات الدولية والوطنية بغية اقتراح كل ما من شأنه النهوض بهذا القطاع.

5/- سلطة الضبط هي الهيئة المخولة قانونا باتخاذ القرارات الجزئية والعقابية كغرض الغرامات وسحب الرخص من المتعاملين في حالة مخالفة القوانين المؤطرة لسوق نهوض بهذا القطاع .

6/- القيام بمهمة التحكيم لفض النزاعات الناشئة بين المتعاملين بعضهم مع بعض او مع المستعملين.

1 القانون 2000 -03 - المؤرخ في 05 أوت 2000، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية 06 أوت 2000، العدد 48، ص8.

وبالفعل منذ تأسيس هذه الهيئة لسنة 2001. عرف قطاع الاتصالات تعددية في النشاط وتحرر أكبر ، حيث في هذه السنة شرعت سلطة الضبط في منح رخص الاستغلال والتي كان اولها لمعامل الهاتف النقال " اوراسكوم اتصالات الجزائر OTA . لتبلغ المنافسة قيمتها سنة 2007 . مع منح رخص لمعاملين اثنين اخرين للهاتف النقال . ونفس الامر بالنسبة لمزودي خدمات الانترنت والذي بلغ عددهم بعد 4 سنوات من نشاط الهيئة الى حوالي 100 رخصة¹ . وان هذه الانشطة الممارسة من قبل هيئة الضبط لها انعكاس ايجابي على تطوير التجارة الالكترونية الجزائرية من خلال ارساء مقومات البنية التحتية اللازمة لتطبيق بتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

ثانيا : شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية

تم انشاء شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة النقدية في 25 مارس 1995 برأسمال قدره 257 مليون دج² . كشركة يساهم فيها 8 بنوك تجارية : بنك الفلاحة والتنمية الريفية . بنك التنمية المحلية ، صندوق الوطني للتوفير والاحتياط . بنك البركة الجزائرية، القرض الشعبي الجزائري. الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي . تتمثل المهام الرئيسية لهذه الشركة في مايلي :

أ/- تطوير وتوسيع استعمال وسائل الدفع الالكتروني ، من خلال اصدار البطاقات البنكية وادخالها كوسيلة سحب ودفع بين البنوك ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها.

ب/- تنظيم العلاقة بين البنوك ، من خلال تنظيم المعايير والقواعد التقنية واجراءات التسيير المطبقة بينها . وتطوير نظام النقديات المشترك بين هذه البنوك. من خلال تامين قبول البطاقات لدى كل البنوك المساهمة واجراء المقاصة بينهم.

ج/- التكفل بالهياكل القاعدية التكنولوجية والنواحي النقدية المرتبطة بها. وضمان الانتقال السريع للمعلومات من الموزع الالي او نهائي الدفع الالكتروني الى البنك المصدر البطاقة مما يساعد على دعم احد اعمدة التجارة الالكترونية . وهي الصيرفة الالكترونية .

ثالثا: وزارة البريد والتكنولوجيا الاعلام والاتصال

في اطار اصلاحات قطاع الاتصالات التي باشرتها الجزائر مع مطلع سنة 2000 . تم وضع بعض الهياكل لدعم سياسة الجزائر في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال. والتي شملت تحويل وزارة البريد والمواصلات سابقا الى وزارة البريد وتكنولوجيا

1 Autorité de régulation de la poste et de télécommunication. (rapport annuel 2008.) op – cit.

2 www.satim-dz.com consulté : 14 avril 2021 à 12 :04

الاعلام والاتصال. بهدف تنظيم قطاع التكنولوجيا الاعلام والاتصال وايجاد الاليات المناسبة والفعالة للإقامة معلومات متقدم احدهم عناصره التجارة الإلكترونية .

وتتضمن هذه الوزارة مجموعة من الهياكل مثل : المفتشية العامة ، مديرية البريد ، مديرية الشؤون القانونية ، مديرية الموارد البشرية والتكوين .ومن مهام هذه الوزارة ما يلي : ¹

- أ/- اعداد استراتيجيات لتطوير المواصلات السلكية واللاسلكية والمعلومات والتقنيات السمعية البصرية .
- ب/- المشاركة في تحديد اطار تشييد مجتمع المعلومات الجزائري
- ج/- السهر على احترام شروط دوام الشبكات المبنية على تكنولوجيا الاعلام واستمراريتها وامنها .
- د/- المشاركة في اطار وطني منسق في تحديد السياسة الوطنية بغرض الاستعمال السلمي لمجال الفضاء الخارجي .
- هـ/- السهر على احترام الترتيبات المطلوبة في مجال الدفاع الوطني والامن العمومي.
- و/- اقتراح كل التدابير المساهمة في تطوير البحث التطبيقي في ميادين المواصلات السلكية واللاسلكية والمعلومات .
- ي/- تنفيذ سياسة الحكومة في مجال الخدمة العامة للمواصلات السلكية واللاسلكية.

رابعاً: اللجنة الإلكترونية

وعيا من الدولة الجزائرية برهانات المجمع المعرفي تم ارساء لجنة وطنية اطلقت عليها تسمية " اللجنة الإلكترونية " يترأسها رئيس الحكومة وتتضمن تشكيلة متنوعة من الوزراء من قطاعات مختلفة.²

وقد تم انشاء هذه اللجنة للاطلاع بدور ريادي في اقتراح ووضع استراتيجيات الجزائر المتعددة القطاعات للتطور في مجال المعلوماتي. وقد اعدت هذه اللجنة سنة 2008 خطة وطنية للاتصالات وتقنية المعلومات تتضمن رؤية الجزائر فيما يتعلق بتكنولوجيا الاعلام والاتصال حتى افاق 2013، وفي هذا الاطار وقصد احكام تنفيذ هذه الاستراتيجية المعتمدة تم انشاء لجنة تقنية التي تعني بتوفير الدعم التقني لهذه اللجنة الإلكترونية.

خامساً : الوكالة الوطنية لترقية الحضائر التكنولوجية وتطويرها :

بغية ارساء نواة الاقتصاد الرقمي المساهم في بناء الاقتصاد البديل. تم انشاء وكالة مسؤولة عن انجاز خسائر تكنولوجية او قصاب امتياز تمثل قلب النظام البني تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر.

1 معلومات مستسقة من الموقع الإلكتروني لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال على الرابط: www.mptic.dz

2 - بن نامة فاطمة زهرة، أخلاقيات التجارة الإلكترونية ودورها في كسب الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

دراسة حالة : (بعض البنوك والمواقع الإلكترونية) مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية تخصص حوكمة الشركات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر ، 2017/2018، ص89.

وقد تم انشاء هذه الوكالة التي تتميز بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91/04 المؤرخ في 24 مارس 2004،¹ وأطلقت عليه تسمية " الوكالة الوطنية للترقية الخسائر التكنولوجية وتطويرها. Agence

national de promotion et de développement de parc technologique

وتتمثل مهامها في ما يلي :

- أ/- التكفل بكافة اجراءات وجوانب انجاز مجموعة من الخسائر التكنولوجية وتطويرها .
- ب/- السعي الى اقامة مقر استراتيجي لاستقبال المؤسسات المتجددة ومتابعتها . من خلال منحها خدمات ذات نوعية عالية .
- ج/- دعم وتحفيز الاهتمام بالسوق الجزائرية من طرف المستثمرين الاجانب ، وتسيير العروض الممنوحة في اطار برنامج الاستثمار في الخسائر التكنولوجية .
- د/- اقامة تنسيق ونوع من التآزر بين المؤسسات الوطنية للتكوين العالي والبحث والتطوير الصناعي وكذل المستعملة التكنولوجية الاعلام والاتصال حول برامج تنمية الخسائر التكنولوجية .
- هـ/- ضمان تنفيذ الدولة لالتزاماتها في مجال الاتفاقيات الجهوية والدولية المتعلقة بالخسائر التكنولوجية.²

سادسا: الوكالة الفضائية الجزائرية

نظرا للأهمية تكنولوجيا الفضاء والدور الذي تلعبه الاقمار الصناعية في توفير الاستغلال المستقل في مجال الاتصالات الهاتفية الثانية والنقالة ، الانترنت . البث التلفزيوني... حاولت الدولة الجزائرية توجيه عناية خاصة لهذا القطاع من خلال انشاء

الوكالة الفضائية الجزائرية ASAL " « Agence spatiale algérienne »

بموجب المرسوم الرئاسي رقم 02- 48 المؤرخ في 16 جانفي 2002³

لتقوم بتدعيم البحث واخرجه من الاطار النظري الى الاطار التطبيقي من خلال ما يلي :

- أ/- اعداد وتنفيذ البرامج المتعلقة بتطوير النشاطات الفضائية بالتعاون مع مختلف القطاعات المعنية .
- ب/- تكوين قدرات علمية ذات مستوى عالي، وتأهيل الموارد البشرية لجعلها قادرة على مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال الفضائي وتكييفها حسب الحاجة .
- ج/- التعاون مع السلطات الاخرى والهيئات الوطنية والاجنبية لنقل مختلف المعارف .

1 المرسوم التنفيذي رقم 04- 91 المؤرخ في 24 مارس 2004، يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية الخسائر التكنولوجية وتطويرها ويحدد تنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية 24 مارس 2004، العدد 9، ص7.

2 المرسوم التنفيذي رقم 04 - 91، مرجع سبق ذكره، ص8

3 المرسوم الرئاسي رقم 02- 48 المؤرخ في 16 جانفي 2002 يتضمن إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها، الجريدة الرسمية ل 20 جانفي 2002، العدد 5 . ص10.

د/- اقتراح نظام الاقمار الصناعية الاكثر ملائمة للأشغال الوطنية على الحكومة .

المطلب الثالث: جهود الجزائر على الصعيد التنفيذي

تسعى الجزائر كغيرها من الدول لبلوغ مراتب مشرفة على سلم المجتمع المعرفي من خلال بعث العيد من المشاريع السامية والرائدة والهادفة الى تحقيق الكثير من الغايات على غرار تطبيق التجارة الالكترونية . ذلك بتوفير قاعدة للانطلاق الرقمي في كل المجالات تتلائم وخصوصية ومستلزمات البيئة الجزائرية .

فأغلبية المشاريع الحديثة التي نفذتها الجزائر كانت الغاية منها تطوير تكنولوجيا الاعلام والاتصال وزيادة استعمالها التفاعلي لدى مختلف الهياكل والهيئات . خاصة الادارية منها دون تركيز الجهود على اتخاذ الاجراءات الضرورية والموجهة لتنمية المبادلات التجارية الالكترونية.

اولا : برنامج اسرتك " اولا كمبيوتر شخصي لكل عائلة " .

ان اقامة مجتمع المعلومات وفق منطق التحول الالكتروني الذي اصبح احد ضروريات الانفتاح والتواصل مع العالم الخارجي وعلى اعتبار ان درجة التقدم والتطور في مجتمع ما اصبحت تقاس من خلال مؤشرات تكنولوجية .

قد شاركت الجزائر في عدة مشاريع من البلدان الرائدة في مجال الاتصالات . والتي كان مجتمع المعلومات موضوعها ومحورها كما خصصت الحكومة مبالغ معتبرة في اطار خطة الانعاش الاقتصادي لصالح بعض المبادرات . حيث خصصت 93 مليون . دولار لدعم برنامج توسيع الارتباط الهاتفي في المدن الداخلية و 86 مليون دولار لدعم برامج البحث والتطوير في مؤسسات التعليم العالي . كما اطلقت وزارة البريد والتكنولوجيات الاعلام والاتصال مبادرة هادفة تتمثل في تحقيق مشروع " كمبيوتر لكل عائلة ، ذلك من خلال عقد اتفاقيات مع سنة (06 بنوك) لتمويل هذه العملية في شكلها الاول والتي جاءت في شكل مشروعين الى جانب عديد المشاريع الاخرى وهي :

أ/- مشروع اسرتك 1.

تم الاعلان الرسمي لهذه العملية في 22 اكتوبر 2005 . خلال الندوة الصحفية التي نظمتها وزارة البريد وتكنولوجيات الاعلام والاتصال . والتي نشطها السيد " محي الدين اولحاج " مستشار لدى الوزارة ورئيس لجنة المتابعة لعملية " اسرتك " يهدف هذا البرنامج¹:

* تمكين كل الاسر الجزائرية من الحصول على حساب الي وذلك في افاق 2010.

* الدفع من معدل وصول لشبكة المجتمع لشبكة المعلومات العالمية يحكم توفر العرض على التوصيل بشبكة الانترنت تقنية ADSL.

1 - رافيق بن مرسل، الانتقال نحو الإدارة الالكترونية في الجزائر،: دراسة في المؤشرات التقنية والضمانات القانونية، المجلة رقم 17، العدد 03، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية سنة 2020، ص73

حيث شهدت هذه العملية تعثر لعدة اسباب منها :

- فشل بعض البنوك في تمويل البرنامج مثلها كان الحال مع البنك الفرنسي سوسيتي جنرال sociétégénérale وفي الوقت الذي قامت فيه بنوك جزائرية واجنبية بتمويل المئات من الاسر لم يمنح هذا البنك سوى وحدات قليلة تعد على الاصابع.

وبعد مرور 4 سنوات وخمسة اشهر تم اتخاذ قرار بتوفير القروض الاستهلاكية من الحكومة في قانون المالية التكميلي لسنة 2009 . ونتيجة لهذا القرار اتهمت الحكومة بالشيب في فشل المشروع .

ب/- مشروع اسرتك 2:

بعد فشل هذا المشروع في مرحلتيه الاولى . اعيد بعثه من جديد من طرف الحكومة . واكدت وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال في افريل 2010 بان اسرتك الذي تم بعثه عام 2005 لتزويد 6 ملايين اسرة بأجهزة الكمبيوتر الى افاق 2010 قد كلل بالفشل . لذلك اعلنت نفس وزارة سنة 2010 عن تبني منهجية جديدة يتم من خلالها تطبيق برنامج " اسرتك " 1,2.

تم التوجه هذه المرة الى قسم التربية من خلال العمل على ربط كل المؤسسات التربوية بالتكنولوجيا الحديثة . وتزويد الاساتذة بأجهزة كمبيوتر محمولة. والربط بالانترنت بالتقسيط ، هذا خلال برنامج " اسرتك 2" تم تدارك اخطاء التجربة السابقة . خصوصا الادارية حيث الغى دور البنك بصفة كاملة . ولم يتم التوجه اليه لطلب قرض للحصول على جهاز الكمبيوتر . وقد تم انشاء صندوق مخصص لمساعدة المستفيدين من البرامج وفي نفس السياق عملت الحكومة على ادراج في مخطط عملها برنامج سنوي لتكوين 500 الف مواطن. ومن خلال اقامة مراكز لمحو الامية الرقمية في اطار وطني منسق ومتبادل.

ثانيا : نظام الدفع الالكتروني

ان تطور التجارة الالكترونية في الجزائر مرتبط بما يبذله القطاع المصرفي من محاولات لتحديثه وعصرنته ، وسعيه المتواصل لتوفير وسائل الكترونية تتواءم مع اخر التطورات² . فبعد اطلاق الجزائر شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية SATIM سنة 1996 السالفة الذكر للشبكة النقدية البنكية المشتركة RMI التي تضم حظيرة الموزعات الالية للنقود. حيث تعمل على قبول كافة بطاقات السحب في كل الموزعات الالية المنتشرة على كافة التراب الوطني والتابعة للبنوك المشتركة في الشبكة . وكذا تطوير الشبكة الخاصة بالسحب ن الا ان هذا النوع من التعاملات لم يلقى الاقبال

1 - برنامج اسرتك: رافيق بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص74

2 - بن نامة فاطمة زهرة، مرجع سبق ذكره، ص91

المطلوب. مما دفع بالجزائر الى وضع شبكة المصرفية عن بعد ذات تكنولوجيا حديثة واستخدام البطاقات البنكية للدفع على المستوى الوطني .

فيما يخص البطاقات البنكية . شرعت البنوك بالتعاون مع شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية SATIM سنة 2005 في تطبيق نظام الدفع عبر البطاقات البنكية . حيث اصدرت شركة SATIM بطاقات بين بنكية المختلطة CTB . التي تتيح السحب من الموزعات الالية التقرّد CDB . وتسديد المدفوعات لدى التجار المالكين لنهائيات الدفع الالكتروني TPE . وتم تعميم البطاقات عبر كافة التراب الوطني سنة 2007. من شهر جويلية 2009 ، تم اطلاق عملية الدفع الالكتروني عبر الانترنت باستخدام البطاقات بين بنكية CTB وهذا من خلال ارضية الدفع عبر الانترنت AURES التابعة لشركة SATIM .

ثالثا : الادارة الالكترونية في الجزائر

ان الدارة الالكترونية لا تخلق من عدم بل هي تحويل الممارسات الاعتيادية التي تتم في العالم الواقعي الى شكل الكتروني . فهي في الوقت النطور الشامل اداة لبناء مجتمع قوي . من خلال المساهمة في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية فالادارة الجزائرية تسعى الى التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والنهوض بالمجتمع الجزائري في عدة قطاعات ادارية من تعليم ، صحة ، عدالة ، ... بغية تطوير الخدمات الالكترونية المقدمة لفائدة المواطنين والشركات والادارات الاخرى.¹

أ-برنامج انعاش التعليم العالي والبحث العلمي :

اولت الدولة الجزائرية اهتماما معتبرا للتكنولوجيات الحديثة من خلال توفير الثقافة الالكترونية لدى المواطنين ومن بين اهم الخطوات التي اتخذتها الجزائر لزيادة الوعي والثقيف الالكتروني هي ادماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي . وبذلك حددت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي هدفين اساسيين يتعلقان بتكنولوجيا الاعلام والاتصال وهما:²

*ضبط نظام الاعلام المتكامل للقطاع :

ذلك من خلال توسيع استخدام واعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي طرف مختلف مؤسسات القطاع . حيث بلغ سنة 2005 ، استخدام تجهيزات الاعلام والاتصال 45000 حاسوب لكل مليون طالب .

1 - سمية ديمش، التجارة الالكترونية وحتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص: تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر، 2010/2011، ص267.

2 - رافيق بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص74، 75.

*إقامة نظام التعليم عن بعد :

والذي يساعد على دعم وتقوية التعليم الحضوري من خلال امتصاص الاعداد المتزايدة للمتمدرسين وتخفيف نقائص التأطير وتحسين نوعية التكوين وتم اطلاق هذا المشروع الوطني عن بعد الذي ارتكز على مجموعة من النقاط:

*التربية الالكترونية :

بذلت الجزائر جهودا كبيرة في مجال ادماج تكنولوجيا الاعلام والاتصال في قطاع التربية والتعليم ، حيث تم وضع خطة تعليمية واسعة عرفت بمشروع تربية نت Tarbia NET والذي تتمثل فكرته الاساسية في ان الاصلاح المدرسي يتجسده بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .¹

لذلك لابد من ترقية تكنولوجيا الاعلام والمهارات الحاسوبية في المؤسسات التعليمية والتربوية لتصل الى مستوى جديد يتواءم مع ما يحدث على المستوى العالمي ذلك من خلال تجهيز كل مؤسسات القطاع عبر التراب الوطني بأجهزة الحاسوب. وتحديث وتطوير الاستعمالات الادارية والبيداغوجية للإنترنت بغية تحقيق الاهداف الموجودة . ثم تفريغ المشروع الى 3 اقسام:

*تكوين TQKOUINE : الذي يشمل وضع معايير التكوين والتدريس عن بعد مثل الدروس على الخط .
*تسيير Tassiere: الذي يختص في تطوير نشاطات القطاع و تعزيز وجوده باستعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال .
*تدريس Tadrisse : وهو جوهر مشروع " تربية نت " والذي شمل تطوير الاستعمالات البيداغوجية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسات التربوية والتكوينية . ويتم هذا التطوير من خلال 3 عناصر:

- السهر على توفير التجهيزات التكنولوجية اللازمة والنفاز الى الانترنت لكل المؤسسات التعليمية .
- تدريب وتكوين موظفي قطاع التعليم (الاساتذة) حول التكنولوجيا واستعمالاتها البيداغوجية .
- وضع محتوى متعدد الوسائط وطابع تعليمي وجودة عالية. وتكثيفه مع البرنامج الدراسي ولغة المعلمين.

ج/- جواز السفر وبطاقة التعريف البيومترين الالكترونيين :

بغية عصنة ادارة الجماعات المحلية وتحولها من اسلوب الادارة التقليدية الى اسلوب الادارة الالكترونية باشرت الجزائر باستخدام وسائل الالكترونية فعالة من خلال وضع مشروع بطاقة التعريف وجواز السفر البيومترين الالكترونيين . هذان الاخرين وثيقتين مؤمنتين تماما . تحتويان على صورة رقمية وشريحة الالكترونية ذات نظام تشفير عالي .²

1 - وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال ، الجزائر الالكترونية، ديسمبر 2008، على الموقع، <http://mptice.dz> Consulté :02 mai 2021 a 15 :30

2 - وزارة الداخلية والجماعات المحلية على الموقع: <http://www.interview.gov.dz> Consulté :02 mai 2021 a 16 :00

شرعت الدولة الجزائرية بتوزيع جواز السفر البيومتري الإلكتروني انطلاقا من افريل 2010 . تم تحديد افاق 2015 تاريخا للسحب النهائي للسريان جواز السفر الورقي .

اما بالنسبة للبطاقة التعريف البيومترية فقد حددت اجال انطلاق المشروع بالسداسي الثاني من عام 2010 على ان يمتد حتى اواخر سنة 2011. واول خطوة يتم تنفيذها في هذا المشروع هي اصدار شهادات الميلاد اصلية جديدة مميزة وغير قابلة للتزوير وتتلاءم مع التطورات التكنولوجية .

اما على الصعيد الاستخدام الاداري لشبكة الشبكات . قامت وزارة الداخلية والجماعات المحلية بوضع في متناول المواطنين استمارات يمكن استخراجها من الموقع الإلكتروني للوزارة www.interieur.gov.dz وهو يعد بمثابة الخطوات الاولى من اجل التحول للإدارة الإلكترونية .

د/- العدالة الإلكترونية :

سنة 2009 قامت وزارة العدل الجزائرية بوضع اداة الكترونية جديدة تتمثل في بوابة الكترونية يشرف عليها فريق متخصص من قضاة رجال القانون ومهندسين واطارات من وزارة العدل . بغية تعزيز التواصل والتفاعل بين المواطنين الثقافة القانونية والاجابة عن كافة الاستفسارات وفتح شبك الكتروني يسمح لأي مواطن باستخراج شهادة السوابق العدلية في ظرف قياسي بغض النظر عن اقامته ذلك بتقديم طلب عبر موقع الوزارة على الانترنت : www.unjustice.dz وتعبئة كل المعلومات الشخصية واختيار من القائمة لأقرب محكمة من مقر سكن المعني ، والذي يتقدم لاحقا اليه مرفوقا ببطاقة اثبات هويته للحصول على صحيفة سوابقه العدلية .¹

ه/- الصحة الإلكترونية : قامت وزارة الصحة خلال سنة 2006 بتطوير بوابة الكترونية تسمح بالوصول الى الوثائق الرسمية لهذه الوزارة توفر كافة المعلومات حول مؤسسات القطاع و اخر مستجداته وربط مختلف هيئات القطاع وتوفير خدمة المؤتمرات المصورة لهذه الهيئات . ونظام ارسال الصور والاشعة لتسهيل التشخيص عن بعد « Télémédecine » .² وعلى سياق متصل قامت وزارة العمل والضمان الاجتماعي سنة 2007 باستمارات بطاقة الكترونية تدعى "بطاقة الشفاء" تساعد على عصنة وتسهيل خدمات الدفع والاسترجاع للمؤمنين اجتماعيا وتصل مدة صلاحيتها الى 5 سنوات وقد تم الانطلاق في تجريب هذه البطاقات الإلكترونية سنة 2007 لتشمل خمس ولايات نموذجية على ان يتم تعميم العملية قبل سنة 2012 لتصبح هذه البطاقة اجبارية .

1 - وزارة العدل على الموقع : <http://mjustice.dz>

Consulté : 03 mai 2021 a 00 :30

2 - وزارة الصحة والكان على الموقع <http://www.santé.gov.dz>

Consulté : 03 mai 2021 a 01 :10

و/- رقمنة السجل التجاري لإرساء بيئة تجارية إلكترونية :

تسعى الجزائر الى تحسين التعامل بالتجارة الإلكترونية ذلك من خلال استبدال السجل التجاري الورقي بالسجل التجاري الإلكتروني وقد تم اعداد المشروع في 14 مارس 2014 في اطار شراكة بين وزارتي التجارة والبريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال بكلفة 50 مليون دينار (حسب المركز الوطني للسجل التجاري CNRC¹). وقد بلغ عدد المستفيدين من السجل التجاري الإلكتروني منذ ذلك التاريخ بالجزائر العاصمة (14 مارس 2014) قرابة 13 الف مسجل منهم 4108 شخصية معنوية .

ومن جهة نرى اقدم المركز الوطني للسجل التجاري CNRC على خطوة هامة لها علاقة بالتجارة الإلكترونية وهي ادراج رمز النشاط (Code d'activité) بالتجارة الإلكترونية . وتحديث رمز جديد في قائمة مرونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيد في السجل التجاري والذي يسمح بممارسة هذا النشاط الذي خصص للتجارة الإلكترونية هو : 607.074 وقد حددت وزارة التجارة الجزائرية يوم 30 جوان 2020 اخر اجل لتجديد كافة السجلات التجارية الجزائرية وتعويضها بسجلات تجارية إلكترونية² .

فالتحول من الشكل الورقي للسجل التجاري الى شكل شهادة رقمية دائمة على الخط يعتبر مكسب عصري يسمح بكل مشاكل عدة اهمها القضاء على البيروقراطية وتسهيل الحصول على المعلومة فضلا عن مواجهة ظاهرة الغش و الاحتيال في استعمال السجل التجاري .

رابعا : التجارة الإلكترونية في ظل قانون 05-18

تسعى الجزائر لتطوير وترقية قطاع التكنولوجيا الاعلام والاتصال من خلال وضع استراتيجية واضحة تتضمن تشريعات وهياكل ومؤسسات لتنظيم الممارسات بالتجارة الإلكترونية استهلت بتطوير المنظومة القانونية لاسيما اصدار قانون 18-02 المؤرخ في 2018/5/10 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية . وذلك بهدف سد الفراغ خاصة في مجال ابرام العقود ما بين المتعاملين عبر الاتصال والتواصل الإلكتروني بموجب هذا القانون الذي وقع عليه رئيس الجمهورية المنتهية عهده - عبد العزيز بوتفليقة فان : التجارة الإلكترونية وفق ما جاء في نص المادة 06/ من القانون .

*ان "التجارة الإلكترونية هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح او ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني . عن طريق الاتصالات الإلكترونية"³

1 - المركز الوطني للسجل التجاري على الموقع : <http://www.sidjil.com.cnrc.dz>

Consulté : 03 mai 2021 a 1 :45

2 - وزارة التجارة الجزائرية على الموقع <http://www.commerce.gov.dz>

Consulté : 03 mai 2021 a 14 :10

3 المادة 6 من القانون 05/18 المؤرخ في 2018/05/10، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: العدد 28 - ص 5.

* اما بالنسبة للمستهلك الالكتروني " هو كل شخص طبيعي او معنوي يقتضي بعوض او بصفة مجانية سلعة او خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي " .

* اما في ما يخص المورد الالكتروني حسب ما جاء في نص المادة 6 من 05/18 " هو كل شخص طبيعي او معنوي يقوم بتسويق او اقتراح توفير السلع او الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية " .

كذلك اهم ما جاء في هذا القانون هو تحديد شروط ممارسة التجارة الالكترونية حسب ما جاء في نص المادة 8 من القانون 05/18 ، بحيث " يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري او سجل الصناعات التقليدية الحرفية، حسب الحالة . ولنشر موقع الكتروني او صفحة الكترونيو على الانترنت . مستضاف في الجزائر بامتداد Com .dz " . ويجب ان يتوفر الموقع الالكتروني للمورد الالكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته " ¹ .

وفق للقانون يمر طلب المنتج او الخدمة بثلاث خطوات اساسية و اجبارية :

1/- توفير الشروط التعاقدية للمستهلك الالكتروني .

2/- تحديد المعلومات الالزامية التي يجب احتوائها في العقد الالكتروني .

3/- المستهلك الالكتروني ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الالكتروني .

1 المادة 8 من القانون 18 - 05 المؤرخ في 2018/05/10 - مرجع سبق ذكره ، ص 6.

خلاصة الفصل الاول

من خلال هذا الفصل تم التطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونية وواقعها في الجزائر ، حيث تم التركيز على المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والتميز بينها وبين التجارة التقليدية وكذا أشكالها ومختلف تطبيقاتها (بين حكومة، منتج، مستهلك) مروراً بمزايا وعيوب هذا النوع من التجارة ، كما تم التطرق إلى الجهود الجزائرية المبذولة في مجال تحسين التجارة الإلكترونية بدراسة واقع البنى التحتية للشبكة الإلكترونية والانترنت ومختلف الجهود المبذولة على الصعيد الهيكلي، المؤسساتي والتنفيذي وكذا تسليط الضوء على مشاريع الجزائر الإلكترونية التي أسهمت للتحويل نحو الاقتصاد الرقمي في مختلف المجالات

الفصل الثاني

التجارة الإلكترونية وتداعيات جائحة كوفيد 19

تمهيد

أدى إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) في جل بلدان العام إلى زعزعة أمنها الداخلي و تهديد الاقتصاد العالمي و مختلف قطاعات الحيوية في الدول، الأمر الذي فرض على العالم اتخاذ مجموعة من التدابير و الاجراءات الوقائية و الاحترازية تجنباً إنتشار و تفشي الوباء بين الأشخاص من إغلاق للمدارس و الجامعات و الشركات، واعتماد الحجر المنزلي و تجميداً لمختلف الأنشطة الاقتصادية و الاجتماعية؛ حفاظاً على صحة وسلامة العنصر البشري.

و فرض هذا الوضع الصحي العام تفعيل إجراءات جديدة كالتباعد الاجتماعي و الحد من الاجتماعات المباشرة و غلق شبه كلي للحدود البرية و الجوية و البحرية بين أغلب دول العالم مستهدفة من ذلك تضيق دائرة انتشار فيروس كورونا 19، و عرفت التبادلات التجارية خلال الموجة الأولى و الثانية لهذه الجائحة قيوداً صارمة تبعها ركوداً معتبراً في النشاط التجاري الدولي، و استمرت أكثر القطاعات حساسية في نشاطها باعتماد تدابير صحية معقدة، بينما تم الاعتماد على الرقمنة و التواصل عن بعد لضمان حد أدنى من الخدمات في قطاعات أخرى.

و أعتبر قطاع التجارة من بين أهم القطاعات تضرراً في هذه الجائحة، و هو القطاع الذي كان في حالة نمو مستمر قبل هذه الوضع الصحي العالمي، و شكلت مظاهر الإغلاق العالم لكل مظاهر التبضع أو تقديم الخدمات صدمة قد تعصف بالنشاطات التجارية وطنياً و دولياً؛ غير أن التبضع الإلكتروني غير وجه القطاع التجاري، و عرف نسب نمو خيالية إذ عرفت التبادلات التجارية نمو مطرداً بالاعتماد على ما توفره الأنظمة المالية المتقدمة من إنسيابية و سهولة في ولوج الأسواق العالمية و المنصات الرقمية الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية و أصبحت معدلات نمو هذه التجارة تفوق بكثير معدلات نمو التجارة العادية.

وفي مايلي عرض ما جاء في الفصل الثاني وفقاً لمبحثين:

المبحث الأول: تداعيات جائحة كوفيد 19 على الاقتصاد العالمي

المبحث الثاني: تحديات التجارة الإلكترونية الجزائرية لفترة ما بعد جائحة كوفيد 19

المبحث الأول : تداعيات جائحة كوفيد 19 على الاقتصاد العالمي

تواصل جائحة كورونا (كوفيد 19) إلحاق خسائر فادحة و متزايدة في الأرواح في مختلف بلدان العالم، وحتى يتسنى حماية الأرواح و إتاحة الفرصة لنظم الرعاية الصحية لكي تواكب الأزمة؛ كان من الضروري اللجوء إلى عمليات العزل و الحظر العام و الإغلاق واسع النطاق تحت شعار " إلزم بيتك " لإبطاء انتشار الفيروس، و بالتالي تتمخض الأزمة الصحية عن انعكاسات حادة حادة على النشاط الاقتصادي. و نتيجة لهذه الجائحة شهد الاقتصاد العالمي انكماشاً حاداً بواقع 03 % في عام 2020¹ فإجراءات و تدابير الاحتواء واسعة النطاق و التي تم تطبيقها في معظم دول العالم بالتزامن؛ جعلت عجلة النمو الاقتصادي العالمي و كأنها تتوقف فجأة.

و من خلال ماسبق ذكره يمكننا تبيان تداعيات هذه الأزمة وفق مطلبين ، فالأول يتطرق ل: جائحة كورونا و إجراءات حكومات الدول للحد منها، و في المطلب الثاني تبيان تأثير هذه الجائحة على الاقتصاد العالمي.

المطلب الأول: جائحة كورونا و إجراءات حكومات الدول للحد منها

تعد أزمة كوفيد 19 أزمة صحية عالمية، و التي أصبحت أزمة اقتصادية عالمية بإمتهار، و هي بذلك اعتبرت أشد وطأة من أزمة الكساد الكبير لعام 1929، و أشد من الأزمة العالمية لعام 2008، و التي قيل عنها أنها لا تحدث إلا كل 100 عام، لكن جائحة كورونا قلصت الأعوام في ظرف 10 سنوات فقط.

أولاً: ماهية جائحة كوفيد 19

1- مفهوم فيروس كورونا (كوفيد 19):

بحسب منظمة الصحة العالمية (WHO) فإن فيروسات كورونا هي فصيلة واسعة الانتشار، يعرف بأنها تسبب أمراضاً تتراوح بين نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد حدة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) و متلازمة اقلتهاب الرئوي الحاد الوخيم (SARS)، و فيروس كورونا المستجد (N COV) وهو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر². و أصبحت جائحة عالمية مستمرة حالياً لهذا الفيروس و عرف بإسم كوفيد 19 يسببها فيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس - كوف - 2)، و تفشى هذا الفيروس للمرة الأولى في مدينة ووهان الصينية في أوائل شهر ديسمبر 2019، و أعلنت بعدها مظمة الصحة العالمية رسمياً في 30 جانفي 2020 أن تفشي الفيروس يشكل حالة طوارئ صحية عالمية تبعث على القلق الدولي، و أكدت تحول الفاشية إلى جائحة يوم 11 مارس من نفس السنة، حيث أبلغ عن أكثر من 152 مليون إصابة بفيروس كوفيد 19 في أكثر

1 - صندوق النقد الدولي IMF

2 هالة مجاوي، سليم جدي، دراسة تحليلية للآثار الاقتصادية و السياسية في ظل جائحة كورونا المستجد (كوفيد 19) بالجزائر، مع الإشارة إلى أهم التدابير والجراءات المتخذة- المركز الديمقراطي العربي، برلين ألمانيا، للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية، ط1، فيفري 2021، ص 223.

من 188 دولة و منطقة حتى تاريخ 04 ماي 2021، توفي منها أكثر من 3.210.000 مليون مصاب، بالإضافة إلى تعافي أكثر من 90.3 مليون مصاب، و تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أكثر الدول تضررا من الجائحة، حيث سجلت أكثر من ربع مجموع عدد الإصابات المؤكدة¹ على عكس الصين التي تعتبر البؤرة الأولى لظهور هذا الفيروس، و التي عرفت تحكما سريعا في انتشار هذا الوباء و السيطرة عليه.

2- طرق انتشار فيروس كورونا (كوفيد 19):

غالبا ما تنتشر الأمراض المعدية بطريقتين؛ مباشرة و غير مباشرة، و بما أن فيروس كورونا من بين الأمراض المعدية فإن طريقة انتقاله تتم بالطريقتين السابقتين- مباشرة و غير مباشرة- و قد أثبتت أغلب الدراسات والأبحاث حول طريقة انتشار الفيروس التحي بأن: " طريقة الانتقال الرئيسية هي من إنسان إلى إنسان عن طريق المفرزات التنفسية المفروزة (مثل: السعال أو العطس)، لهذا يجب أن تكون المسافة بين الأشخاص (1.5) متر على الأقل حتى تنتقل العدوى إذا عطس شخص مصاب (الإزدحام خطير) في تبقى القطرات الناقلة للفيروس المستجدة (كوفيد 19) معلقة في الهواء لفترة قصيرة² و قد تترسب على منضدة أو أي شيء من هذا القبيل فيصبح ناقل للعدوى باللامسة فيجد الفيروس طريقه إلى الجهاز التنفسي للشخص.

3- أعراض فيروس كورونا (كوفيد 19)

حسب منظمة الصحة العالمية تتمثل أعراض كوفيد 19 الأكثر شيوعا في : الحمى، السعال الجاف و الإجهاد و كذلك تشمل أعراض أخرى لكنها أقل شيوعا قد تصيب بعض المرضى كفقدان حاشة الذوق و الشم و احتقان الأنف، إلتهاب الملتحمة (المعروف أيضا بإحمرار العينين)، ألم الحلقو الصداع، آلام المفاصل و العضلات، و مختلف أنماط الفح الجلدي، الغثيان أو القيئ، الإسهال و الرعشة أو الدوخة و عادة ما تكون الأعراض خفيفة و يصاب بعض الأشخاص بالعدوى و لكن لا تظهر عليهم إلا أعراض خفيفة للغاية أو لا تظهر عليهم أي أعراض بالمرّة³. أي أن نتائج الفحص تكون مؤكدة بالإصابة بالفيروس لكن لا تظهر عليهم أي أعراض، لذلك ينصح المختصون بمراقبة الأفراد الذين هم على تواصل مع المرضى المؤكدة إصابتهم بهذا الفيروس كإجراء احترازي.

أما عن فترة الحضانة (أي الفترة بين الإصابة بالفيروس و ظهور الأعراض) فتتراوح من يوم إلى أربعة عشر يوما (1-14) إلا أن أغلب الحالات كانت فترة حضانتها خمس أيام.

1 أنظر الرابط: https://www.who.int/ar/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 أطلع عليه بتاريخ : 2021/05/05 على 01:43

2 نعيم بوعموشة، فيروس كورونا (كوفيد 19) في الجزائر corona virus ، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 02، جوان 2020، ص 126.

3 أنظر الرابط: https://www.who.int/ar/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 أطلع عليه بتاريخ : 2021/05/05 على 02:47

4- كيفية التعامل و الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد 19):

كإجراء وقائي يجبل على كل شخص غسل يديه بالماء و الصابون بين الحين و الآخر و عدم لمس اليدين للنف و الأنف أو العينين؛ حتى لا يجد الفيروس مسارا للجهاز التنفسي و الإلتزام بالتباعد الاجتماعي قد الإمكان. و تعتبر هذه سلوكيات بسيطة يمكن من خلالها حسب المختصين أن يحمي الإنسان نفسه و من حوله و ذويه قد الإمكان.

و في ما يخص اللقاح الفعال ضد الفيروس المستجد (كوفيد 19)، فقد تضافرت جهود العديد من الدول من أجل التسريع في وتيرة الأبحاث لأيجاد حل أو علاج للتحوط من مخاطر هذا الوباء، إذ إختربت العديد من المخابر عبر العالم نجاعة الكلوركين كأحد أبرز العقاقير العلاجية المستخدمة لعلاج هذا الفيروس ما أفرز نتائج مشجعة غير أن الكثير من الدول ما تزال مترددة في اصدار توصية بإعتماد العقار للعلاج، و يعتبر البروفيسور الفرنسي ديدي راؤول فرنسي و هو خبير الأمراض المعدية بالمستشفى الجامعي بمرسيليا أحد أكبر دعاة استخدام هذا الدواء لمعالجة المصابين بالفيروس، و هو الذي قام بدراسة جديدة خلصت من خلالها إلى أن 80% من المصابين الذين عولجوا بـ " الهيدروكسي كلوروكين " مع دواء إيزثرومايسين؛ قد أظهروا تطورا إيجابيا في تصدي جهاز المناعة لهذا الفيروس خاصة إن تم علاجهم في وقت مبكر¹.

ثانيا: اجراءات و تدابير حكومات الدول للحد من جائحة كوفيد 19

بناء على انتشار فيروس كورونا (كوفيد 19)، اتخذت أغلب دول العالم مجموعة من الاجراءات الاحترازية لمواجهة تداعيات هذا الفيروس و للحد من انتشاره، و كانت بدايتها بمحاولة حصر الوباء في المنطقة التي ظهر فيها بعزلها، ليتطور الأمر بعد ذلك إلى إعتماد الدول سياسة الحجر الكلي بقطع جميع وسائل النقل عموما، فقد راهت الدول على نفس التدابير المتفق عليها و التي كانت تقريبا تنفيذا لتوصيات منظمة الصحة العالمية مع بعض التفاوت في بعض الدول.

لقد أثر انتشار الفيروس بشكل كبير في تراجع نشاط مختلف القطاعات الاقتصادية كالصاعات التحويلية، قطاع الخدمات، انهيار سلاسل الانتاج، انهيار أسعار البترول و العملات، تراجع أداء التجارة العالمية، و توقف شبه كلي لحركة النقل بمختلف أنواعها (البرية، الجوية و البحرية) و نتج عن ذلك من تقلص في السياسة التشغيلية و حتى فقدان العديد لمناصب عملهم.

و من جانب آخر تأثرت التظاهرات الثقافية و العلمية و السياسية و الرياضية بانتشار الفيروس و يمكن القول أن أهم التدابير التي أُنْخِذت لمواجهة هذا الفيروس تتمثل في:

1- إجراءات و توصيات منظمة الصحة العالمية لمواجهة جائحة كوفيد 19:

يمكن الحد من احتمالات الإصابة بعدوى كوفيد 19 على مستوى الأفراد و انتشارها بإتخاذ الاحتياطات البسيطة التالية:¹

- المواظبة على تنظيف اليدين جيدا بفركهما بواسطة مطهر كحولي أو بغسلهما بالماء و الصابون لقتل الفيروس.
- المحافظة على مسافة الأمان و التباعد بين الأشخاص (3 أقدام على الأقل).
- تجنب الأماكن المزدحمة أين ترتفع احتمالات مخالطة الأشخاص المصابين بالفيروس.
- تجنب لمس العينين، الفم و الأنف فمن خلال هذه الأعضاء يمكن للفيروس أن يدخل بسهولة و سرعة إلى جسم الإنسان.
- اتباع ممارسات النظافة التنفسية الجيدة (ارتداء الكمادات، ثني المرفق أو استعمال منديل ورقي عند السعال و العطس).
- إلتزام البيت و الانعزال في حالات ظهور أعراض بسيطة مثل الصداع و صعوبة التنفس و السعال.
- متابعة آخر المستجدات من مصادر موثوقة مثل: منظمة الصحة العالمية (WHO) هي الأقدر على اسداء المشورة بشأن الاجراءات و التدابير اللازمة لمواجهة الوباء.²

2-إجراءات و تدابير المؤسسات المالية الدولية في مواجهة جائحة كوفيد 19:

وقفت مجموعة البنك الدولي في طليعة الاستجابة الدولية لإحتواء هذه الجائحة، من خلال التسهيلات الجديدة سريعة الصرف لمساعدة البلدان على تلبية احتياجاتها الصحية العاجلة و تعزيز تعافيتها الاقتصادي، كما أطلق البنك الدولي المجموعة الولي من المشروعات في إطار هذا التسهيل بهدف تقوية الأنظمة الصحية و مراقبة الأمراض و تدخلات الصحة العامة وقدم ما يصل إلى 160 مليار دولار على مدى 15 شهرا لمساندة جهود البلدان لمحاربة تفشي فيروس كورونا في حين سارعت مؤسسة التمويل الدولية و الوكالة الدولية من أجل ضمان الاستثمار بالتحرك بغية توفير التمويل و زيادة فرص الحصول على رأس المال لمساعدة الشركات على مواصلة عملياتها و دفع أجور العاملين لديها.

و قدمت مؤسسة التمويل الدولية قيمة 47 مليار دولار من المساعدات المالية ما مثل نصيبها من الاستجابة التي تقدمها مجموعة البنك، منها 8 مليار دولار لمساعدة الشركات على مواصلة عملياتها و الحفاظ على الوظائف أثناء الأزمة³ والعمل أيضا على معالجة تعطل سلاسل التوريد التي تعتبر ذات اهمية بالغة للأزمة الصحية (أزمة كوفيد 19).

1 - أنظر الرابط: https://www.who.int/ar/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 أطلع عليه بتاريخ : 2021/05/05 على

02:55

2 - منظمة الصحة العالمية، <https://www.who.int/ar> اطلع بتاريخ : 2021/05/05 على الساعة : 15:20

3 - موقع البنك الدولي <http://www.albankaldawli.org> اطلع بتاريخ : 2021/05/05 على الساعة : 17:26

و قد كللت جهود البنك الدولي و صندوق النقد الدولي بإستجابة عالمية كبيرة و منسقة لكل دول العالم و شملت القطاع العام و الخاص (حكومات، قطاع خاص، شركاء التنمية و المنظمات متعددة الأطراف) و كان ذلك بالمتابعة على التضامن العالمي القوي للتصدي و احتواء الجائحة.

3- إجراءات و تدابير مشتركة بين دول العالم:

اتبعت الدول العربية مجموعة من الاجراءات و التدابير الاحترازية على المستوى الاقتصادي لمواجهة تداعيات الفيروس فور إعلان منظمة الصحة العالمية أن كورونا جائحة عالمية.

و على مستوى دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي، تبنت السعودية حزمة تحفيزية بقيمة 34 مليار دولار موجهة لدعم الائتمان و السيولة و دعم القطاع الخاص¹ في مواجهة أزمة كورونا، كما أعلنت السلطات تحمل نسبة 60% من رواتب موظفي القطاع.

و في نفس الصدد، أعلنت خلية إدارة الأزمات في دولة قطر عن تقديم حزمة من السياسات التحفيزية بحوالي 23.4 مليار دولار، في حين أطلقت دولة الكويت مبادرة بإنشاء صندوق تمويلي بقيمة 10 ملايين دولار لمواجهة الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا².

على مستوى الدول العربية المصدرة للنفط الأخرى، أنشأ العراق حسابا خاصا أودع فيه 30 مليار دينار عراقي لتودع فيه المبالغ المخصصة لمحاربة فيروس كورونا.

و في المغرب تم انشاء صندوق تمويلي بقيمة 10 ملايين درهم ما يعادل مليار دولار بهدف دعم القطاعات الاقتصادية الأكثر تأثرا بالوباء.

أما في الجزائر أعلنت السلطات عن خفض الإنفاق الجاري بنسبة 30% (ما يعادل 7.2 من الناتج المحلي الإجمالي) مع الحفاظ على ثبات مستوى الأجور و حماية الإنفاق على الصحة و التعليم.

و على صعيد السياسة النقدية و القطاع المصرفي، خفض بنك الجزائر المركزي نسبة متطلبات الإحتياطي من 10% إلى 08%، و سعر سياسته الرئيسية بمقدار 25 نقطة أساس إلى 3.25%³.

كما قام البنك المركزي الأردني بضح سيولة إضافية للمصارف بقيمة 1050 مليون دينار من خلال خفض نسبة الإحتياطي الإلزامي على الودائع لدى المصارف من 7% إلى 5% .

1 سيد أمعر زهرة، بن عبد الفتاح دحمان، تداعيات فيروس كورونا على الإقتصاد العالمي - مخاطر و انعكاسات على الوطن العربي-، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 09، العدد 04، 2020، ص 441.

2 - المرجع نفسه، ص 442.

3 - الوليد أحمد طلحة ، التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا المستجد على الدول العربية. صندوق النقد الدولي، أبريل 2020، ص 38، 39.

و في الإمارات فقد قدم مصرف الإمارات المركزي قروض مضمونة بفائدة صفرية للبنوك (50 مليار درهم) والسماح باستخدام احتياطات رأس المال الزائدة للمصارف بقيمة 50 مليار درهم.

كما أعلن البنك المركزي المصري عن مبادرة جديدة لتخفيف عبئ الديون على الأفراد المعرضين لخطر التخلف عن السداد من شأنها أن تتنازل عن الفائدة الهامشية على الديون التي تقل عن مليون جنيه إذا قام العملاء بسداد 50%.

و في تونس تم الإعلان عن خطة الطوارئ بقيمة 2.5 مليار دينار ما يعادل 0.8 مليار دولار (2 % من الناتج المحلي الإجمالي). و خفض البنك المركزي التونسي سعر الفائدة الرسمي بمقدار 100 نقطة أساس كما أعلنت السلطات النقدية عن حزمة لدعم القطاع الخاص من خلال مطالبة البنوك بتأجيل سداد القروض القائمة و تعليق أي رسوم على المدفوعات الإلكترونية و السحوبات، إنشاء صناديق استثمارية، ضمان حكومي للعمليات الائتمانية الجديدة و كذا تفعيل آلية الدولية لتغطية الفرق بين معدل الفائدة الاسمي و سعر الفائدة الفعلي على قروض الاستثمار في حدود 3%.

في حين قامت دولة فلسطين بتسهيل إجراءات تمديد سقوف بطاقات الإئتمان و السقوف الممنوحة للعملاء و الشوارع الصغيرة و المتوسطة و العملاء الأفراد المتضررين من الأوضاع الاقتصادية. و توفير الإئتمان المباشر لقطاع الخدمات الصحية و كذا إلزام المصارف بإعفاء الخدمات المصرفية الإلكترونية و خدمات الصراف الآلي من المولات و الرسوم، و تخفيض عدد دفاتر الشيكات الممنوحة للعملاء خاصة الأفراد إلى أدنى مستوى ممكن.

المطلب الثاني: تأثير جائحة كوفيد19 على الاقتصاد العالمي

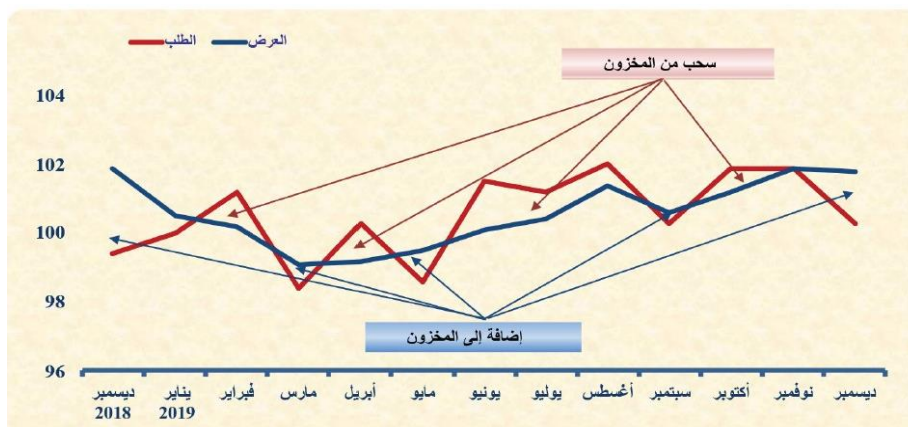
مثلما فيروس كورونا مُعدٍ على المستوى الصحي للأفراد فقد كان مُعدٍ اقتصاديا بين البلدان ليشكّل من خلال تأثير اقتصادياتها على مستوياتها المحلية أزمة اقتصاد عالمية عبر قنوات التأثير المتبادل، وفي هذا السياق توجد عدة قنوات يؤثر من خلالها فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي.

أولاً- انهيار أسعار النفط

تتركز الأنظار على أسعار النفط لأن مستواها يؤثر على النمو العالمي، وكلما تراجعت الأسعار يخسر المنتجون في حين يربح المستهلكون واقتصادهم.

يتقلب سعر برميل النفط في السوق العالمية بين فترة وأخرى حسب عوامل عديدة. حيث شهد سوق النفط قبل احتياج فيروس كورونا ارتفاعاً في مستوى الطلب والعرض ويتم توضيح ذلك من خلال عرض كمية الطلب والعرض لشهر نوفمبر 2019⁽¹⁾.

الشكل رقم (05): العرض والطلب العالمي على النفط (مليون برميل/ يومياً)



المصدر: منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول، فيفري 2020، ص 02.

ليصل %ارتفاع الطلب العالمي على النفط خلال شهر نوفمبر 2019 بمقدار 300 ألف برميل يومياً، أي بنسبة 0.3 مقارنة بمستويات %إلى حوالي 102.1 مليون برميل يومياً، حيث ارتفع طلب مجموعة الدول الصناعية بنسبة 0.2 الشهر السابق ليصل إلى 53.9 مليون برميل يومياً.

شهدت أسعار النفط بعد تفشي الوباء (كورونا) أكبر انهيار في أسعارها لم تشهده منذ حوالي 17 عاماً، وذلك مع ازدياد تداعيات فيروس كورونا المستجد من فرض قيود على حركة الطيران بشكل شبه كلي بين معظم دول العالم، وتدابير احترازية من أجل مواجهة تفشي الفيروس التاجي، ليس هذا فقط الذي أثر على انخفاض أسعار النفط بهذا الحد، ولكن كان لحرب الأسعار المشتعلة بين المملكة العربية السعودية وروسيا دوراً كبيراً في انخفاض أسعار النفط بهذا الحد⁽²⁾.

وفي 5 مارس من عام 2020 اقترحت الأوبك خفض الإنتاج 1.5 مليون برميل يومياً في الربع الثاني من عام 2020، منها مليون برميل من إنتاج أعضاء أوبك، ونصف مليون من بلدان غير أعضاء في المنظمة أبرزها روسيا. وفي اليوم التالي، رفضت روسيا الاقتراح مما دفع السعودية -أكبر مُصدر للنفط في العالم- إلى رفع الإنتاج إلى 12.3 مليون برميل يومياً، وهو ما

(1) لطيفة قعيد، أوضاع سوق النفط العالمي في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد (MERJ)، مجلد 2، عدد 2 (خاص 2020)، ص 140.

(2) مروة الغول، كورونا وحرب الأسعار يقودان للاختيار وسعر البرميل يصل إلى 20 دولار على صفحة اليوم السابع، بتاريخ 30 مارس 2020.

<https://www.youm7.com/story/2020/03/20>

يمثل طاقتها الإنتاجية القصوى. كما أعلنت المملكة خصومات غير مسبقة وصلت إلى 20% في الأسواق الرئيسية. وكانت النتيجة هبوطاً فورياً في الأسعار بنسبة تزيد على 30% واستمرار الانخفاضات منذ ذلك الحين. فوصل سعر خام غرب تكساس الوسيط القياسي إلى مستوى منخفض بلغ 22.39 دولار للبرميل في جلسة منتصف اليوم في 20 مارس آذار 2020 – أي أقل من نصف السعر في بداية الشهر. ويشير منحني العقود الآجلة إلى أن السوق تتوقع انتعاش أسعار النفط ببطء – بحيث لا تصل إلى 40 دولاراً للبرميل حتى نهاية عام 2022.

يعتبر شهر ماي نقطة البدايات لتعديلات الإنتاج المتفق عليها في أبريل من قبل الدول المنتجة المشاركة في اعلان التعاون المشترك، والتي تدعو إلى تعديل اجمالي الإنتاج بمقدار 9.7 مليون برميل يوميا، من جويلية حتى نهاية العام و5.8 مليون برميل يوميا بمدة 16 شهرا، ابتداء من 01 جانفي 2021 حتى أبريل 2022 وفي 12 ماي أعلنت المملكة العربية السعودية والامارات العربية المتحدة والكويت أنها ستعمق طوعية تعديلات انتاج النفط اعتبارا من جوان في محاولة للإسراع في تقليص فائض المعروض العالمي وإعادة التوازن لسوق النفط، حيث ارتفع في أبريل انتاج أوبك من النفط الخام بمقدار 1.80 مليون برميل في اليوم إلى متوسط 30.41 مليون برميل في اليوم، ولقد وافقت عشرة من أعضاء الأوبك على تعديل انتاجها اعتبارا من ماي 2020⁽¹⁾.

الجدول(05): ملخص التطورات الأخيرة في سوق النفط العالمي

الربع الأول 2020	الربع الثاني 2020	في نهاية 2020
ظهور فيروس كورونا المستجد (كوفيد19) -انخفاض في الطلب العالمي على النفط. -انخفاض الامدادات العالمية مع مخاوف بشأن تحمة الامدادات في عام 2020. -ارتفاع في مستويات المخزون النفطي العالمي. -تدهور أسعار النفط الخام العالمية إلى أدنى مستوياتها منذ عام 2002.	الوضع بعد اتفاق خفض الإنتاج -تراجع حاد في الطلب العالمي على النفط. -انخفاض الامدادات العالمية من النفط العام. -استمرار ارتفاع في مستويات المخزون النفطي. -استقرار أسعار النفط الخام العالمية عند مستويات متذبذبة.	-الالتزام باتفاق خفض الانتاج. -تأثر الاقتصاد العالمي بجائحة فيروس كورونا المستجد. -تراجع الاضطرابات في سوق النفط العالمي. -تحسن نسبي في أسعار النفط الخام العالمية.

المصدر: لطيفة قعيد، أوضاع سوق النفط العالمي في ظل جائحة فيروس كورونا، مرجع سابق، ص 144.

ثانيا- تداعيات فيروس كورونا على التجارة الدولية

التجارة ليست استثناء من الآثار التي سببها وما زال يسببها انتشار وباء كورونا المستجد (كوفيد19)، فهي قطاع يشمل على العديد من أنشطة الإنتاج والتوريد والاستيراد من سلع وخدمات وهو متأثر بفعل قرارات الاغلاق التي اتخذتها معظم

(1) لطيفة قعيد، أوضاع سوق النفط العالمي في ظل جائحة فيروس كورونا، مرجع سبق ذكره، ص 143-144.

الدول، حيث أكد مستشار لدى منظمة التجارة العالمية السيد "سعيد الهاشمي" على أن نسبة التجارة العالمية انخفضت حيث % أما بالنسبة للربع الثاني انخفضت نسبة التجارة بمقدار 18% خلال الربع الأول من عام 2020، بنسبة 3 قامت العديد من الدول بالإغلاق التام، وفي هذا الصدد أشار المستشار لدى منظمة التجارة العالمية، إلى وجود سيناريوهين اثنين فيما يتعلق بالتجارة العالمية: (1)

. % سيناريو متفائل يشير إلى انخفاض نسبة التجارة العالمية بمقدار 13
* وسيناريو آخر أقل تفاؤلاً يشير إلى نسبة التجارة العالمية بمقدار 32% .

ويرجع السبب الذي جعل التجارة العالمية تتأثر في ذلك الوقت القصير إثر تفشي الوباء، هو أن الصين ظلت لسنوات طويلة مهيمنة على الكثير من مصادر الاقتصاد العالمي ونتيجة لذلك فقد أثرت على العديد من المدن الصناعية مثل القطيف في المملكة العربية السعودية، ووهان التي كانت منبع الوباء، والتي تعد في الوقت نفسه المسؤولة عن أغلب الصادرات الصينية من السوفت وير، والتكنولوجيا مما أدى ذلك إلى انخفاض أثمان النحاس على المستوى العالمي لأنه المادة الخام الأساسية التي تدخل في صناعة الإلكترونيات (2) .

أكد صندوق النقد الدولي أن اقتصاديات الدول تتجه نحو مسارات أكثر ركوداً، أكثر خطورة، وأن هذا الوباء يختلف عن سابقيه من الأوبئة كونه ضرب وبشدة اقتصاديات الدول الكبرى ومن أهمهم (الصين، اليابان، ألمانيا، بريطانيا، إيطاليا، فرنسا، و الو.م.أ.)

نتيجة لهذا التأثير بأزمة كورونا تراجعت معدلات التجارة الدولية على المستوى العالمي والسبب في ذلك أن هذه الدول من التصنيع العالمي وتمثل حوالي % من الصادرات الصناعية على مستوى العالم، وتمثل حوالي 65% تمثل حوالي 41 من الناتج المحلي الاجمالي. 60%

بتعبير آخر لأنه الاقتصاد بـين عندما تعطس هذه الدول تصاب بقية دول العالم بالبرد وهذه الاقتصاديات تتمثل في الو.م.أ، اليابان، ألمانيا، بريطانيا، الصين، وكوريا.

لقد نشر مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية مذكرة 04 مارس 2020 موضحاً فيها تأثير فيروس كورونا على التجارة الدولية والآثار الاقتصادية المترتبة عليه:

- حدوث انخفاض كبير في مؤشر المشتريات التصنيعية في الصين قدر بحوالي 20 درجة وهو ما يمثل أدنى حدٍ سجلته الصين منذ سنة 2004.

(1) معلومات مستقاة من التقرير وبنار حول التداعيات الاقتصادية لكورونا (COVID-19) على التجارة الخارجية للدول الأعضاء باتفاقية أغادير، الاتفاقية العربية المتوسطية للتبادل الحر "اتفاقية أغادير"، 28 جويلية 2020، 12:00 بتوقيت عمان، ص 06.

(2) المركز الديمقراطي: الدراسات الاستراتيجية والسياسة الاقتصادية D.A.C، موجودة على الرابط: <http://www.democraticac.de>

- ذلك الانخفاض دليل على وجود انخفاض في الانتاج بنسبة 2% ما تسبب هذا الأخير في تراجع يقدر بحوالي 50مليار دولار أمريكي في التجارة بين الدول.

- والقطاعات الأكثر تضررا من هذا الانخفاض هي صناعة الأدوات الدقيقة والآلات وأجهزة الاتصالات ومعدات السيارات.

- كما أكدت رئيسة قسم التجارة الدولية والسلع التابعة للأونكتاد (بامبلا كوك هاميلتون) أن الاقتصاديات الأكثر تضررا في مناطق مثل الاتحاد الأوروبي وقدرت حجم الخسائر حوالي 15.5مليار دولار واليابان حوالي 5.2 مليار دولار والو.م.أ من أكثر الدول المتأثرة صادراتها، حيث انخفضت بحوالي 9.6% إلى 187.7مليار دولار، وتراجعت حجم الواردات فيها بحوالي 9.6% إلى 232.2مليار دولار، ليرتفع حجم العجز التجاري إلى حوالي 44.4 مليار دولار في بظل جائحة كورونا.

وكان من المتوقع أن فيروس كورونا لو ظهر في بلد آخر غير الصين لما كان له صدى واسع كما حدث في الصين، لأنها تعد من الدول الصناعية الكبرى التي تعتمد عليها اقتصادات الدول الأخرى تمثل الدول النامية.

الجدول رقم(06): نمو الاقتصاد العالمي خلال جائحة كوفيد 19			
الدول	نسبة النمو/ الانكماش		
	2019	2020	2021
الاقتصاد العالمي	2.9%	-4.9%	5.4%
الاقتصاديات المتقدمة	1.7%	-8%	5.4%
الأسواق الناشئة	3.7%	-3%	5.4%
المصدر: صندوق النقد الدولي (IMF)			

يوضح الجدول أعلاه نمو الاقتصاد العالمي خلال الفترة (2019-2021)، حيث كانت نسبة النمو في 2019 تقدر بـ 2.9% ليتراج في سنة 2020 إلى ما يقدر بـ 4.9- % ، وفي الربع الأول من سنة 2021 تطور ليصل إلى 5.4% أما بالنسبة للاقتصاديات المتقدمة، فكانت نسبة النمو في سنة 2019 تقدر بـ 1.7% وفي سنة 2020 جراء تداعيات الجائحة وما خلفته من آثار تراجعت نسبة النمو إلى 8- % تطورت لتصل إلى نسبة 5.4% سنة 2021 . أما الأسواق الناشئة فكانت تقدر نسبة نمو اقتصادها بـ 3.7% ، بظهور الجائحة تراجعت هذه النسبة إلى 3%- في نهاية 2020، ثم بعدها تطورت في الربع الأول من عام 2021 لتصل إلى نسبة 5.4%

الجدول رقم (07) معدلات النمو الفعلية والمتوقعة في أهم الاقتصاديات العالمية (2019-2020)

الدول	نسبة تطور اقتصاديات الدول المتقدمة			
	2019	2020	2021	2022
الشرق الأوسط وآسيا الوسطى	1.4%	-3.2%	3%	4.2%
المملكة العربية السعودية	0.3%	-3.9%	2.6%	4%
الو.م.أ	2.2%	-3.4%	5.1%	2.5%
الصين	6.1%	2.3%	8.1%	5.6%
منطقة اليورو	1.3%	-7.2%	4.2%	3.6%
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات صندوق النقد الدولي (IMF) /https://www.imf.org				

ثالثاً- تداعيات فيروس كورونا على سوق العمل

في ظل سعي حكومات الدول لتصدي لتداعيات انتشار الوباء، قامت بإلغاء 6.7% من إجمالي ساعات العمل في العالم على النصف الثاني من عام 2020، أي ما يعادل 195 مليون وظيفة بدوام كامل⁽¹⁾، وفي الدول العربية حدث انخفاض بنسبة 8.1% أي بقرابة 5 ملايين بدوام كامل، في حين نجد أوروبا انخفضت عدد ساعات العمل بنسبة 7.8%، أي حوالي 12 مليون عامل بدوام كامل، آسيا والمحيط الهادي بنسبة 7.2% أي 125 مليون عامل بدوام كامل. وبالتالي قد انعكس الاغلاق الكلي والجزئي لأماكن العمل بسبب الفيروس سلبي على أكثر من 81% من القوى العاملة العالمية، والبالغ عددها 3.3 مليار شخص فخصر الملايين أعمالهم وتوقفت دورة الإنتاج في أغلب دول العالم. حيث ألقى تقرير منظمة العمل الدولية الضوء على القطاعات الأكثر تأثراً بسبب المرض وتراجع الإنتاج، والتي تشكل نحو 37.5% من التوظيف العالمي، وهي:

(1) <http://www.bbc.com> معلومات مستنبطة من الموقع

الجدول رقم (08): القطاعات الأكثر تضرراً بسبب المرض كوفيد19.

القطاعات	عدد العمال المتوقفين عن العمل
قطاع الغذاء والفنادق	144 مليون عامل
قطاع البيع بالجملة والتجزئة	582 مليون عاملاً
قطاع الخدمات، والأعمال، والإدارة	157 مليون عاملاً
قطاع التصنيع	463 مليون عاملاً

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات منظمة العمل الدولية

<http://www.bbc.com> اطلع عليه بتاريخ 2021/05/06 الساعة 12:37.

رابعاً- تداعيات فيروس كورونا على قطاع النقل

من أبرز تداعيات تفشي كوفيد19 (الفيروس التاجي) في جميع أرجاء العالم هو تعطل حركة النقل بكل أنواعه (بري، جوي، بحري)، ما أثر على حركة تنقل الأفراد والبضائع على حدٍ سواء، كما كان له تأثير سلبي فادح على عائدات شركات النقل بكل أنواعها.

ففي ظلّ تفاقم الضغوط التي تعرض لها قطاع النقل الجوي نتيجة تزايد عزلة دول العالم حدّر الاتحاد الدولي للنقل الجوي (إيتا-IATA) من تفاقم الأضرار التي ألحق بها فيروس كورونا وتداعياته على قطاع النقل الجوي والمتمثلة في توقيف الحركة الجوية، وذلك وفقاً للبيانات المنشورة في مجموعة عمل النقل الجوي (أتا ج ATAG) التي يعد الاتحاد (إيتا-IATA) عنصراً فيها، فكانت البيانات كالتالي: ¹

* توقع خسارة منطقة الشرق الأوسط حوالي 1.7 مليون وظيفة في قطاع النقل الجوي والقطاعات المرتبطة به خلال عام 2020، ويمثل هذا الرقم حوالي نصف عدد الوظائف المرتبطة بقطاع النقل الجوي في المنطقة والبالغ عددها 3.3 مليون.

* خسارة حوالي 323 ألف وظيفة تحديداً في قطاع النقل الجوي لوحده في عام 2020 ويشكل هذا العدد حوالي 46% من المجموع الكلي للوظائف في المنطقة والبالغ عددها 595 ألف وظيفة.

* خسارة الناتج المحلي الإجمالي الذي يدعمه قطاع النقل الجوي في المنطقة حوالي 105 مليار دولار والتي تشكل نسبة 49% أقل من مستويات الدعم لمجموع الناتج المحلي فيما قبل الجائحة.

تسببت الموجة الثانية من تفشي فيروس كورونا وفرض العديد من الدول لاجراءات الاغلاق مرة أخرى في استمرار تراكم خسائر قطاع الطيران حول العالم، إذ أظهرت التحليلات الأخيرة للاتحاد الدولي للنقل الجوي استمرار تراجع حركة المسافرين

1 الاتحاد الدولي للنقل الجوي (إيتا-IATA)، متاح على الموقع: <https://www.iata.org.contentassets>

عالمياً، لتهبط بنسبة 67% خلال عام 2020، فقد سجلت خسائر شركات الطيران حوالي 118.5 مليار دولار من نفس العام، وبحلول منتصف عام 2021 سيخسر القطاع 38.7 مليار دولار في عام 2021 وحسب التقرير الصادر عن (فروست آند سوليفان) وهي مؤسسة أمريكية مختصة في الدراسات والاستشارات تكبد قطاع السفر والسياحة في منطقة الخليج بلغ 10% خلال السنوات 5 الماضية، ووصل إجمالي الانفاق على القطاع إلى 110 مليارات دولار في عام 2020. من ناحية أخرى، انخفض طلب المسافرين على السفر الدولي لدى شركات الطيران الأوبئة خلال شهر أكتوبر 2020 بنسبة 83% مقارنة بعام 2019، وتقلصت السعة التشغيلية بنسبة 70.4%، كما انخفضت حركة المسافرين لشركات الطيران آسيا والمحيط الهادي في شهر أكتوبر 2020 بنسبة 95.6% مقارنة بالفترة نفسها من عام 2019، وواصلت المنطقة معاناتها من أكبر انخفاض في حركة المسافرين، إذ انخفضت السعة التشغيلية بنسبة 88.5% وهو أدنى مستوى بين المناطق. كما تراجعت حركة السفر في أمريكا الشمالية بنسبة 88.2% في أكتوبر 2020، والذي يعد تحسناً طفيفاً من انخفاض بنسبة 91% في سبتمبر 2021، وانخفضت السعة التشغيلية بنسبة 73.1%، وشهدت شركات الطيران في أمريكا الجنوبية انخفاض على الطلب بنسبة 86% خلال أكتوبر 2020، مقارنة بالشهر نفسه من عام 2019 فيما شهدت شركات الطيران الأفريقية انخفاض على حركة السفر بنسبة 78.6% في أكتوبر 2020، والذي يعد تحسناً عن الانخفاض المسجل بنسبة 84.9% خلال سبتمبر 2020، وهو أفضل أداء بين المناطق. وأما على مستوى الصين، انخفضت حركة السفر المحلية بنسبة 1.4% فقط في أكتوبر 2020 مقارنة بشهر أكتوبر من عام 2019، وقد تراجعت حركة السفر المحلية في روسيا مرة أخرى إلى المستويات السلبية خلال أكتوبر 2020 بانخفاض قدره 10% بعد شهرين من النمو، وأثرت أرقام الإصابات بفيروس كورونا بزعزعة ثقة المسافرين، على الرغم من وجود بعض القيود على رحلات السفر المحلي للتقليل من انتشاره⁽¹⁾.

المبحث الثاني: تطور عملية التجارة الالكترونية خلال الجائحة (كوفيد19)

رغم كل الكوارث والمشكلات التي خلفتها جائحة كورونا على كافة المستويات الاجتماعية والإنسانية والاقتصادية، إلا أنه هناك راجحون من هذه الأزمة، ولعل من أبرز القطاعات التي انتعشت جراء كورونا "سوق التجارة والمعاملات المالية الالكترونية" والذي شهد نموا كبيرا سواء على مستوى حجم المبيعات أو عدد المتعاملين في هذا المجال، نتيجة لتخوف المواطنين من الأماكن العامة والاختلاط، وهو ما اضطرهم للجوء إلى شراء احتياجاتهم عن طريق الانترنت، حيث مثلت مبيعات هاته الأخيرة نحو خمس إجمالي تجارة التجزئة العام الماضي (وفق تقرير الأمم المتحدة).

في هذا المبحث سيتم التطرق إلى تطور عملية التجارة الالكترونية خلال الجائحة (كوفيد19) من خلال دراسة مؤشرات تطورها وعرض مختلف مداخل كبريات شركات التجارة الالكترونية، والفرص والتحديات اللازمة لنمو التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا كما يلي:

المطلب الأول: مؤشرات تطور التجارة الالكترونية في ظل جائحة كوفيد19 .

المطلب الثاني: الفرص والتحديات لنمو التجارة الالكترونية في ظل جائحة كوفيد19.

المطلب الأول: مؤشرات تطور التجارة الالكترونية في ظل جائحة كوفيد19

لقد أثرت الجائحة على مستوى التجارة العالمية، فحسب الدراسات فإن 52% من الأفراد يتجنبون التسوق المباشر خوفاً من الازدحام والاحتكاك المباشر مع الأفراد خاصة في الأماكن المغلقة، وقد أثرت أيضا على مختلف المنتجات وبدرجات متفاوتة حسب طبيعة المنتج ودرجة أهميته بالنسبة للمستهلك، وهذا ما جعل المستهلك يتجه إلى الحصول على حاجاته بالاعتماد على تطبيقات التجارة الالكترونية المختلفة⁽¹⁾، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع الطلب عليها وانحسار الحركة في المتاجر التقليدية.

أولاً- احصائيات نمو مداخل التجارة الالكترونية في العالم خلال جائحة كوفيد19

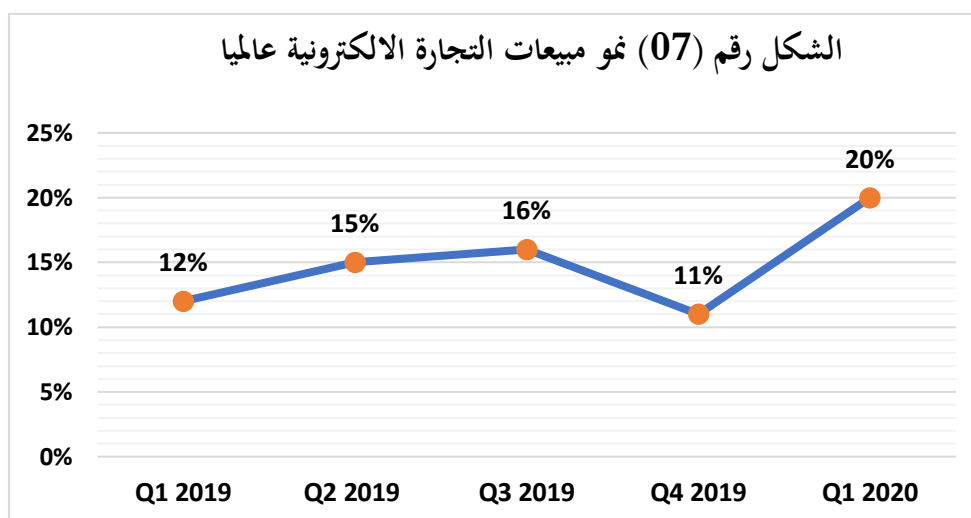
كشف مؤشر التسوق العالمي للربع الأول من عام 2020 والذي يتناول بيانات وأنشطة ما يزيد عن مليار متسوق حول العالم، عن تغيرات في سلوكيات الشراء حول العالم، وذلك تأثرا بانتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد19) واقدام العملاء على شراء المنتجات خلال التزامهم بالبقاء في المنازل.

ولعل أبرز الاستنتاجات من هذا المؤشر للربع الأول من العام تتضمن ما يلي: (2)

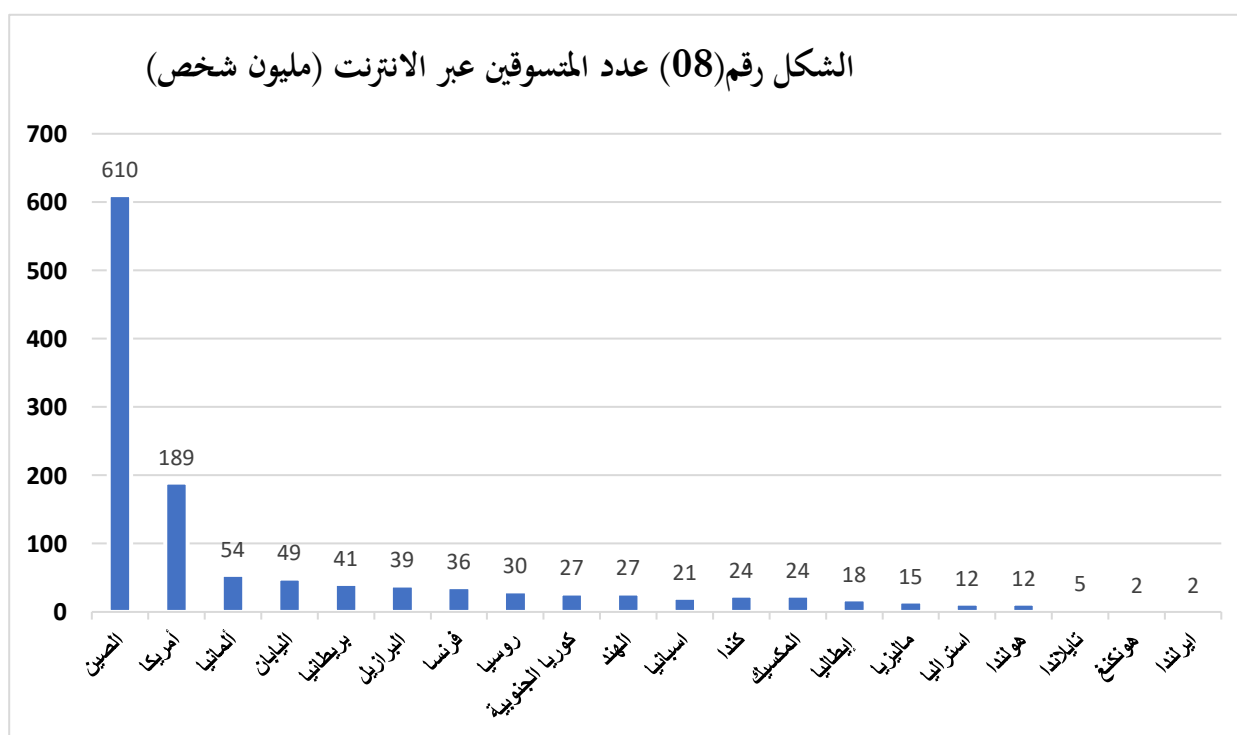
(1) سهام موسى: تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية في العالم، دراسة تحليلية، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 9، العدد 4، 2021/03/10، ص134.

(2) بسمه محرم الحداد، نبال عبد العاطي غواص، التجارة الالكترونية في ظل تداعيات جائحة كورونا، الإصدار رقم 14، مصدر معهد التخطيط القومي، أوراق السياسات، ص22.

1-ارتفاع الطلب على التجارة الالكترونية وانحسار حركة التجارة التقليدية حيث سجلت مبيعات التجارة الالكترونية نموًا بمعدل 20% في الربع الأول من عام 2020 مقارنة بمعدل 12% في الفترة نفسها من عام 2019 وما يوضحه الرسم البياني الآتي:



أي ارتفاع متوسط % وكذا الزيادة في إنفاق المتسوقين بمعدل 4% وتضمن ذلك زيادة في عدد زوار المواقع بمعدل 16 مبالغ الإنفاق المتسوق لكل زيارة.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول السابق

تستمر التجارة الإلكترونية بالنمو بمعدل سريع على الرغم من عدم الاستقرار الاقتصادي العالمي حيث مثلت وبحسب تقرير نشره موقع “EcommerceGuide”، من المتوقع استمرار هذه الأرقام بالازدياد لتصل إلى 22% في عام 2023. وبحسب إحصائيات التجارة الإلكترونية العامة بالنسبة لـ 99 شركة لعام 2020، من المتوقع أن تجرى 95% من عمليات الشراء إلكترونياً بحلول عام 2040، إذ تصدرت منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأمريكا الشمالية التجارة الإلكترونية ومبيعاتها، وتليها أوروبا الغربية.

حيث اكتسبت منطقة آسيا والمحيط الهادئ زيادة في التجارة الإلكترونية بمعدل 62%، (بحسب تقرير أعده موقع “BusinessInsider“)، وزادت المبيعات عبر الإنترنت على عام 2019 بنسبة 15% في عام 2020، وبالتالي حجم هذا السوق أصبح واسع جداً، حيث بلغ عدد المتسوقين بواسطة الإنترنت في أكبر 20 اقتصاداً في العالم 1.2 مليار شخص، الصين وحدها تستحوذ على المركز الأول بنحو 610 مليون متسوق، وتليها أمريكا بنحو 189 مليوناً، تليها ألمانيا بحوالي 54 مليون شخص، هذا ما يوضحه الجدول أعلاه.

2- تحول مشتريات السلع الرئيسية إلى التسوق الرقمي

تسببت سياسات التباعد الاجتماعي والحجر المنزلي في ارتفاع الطلب على عدد من السلع الرئيسية عبر متاجر التسوق الرقمي والتجارة الإلكترونية، بما في ذلك منتجات المواد الغذائية والعناية الشخصية، ففي فترة ما بين 10 مارس حتى 20 مارس، سجلت مبيعات هاته السلع الرتيبة ارتفاعاً بمعدل 200% حيث حافظت على ارتفاعها حتى الربع الأول من العام (2020).¹

3- التسليم من المتاجر يوفر مزيداً من الأمان والمرونة للمستهلك (B2C)

أتاح بعض مواقع ومنصات التسوق الإلكترونية إمكانية الشراء عبر المواقع ومن ثم استلام المنتجات من المتاجر التقليدية ما أسهم في زيادة إيرادات المبيعات الإلكترونية بنسبة 27% في الربع الأول مقارنة بنمو يقدر بـ 13% فقط للمواقع التي لم توفر هذا الخيار للتسليم.

حيث سجلت إيرادات المبيعات الرقمية التي وفرت خيار التسليم من المتاجر (سواء على رصيف الطريق، في السيارة، أثناء القيادة أو من الاستلام من المتاجر) نمواً بمعدل 92% على عكس المواقع التي لم على عكس المواقع التي لم توفر هذه الميزة سجلت نمو لم يتجاوز 19%.

ويشير الجدول الموالي إلى نمو مبيعات التجارة الإلكترونية حسب المناطق الجغرافية في العالم:

1 سهام موسي، تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الإلكترونية في العالم، مرجع سبق ذكره، ص 135.

الجدول رقم(09): مبيعات التجارة الالكترونية حسب المناطق الجغرافية في العالم (بليون دولار أمريكي)

نسبة النمو %	حجم التجارة الالكترونية		المنطقة
	2020	2019	
4.47%	244.83	2.336.27	آسيا والمحيط الهادي
18.49%	832.63	678.67	أمريكا الشمالية والجنوبية
10.62%	591.230	528.43	أوروبا
17.01%	41.56	34.49	الشرق الأوسط وإفريقيا

المصدر: بسمة محرم الحداد، نihal عبد العاني غواص، التجارة الالكترونية في ظل تداعيات جائحة كورونا، مرجع سابق، ص23.

من الملاحظ من الجدول أن دول آسيا والمحيط الهادي تصدر القائمة من حيث حجم المبيعات، فالمنطقة تقود نمو التجارة الالكترونية العالمية، متجاوزة جميع القارات بمعدل نمو سنوي (عام 2020) 25% أي ما يعادل 2.271 ترليون دولار أمريكي وهو ما يقابل نسبة 62.55% من حجم التجارة الالكترونية العالمية.

خاصة أن عملاق التجارة الصين شهدت ارتفاع في حجم المعاملات الالكترونية عبر العالم حيث بلغت 1.2 ترليون دولار أمريكي نهاية 2020 في حين نجد اليابان لاعب التجارة الالكترونية في العالم من الدول البارزة وذلك من خلال شركة Rakuten بالإضافة إلى هاتين القوتين نضيف أيضا واحدة من أسواق التجارة الالكترونية الرائدة كوريا الشمالية التي تشمل Gmarket و Coupang من أكبر أسماء التجارة الالكترونية في المنطقة.

تأتي في المرتبة الثانية أمريكا الشمالية والجنوبية، حيث قدرت مبيعات تجارة التجزئة عبر الانترنت 832.63 بليون دولار أمريكي أي ما يعادل نسبة 21.27% من الإجمالي للسداسي الثاني لسنة 2020.

تليهم دول أوروبا تحتل المرتبة الثالثة من حيث حجم مبيعات التجارة الالكترونية في العالم حيث بلغت قيمة 591.230 بليون دولار أمريكي أي بنسبة 15.10%.

ووفقا لما جاء في تقرير صادر عن الاتحاد العربي للتجارة الالكترونية، فالتجارة الالكترونية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا كانت تقدر بـ 20 مليار دولار في عام 2017، و 50 مليار بحلول عام 2018 في حين قدرت حجم مبيعاتها في عام 2020 بـ 200 مليار دولار⁽¹⁾.

وحسب ما اشارت إليه الاحصائيات المحققة في نفس الفترة من سنة 2019:

(1) الاتحاد العربي للتجارة الالكترونية 2020.

- * هناك نمو في حجم التجارة الإلكترونية قدر بـ 18% خلال سنة 2020 في كل من أمريكا الشمالية والجنوبية.
- * أما في الشرق الأوسط وأفريقيا بلغت نسبة النمو فيها 17.01% فقد لجأت هذه الدول للتجارة عن بعد في ظل أزمة كوفيد كضرورة حتمية لارتفاع الإصابات بسبب التجمعات في المراكز التجارية.
- * كما حققت باقي المناطق ارتفاعا بمعدل 4.47% في آسيا والمحيط الهادي، و 10.62% في دول أوروبا.

ثانيا- تأثير الاشتراكات الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية خلال جائحة كوفيد 19

على الرغم مما خلفته جائحة الفيروس التاجي (كوفيد 19) على اقتصاديات دول العالم بشكل سلبي نظرا للإغلاق الشامل الذي شهدته مختلف الدول من جهة ومن جهة أخرى، ساهمت في انتعاش وازدهار نشاط بعض الشركات العالمية خصوصا النشطة منها عبر الإنترنت.

الجدول رقم (10): ترتيب أهم أكبر شركات التجارة الإلكترونية في العالم حسب حجم مداخلها

اسم الشركة	الإيرادات (تريليون دولار أمريكي) السداسي الثاني (2020)
أمازون	59 372
بيونغ يانغ	14 527
أوبر	11 270
أكسيديا	11 223
أي باي	10 746
JD-COM	69 834
علي بابا	40 383
ميتوان دايينغ	9 859
Shopify	1 073
Rakuten	3 740

المصدر: مريم سهام، تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة في العالم، مرجع سابق، ص 25.

شهدت شركات تجارة التجزئة عبر الإنترنت (b2c) غوا متسارعا في مداخلها، ذلك بعد توجه المستهلك إلى اقتناء مستلزماته عبر شبكة الإنترنت

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن المنافسة الافتراضية بلغت ذروتها وتوجه العالم بخطى متسارعة نحو التجارة القائمة على الاقتصاد الرقمي بشكل مكثف.

نجد موقع JD.COM عملاق التجارة الإلكترونية الصيني سيصدر قائمة الشركات التي استفادت من الأزمة الوبائية وتوسعت أسواقها ومنافس لموقع أمازون الأمريكي العالمي، بعائدات قدرت بحوالي 69 834 بليون دولار أمريكي، يليه مباشرة منافسه أمازون بحجم مداخيل قدرت بـ 59 372 بليون دولار أمريكي أمازون يعتبر من أكبر مواقع التجارة الإلكترونية والحوسبة السحابية في أمريكا وأوروبا، ويأتي في المرتبة الثالثة موقع "علي بابا" الصيني، بعوائد 40 383 بليون دولار أمريكي وهي من أحد أقوى المتاجر للبيع بتجزئة عن بعد حيث تستطيع الاستيراد منها وأنت في منزلك ومن أي مكان في العالم.

في المرتبة الرابعة نجد موقع "بوينغ هولدينغ" للطيران حظيت بهذه المرتبة لأن شركة الطيران الأمريكية لم توقف رحلاتها الجوية في الفترة الأولى للجائحة ما جعلها تعرف نمو من خلال عمليات الحجز الإلكتروني من طرف الزبائن بغض النظر عن سعر التذاكر الذي عرف زيادة ملحوظة خلال هذه الفترة.

أما فيما يخص موقع شركة أوبر الأمريكية احتلت المرتبة الخامسة، بعوائد قدرت بـ 11 270 بليون دولار أمريكي هذا نتيجة المستهلكين على خدمات الشركة في ظل الأزمة حيث قامت بتطوير أسواق تعمل على تطبيق أوبر للهواتف النقالة. تليها في المرتبة السادسة موقع أكسيديا أكثر تستفيد من قيود الأزمة وهي شركة تكنولوجيا سفر عالمية أمريكية وفر موقعها على شبكات الانترنت معلومات عن برامج الرحلات وتكاليف السفر، حيث تمتلك العديد من محركات البحث: اكسيديا دوت كوم، هوتل دوت كوم، هوت واير دوت كوم، كار رينت دوت كوم، تذاكر رخيصة (cheap Tickets)، تريفاجو، فري دوت كوم، ترافيلوسيتي دوت كوم، حيث بلغت مداخيلها 11 223 بليون دولار أمريكي، وفي المركز السابع من حيث حجم العائدات المالية خلال السداسي الثاني من 2020 موقع أي باي (e bay) والذي يعتبر أكبر موقع مزادات عالمية عبر الانترنت، ووسيط بين البائع والمشتري، بلغت مداخيل الشركة 10 746 بليون دولار أمريكي.

وثامنا يأتي موقع ميتوان دايينغ الصيني بإيرادات حجمها 8 459 بليون دولار أمريكي، أكبر شركة لتوزيع الطعام في الصين، حيث لجأت إلى القروض المصرية لرفع قدراتها على تلبية حاجيات المستهلكين المتزايدة خلال فترة الوباء خصوصا في مجال توصيل الطلبات.

أما في المرتبة التاسعة، نجد موقع راكتن (Rakuten) الياباني بإيرادات مالية قدرت بـ 3 740 بليون دولار أمريكي، وهي شركة انترنت وتجارة الكترونية تقدم منتوجات وتسهل عملية البحث عن المنتج.

أخيرا في المرتبة العاشرة، يحتلها موقع شوبي فاي Shopify الكندي الذي سجل إيرادات قدرت بـ 1 073 بليون دولار أمريكي، استمرت أسهمها بالارتفاع في بورصة تورنتو ومتوقفة بذلك على مصرف رويال.

مما سبق نلاحظ أن شركات التجارة الإلكترونية في الصين شهدت نمواً متسارعاً مقارنةً بنظيرتها التي تصدرت الترتيب، ذلك نتيجة لتوسع فروعها وأنشطتها عبر مختلف دول العالم، وتقديمها لخدمات ومنتجات بأسعار الجملة، هذا ما ساعدها على غزو كل من أسواق دول المشرق العربي كالسعودية وكذا معظم الدول الأفريقية تعتبر زبون مهم بالنسبة لها.

المطلب الثاني: الفرص والتحديات لنمو التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كوفيد19

لكل أزمة أو مشكلة مجموعة من الفرص والتحديات التي يجب الوقوف عليها للاستفادة منها والتغلب عنها ومواجهة التحديات، فالجائحة الوبائية (كوفيد19) في طيات المحنة تظهر المحنة، وتستطيع أن ندرك أن على قدر مقدار خسائر القطاعات اقتصادياً على قدر مكاسب قطاعات أخرى -ربّ ضارة نافلة- ، وفيما يلي عرض لأهم الفرص والتحديات للتجارة الإلكترونية: (1)

أولاً- الفرص -الآثار الإيجابية- للكوفيد19 على التجارة الإلكترونية

* فرصة كسب عملاء جدد

لمواجهة شبح الإغلاق الكلي أو الجزئي الذي فرضه الوباء (كوفيد19) عزفت كل شرائح المجتمع عن النزول والاقبال على منصات التجارة الإلكترونية تفادياً للاختلاط والمزاحمة ، ما يمثل فرصة لكسب شرائح أكبر من الجمهور.

* ازدهار شركات الشحن والتسليم

فترة الوباء الوخيمة بمثابة فرصة ذهبية لازدهار وتطور العديد من شركات الشحن والتوصيل الخاصة بتسليم الشحنات من مكان التخزين نحو العملاء، ذلك من خلال تطوير أدائهم ومعايير الإدارة الخاصة بسلاسل الامداد على توصيل الشحنات واستلامها

* تطور في نظام المدفوعات عبر الانترنت

بعد تفشي الوباء وزيادة كل شرائح المجتمع عبر العالم تحولت الكثير من المعاملات لتصبح رقمية الانترنت، هذا ما جعلها فرصة جديدة ومربحة لانظمة الدفع عبر الانترنت، ليتبعها المستخدم عند الشراء والتسوق عبر المتاجر الإلكترونية.

* تغيير في أسهم المبيعات

بخصوص اسهم المبيعات الخاصة بمجالات التجارة الإلكترونية، تصدرت المراكز الأولى لتحقيق المبيعات والارباح المجالات مثل مجالات بيع المنتجات العناية الخاصة (اقنعة الوجه، القفازات، المطهرات)، حيث كانت النسب كالتالي: (2)

(1) بسمة محرم الحداد، نihal عبد العاصي غواص، مرجع سبق ذكره، ص25.

(2) رجاء الهبطي، كيف تأثرت التجارة الإلكترونية في زمن الكورونا؟ متاح على الرابط. <http://www.aljazeera.net./25/4/2020>.

أسهم مبيعات الأقنعة بنسبة 590%

أسهم مبيعات المطهر اليدوي بنسبة 420%

أسهم مبيعات القفازات بنسبة 151%

اسهم مبيعات صابون اليد بنسبة 33%

ثانيا- التحديات - الآثار السلبية- للكوفيد 19 على التجارة الالكترونية

* التخلف عن مواعيد استلام الشحنات الاعتيادية

ذلك بسبب تقليل ساعات العمل نظرا لظروف حظر التجوال في كل البلاد ومن ناحية أخرى نقص العناصر المطلوبة في المخازن نتيجة لزيادة الطلبات خلال الفترة الأخيرة بسبب فيروس كورونا (كوفيد19)

*ارتفاع الأسعار⁽¹⁾

ذلك راجع للعديد من الممارسات الخاطئة منها قيام بعض التجار بالشراء عبر المنصات الالكترونية والاستفادة من العروض والتخفيضات وإعادة بيعها بأسعار مرتفعة، والأخرى بسبب تراحم الجمهور من أجل اقتناء المنتجات الضرورية كالقفازات، الأقنعة الطبية، المطهرات... الخ، ما أدى بأصحاب المحلات والمتاجر برفع الأسعار واستغلال الفرص. أيضا سلوك المستهلك غير العقلاني لشراء أكبر من احتياجاتهم متسببين في ذلك في نفاذ المنتجات الأمر الذي ساهم بشكل كبير في ارتفاع الأسعار المفاجئ.

*انعدام الثقة في وسائل الدفع الالكترونية

تعتبر وسائل الدفع الالكترونية من أكثر التحديات التي تواجه التسويق عن بعد عبر الانترنت، وتتعلق تلك التحديات بتخوف العديد من المتسوقين من طريقة لتسوية المعاملات من حيث سرقة بياناتهم البنكية والنصب والاحتيال المتعلق بها، فالدفع النقدي هو الطريقة الأكثر استعمالا ومانا لحد الآن.

(1) بسمة محرم الحداد، نهار عبد العاصي غواص، مرجع سبق ذكره، ص27.

خلاصة الفصل الثاني:

مما سبق طرحه في هذا الفصل، تم التركيز على التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كوفيد19، ذلك بترصد مختلف تداعيات الجائحة على الاقتصاد العالمي وما ألحقته من أضرار، على مختلف القطاعات لاسيما قطاع المحروقات، التجارة الدولية، أسواق العمل، قطاع النقل... إلخ، واستعراض أهم الإجراءات والتدابير المتخذة من طرف الحكومات لاحتواء هذا الوباء والحد من تداعياته، كما تم التطرق إلى تطور عملية التجارة الإلكترونية خلال فترة الوباء المستجد (كوفيد19) بدراسة مختلف احصائيات نمو مداخل هذه التجارة على الصعيد العالمي وتداعياته على أهم الشركات العالمية الرائدة في هذا المجال، دون أن ننسى الحرص والتحريات اللازمة لنمو التجارة الإلكترونية في ظل هذه الأزمة.

الفصل الثالث

آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

للفترة ما بعد جائحة كوفيد 19

تمهيد

في الوقت الذي وجهت فيه جائحة كوفيد 19 ضربة موجعة لاقتصاد الجزائر البلد الغني بالموارد لا يزال يعاني التحديات الاجتماعية والاقتصادية نفسها منذ عقد من الزمن وألقت بتداعياتها على جل القطاعات ذات الطبيعة الاقتصادية ، إلا أنها في المقابل ساهمت في انعاش التجارة الإلكترونية، خصوصا أنه في هذه الفترة عملت الدولة على اطلاق خدمات جديدة في ظل تطور استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال والرغبة في التوجه نحو الاقتصاد الرقمي وتوسع نطاق التجارة الالكترونية في اغلب الدول.

وفيما يلي استعراض اهم تداعيات كوفيد 19 على القطاعات الاقتصادية في الجزائر وتحديات التجارة الإلكترونية ما بعد الجائحة وفق مبحثين كالآتي:

المبحث الأول: قراءة في التداعيات الاقتصادية لجائحة كوفيد على الجزائر

المبحث الثاني: تحديات التجارة الالكترونية ما بعد جائحة كوفيد 19

المبحث الأول: قراءة في التداعيات الاقتصادية لجائحة كوفيد على الجزائر

يعزى الامتعاض الشعبي الواسع النطاق الذي اجتاحت الجزائر جزئيا إلى أوجه عدم المساواة المتعددة الأبعاد والمصاعب الاقتصادية، فقد فاقمت تداعيات جائحة كوفيد 19 -الفيروس التاجي المستجد- والإجراءات الوقائية وما صاحبها من انخفاض في أسعار المحروقات في عام 2020 مكانا في الخلل في الاقتصاد الجزائري الذي يعاني هذا الأخير عدة مسائل بنيوية ترتبط سوء إدارة الربوع خصوصا وأن الاقتصاد الجزائري شديد الاعتماد على الغاز والنفط اللذين يتأثران بتقلبات الأسعار (اقتصاد ريعي).

المطلب الأول: تداعيات جائحة كوفيد 19 على النمو في الجزائر

في ظل تأثر البنية الاقتصادية العالمية جراء انتشار فيروس كورونا بات من الضروري تأثر النشاط الاقتصادي في الجزائر .

أولا-تغيرات أسعار النفط ورصيد الميزانية في الجزائر خلال فترة الجائحة⁽¹⁾

تعرض اقتصاد الجزائر إلى انهيار أعنف من ذي قبل بسبب تفشي فيروس كورونا (كوفيد 19) في العالم وهبوط أسعار النفط الذي وصل إلى ما دون 25 دولارا للبرميل في 28 مارس 2020

قلل سعر النفط عند 30 دولارا للبرميل في سنة 2020 من اجمالي الإيرادات المالية للجزائر بنسبة 21.2% ، فعلى الرغم من انخفاض الاستثمار والاستهلاك العام بنسبة (9.7%-) و (1.6%-) على التوالي حسب ما جاء في نص قانون المالية التكميلي لسنة 2020 فإن عجز الموازنة سيرتفع إلى 16.3% من اجمالي الناتج المحلي، هذا الأخير وحسب توقعات صندوق النقد الدولي ستراجع بنحو 5.2%- ليستعيد النمو من جديد في سنة 2021 بنسبة 6.23% مستفيدا من حالة التعافي وكذا التحسن في أسعار النفط بحسب تقديراته.

شهد عجز الميزانية ارتفاعا مطردا من سنة إلى أخرى ليصل إلى نسبة 19.97% من الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2020، بعد ان كان يقدر بـ 9.32% في سنة 2019. ومن المتوقع أن يصل هذا العجز إلى حوالي 15.03% في سنة 2021، في حين بلغت نسبة الدين العام إلى الناتج المحلي الإجمالي 60.97% بعد أن كانت 46.26 M في سنة 2019. ونسبة 65.83% في سنة 2021 (توقع).

(1) سيد امير زهرة- بللها أسماء، قراءة في التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا على الجزائر- الآثار والاجراءات، مجلة . 04، عدد 02، مجلة الاقتصاد و إدارة

ثانيا- تغيرات قيمة الواردات والصادرات الجزائرية خلال فترة كوفيد 19

عرفت تطور حركة التجارة الخارجية في الجزائر تذبذبا في الآونة الأخيرة بسبب التقلبات التي أصابت قطاع المحروقات جراء تفشي وباء كورونا .

وفيمايلي سنتناول دراسة وتحليل حركة التجارة الخارجية من خلال دراسة الصادرات والواردات ، الميزان التجاري

1-تطور الواردات والصادرات الجزائرية

سنبين من خلال هذا الجدول تطور الصادرات الواردات الجزائرية خلال الفترة (2018-2020) وذلك كمايلي:

جدول رقم (11): تغيرات قيمة الواردات والصادرات الجزائرية خلال فترة (2018-2020) (الوحدة مليار دولار)

الصادرات	الواردات	السنوات البيان
41.79	46.33	2018
35.82	41.93	2019
23.80	34.40	2020

من اعداد الطلبة بالاعتماد على المؤشرات العام للجمارك على الموقع:

<http://www.douane.gov.dz>

عرفت حصيلة الواردات والصادرات الجزائرية تذبذبا ما بين فترة (2018-2020) حيث انتقلت الصادرات من قيمة 41.79 مليار دولار أمريكي سنة 2018 إلى 35.82 مليار دولار أمريكي سنة 2019، في حين وصلت قيمتها في سنة 2020 (في ظل جائحة كورونا) إلى قيمة 23.80 مليار دولار أمريكي منخفضة بذلك بنسبة 33% عن السنة السابقة بسبب تراجع أسعار النفط الخام ذلك لاعتماد الجزائر على النفط والغاز اعتمادا كثيفا ، إذ يمثلان 60% من الميزانية العامة ويشكلان 94% من اجمالي الصادرات ¹ بينما قدرت قيمة الواردات الجزائرية في سنة 2019 بـ 41.93 مليار دولار أمريكي مقابل 46.33 مليار جولا في السنة السابقة مسجلة بذلك انخفاضا نسبته 9.49% ².

جراء ما تعرضت له الجزائر من ضغوطات مالية بسبب جائحة كوفيد 19 التي تسببت في انخفاض الطلب العالمي على النفط وهبوط الأسعار، فقيمة الواردات من السلع والخدمات انخفضت بنسبة 18% أي بقيمة 34.40 مليار دولار في 2020 (حسب وكالة الأناضول).

1 - رويترز، "تراجع صادرات الجزائر 33% في 2020 بسبب انخفاض سعر النفط" العربية، على الموقع <http://www.alarabiya.net> اطلع عليه بتاريخ : 06 جوان 2021 على الساعة 09:00

2 - حسان جبريل، "الجزائر .. صعود التجارة الخارجية لـ 6.1 مليار دولار في 2019"، وكالة الأناضول ، 2020/02/16 على الموقع: <http://www.aa.com> اطلع عليه بتاريخ 06 جوان 2021 على الساعة 09:43.

من خلال معطيات الجدول السابق نلاحظ أن الصادرات الجزائرية عرفت انخفاً متتالياً خلال (2019-2020) فكما ارتفعت يرجع ذلك لارتفاع أسعار المحروقات والعكس صحيح. أما فيما يخص الواردات فهي كذلك في الانخفاض نتيجة انخفاض حصيلة الصادرات الناتجة عن هبوط أسعار النفط والغاز خلال فترة الوباء (الفيروس التاجي المستجد- كوفيد19) فانخفاض أسعار البترول يصاحبها تذبذب في الصادرات وعدم القدرة على تقليص الكميات المستوردة.

2- تطور رصيد الميزان التجاري خلال الفترة (2018-2020)

يبين الجدول التالي تطور للميزان التجاري الجزائري خلال فترة (2018-2020)

الجدول رقم (12): رصيد الميزان التجاري خلال الفترة (2018-2020) (الوحدة مليار دولار)

البيان	2018	2019	2020
الميزان التجاري	-4.53	-6.11	-10.6

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد معطيات (احصائيات وحصائل) وزارة التجارة على الموقع

<http://www.commerce.gov.dz>

من خلال الجدول نلاحظ أن رصيد الميزان التجاري يتميز بتقلبات مستمرة (عجز مستمر خلال 3 سنوات متتالية) وهي نتيجة منطقية سببها تقلب حصيلة الصادرات والواردات نتيجة هبوط أسعار المحروقات خلال فترة وباء كورونا . في حين قطاع الشغل لم يكن بعيداً عن هاته الأزمة ، فقد وصل معدل البطالة خلال سنة 2020 إلى نحو 15.5% كما أن التدابير الوقائية لاحتواء الجائحة (كوفيد19) وكذا جانب المستوى المرتفع لعدم اليقين الاقتصادي أثر على الاستهلاك الخاص والاستثمار وانخفاض الطلب على الخدمات والسلع الاستهلاكية غير الأساسية والاستثمارات الخاصة وتعطل سلسلة العرض وارتفاع التضخم إلى نسبة 4% خلال سنة 2020. وكذا انقطاع الامدادات من دولة الصين وأوروبا بسبب تفشي جائحة كوفيد 19 التي تمثل أكثر من 80% من الواردات الجزائرية.

المطلب الثاني: تداعيات جائحة كوفيد 19 على القطاعات الاقتصادية في الجزائر

يجدر بنا الذكر أن جائحة كوفيد 19 قد عصفت أيضاً بقطاعات صناعية وخدمية بالجزائر

وفيما يلي استعراض لاهم القطاعات المتأثرة بهذا الفيروس

أولاً- القطاع الصناعي وتدابير جائحة كوفيد 19

كما لا يخفى على أحد ان الجزائر تعتمد في نسيجها الصناعي والاستهلاكي على الخارج بدرجة كبيرة، حيث تعتبر الصين من أهم الموردين للاقتصاد الجزائري، كما تعتبر المصانع الصينية المورد الرئيسي لبعض الصناعات التحويلية، ففي ظل شلل المصانع الصينية ينجر عن ذلك شلل كبير في مصادر بعض القطاعات في البلاد.

إذا نظرنا إلى حضيرة السيارات بالجزائر سنجد أنها تعتمد في قطع الغيار على الصين وهذا ما يؤرق سوق قطع الغيار للسيارات بالجزائر في ظل غلق المصانع الصينية وشلل حركة الموانئ.⁽¹⁾

كما تأثر التصنيع من جهة أخرى بفعل أثر الجائحة على سلاسل التوريد وقلة توفر المواد الأولية وشبه المصنعة لبعض الصناعات، الأمر الذي انعكس سلبا مباشرة في خفض الإنتاج وتعطيل منشآت التجميع خاصة بتلك الشركات التي تعتمد على مواد أولية من الصين

بالإضافة إلى هذه الحثيات، فإن الصناعة الجزائرية تأثرت بطريقة غير مباشرة نتيجة لتعطل ديناميكية الشحن والتفريغ بسبب الخضوع لإجراءات الوقاية التي تحد من الحيز الزمني لتسليم البضاعة خصوصا مع كثرة عمليات الشحن وطول فترة الأزمة⁽²⁾

ثانيا- القطاع الخدماتي وتداعيات جائحة كوفيد 19:

يوفر قطاع الخدمات في الجزائر 60% من فرص العمل، و44% من الناتج الداخل الخام و 22% من القيمة المضافة ، حيث ألقت جائحة كوفيد 19 بتداعياتها على قطاع الخدمات الذي يعتبر ثالث قطاع رئيسي في الناتج المحلي الإجمالي، ويشمل قطاع الخدمات المصرفية والسياحية والتأمينات والترفيه والاتصالات وخدمات الانترنت والمعلومات والنقل وغيرها. أقرت الحكومة الجزائرية قيودا على الرحلات الجوية وإغلاق الحدود الجوية والبحرية مما تسبب في انكماش واسع في قطاع الفنادق والنقل والمعاملات المالية بسبب تراجع حركة الموانئ والمطارات. في السياق نفسه، عرف قطاع الفنادق شللا، حي وصل إلى حدود 80% تقريبا إذا تحولت بعض المرافق والفنادق العمومية إلى مراكز للحجر الصحي للمسافرين من الخارج.

وعلى غرار الفنادق، شهد قطاع الوكالات السياحية صعوبات عديدة، خاصة تلك التي تنشط في السياحة الدينية كالحج والعمرة، حيث قررت السعودية تعليق العمرة إلى اشعار آخر في إطار إجراءات الوقاية من تفشي الوباء⁽³⁾ على العموم، كشفت أزمة فيروس كورونا المستجد عن خلل واضح في هيكلية الاقتصاد الوطني القائم على الربح البتولي.

(1)- تونسي نجات: تداعيات فيروس كورونا كوفيد 19 على اقتصاديات المغرب العربي Avab Maghreb economies، المجلد 08، مجلة المالية والأسواق، المركز الجامعي، مرسللي عبد الله (تبيزة)، ص 3، 4.

(2) بولعراس صلاح الدين، الاقتصاد الجزائري في ظل التداعيات العالمية لجائحة كورونا بين الاستجابة الآنية والمواكبة البعيدة. Algeria's economy in high of the global repressions of the corona pandemic between the immediate response and subsequent keeping up

المجلة 20، العدد الخاص حول الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا، سبتمبر 2020 مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، ص 169.

(3)- عمار لسموت، تداعيات فيروس كورونا ... شلل اقتصادي واجتماعي في الجزائر، في 5 افريل 2020، أطلع على الرابط: <http://ultraalgeria.ultrasawt.com>

وبالتالي فتح الاقتصاد الموازي الستار لتبرز فئات واسعة من المجتمع لا تستفيد من التأمين الاجتماعي الذي يوفر التأمين في حالة البطالة لأن الحجر المنزلي لم يسبب مشكلة على القطاع العام لان الدولة تضمن أجروهم بل على عمال القطاع الخاص كأصحاب المقاهي والمطاعم والمتاجر... إلخ مما أدى إلى زيادة في معدلات البطالة، واتساع دائرة الفقر في المجتمع. إذ عرّى الفيروس هشاشة قطاع خفي على المجتمع يشكل في العمل اليومي رزق الملايين.

ثالثا- قطاع الطاقة وتداعيات جائحة كوفيد 19:

قدرت وزارة الطاقة والمناجم خسائر شركات الطاقة الوطنية بنحو 125 مليار دينار بسبب تداعيات وباء كورونا فيروس كوفيد 19، ويرجع ذلك لتهاوي أسعار النفط خلال السداسي الأول من سنة 2020، إلى ما دون 40 دولار للبرميل.⁽¹⁾ بالنظر إلى كون ايطاليات واسبانيا اليونان الرئيسيان للجزائر في أوروبا والعالم هما الأكثر تضرر من أزمة فيروس كورونا وبالتالي أدى ذلك إلى تراجع الطلب وتعطل الدفع في هذين البلدين.

كل هذا أدى إلى تراجع عائدات الدولة من صادرات المحروقات خلال السداسي الأول من 2020 مقارنة بنفس الفترة من 2019 بحوالي 40% وقدرت نفس الوزارة الخسائر التي لحقتها كالاتي: ⁽²⁾

- سوناطراك: قدر الأثر المالي لتداعيات الجائحة بـ 247 مليون دج في الفترة ما بين (15 مارس و 31 ماي)
- سونلغاز: نقص في رقم الأعمال بقيمة 6.5 مليار دج.
- نفطال: إجمالي الخسائر من الفاتح من شهر مارس إلى غاية أوت قدرت بـ 20 مليار دج
- شركة طيران طاسيلي: (فرع مجمع سوناطراك): تراجع في رقم الأعمال بنسبة 27% في مارس أي ما يعادل خسارة بقيمة 221 مليون دج وتراجع بنسبة 72% في أبريل أي بقيمة 595 مليون دج.

(1) - سيد أعمار زهرة، بللها أسماء: مرجع سبق ذكره

(2) الإذاعة الجزائرية (18 جويلية 2020) خسائر أهم القطاعات الاقتصادية المتضررة من وباء كورونا، الرابط:

<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20200718/196409.html>

المبحث الثاني : تحديات التجارة الإلكترونية الجزائرية لفترة ما بعد جائحة كوفيد 19

عرفت الجزائر خلال الفترة الأخيرة خطوات معتبرة في مجال تحسيد التعامل بالتجارة الإلكترونية - التقارب الإلكتروني في ظل التباعد الاجتماعي- نظرا إلى الإجراءات والتدابير الوقائية الاحترازية المفروضة من قبل السلطات كالحجر الصحي (المنزلي) الذي حد في الأشهر الأولى من جائحة كوفيد 19 من تحركات المواطنين، فما كان عليهم للمحافظة على التباعد الاجتماعي إلا اللجوء إلى الفضاء الرقمي.

المطلب الأول: قراءة في الاحصائيات التجارة الإلكترونية الجزائرية خلال فترة كوفيد 19

أولا- تطور عملية التجارة الإلكترونية الجزائرية خلال فترة كوفيد 19:

كان لفترة الحجر الصحي بداية سنة 2020 بسبب جائحة كورونا دور هام ، فقد أثر بشكل كبير على النشاط التجاري مما جعل التجارة الإلكترونية الحل الفعال لممارسة للنشاطات -البيع أونلاين- ، فقد عرفت نموا واضحا خلال هاته الفترة، حيث تم التصريح بتسجيل نحو 441531 عملية دفع سواء بالبطاقة الذهبية الخاصة بمراكز البريد أو البطاقة البنكية وذلك خلال الفترة من 1 جانفي إلى غاية 30 مارس من سنة 2020 لا غير، مما يعد نموا كبيرا إلى جانب الاقبال الكبير على طلب البطاقات الذهبية ، البنكية، بطاقات الفيزا كارد وغيرها¹.

وهذا وقد ترافق هذا النمو مع ارتفاع عدد المواقع الإلكترونية المتخصصة في التسويق والتجارة من 31 موقعا في أواخر 2019 إلى أكثر من 45 موقعا مع نهاية شهر مارس 2020.

ومن اهم المجالات التي تصدرت الطلبات مجال النقل بـ 6292 طلبية سنة 2019 مقابل 871 طلبية سنة 2018 والذي عرف ازدهارا كبيرا نظرا لدخول عدة شركات هذا المجال مثل شركة يسير و شركر تم تم، وشركة كريم وهيتش العالميتين وغيرها².

كما كشف بيان لبريد الجزائر في تسجيل ما يفوق 959 مليون دينار جزائري خلال الأربعة أشهر الأولى من سنة 2020، جراء الدفع الإلكتروني وبمعدل 273 ألف عملية شهريا منذ مارس الماضي في حين السنة الماضية معدل الدفع الإلكتروني مثل 52 ألف عملية شهريا³.

1 - فريق مارتشيب للتشويق " التجارة الإلكترونية في الجزائر " سبتمبر 2020 على الموقع :

<http://www.martship4marketing.com>

اطلع عليه بتاريخ 07 جوان 2021 على الساعة 20:31

2 - المرجع السابق، " التجارة الإلكترونية في الجزائر " سبتمبر 2020 على الموقع :

<http://www.martship4marketing.com>

اطلع عليه بتاريخ 07 جوان 2021 على الساعة 20:31

3 - المرجع نفسه .

وقد تم اطلاق خدمة جديدة للدفع الالكتروني عبر تطبيق على الهاتف المحمول اسمه "بريدي باي baridi pay"¹ حيث تشكل هذه الخدمة نقلة نوعية في الجودة من حيث سرعة وسهولة الدفع الالكتروني في الجزائر وخيار استراتيجي في المستقبل في ضوء تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتوجه نحو الاقتصاد الرقمي والتوسع الملحوظ في مجال التجارة الالكترونية

كما تم تسليط الضوء على سلسلة من الإجراءات التحفيزية الهادفة إلى تعزيز نظام الدفع الإلكتروني وذلك بالتوسع في عمليات توزيع محطات الدفع الإلكتروني Terminal de paiement électronique² وتركيب هذه الأجهزة مع التجار مجاناً ودعم المتداولين من خلال سلسلة من الإجراءات الآمنة لوقف انتشار فيروس كورونا ، فمستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر يتوقف على مدى استعما وسائل الدفع الالكتروني في مختلف التعاملات، فقد حددت وزارة التجارة تاريخ 31 ديسمبر 2020 آخر أجل للقيام بوضع وسائل الدفع الالكتروني تحت تصرف المستهلكين، ذلك بتطبيقاً لأحكام المادة 111 من قانون المالية لسنة 2020، والتي تنص على إلزامية وضع وسائل الدفع الالكتروني تحت تصرف المستهلك.³

وبالتالي تقدمت الجزائر بتسعة وعشرين مرتبة على الصعيد العالمي في مجال التجارة الالكترونية (وفقاً للتقرير السنوي الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية) حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالمياً محتلة بذلك المرتبة الرابعة إفريقياً تليها كل من البرازيل (تقدم 10 مراتب) وغانا (تقدم بـ 20 مرتبة) وجمهورية لاوس (تقدم بـ 11 مرتبة) وثمة جملة من المؤشرات جعلت الجزائر تتقدم إلى هذه المرتبة وهي كالتالي:⁴

- نسبة نعيم الانترنت وتأمينه
- الاندماج المالي
- موثوقية الخدمات البريدية .

فقد دفع وباء كورونا بالجزائريين وبعض المؤسسات إلى تبني الدفع الإلكتروني عن بعد عن طريق المواقع الإلكترونية والذي سجل في هذه المرحلة (كوفيد 19) ما بين 3 إلى 4 أضعاف عما كانت عليه قبل 3 سنوات.

¹ - اطلاق خدمة بريدي باي الالكترونية في الجزائر لتسهيل الدفع ، 07 سبتمبر 2020 على الموقع: <http://www.findvgateway.org> اطلع عليه بتاريخ 07 جوان 2021 على الساعة 23:23

² - المرجع نفسه

³ - فيروز، "التجارة الالكترونية بين واقع كورونا ومتطلبات السوق"، 15 أكتوبر 2020 على الموقع: <http://www.elaemd.com> اطلع عليه بتاريخ: 07 جوان 2021 على الساعة 23:30

⁴ - "الجزائر الرابعة إفريقيا في التجارة الالكترونية، ونتقدم بـ 29 مرتبة عالمية" 23 فيفري 2021، على الموقع <http://www.radioalgerie.dz> اطلع عليه بتاريخ: 07 جوان 2021 على الساعة 23:54.

ثانيا- دراسة أهم مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر خلال فترة كوفيد 19:

ان النمو العالمي المتسارع للمواقع التي تركز مفهوم التجارة الالكترونية زاد من قناعة المؤسسات الجزائرية والأفراد على حد سواء لضرورة استخدام شبكة الأنترنت لعقد الصفقات الالكترونية ، و هو ما انعكس على نمو عدد و محتوى مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية.

1- موقع واد كنيس:

يحتل موقع واد كنيس المرتبة الأولى في التجارة الالكترونية الجزائرية حيث يمتاز هذا الموقع بشعبية جزائرية جيدة، يستطيع أي شخص من خلاله أن يعرض صور او معلومات عن سلعة مستعملة المراد بيعها أيا كانت (سيارة ، هاتف، كمبيوتر، ملابس) ويكون التفاوض عن السلعة عبر الهاتف¹

أظهرت احصائيات موقع similarweb أن نسبة الدخول عن طريق البحث عن الموقع - واد كنيس- في google هي الأعلى ، بلغت نسبة 45.02% في حين وصلت نسبة الدخول عبر منصات التواصل الاجتماعي إلى 8.02% ليليها الدخول عبر اليميل yahoo بنسبة 1.45M وكذا الدخول نتيجة التحويل من مواقع أخرى الى الموقع بلغ نسبة 0.64% وفي الأخير نسبة الدخول للموقع عن طريق الإعلانات بلغت 0.01%²

أما فيما يخص الدخول عبر منصات التواصل الاجتماعي لموقع واد كنيس تحتل منصة "الفيسبوك" المرتبة الأولى بنسبة 48.40% تليها منصو يوتيوب 'youtube' بنسبة 47.39% ثم منصة انستغرام بنسبة 1.55% وأخيرا منصة تويتر twitter بنسبة 0.60%. هذا ما يوضحه الجدول والشكل التاليين

¹ - بن حراث يوسف، في الجزائر 4 مواقع شعبية للبيع والشراء عبر الانترنت " على الموقع :

<https://youbenel.blogspot.com/>

اطلع عليه بتاريخ 08 جوان 2021 على الساعة 16:27

² - سعاد بوفروخ ، د/ زهية بودغرين، واقع التجارة الاجتماعية واستقطابها للمستهلك الجزائري في ظل كوفيد 19، دراسة حالة، موقع: Ouedkniss.com/jumia.dz

المؤتمر الافتراضي الدولي الأول، العلوم الإنسانية والاجتماعية ، رؤية جديدة بعد الجائحة ، 24/23/22 ديسمبر 2020، دار خيال للنشر والترجمة، برج بوعريش ، الجزائر، ص 181.

الجدول رقم (13) : نسبة الدخول لموقع وادي كنيس عبر منصات التواصل الاجتماعي

البيان	نسبة الدخول للموقع
فايسبوك	48.40%
يوتيوب	43.39%
إنستغرام	1.55
تويتر	0.60%

سعاد بوفروخ ، د/ زهية بودغرين، مرجع سابق

2-موقع djumia جيميا

يعد هذا الموقع من أهم وأضخم مواقع التسويق الالكترونية الجزائرية، التي تضم آلاف السلع ذات الجودة العالية والأسعار المعقولة، وتوفر خدمات التوصيل والدفع الالكتروني، حيث وصلت نسبة استخدام الانترنت في الجزائر تزيد عن 50% وأن نسبة زيارة الصفحات التجارية على موقعي الفاييسبوك وتويتر تزيد عن 46 % فضلا عن أن أكثر من 20 مليون جزائري يمتلك حساب مصرفي و 6% منهم يمتلكون بطاقات ائتمان ، ما يعني ان الاستثمار في مجال التجارة الالكترونية

¹ E-commerce

مصادر حركة مرور أو عدد الزوار لموقع djumia خلال شهر أكتوبر من السنة الماضية تظهر الاحصائيات أن نسبة الدخول عن طريق البحث google هي الأعلى² ، حيث بلغت نسبة 49.78% بينما وصل الدخول المباشر نسبة M36 في حين نسبة الدخول عبر منصات التواصل الاجتماعي بلغت 10.52% ثم يليها الدخول للموقع من مواقع أخرى بنسبة 1.62% اما لدخول عن طريق الإعلانات بلغ نسبة 1.52% وفي الأخير نسبة الدخول عبر الایمیل yahoo بلغت 0.56%

أما فيما يخص الدخول عبر منصات التواصل الاجتماعي لموقع djumia.dz منصة فاييسبوك تحتل المرتبة الأولى بنسبة 83.39% تليها منصة يوتيوب بنسبة 13.50% ثم منصة انتسغرام بنسبة 1.82% هذا ما يوضحه الجدول والشكل التاليين:

¹ - "التاجر الالكترونية في الجزائر

"، إقرأ- السوق المفتوح، على الموقع:

<http://read.open sooq.com>

اطلع عليه بتاريخ 07 جوان 2021 على الساعة 20:40

² - سعاد بوفروخ/ زهية بوتغرين، مرجع سبق ذكره، ص182.

الجدول رقم(14): نسبة الدخول لموقع Djumia.dz عبر منصات التواصل الاجتماعي

البيان	نسبة الدخول للموقع
فايسبوك	83.39 %
يوتيوب	13.50 %
إنستغرام	1.82 %

سعاد بوفروخ ، د/ زهية بودغرين، مرجع سابق

المطلب الثاني: أولويات تطوير التجارة الإلكترونية الجزائرية لمواجهة تبعات جائحة كوفيد19

نظرا لأهمية الرقمنة في مواجهة مخلفات جائحة كورونا ومن خلال ما سبق ذكره من تداعياتها وإجراءات الحد منها فإنه يمكننا في هذا المطلب الأخير أن نقدم رؤية حول ترتيب الأولويات في تطوير الرقمنة من أجل مجابهة تبعات الجائحة

أولا- أولويات تطوير الرقمنة في الجزائر لفترة ما بعد كوفيد 19

يمكن تحديد بعض الأولويات على المدى القصير كآتي:¹

1-تعزيز البنية التحتية:

في ظل الإجراءات الاحترازية والعمل عن بعد خلال الجائحة أدى ذلك إلى زيادة الضغط على البنية التحتية الرقمية، لذلك يعتبر تعزيز البنية التحتية الرقمية من اهم الأولويات على المدى القصير لمواصلة النشاط بشكل مقبول ومنه الحد من التأثير الاقتصادي والاجتماعي للوباء

2-الاهتمام بالفئات المحرومة استخدام الرقمنة

إن دعم الفئات ضعيفة الاستخدام للرقمنة يعتبر كذلك من الأولويات لأنه عادة ما تكون مهددة أكثر من غيرها بعدوى كورونا ذلك لأنها تحتاج إلى زيادة التنقل وعدم القدرة على العمل عن بعد و يصعب عليها التباعد الاجتماعي. وبالتالي يمكن دعم هذه الفئات بتوفير الأدوات الرقمية مثل الهواتف الذكية وربطها بشبكة 4G وتأهيلهم لاستخدامها عن طريق دروس تلفزيونية ومراكز اتصال.

3-تطوير التكنولوجيا وتنمية الرقمية:

من أسباب عدم احترام المواطنين لقيود التنقل عدم تمكنهم من حسن استخدام الأدوات الرقمية من أجل طلب خدمات التموين أو الخدمات الصحية أو العمل عن بعد، لذلك فإن تعزيز التكوين وكسب المهارات الرقمية أمر تقتضيه الأزمة - جائحة كوفيد 19- وكذلك التطورات بعد الجائحة.

1 سلمى بشاري، تطوير الرقمنة في الجزائر كآلية ما بعد جائحة كورونا (كوفيد 19) المجد 36، العدد 03، تاريخ النشر: 2020/07/17، ص 601.

4-تحسين الامن السيبراني

عادة ما يقترن الاستخدام الواسع للأدوات الرقمية والعمل عن بعد بزيادة الهجمات السيبرانية، لذلك فالعمل على نشر الارشادات حول العمل الآمن عن بعد وتأمين الأنظمة المعلوماتية وخلق تطبيقات للأمن السيبراني يمكن اعتبارها كتوجه ضروري لتطوير الرقمنة واستخدامها الواسع في حالة الأزمات مثل أزمة الفيروس التاجي – كوفيد 19 -¹ مثلما لجائحة كورونا تبعات وانعكاسات كبيرة في المجال الصحي والاجتماعي والاقتصادي فإنه يمكن أن تعتبر هذه الجائحة فرصة للجزائر للانطلاق فعليا في تطوير الرقمنة لما لها من أهمية في مواجهة هذه الجائحة.

1 - سلمى بشاري، مرجع سبق ذكره، ص603، 604

خلاصة الفصل الثالث:

لخصت دراسة هذا الفصل حول آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر وتداعيات أزمة كورونا على القطاعات الاقتصادية لا سيما القطاع الصناعي، الخدماتي وقطاع الطاقة ، مروراً بالتغيرات في أسعار النفط ورصيد الميزانية ، وكذا التغيرات الواردة على قيمة الصادرات والواردات ورصيد الميزان التجاري الجزائري.

كذلك تم التطرق إلى مختلف الاحصائيات الخاصة بالتجارة الالكترونية خلال أزمة كوفيد19 وأهم المواقع التجارية الأكثر استخداماً وأخيراً إعطاء صورة عن الأولويات اللازمة من أجل تطوير الرقمنة في الجزائر والبنية التحتية الإلكترونية لمواجهة تبعات الأزمة وما خلفته من تداعيات.

لقد أكدت جائحة كوفيد 19 أهمية التجارة الالكترونية في الجزائر وكيف أنها كانت الحل الامثل والانجع لسيرورة الحياة اليومية للأفراد والشركات والحكومة الجزائرية على حد سواء ، كما اتضح جليا من خلال دراستنا للموضوع كيف غيرت من ملامح التعاملات التجارية وسلوك المستهلك الجزائري الذي كان يفتقد نوعا ما الثقة في جودة الخدمات والسلع عن بعد ، فالكل أضحي يتجه نحو الانترنت وما توفره من تطبيقات تساعد في تصفح المواقع ومقارنة المنتجات والأسعار من المنزل أو المكتب والحصول على متطلباتهم من خلال التسليم الفوري للمنتجات.

نتائج الدراسة :

فيما يلي عرض لأهم النتائج المستخلصة من الدراسة كالاتي :

- أصاب وباء كوفيد19 الاقتصاد العالمي بدءا من حركة التجارة وسلاسل التوريد وأسعار الأصول والسلع الأولية ، حتى القرارات المستقبلية للمستثمرين وسط ندرة المعلومات والنظرة المستقبلية حول تطور انتشار الوباء .
- أثر فيروس كوفيد19 على الجزائر كغيرها من دول العالم ، وأثار حالة من الذعر والهلع بين المواطنين وأرغمهم على الحجر المنزلي ، وهو ما أثر على المردود البشري للشركات والخدمات وماترتب عنه من ضرر في النشاط الاقتصادي.
- تأثر الاقتصاد الجزائري بالتداعيات التي أفرزتها جائحة كوفيد 19 والاهتزازات التي شهدتها الأسواق خاصة سوق النفط ، على اعتبار أنه مصدر الدخل الوحيد للبلاد .
- كما كان للجائحة من جهة اثار سلبية على اقتصاد الجزائر، أثبتت من جهة أخرى أن المحرك الرقمي والتكنولوجيا الرقمية هي السبيل للتعايش مع مختلف الأزمات المشابهة لأزمة الفيروس التاجي (كوفيد19) للأفراد والمؤسسات والحكومات على حد سواء .

اختبار صحة الفرضيات :

تبعاً لدراستنا وضعنا فرضيتين وكانت نتائج الاختبار كالاتي :

✓ الفرضية الأولى:

أدى انتشار جائحة كوفيد 19 إلى زيادة الإقبال على العمليات التجارية التي تتم عبر النت.

حيث توصلنا إلى أن الجائحة فرضت على الحكومة الجزائرية اتخاذ مجموعة من التدابير والاجراءات الاحترازية للتحوط من مخاطرها من عزل وإغلاق شبه تام لمختلف المرافق ، ما أدى إلى زيادة الإقبال على العمليات التجارية التي تعتمد بالأساس

على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لتلبية احتياجات المواطنين خلال فترة الحجر المنزلي وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى .

✓ الفرضية الثانية:

ساهمت جائحة كوفيد 19 في تغيير سلوك المستهلك الجزائري مما أدى إلى زيادة عدد المنصات المخصصة للتجارة الالكترونية.

ففي فترة الحجر الصحي الذي فرض كإجراء احترازي للحد من انتشار عدوى الوباء في الجزائر زادت الحاجة إلى الاستعمال الالكتروني وولوج العالم الافتراضي، فأصبح المستهلك الجزائري يثق أكثر في جودة الخدمات والسلع المعروضة عبر المنصات الرقمية وبالتالي تغيرت الذهنيات وأتيحت الفرصة لزيادة عدد المنصات المخصصة للتجارة الالكترونية من أجل توفير احتياجات المواطنين حيثما وجدوا وفي وقت وجيز.

التوصيات:

من خلال ما سبق دراسته يمكننا اقتراح بعض التوصيات وهي كالآتي :

- ✓ ضرورة إعادة النظر في مشاريع تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر.
- ✓ ضرورة العمل على تفعيل ممارسة التجارة الالكترونية وسن قوانين دولية تحكم التجارة الالكترونية الخارجية.
- ✓ العمل على تقليص الفجوة المعلوماتية والتكنولوجية بين الافراد والمؤسسات حتى لا يكون هناك عوائق أثناء ممارسة التجارة الالكترونية.
- ✓ العمل على إدخال نظام العمل عن بعد تحسبا لوقوع أزمات مستقبلية مشابهة للأزمة كوفيد 19 المستجد.
- ✓ دعم الاستعداد الالكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على الدخول الى التجارة الالكترونية، وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الالكترونية واتباع أساليب من بينها الحملات الإعلامية والتنويرية المرسخة لثقافة التسوق عبر الانترنت.
- ✓ ضرورة التفكير بأكثر جدية في تخليص الاقتصاد الجزائري من التبعية النفطية، وبناء اقتصاد حقيقي مذر للثروة للتخفيف من وطأة الصدمات التي قد تتعرض لها أسعار النفط كنتيجة لأية أزمة محتملة.

قائمة المراجع

- ابراهيم العيسوي ، التجارة الالكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية للقاهرة ، مصر، 2003.
- خالد ممدوح ابراهيم، لوجستيات للتجارة الالكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية، مصر ، 2008.
- رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر ، 1999.
- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق ، الاعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الاردن ، 2006.
- طه طارق، التسويق الالكتروني، اصدار 2، منشأة المعارف للتوزيع ، مصر ، 2005.
- فريد النجار واخرون ، التجارة والاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية ، مصر ، 2006.
- محمد صالح الحناوي واخرون ، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2004.
- محمد طاهر نصير ، التسويق الالكتروني، دار الحامد ، عمان ، 2005.
- منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجميلي ، الشركات الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر ، 2006.

- نهلة احمد قنديل ، التجارة الالكترونية، المرشد للمدير العصري ، رؤية تسويقية، مصر، 2004.

ثانيا: المجلات والدوريات العلمية

1- باللغة العربية

- سلمى بشاري، تطوير الرقمنة في الجزائر كآلية ما بعد جائحة كورونا (كوفيد _19) ، المجلد 36، العدد 3 ، 17 جويلية 2020.
- فؤاد الشيخ، محمد سلمان العواد، المعوقات المدركة لتبني التجارة الالكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، المطبعة الجامعية الأردنية، الاردن ، 2005.
- هالة يحياوي ، سليم جداي ، دراسة تحليلية للآثار الاقتصادية السياسية في ظل جائحة كورونا المستجد (كوفيد _19) بالجزائر - مع الإشارة إلى أهم التدابير و الإجراءات المتخذة ، المركز الديمقراطي العربي ، برلين ، المانيا ، مجلة الدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1 ، فيفري، 2021.
- الوليد أحمد طلحة ، الاقتصادية لفيروس كورونا المستجد على الدول العربية، صندوق النقد العربي ، افريل ، 2020.

- بسمة محرم الحداد، نihal عبد العاطي غواص ، التجارة الالكترونية في ظل تداعيات جائحة كورونا، الاصدار رقم 4، مصدر معهد التخطيط القومي " سلسلة اوراق السياسات. "
- بولعراس صلاح الدين، الاقتصاد الجزائري في ظل التداعيات العالمية لجائحة كورونا بين الاستجابة الآنية والمواكبة البعيدة ، المجلد 20 ، العدد الخاص حول الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة سطيف 1، الجزائر ، سبتمبر 2020.
- تونسي نجات، تداعيات فيروس كورونا (كوفيد -19) ، على اقتصاديات المغرب العربي ، Corona Virus ، المجلة المالية والأسواق ، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله ، تيبازة ، 2020.
- خالد قاشي واخرون ، استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013، فجوة النظرية والتطبيق، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الرابع.
- رافيق بن مرسلبي ، الإنتقال نحو الإدارة الإلكترونية في الجزائر : دراسة في المؤشرات التقنية والضمانات القانونية ، المجلد رقم 17، العدد 3، مجلة الاداب والعلوم الاجتماعية، 2020.
- زايري بلقاسم، طوباش علي، طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي ، مركز الدراسات الوحدة العربية، العدد 288، لبنان، فيفري 2003.
- سهام موسي ، تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية في العالم " دراسة تحليلية"، مجلة التنظيم والعمل ، المجلد 2، العدد 4، 10 مارس 2021.
- سيد أعمر زهرة ، بللعاء اسماء ، قراءة في التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا على الجزائر — الآثار والاجراءات ، مجلد 4 ، العدد 2، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال ، 2020.
- سيد أعمر زهرة ، بن عبد الفتاح دحمان ، تداعيات فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي، - مخاطر وانعكاسات على الوطن العربي، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 9، العدد 4، سنة 2020.
- لطيفه قعيد ، أوضاع سوق النفط العالمي في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد، مجلة البحوث لإدارة والاقتصاد MERJ مجلد 2 ، عدد 2، (خاص)، 2020.
- لعرج مجاهد ، نسيمه طويطي مصطفى، استراتيجية إقامة الحكومة الإلكترونية " المحاولة الجزائرية"، المجلة Électronique gouvernement stratégie “ The Algerian Attempt” ، ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الثالث، جوان ، 2016.

- نعيم بوعموشة ، فيروس كورونا (كوفيد _19) في الجزائر" دراسة تحليلية"، Corona Virus
analytical study "(Covid_19) in Algeria" ، مجلة التمكين الاجتماعي ، المجلد 2، العدد
2، جوان ، 2020.

2/ باللغة الأجنبية

- Francis Merlin, B2B stratégie de communication, deuxième tirage 09,
édition d'organisation, Paris , France , 2001.

• ثالثا: الأطروحات والمذكرات الأكاديمية

• 1/ باللغة العربية

- بن تامة فاطمة زهرة ، اخلاقيات التجارة الالكترونية ودورها في كسب ميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية
الجزائرية : دراسة حالة بعض البنوك و المواقع الإلكترونية ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في
العلوم الاقتصادية، تخصص حوكمة الشركات ، جامعة ابي بكر للقاءد ، تلمسان، الجزائر 2018/2017.
- سمية ديمش ، التجارة الالكترونية وحتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير
في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، تخصص : تحليل واستشراف اقتصادي ، 2011/2010.
- عبد الحكيم حططاش ، دور تطبيق الحكومة الإلكترونية في الجزائر في تحسين إدارة العلاقة مع المواطن CRM
دراسة تقييمية لمشروع الجزائر الإلكترونية 2013 ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية،
جامعة سطيف 1 ، الجزائر ، 2018/2017 .

رابعا: المؤتمرات و المنتقيات العلمية

1/ باللغة العربية

- علاوي محمد لحسن ، مولاي لخضر عبد الرزاق ، مداخله بعنوان آليات التجارة الالكترونية كأداة لتنشيط التجارة
العربية البينية ، الملتقى الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في
الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر ، 26/25 افريل 2011.
- محمد بوزيان ، عائشة بلحشر ، التجارة الالكترونية في الجزائر-الفرص والتحديات ، الملتقى الدولي حول التجارة
الالكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، يومي 7/6 مارس 2004.
- سعاد بوفروخ ، زهية بوتغرين ، واقع التجارة الاجتماعية و استقطابها للمستهلك الجزائري في ظل كوفيد -19
دراسة حالة موقع Ouedkniss.com/haylla.com/Djumia.com المؤتمر الافتراضي الدولي

الأول للعلوم الإنسانية والاجتماعية، رؤية جديدة بعد الجائحة، دار الخيال للنشر و الترجمة ، برج بوعرييج، الجزائر،
24/23/22 ديسمبر 2020.

خامسا: مواقع الانترنت

1/المواقع الإلكترونية الرسمية

- سلطة الضبط للبريد والاتصالات الالكترونية

<http://www.arpce.dz>

- وزارة البريد والتكنولوجيا الاعلام و الاتصال

<http://www.mptic.dz>

- منظمة الصحة العالمية

<http://ar.m.who.com>

- البنك الدولي

<Http://www.albankaldawli.com>

- صندوق النقد الدولي

<http://www.imf.com>

- منظمة العمل الدولية

<Http://www.ilo.org>

- منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول

- المركز الديمقراطي المصري للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية

<http://www.democratica.de>

- مركز الإمارات للسياسات

<http://www.epc/ae/ar/whatif-detalie.com>

- الاتحاد العربي للتجارة الالكترونية

- الاتحاد الدولي للنقل الجوي،

<http://www.iata.org.contentassets>

- مديرية الجمارك الجزائرية

<http://www.douane.gov.dz>

- وزارة التجارة الجزائرية

<http://commerce.gov.dz>

- وزارة الداخلية والجماعات المحلية الجزائرية

<http://www.interieur.gov.dz>

- وزارة العدل الجزائرية

<http://www.mjustice.dz>

- وزارة الصحة الجزائرية

<http://www.santé.gov.dz>

- السجل التجاري الجزائري

<http://www.sidjilcom.cnrc.dz>

المواقع الإلكترونية الأخرى

- مروة الغول ، كورونا وحرب الاسعار يعودان للاختيار وسر البرميل يصل إلى 20 دولار ، على صفحة اليوم

<http://www.youm7.com/story/2020> ، 30 مارس 2020 ،

- رجاء الهبطي ، كيف تأثرت التجارة الإلكترونية في زمن الكورونا؟ ، 25 افريل 2020 ،

<http://www.aljazeera.net>.

- رويترز ، تراجع قيمة صادرات الجزائر 33% في 2020 بسبب انخفاض سعر النفط ، العربية ، 15 جانفي

<http://www.alarabiya.net> ، 2021

- حسان جبريل ، الجزائر ... صعود عجز التجارة الخارجية لـ 6,1 مليارات دولار في 2019 ، وكالة الأناضول ،

<http://www.aa.com.tr>

- عمار لشموت ، تداعيات فيروس كورونا شلل اقتصادي واجتماعي في الجزائر ، 5 افريل 2020

<http://www.ultraalgeria.com>

- الإذاعة الجزائرية ، خسائر أهم القطاعات الاقتصادية المتضررة من وباء كورونا،

<http://www.radioalgerie.dz>

- فريق مارتشيب للتسويق ، التجارة الإلكترونية في الجزائر ، سبتمبر 2020 ،

<http://blog.martship4marketing.com>

- الجزائر تسجل أكبر معدل في التحويلات الإلكترونية ، <http://www.echouroukonline.com>

- إطلاق خدمة " بريد باي " الالكترونية في الجزائر لتسهيل الدفع ، 7 سبتمبر 2020،
<http://www.findergateway.org>
- فيروز ، التجارة الالكترونية بين واقع كورونا ومتطلبات السوق، 15 أكتوبر 2020 ،
<http://www.elayemdaz.com>
- الجزائر الرابعه افريقيا في التجارة الالكترونية وتتقدم ب 29 مرتبة عالميا
<http://www.radioalgerie.dz>.
- بن حراث يوسف ، في الجزائر 4 مواقع شعبية للبيع والشراء عبر الانترنت ،
<http://www.youbenel.blogspot.com>
- المتاجر الالكترونيه في الجزائر، اقرأ، السوق المفتوح ، <http://www.read.opensooq.com>
- <Http://www.apm.dw.com>
- <Http://www.bbc.com>
- انور بسام، التجارة الالكترونية : كيف متى واين ؟ الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت على الخط online
<http://www.c4arab.com>,

سادسا: النصوص القانونية والتقارير

1/ باللغة العربية

- القانون 2000-03 المؤرخ في 05 اوت 2000، يحدد القواعد العامة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية،
الجريدة الرسمية 06 اوت 2000، العدد 48.
- المرسوم التنفيذي رقم 04-91، المؤرخ في 24 مارس 2004 ، يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية الحظائر التكنولوجية
وتطويرها ويحدد تنظيمها و سيرها ، الجريدة الرسمية 24 مارس 2004 ، العدد 19.
- المرسوم الرئاسي رقم 20-48 ، المؤرخ في 16 جانفي 2002 ، يتضمن إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها
وعملها ، الجريدة الرسمية ل20 جانفي 2002 ، العدد 5.
- تقرير وينار حول التداعيات الاقتصادية لكورونا (كوفيد-19) على التجارة الخارجية للدول الأعضاء، اتفاقية
اغادير، الإتفاقية العربية المتوسطية للتبادل الحر، عمان ، 28 جويلية 2020.