

تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية- مع الإشارة لحالة الجزائر -

The implications of the Corona pandemic for electronic commerce - with reference to the case of Algeria -

يعقوبن صليحة*

جامعة الجزائر 3، الجزائر

yakouben.saliha@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2021/07/24 تاريخ القبول: 2021/12/05 تاريخ النشر: 2021/12/30

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة أثار جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في العالم بشكل عام والجزائر بشكل خاص ، ولقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي من خلال تسليط الضوء على نمو التجارة الإلكترونية في العالم في ظل جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن التباعد الاجتماعي والحجر الصحي الذي فرضته مختلف الدول بالإضافة إلى الاستعمال الواسع للانترنت زاد من توجه الأفراد للتجارة الإلكترونية، كما أن جائحة كورونا أكدت أن التجارة الإلكترونية هي الحل الأنجع في ظل إجراءات الإغلاق الشامل.

الكلمات المفتاحية: جائحة كورونا، التجارة الإلكترونية، الاقتصاد العالمي، الجزائر

Abstract:

This research paper aims to study the effects of the Corona pandemic on electronic commerce in the world In general and Algeria in particular. The descriptive analytical approach has been relied upon through Highlighting the growth of e-commerce in the world under the Corona pandemic. The study found that social exclusion and quarantine were imposed by various States in addition to The widespread use of the Internet has increased the orientation of individuals to electronic commerce, and the Corona pandemic has confirmed that E-commerce is the most effective solution under the overall closure procedure.

Keywords: Corona pandemic; Electronic Commerce; International Economy; Algeria.

مقدمة:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية من بين القطاعات الأسرع نمواً في الاقتصاد العالمي وبرز دورها بشكل واضح في ظل جائحة كورونا. فلحجر الصحي الذي فرضته العديد من الدول أدى إلى إلزام الأفراد منازلهم واللجوء إلى بدائل مختلفة للحصول على احتياجاتهم الأساسية مما أدى إلى ازدهار التجارة الإلكترونية فُلصحت الوسيلة المساعدة للتخفيف من آثار هذه الجائحة. كما أثرت القيود المفروضة في ظل هذه الجائحة على سلوك المستهلك الشرائي حيث توجه العديد من المستهلكين لاستخدام قنوات التجارة الإلكترونية المختلفة لتلبية احتياجاتهم المتعددة.

إن التجارة الإلكترونية أتاحت الاتصال على مستوى العالم، والوصول إلى أي مكان فيه، والحصول على الخدمات والسلع بغض النظر عن مكانها بأقصى سرعة ممكنة، لذلك فهي تعد بديلاً آمناً لمختلف العمليات التجارية في ظل جائحة كورونا، فلقد عرف هذا النوع من التجارة تطوراً وازدهاراً كبيرين خلال هذه الأزمة بسبب تحول المستهلك من النمط التقليدي إلى النمط الإلكتروني، حيث تم الاستغناء عن مختلف الأسواق التقليدية وتعويضها بالأسواق الإلكترونية وذلك تفادياً لانتقال العدوى بين الأشخاص بسبب الاحتكاك المباشر فيما بينهم خاصة في الأماكن المغلقة، كما أن التدابير الاحترازية التي لجأت إليها معظم الدول للوقاية من هذا الفيروس والحد من انتشاره شجعت هذا النوع من التجارة من أجل الحصول على الاحتياجات الأساسية للأفراد.

إشكالية البحث: انطلاقاً مما سبق تتمحور إشكالية البحث فيما يلي:

كيف أثرت جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في العالم؟ ولماذا كان وقعها على التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

تقودنا هذه الإشكالية إلى طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف أثرت جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي؟
- كيف أثرت جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في العالم عامة وفي الجزائر خاصة؟
- هل أثرت جائحة كورونا على أداء شركات التجارة الإلكترونية؟
- ما هي العقبان التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

فرضية الدراسة: للإجابة على إشكالية الدراسة تم اعتماد الفرضية الآتية:

-ساهمت الأزمة الصحية في ازدهار التجارة الالكترونية رغم التحديات التي سببها جائحة كورونا .

الدراسات السابقة:

➤ دراسة "سهام موسى" بعنوان: " تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية في العالم دراسة تحليلية"مجلة التنظيم والعمل، جامعة معسكر، تناولت الباحثة تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية العالمية ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الاقتصاد التقليدي لا يمكنه أن يجاري هذه التغيرات، وأن الجائحة أكدت أن التجارة الالكترونية هي الحل الأنجع في ظل الجائحة وإجراءات الإغلاق الشامل. ما تضيفه دراستنا هو تسليط الضوء على واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ومدى تأثرها بجائحة كورونا.

➤ دراسة "سلمان حسين" بعنوان: "التجارة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات في ظل تداعيات جائحة كورونا(كوفيد 19)"،مجلة دراسات اقتصادية،مركز البصيرة" تناول الباحث وضعية التجارة الالكترونية بعد ظهور جائحة كورونا، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الحجر الصحي الذي طبقتة الجزائر نتج عنه تطوير التجارة الالكترونية مم ا سمح لها بتحسين وضعها في الترتيب ضمن مؤشر التجارة الالكترونية على المستوى العالمي، لكن رغم ذلك لم تصل إلى مستوى التطلعات التي تتوافق والإمكانات المتوفرة مقارنة مع دول أخرى. وتلتقي دراستنا مع هذا البحث في تسليط الضوء على تأثير جائحة كورونا على التجارة الالكترونية في الجزائر.

➤ دراسة "بسمة محرم الحداد . نهال عبد العاطي الغواص"(جوان 2020)بعنوان:"التجارة الإلكترونية في ظل تداعيات جائحة كورونا "معهد التخطيط القومي،مصر، تناولت الباحثتان في هذه الدراسة حجم و حركة التجارة الالكترونية في العالم و في الدول العربية معرّجلك بعد ذلك على حجم التجارة الإلكترونية في مصر وذلك قبل تداعيات تفشي فيروس كوفيد- 19 والانتعاش الذي شهدته بعده، أي حالة التجارة الالكترونية قبل سنة 2020 وبعدها، كما تناولت قانون التجارة الالكترونية والتنظيم التشريعي لعملياتها وجهود الحكومة المصرية في هذا المجال، وقدمت الباحثتان توصيات أهمها: تطوير الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية والتأكيد على مفهومها وتبني أنشطتها ودعائها على مستوى الجمهورية، العمل على إقرار قانون التجارة

الإلكترونية سريعا ودمج السوق الرسمي وغير الرسمي، سن التشريعات القانونية والجمركية والضريبية المقدمة لتنظم التعاملات المالية في نظم التجارة الإلكترونية ودفع عمليات التحول الرقمي. وتلتقي دراستنا مع هذا البحث أين يظهر تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في العالم وتختلفان في البلد موضوع الدراسة أين تطرق بحثنا إلى دراسة حالة الجزائر.

أهداف الدراسة: يهدف البحث إلى التعرف على:

- فهم وتحليل الانعكاسات الإيجابية والسلبيّة لجائحة كورونا على الاقتصاد العالمي؛
- أهمية التجارة الإلكترونية والدور الحيوي الذي تلعبه في بيئة الأعمال والأزمات في ظل جائحة كورونا؛

- وضع بعض المقترحات للاستفادة من الازدهار الحاصل في الإقبال على التعاقد الإلكتروني لتطوير التجارة الإلكترونية؛

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، ففي الوقت الذي اضطرت فيه جميع الدول إلى التكيف مع انتشار جائحة كورونا واللجوء للمعاملات الإلكترونية التي تتم عن بعد، أصبح من الضروري تهيئة وتحفيز البيئة الاقتصادية والتقنية والقانونية للتحول إلى الاقتصاد الرقمي في الجزائر من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت والعمل على الاستفادة منها.

حدود الدراسة : تقتصر الدراسة على معرفة تأثير تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في العالم عامة والجزائر خاصة ومعرفة التحديات التي تواجهها لزيادة نشاطها في الاقتصاد الدولي ودورها خلال أزمة كورونا.

منهج الدراسة اتبعت الباحث المنهج الوصفي والتحليلي الذي يتوافق مع طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إليها والعمل على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها والخروج في الأخير باستنتاجات ذات دلالة لبلوغ أهداف لدراسة.

أولا: التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا على المستوى العالمي

شهد الاقتصاد العالمي ركودا شديدا نتيجة انتشار وباء كوفيد 19، كما فرض الفيروس قيودا على أنشطة العديد من القطاعات الاقتصادية في ظل اتجاه عدد من الدول لفرض حظر كلي أو

جزئي على انتقالات الأفراد بما أثر على قطاعات السياحة والطيران والتجارة والصناعة التحويلية وغيرها من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

1. أثر جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي

شهد نمو الاقتصاد العالمي تباطؤاً في حد ذاته حتى قبل ظهور جائحة كورونا نتيجة للتحديات التي تواجهه والمتمثلة في التوترات التجارية بين الصين والولايات المتحدة الأمريكية، والمخاطر الجيو سياسية، فضلاً عن تقلب الأوضاع في بعض دول العالم.

توقع صندوق النقد الدولي في إصدار يناير لتقرير آفاق الاقتصاد العالمي نمو الاقتصاد العالمي بنسبة 5.5% في عام 2021 مقابل انكماش سجله بنسبة 3.5% في عام 2020 نتيجة التداعيات غير المسبوقه لجائحة كورونا، يمثل هذا التوقع تعديل لتوقعات النمو السابقة لعام 2021 الصادرة في شهر أكتوبر من عام 2020 بنسبة 0.3%، بما يعكس تحسن آفاق النمو الاقتصادي في نهاية عام 2020 مع تواصل عمليات التلقيح، واستمرار السياسات الداعمة للنشاط الاقتصادي لاسيما في عدد من الاقتصادات الكبرى (الولايات المتحدة الأمريكية: حزمة التحفيز الجديدة بقيمة 1.9 تريليون دولار المعلنة في بداية عام 2021 والاتحاد الأوروبي: حزمة التعافي المعروفة بالجبل الجديد من الاتحاد الأوروبي بقيمة 1.8 تريليون يورو)، إلى جانب ظهور دلائل على تكيف الاقتصاد العالمي مع التغيرات القطاعية والهيكلية التي فرضتها الجائحة (العربي، أبريل 2021، ص6).

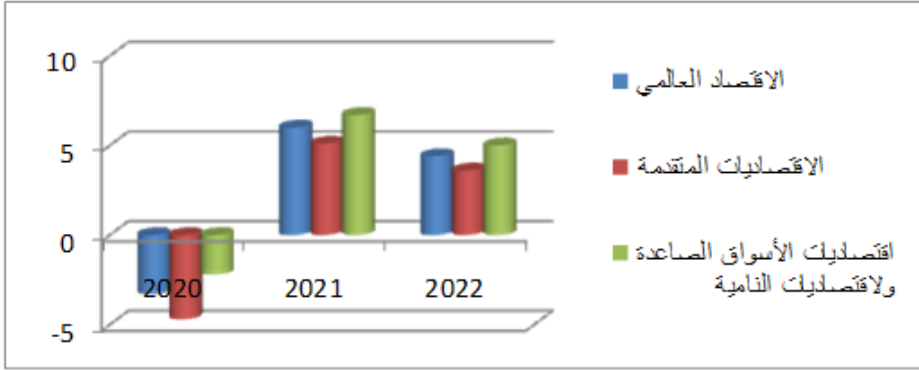
في السياق ذاته، توقع البنك الدولي نمو الاقتصاد العالمي بنسبة 4% في عام 2021 ولكن مع افتراض انتشار التوزيع الأولي للقاحات خلال العام الجاري محذرا من احتمالات ضعف التعافي الاقتصادي العالمي ما لم تقم الحكومات بتبني تدابير لكبح جماح الوباء وتطبيق إصلاحات لدعم الاستثمار.

من جانبها، توقعت الأمم المتحدة في تقرير "الحالة والتوقعات الاقتصادية" الصادر في شهر يناير الماضي نمو الاقتصاد العالمي بنسبة 4.7% في عام 2021، وهو ما سيعوض بالكاد خسائر الجائحة المسجلة العام الماضي التي نتج عنها انكماش الاقتصاد العالمي بنسبة 4.3%، أي أكثر من مرتين ونصف من الانكماش المسجل خلال الأزمة المالية العالمية.

في السياق ذاته، توقعت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية أن يكتسب الاقتصاد العالمي زخما خلال أفق التوقع مع وصول الناتج المحلي الإجمالي العالمي إلى مستويات ما قبل الجائحة بحلول

نهاية عام 2021. وبعد انخفاض حاد سجله خلال عام 2020 من المتوقع أن يرتفع الناتج المحلي الإجمالي العالمي بنحو 5.5% في عام 2021 ليتعافى الاقتصاد العالمي هذا العام وبشكل كامل من تداعيات الجائحة، فيما يتوقع نمو الاقتصاد العالمي بنحو 4% في عام 2022 (العربي، أبريل 2021، ص6).

الشكل رقم 01: توقعات النمو



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: (صندوق النقد الدولي، 2021)

إن تداعيات جائحة فيروس كورونا كانت لها عواقب وخيمة على الاقتصاد العالمي ، نظرا للانتشار السريع للفيروس والتدابير التي اتخذتها الحكومات لاحتوائه كإجراءات الإغلاق واسع النطاق للحدود وتعليق العديد من الأنشطة الإنتاجية، مما أدى إلى ارتفاع حاد في معدلات البطالة وانخفاض الطلب على السلع والخدمات، حيث نلاحظ من خلال الجدول رقم (01)، أنه من المتوقع أن تسجل الصادرات العالمية انخفاضا بنسبة 18.3%، بينما يتوقع أن تشهد الواردات العالمية انخفاضا يقدر بـ 15.8%، وستتضرر الاقتصادات المتقدمة (- 22.7%) أكثر من الاقتصادات النامية (- 12.8%) في حين تبقى مستويات الواردات ماثلة للانخفاض في الواردات العالمية (حريد و تامين، 2021، ص60) .

الجدول رقم 01: تغيير حجم تجارة السلع العالمية خلال الفترة: ديسمبر 2019-ماي 2020

الواردات	الصادرات	
-15.3%	-18.3%	العالم
-15.8%	-22.7%	الاقتصادات المتقدمة
-15.8%	-12.8%	الاقتصادات النامية

المصدر: (حريد و تامين، 2021 ، ص 60)

2. تأثير جائحة كورونا على القطاعات الاقتصادية

لقد أدت القيود المفروضة بسبب جائحة كورونا إلى تراجع النشاط الاقتصادي في معظم القطاعات مما اثر سلبا على وتيرة النمو الاقتصادي، حيث حدث شلل وركود في مختلف الأنشطة الاقتصادية.

1.2. قطاع السياحة

تشير إحصاءات منظمة السياحة العالمية في تأثير جائحة كورونا على قطاع السياحة عالميا إلى أن هناك انخفاض في عدد السياح الدوليين بنسبه تتراوح بين 1% و 3% خلال عام 2020 على مستوى العالم مقارنة بتقديرات نمو تتراوح بين 3% و 4% في بداية عام 2020، هذا الانخفاض سوف يؤدي إلى خسارة تقدر بما يتراوح بين 30 و 50 مليار دولار أمريكي في إنفاق الزوار الدوليين في الوجهات السياحية (إيرادات السياحة الدولية). وتعد منطقة آسيا والمحيط الهادي هي المنطقة الأكثر تضررا بانخفاض أعداد السائحين بنسبه تتراوح بين 9 إلى 12% في عام 2020 مقارنة بنمو كان متوقعا بين 5 و 6% في أوائل عام 2020 وسوف يكون التأثير الأكبر على الشركات الصغيرة والمتوسطة التي قد تتعرض للإفلاس وهذا يستدعي اتخاذ تدابير الدعم والإنعاش للسياحة في أكثر البلدان تضررا (المنظمة العالمية للسياحة، 2020).

2.2. القطاع الصناعي العالمي

أدى انتشار فيروس كورونا إلى تعطيل عمليات التصنيع في جميع أنحاء العالم، حيث قامت الصين بإغلاق مصانعها وعاد الكثير من العمال إلى بلادهم مما أثر بالسلب على سلاسل الإمداد العالمية، وقد توقفت شركات عالمية عن التصنيع مثل شركه هيونداي نتيجة عدم تمكنها من الحصول على قطع الغيار الصينية. وفي هذا الإطار تأثرت سلاسل الإمداد العالمية نتيجة التأخر في التسليم من الدول الصناعية للمنتجين مما أثر على مخزون المدخلات، كما انخفض مخزون السلع تامة الصنع وانخفض نشاط الشراء بشكل كبير نتيجة تراجع مشتريات الصين وانخفاض الإنتاج والطلب في دول أخرى.

على المستوى القطاعي نجد أن أكثر الفروع تأثرا هي فرع الآلات والسيارات والمواد الكيميائية بالاتحاد الأوروبي، والآلات والسيارات والأدوات الدقيقة بالولايات المتحدة الأمريكية والآلات

والسيارات اليابانية، والآلات ومعدات الاتصالات بجمهورية كوريا، ومعدات الاتصالات وآلات المكاتب بمقاطعة تايوان الصينية، ومعدات الاتصالات في فيتنام (سلام، 2021، ص 82-83).

3.2 انخفاض أسعار النفط:

إن سرعة انتشار جائحة كورونا أدت إلى تعطيل حركة الاقتصاد العالمي بشكل شبه تام، الأمر الذي أدى إلى انخفاض الطلب على النفط نتيجة الإجراءات الصارمة للحد من تفشيه أكثر. فيما يتعلق بتوقعات الأسعار العالمية للنفط خلال أفق التوقع، تشير تقديرات صندوق النقد الدولي إلى ارتفاع الأسعار العالمية للنفط بنسبة 21.2% في عام 2021 بفعل تحسن النمو الاقتصادي العالمي، فيما يتوقع انخفاض بسيط لها بنسبة 2.4% في عام 2022 في ظل تباطؤ وتيرة النمو الاقتصادي العام المقبل. في المقابل، يتوقع البنك الدولي ارتفاع الأسعار العالمية للنفط بنسبة 8.1% و11.6% في عامي 2021 و2022 على التوالي (العربي، أبريل 2021، ص 08).

4.2. تضرر قطاع الطيران:

بعد مجال النقل الجوي هو الأكثر تأثراً على مستوى العالم وقد حددت منظمة الطيران الدولي (ICAO) توقعاتها بأن تتراوح خسائر شركات قطاع الطيران بسبب إلغاء الرحلات الجوية ما بين 4.5-5 مليار دولار، ومن المتوقع وصولها إلى 30 مليار دولار، وفي منطقة الشرق الأوسط بلغت الخسائر 100 مليون دولار، وقد أعلنت منظمة الإتحاد الدولي للنقل الجوي (إياتا) أن فيروس كورونا سيكلف قطاع النقل الجوي 202 مليار دولار في عام 2020 وقد طالب الإتحاد بخطة طوارئ لتوفير 200 مليار دولار لإنقاذ صناعة الطيران حيث تضم 290 شركة طيران وأعلنت أن السيناريو الأسوأ هو خسارة 19% من العائدات العالمية لنقل الركاب بينما وضحت أن انخفاض أسعار النفط سوف يقلل من النفقات بواقع 28 مليار دولار عام 2020 (منى صبحي، 2021، ص 24).

5.2. فقدان مناصب العمل:

من جانب آخر، أثرت إجراءات الإغلاق الكلي أو الجزئي لأماكن العمل لمواجهة تلك الجائحة عملياً في نحو (81%) من إجمالي القوى العاملة العالمية وهو ما يمثل نحو 2.7 مليار عامل في العالم، ما يعني أن أربعة عاملين من كل خمسة تأثر بتداعيات تلك الجائحة عالمياً، وبشكل أكثر تحديداً فقد تركزت القطاعات الأكثر تضرراً في التعطل وفقد الوظائف في الأنشطة في أربعة قطاعات

أساسية تضم نحو 1.35 مليار عامل. وهي المتصلة بخدمات الضيافة والإقامة والطعام (نحو 144 مليون عامل)، والصناعات التحويلية (نحو 463 مليون عامل)، وتجارة الجملة والتجزئة (نحو 582 مليون عامل)، وأنشطة الأعمال والأنشطة الإدارية (نحو 157 مليون عامل). ما يعني عملياً أن نحو 37 % من إجمالي عدد العاملين في العالم تعرضوا بشكل مباشر وحاد لأشد الانعكاسات السلبية للجائحة على وظائفهم (التسريح أو خفض الأجر أو خفض ساعات العمل) (أبو شمالة، 2020، ص 139).

ثانياً: واقع التجارة الإلكترونية بعد ظهور جائحة كورونا

أدت جائحة كورونا إلى خسائر فادحة للعديد من الشركات أجبرت الكثير منها على الخروج من السوق. ولكن في محاولة من جزء كبير من الشركات الأخرى لتكون مرنة وتتكيف مع الأزمة الحالية غير المسبوقة، اتجهت هذه الشركات إلى التجارة الإلكترونية. (سيرج، 2020)

جائحة كورونا غيرت العالم، فقد تغير سلوك الأشخاص بعد أن تعرضوا إلى الصدمة الحالية الناجمة عن الجائحة، وبعض هذا التغيير ظهر في سلوك الأشخاص (المستهلكين وبالتالي المنتجين) الذي سوف يظل حتى بعد انتهاء الجائحة. ولكن على الرغم من أن الاتجاه نحو التجارة الإلكترونية كان في تزايد بالفعل قبل تفشي الجائحة إلا أن الجائحة أثرت في سرعة انتشار هذا النمط من التجارة.

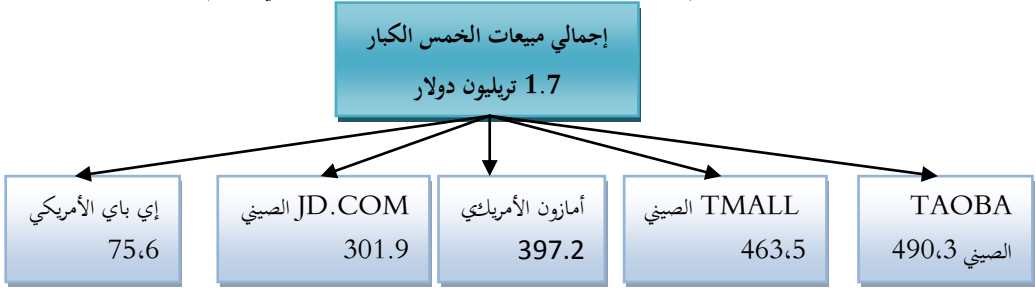
1. انتعاش التجارة الإلكترونية عالمياً عقب الأزمة

شهدت صناعات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا زيادة مضاعفة في إيراداتها وقاعدة عملائها خلال هذا الوباء، حيث اتجه الناس نحو استخدام التطبيقات والمنصات عبر الإنترنت لطلب شتى الاحتياجات من منتجات البقالة أو الإمدادات الطبية وغيرها من المنتجات التي تحتاجها، وهو ما أسهم في زيادة نسبة الإقبال على التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ عن السنوات الماضية. فقبل ظهور فيروس كورونا كانت التقديرات تشير إلى نمو حركة التجارة الإلكترونية بنسبة 25% سنوياً في دول المنطقة العربية، لتجاوز 28 مليار دولار حتى نهاية العام، وسط توقعات بأن يصل الإنفاق العالمي على التجارة الإلكترونية إلى نحو 3.5 تريليون دولار في نهاية 2020، أي بارتفاع 18% عن الأرقام المحققة خلال العام 2019، وبناءً على هذا الانتشار الكبير الذي شهدته التجارة الإلكترونية خلال العامين الماضيين، فإن التقديرات تشير إلى أن حجم التجارة الإلكترونية

سيصل إلى 28.5 مليار دولار بحلول العام 2022، لتدخل التجارة الإلكترونية فترة محورية في المنطقة، وتشكّل فرصة مهمّة للمستهلكين والشركات والمستثمرين (النجار، 2021، ص 79).

في هذا الاطار، أظهرت تقديرات مؤسسة "Insider Intelligence" أن التجارة الإلكترونية من أكثر القطاعات المستفيدة من جائحة كورونا في ظل إقبال المستهلكين على المشتريات عبر الإنترنت نتيجة إغلاق المتاجر الإلكترونية ومخاوف العدوى، حيث قدرت المؤسسة مبيعات التجارة الإلكترونية خلال عام 2020 بنحو 3.914 تريليون دولار، وتستحوذ منطقة آسيا والمحيط الهادي على الحصة الأكبر منها بنحو 62.6%، مقابل 19.1 لأمريكا الشمالية، و12.7% لأوروبا الغربية (محمد، 2021).

الشكل رقم 02 : مبيعات أكبر خمسة أسواق الكترونية في العالم



المصدر: (محمد، 2021)

كشف تقرير صادر عن شركة "Statista's ecommerceDB" الأمريكية، والتي تضم قاعدة بيانات ضخمة تحتوي على أكثر من 20 ألف متجر عبر الإنترنت في جميع أنحاء العالم، أن متجر "Taobao" الصيني المملوك لشركة علي بابا يأتي في الصدارة بمبيعات ورسوم شحن ودفعة سنوية بقيمة 490 مليار دولار.

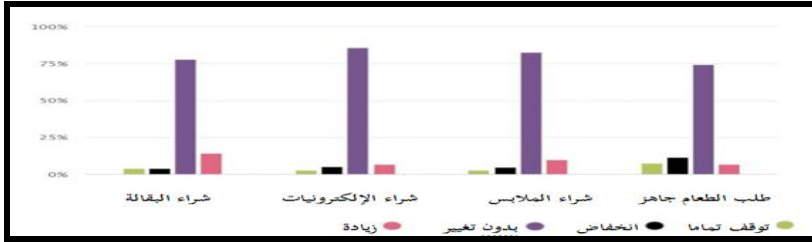
وحلت المنصة الشقيقة "Tmall" التابعة أيضا لعملاق التجارة الإلكترونية الصيني علي بابا في مركز الوصافة بقيمة تبلغ 464 مليار دولار، ما يعكس الإقبال القوي للسوق الصينية على الشراء عبر شبكة الإنترنت.

وتظهر المتاجر الأمريكية في القائمة من خلال أمازون الذي حل في المرتبة الثالثة بمبيعات ورسوم تبلغ 397 مليار دولار، وجاء خلفه منصة صينية أخرى كبرى وهي "JD.COM" بقيمة 301.9 مليار دولار، فيما تذيّل متجر إي باي الأمريكي قائمة الخمسة الكبار بمبيعات ورسوم سنوية تقدر بنحو 75.6 مليار دولار.

وقالت "Insider Intelligence" أن الصين في طريقها لتجاوز الولايات المتحدة الأمريكية كأكبر سوق تجزئة في العالم نتيجة تنامي التعامل والتسويق الإلكتروني.

إن انتشار جائحة كورونا في جميع أنحاء العالم لا يمكن السيطرة عليه ولا يمكن إيقافه، ما نجم عنه توقف قطاع الطيران (وقف أكثر من 90٪ عن العمل) وتوجه الموظفين للعمل من المنزل. ففي تقرير أشار e-Marketer إلى استطلاع أجرته شركة Coresight Research في فبراير أظهر أن 74.6% من المستجيبين يشيرون إلى أنه من المحتمل أن يتجنبوا مراكز التسوق إذا تفاقم تفشي جائحة كورونا، وقال 52.7% إنهم يخططون لتجنب المتاجر بشكل عام إذا تفاقم انتشار الفيروس. كما قال أكثر من 85.6% المستجيبين الذين تتراوح أعمارهم بين 60 وما فوق أنهم من المحتمل أن يتجنبوا مراكز التسوق "هذا طبيعي وليس مفاجئاً نظراً لأن فيروس كورونا قد أصاب كبار السن بشدة، فقد يكون له تأثير آخر في سلوك وعادات التسوق الخاصة بهم". قال محلل التسويق الإلكتروني Dolliver Mark بما أن الأفراد الأكبر سنًا هم الأكثر فتكا بالفيروس، فمن المحتمل أن يغيروا سلوكهم بشكل خاص هذا يعني اعتماد التجارة الإلكترونية بشكل أكبر، وهو سلوك تجاري غير مألوف لهم بما أن التسوق الإلكتروني عادة تميز المستهلكين الشباب (عامر برحو و شكوري، 2020، ص 329). من خلال الشكل الموالي نوضح أثر جائحة كورونا على الشراء عبر الانترنت:

الشكل رقم 03: تأثير جائحة كورونا على الشراء عبر الانترنت

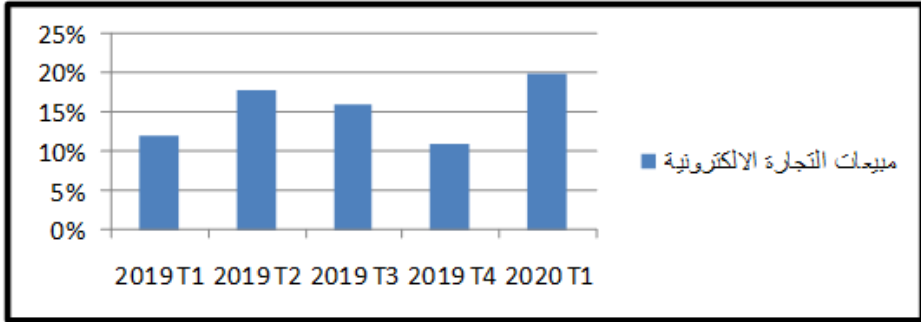


المصدر: (عامر برحو و شكوري، 2020، ص 330)

لقد 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 تأثراً بانتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد 19) وإقدام العملاء على شراء المنتجات خلال التزامهم بالبقاء في المنازل، وأبرز ما يمكن استنتاجه من خلال هذا المؤشر (حداد و الغواص، 2020، ص 22-23):

✓ ارتفاع الطلب على التجارة الإلكترونية : حيث سجلت مبيعات التجارة الإلكترونية نمواً بمعدل 20% في الربع الأول من العام 2020 مقارنة بمعدل 12% في الفترة ذاتها من العام 2019 وهذا ما يوضحه الشكل رقم 04 وتضمن ذلك زيادة عدد زوار المواقع بمعدل 16% وزيادة في إنفاق المتسوقين بمعدل 4% (ارتفاع متوسط مبلغ الإنفاق المتسوق لكل زيارة). من المتوقع استمرار هذا التوجه للنمو مع تركيز الشركات أكثر على التجارة الإلكترونية.

الشكل رقم 04: نمو مبيعات التجارة الإلكترونية عالمياً



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: (تقرير مؤشر التسوق العالمي، 2020)

✓ تحول مشتريات السلع الرئيسية إلى التسوق الرقمي: أدت قرارات حظر التجول وسياسات التباعد الاجتماعي والتزام المنازل إلى زيادة الطلب على العديد من المنتجات والسلع الرئيسية عبر متاجر التسوق الرقمي والتجارة الإلكترونية، مثل منتجات المواد الغذائية، والعناية الشخصية، المنتجات الطبية... الخ، ومع التزام السكان حول العالم بالبقاء في منازلهم في الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس 2020، سجلت مبيعات هذه السلع الرئيسية ارتفاعاً بمعدل 200% وحافظت على ارتفاعها في الربع الأول من العام.

✓ التسليم من المتاجر "يؤثر مزيداً من الأمان والمرونة للمستهلكين : تتيح بعض مواقع التسوق الإلكترونية إمكانية الشراء عبر الموقع ومن ثم استلام المنتجات من المتاجر التقليدية، وهو ما أسهم في نمو إيرادات المبيعات الإلكترونية بمعدل 27% في الربع الأول، مقارنة بنمو بلغ 13% فقط للمواقع التي لم توفر هذا الخيار للتسليم. ففي الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس 2020، سجلت إيرادات المبيعات الرقمية التي وفرت خيار التسليم من المتاجر نمواً بمعدل 92%- سواء كان التسليم على رصيف الطريق، أو التسليم في السيارة، أو عبر منصات

التسليم أثناء القيادة، أو حتى الاستلام من المتاجر - مقارنة بنمو لم يتجاوز 19% للمواقع الإلكترونية التي لم توفر خيارات مماثلة خلال الفترة ذاتها من السنة.

✓ **المتسوقون في مناطق انتشار كورونا يلجؤون إلى القنوات الرقمية للحصول على السلع الأساسية:** "شيدت الفترة ما بين 10 مارس إلى 20 مارس 2020 ارتفاع حجم الإنفاق على التسوق الإلكتروني لشراء السلع الأساسية في منطقة نيويورك بمعدل 158% أما في كاليفورنيا، فقد زاد حجم الإنفاق على التسوق الإلكتروني بمعدل 230% ووصل في ولاية واشنطن إلى 157% ولويزيانا إلى 167% وذلك خلال الفترة ذاتها من السنة".

✓ **طفرة في المبيعات الإلكترونية للسلع المنزلية، وملابس الأنشطة الرياضية، والألعاب :** "استمر المتسوقون في شراء عدد من السلع غير الأساسية أثناء تسوقهم لعدد من السلع الأساسية. فشهدت إيرادات المبيعات الرقمية نموا بمعدل 51% لصناعة المنتجات المنزلية (الديكورات المنزلية والحرف اليدوية)، وزيادة سنوية تصل إلى 31% للملابس الأنشطة (كالملابس الرياضية)، وزيادة سنوية بمعدل 34% لمنتجات التسالي والألعاب وذلك لسهولة الوصول لمنتجات أخرى أثناء البحث عن منتج معين"

وفي نفس السياق نشر مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) تقريرًا بتاريخ 11 مارس 2021 حول تداعيات فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية حول العالم خلال العام الماضي والتي شهدت ازدهارًا ملحوظًا بسبب اتجاه المستهلكين والشركات إلى الحلول الرقمية لمواصلة بعض الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية عن بُعد، فعلى الرغم من الركود العالمي، إلا أن الوباء قد أدى إلى المزيد من التسارع نحو التحول الرقمي. (جمال، 2021).

رغم انخفاض حجم التجارة بنحو 18% بحلول مايو 2020 مقارنة بنفس الشهر من العام السابق، إلا أن بعض منصات التجارة الإلكترونية قد شهدت تحسنًا ملحوظًا في أدائها المالي، فعلى سبيل المثال: سجلت "أمازون" نموًا في إيرادات مبيعاتها الدولية بنحو 35% خلال الربع الثالث من 2020، كما شهدت "جوميا" زيادة في حجم المعاملات على منصتها للتجارة للإلكترونية تجاوزت نسبتها 50% على أساس سنوي خلال أول ستة أشهر من 2020 من 3.1 مليون معاملة إلى 4.7 مليون معاملة.

وعن الدول، فقد ارتفعت حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي التجارة بالتجزئة العالمية في الولايات المتحدة من 11.8% إلى 16.1% بين الربع الأول والثاني من 2020، وفي المملكة

المتحدة من 20.3% إلى 31.3% خلال نفس الفترة. وفي الصين، ارتفعت حصة مبيعات التجزئة عبر الإنترنت من 19.4% خلال أوت 2019 إلى 24.6% بحلول نفس الشهر من 2020. كما قفز عدد تنزيلات تطبيقات التسوق بنسبة 60% في تايلاند خلال شهر مارس، وارتفعت نسبة المبيعات عبر الإنترنت في الأرجنتين بنحو 63% خلال النصف الأول من عام 2020، وتشير البيانات الواردة من تشيلي إلى حدوث زيادة في حصة مبيعات التجارة الإلكترونية من 5% إلى 16% بين مايو 2019 و 2020.

2. تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر

في الوقت الذي أثرت فيه جائحة كورونا بالسلب على عدة قطاعات ذات طبيعة اقتصادية إلا أنها بالمقابل ساهمت في إنعاش التجارة الإلكترونية في الجزائر، خاصة أنه في هذه الفترة عملت الدولة على إطلاق خدمات جديدة في ظل تطور استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والرغبة في التوجه نحو الاقتصاد الرقمي وتوسع نطاق التجارة الإلكترونية في أغلب دول العالم. ساهم إغلاق المحلات التجارية الخاصة بالتجارة "غير الأساسية" بالدرجة الأولى بشكل كبير في انتعاش التجارة الإلكترونية التي تعرف نموا بطيئا جدا في الجزائر، ولازال يعتمد عليها بشكل أساسي القليلون فقط، لكن يبدو أن الأزمة الصحية والوضعية الاستثنائية التي تعيشها الدولة على غرار باقي بلدان العالم ردت الاعتبار للتجارة الإلكترونية بالنسبة للبعض، وكانت عند البعض الآخر التجارة عبر المنصات ومن خلال تطبيقات الهواتف الذكية بديلا للتجارة التقليدية التي تستدعي النزول إلى سوق مفتوحة واختيار سلعة بمقارنتها بين عدد من المحلات من حيث النوعية وكذا الأسعار (بوطيبة، 2020).

ظهرت في السنوات القليلة الأخيرة في الجزائر إحدى أهم تلك التطبيقات وهي موقع واد كنيس الذي أعطى مفهوما لتلك التجارة في الجزائر، التحقت بها تطبيقات أخرى خاصة بالتجارة الإلكترونية التي توفر مجموعة واسعة من المنتجات، وتشهد الآن حالة من الطلب المرتفع من قبل الأفراد حيث توفر المنصة والتطبيق للمتسوقين إمكانية الوصول إلى مجموعة متنوعة من العروض الاستثنائية والحصرية والمخصصة للشراء عبر الأنترنت. كما تقدم المنصة خدماتها ومحتواها للجمهور باللغتين العربية والفرنسية، وتسمح للفرد باقتناء بعض الحاجيات من محلات متعاقدة معها، لكن تبقى غير موسعة وغير متطورة بالقدر الذي تسمح به للفرد بالتعامل إلكترونيا، وضمان الرضا التام سواء بالنسبة لتعدد الخيارات أو الجودة أو السعر.

وفي مقابل ذلك، ظهرت العديد من الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بعملية البيع والشراء، فُتحت بعضها خصيصا لمعالجة هذه الوضعية ومنح المواطنين فرصة شراء أو بيع ما هم في حاجة إليه. ولقيت تلك الصفحات العديد من الإعجاب من طرف المواطنين، الذين اعتادوا أكثر على هذا النوع من التجارة الإلكترونية للقاء مع صاحب السلعة في مكان ووقت يتم الاتفاق عليه مسبقا لعملية التسليم (بوطيبة، 2020).

من بين أهم المواقع الإلكترونية المختصة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر نجد (هلال، 2021، ص ص 282-284):

➤ **موقع واد كنيس:** يعتبر من أوائل مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ظهر سنة 2006 ويتعامل هذا الموقع بكثرة في مجال تسويق السيارات وبعض المنتجات كالملابس، أدوات منزلية...، وهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الراغبين في بيع أو شراء منتج معين وحتى الإيجار لكل الأشياء الجديدة و المستعملة، حقق هذا الموقع نجاحا لافتا إذ بلغ عدد زوار هذا الموقع أكثر من 100 ألف زائر يوميا. وازداد رواج هذا الموقع وتطوره منذ ظهور جائحة كورونا وبالنسبة لطرق الدفع، يتم الدفع يدا بيد بعد استلام الزبون لطلبته يقوم بالدفع مباشرة.

➤ **موقع jumia:** فتتحت شركة "jumia" سنة 2014، حيث قامت بتأسيس الموقع الإلكتروني لها ذي النطاق (dz)، وذلك للترويج لمختلف منتجاتها المتمثلة أساسا في البقالة، المنتجات المكتبية، منتجات الصحة والجمال، الإلكترونيات و المستلزمات الرياضية، الهواتف النقالة، أجهزة الكمبيوتر وألعاب الأطفال، ساهمت جائحة كورونا في انتشار هذا الموقع حيث ارتفع عدد زوار الموقع سنة 2020 إلى أكثر من 2 مليون زائر شهريا بعد أن كان في حدود 1.7 مليون سنة 2018، واستقبل الموقع ما بين 220000 و 250000 طلبية خلال فترة الحجر الصحي، وأعلنت شركة "جوميا" عن ارتفاع في كل مبيعات منتجات البقالة والسلع الأساسية أربعة أضعاف في الربع الأول من عام 2020 مقارنة بالعام الذي يسبقه. وبالنسبة لطرق الدفع فتمت مباشرة بعد استلام الزبون لطلبته (يدا بيد).

➤ **مؤسسة بريد الجزائر:** عملت مؤسسة بريد الجزائر في هذه الفترة (في ظل جائحة كوفيد19) على الإشهار على نطاق واسع للترويج لمختلف الخدمات التي تقدمها عن بعد من خلال شبكة الإنترنت، وهذه الخدمات تتمثل أساسا في الاطلاع على الحساب الجاري البريدي وتحويل الرصيد من حساب إلى حساب آخر من خلال تطبيق بريدي موب mob baridi تسديد

مختلف الفواتير باستخدام البطاقة الذهبية لبريد الجزائر (فاتورة الهاتف والإنترنت، الكهرباء والغاز، الماء، موقع وتعبئة حسابات الهواتف النقالة) ويتم ذلك عن بعد من خلال شبكة الإنترنت، عبر الموقع: <https://baridinet.poste.dz>

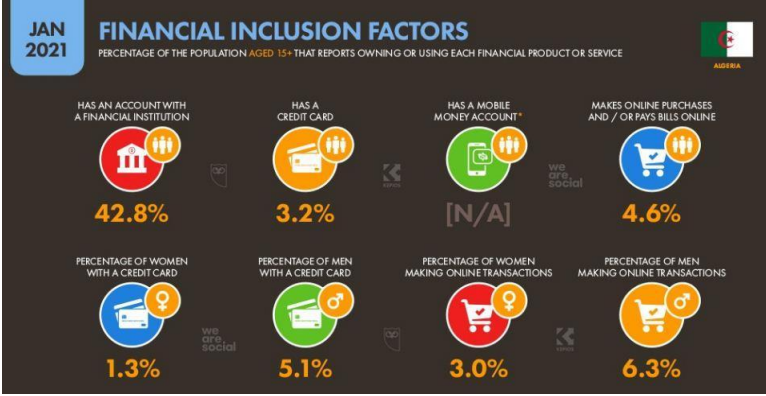
➤ **موقع BM Shopping Algérie:** هذا الموقع التجاري متخصص في بيع الألبسة، الأحذية، الأدوات الكهرومنزلية وأدوات الحلاقة والعناية بالشعر، ظهر هذا الموقع في سنة 2017 غير أنه تطور وزاد عدد متابعيه وزبائنه في سنة 2020 بداية ظهور جائحة كورونا في الجزائر.

➤ **موقع مصروفك:** هذا الموقع ناشط في ولاية تيارت فقط، وهو متخصص في بيع المنتجات الغذائية وبعض المنتجات الأخرى، ظهر هذا الموقع سنة 2019، وكان عدد زبائنه حوالي 30 زبون إلى أن تطور هذا العدد سنة 2020 خاصة في ظل أزمة كورونا إلى أن وصل هذا العدد إلى حوالي 200 زبون ومعجب بخدمات هذا الموقع التجاري، الموقع يعتمد على طرق الدفع التقليدية (يدا بيد بعد حصول الزبون على طلبيته).

كل المواقع الإلكترونية المختصة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر توفر خدمات البيع والشراء والإعلان والترويج والحصول على المعلومات، لكن لم تصل بعد إلى فهم التجارة الإلكترونية على أنها وسيلة للدفع الفوري الإلكتروني فهي لا توفر خدمات الدفع الإلكتروني مثل بطاقات فيزا كارد و ماستر كارد. كما أشار التقرير الرقمي للجزائر 2021 أنه يستخدم 88.3% من الجزائريين عبر هواتفهم المحمولة أرصدة الانترنت ذات الدفع المسبق، و 11.7% منهم الانترنت بالدفع البعدي الاشتراك .

بخصوص التجارة الإلكترونية، يحوز 42.8% ممن يفوق سنهم 15 سنة على حساب بإحدى المؤسسات المالية، و 3.2% على بطاقة ائتمان (5.1% ذكور و 1.3% إناث)، ويقوم 4.6% بعمليات شراء عبر النت (6.3% ذكور و 3.0% إناث) كما يوضحه الشكل أدناه (هذه آخر احصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر، 2021).

الشكل رقم 05 : إحصائيات التجارة الإلكترونية في الجزائر



المصدر: (التقرير الرقمي للجزائر، 2021)

ووفقا للتقرير السنوي الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، فإن "الجزائر أحرزت تقدما محسوسا قدر بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي وفقا لآخر تقرير سنوي صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية حول التجارة الإلكترونية، حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالميا، محتلة بذلك المرتبة الرابعة إفريقيا (UNCTAD, 2020 .p15).

استنادا لنفس التقرير، فإن "الجزائر تعد من بين الدول الأربع التي حققت أكبر تقدم على الصعيد العالمي وفقا لذات المؤشر، رفقة كل من البرازيل (تقدم بـ 10 مراتب) وغانا (تقدم بـ 20 مرتبة) وجمهورية لاوس (تقدم بـ 11 مرتبة)".

يستند التقرير في تصنيفه إلى جملة من المؤشرات تتمثل في نسبة تعميم استعمال الإنترنت وتأمينه والإدماج المالي وكذا موثوقية الخدمات البريدية وفقا لترتيب الاتحاد البريدي العالمي. يقرأ بعض الخبراء المختصين في تكنولوجيات الاتصال والرقمنة أن هناك وثبة حقيقية في الجزائر بخصوص التجارة الإلكترونية في المدة الأخيرة خاصة أن ظروف الجائحة ساعدت في ذلك، لكنهم أكدوا أن الطريق لا يزال طويلا لتحقيق القفزة النوعية المأمولة.

ويشير الخبراء في تكنولوجيات الإعلام والاتصال حول مضمون التقرير الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية بخصوص احتلال الجزائر للمرتبة الرابعة إفريقيا في التجارة الإلكترونية بأنه "يتحدث عن التجارة الإلكترونية المتعلقة بالدفع الإلكتروني عبر الإنترنت وليس لدى محلات البيع والفنادق خاصة أن ميدان الدفع الإلكتروني واسع ولم نواكب جميع تطوراتها".

كما أن "الوثبة التي حصلت كانت نتيجة لجوء الجزائريون خلال هذه المرحلة المتعلقة بوباء كورونا إلى الدفع عبر الإنترنت من فواتير الاتصالات، الكهرباء والماء، الغاز، إضافة إلى التعامل مع الشركات التي تبيع منتجاتها عبر الإنترنت".

وأفاد المستشار في تكنولوجيايات الاتصال، يونس قرار أن "الأرقام تؤكد أن عدد معاملات الدفع الإلكتروني في مرحلة وباء كورونا تتجاوز بأضعاف المعاملات في ثلاث سنوات الماضية".
عرفت الجزائر خلال الفترة الأخيرة خطوات معتبرة في تجسيد التعامل بالتجارة الإلكترونية، نظرا إلى الإجراءات الوقائية التي فرضتها السلطات كالحجر الصحي الذي حدّ في الأشهر الأولى من جائحة كورونا من تحركات المواطنين، فما كان عليهم للمحافظة على التباعد الاجتماعي إلا التوجه نحو الفضاء الرقمي (كعبش، 2021).

وقد قامت الجزائر في الاطار بجملة من الاجراءات التي تم اتخاذها في سبيل التصدي لتأثيرات جائحة كورونا، والمتمثلة في (سلمان، 2021، ص353):

-توزيع 3840433 بطاقة ذهبية خلال سنة 2020 بزيادة قدرها 335.45 % مقارنة بسنة 2019 التي شهدت توزيع 881947 بطاقة.

-عرفت خاصية الدفع عبر لانتزنت عبر منصة بريد الجزائر زيادة من حيث عدد العمليات، فقد تم تسجيل معدل نمو قدر ب 487% حيث تم تسجيل 3939623 عملية خلال سنة 2020 مقارنة بسنة 2019 التي سجلت 671199 عملية.

-عرف عدد العمليات المنفذة على أجهزة الدفع الالكتروني لبريد الجزائر ارتفاعا كبيرا، حيث بلغ معدل النمو نسبة 773 % سنة 2020.

-ارتفاع كبير في عدد التحويلات عبر "بريدي موب"، حيث بلغ معدل النمو 557 % سنة 2020.

- دخول قابلية التشغيل البيئي للمنصات النقدية التابعة للشبكات البريدية والبنكية حيز التنفيذ، مما يسمح للمواطنين الحاملين للبطاقات الذهبية وبطاقات الدفع البنكية باجراء عمليات السحب أو التحويل عبر موزعات مكاتب البريد والبنوك.

-اطلاق خدمة انتاج وتوزيع البطاقات الذهبية(خدمة PREMIUM) خلال اجل مخفض يقدر بحوالي 5 ايام.

-إطلاق خدمة السحب بدون بطاقة (Cardless) والتي تسمح لزبائن بريد الجزائر الحاملين للبطاقة الذهبية اجراء عمليات سحب الأموال عبر جميع شبائيك الدفع دون استعمال بطاقة السحب، حيث سجلت هذه الخدمة 54327 عملية بمبلغ قدر ب 5805600 دينار جزائري.

-إطلاق خدمة "بريدي باي" للدفع الجوّاري عن بعد، وهي خدمة آمنة للغاية تسمح بالدفع عن طريق تقنية المسح عبر الهاتف النقال لرمز الاستجابة السريعة دون اللجوء إلى أجهزة الدفع الإلكتروني TPE.

-إطلاق خدمة تعبئة رصيد الهاتف المحمول للمتعاملين الثلاثة عبر تطبيق بريدي موب.

ثالثا: عقبات التجارة الإلكترونية في الجزائر في والحلول المقترحة لمواجهتها:

أثرت هذه الجائحة في نمط عادات الشراء لدى الأفراد، حيث توجهوا إلى ما تعرضه المخازن التي توفرها التجارة الإلكترونية وذلك كردة فعل اتجه الأوضاع التي أملتتها ظروف الإغلاق - الحجر الصحي - (بالحبيب، مدوكي، زقير، 2021، صص 24-25).

1. العقبات المتعلقة بالجانب الضريبي والتشريعي للتجارة الإلكترونية:

تشمل الضرائب والرسوم المفروضة على أنشطة التعاملات التجارية الإلكترونية التي يمكن أن تعرقل نمو وازدهار هذه التعاملات، ناهيك عن الجانب القانوني الذي يجب أن يراعي التجارة الإلكترونية ويخضعها بمواد قانونية تحمي المتعاملين في التجارة الإلكترونية.

2. العقبات المتعلقة بنظام الدفع الإلكتروني واستخدام المدفوعات الرقمية:

رغم انخفص تكلف المدفوعات الرقمية التي تسمح للمستهلك بتحويل الأموال أو دفع الفواتير أو دفع ثمن السلع والخدمات من منزله أو السوق أو المتجر، فإن ملايين الجزائريين لديه حساب مصرفي، ومع ذلك، فإنه ما زالوا يستخدمون وسائل م كخدمات خارج الحساب لإرسال التحويلات المحلية أو تلقيها.

3. العقبات المتعلقة بالجانب البشري:

تتمثل في ضعف المهارات والخبرات في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية، والتي تعتبر ضرورية من أجل تصميم المواقع التجارية الإلكترونية وإعداد دليل استعمال السلع وتوفير أمن الشبكات، وإتقان استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني ... الخ. بالإضافة إلى ضعف الثقة والمعرفة التقنية والوعي الإلكتروني فيما يتعلق بالتعاملات التجارية الإلكترونية.

وفيما يلي بعض الحلول المقترحة لمواجهة عقبات التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل جائحة كورونا (سويلم، 2020، ص 333):

-التنسيق بين الهيئات المعنية بالمجال الاقتصادي وبمجال الاتصالات والمعلوماتية، من أجل الوقوف على الصور المستحدثة والمحتملة لهذه العقبات وكذا المخاطر المترتبة عنها في ظل التطورات التكنولوجية المعاصرة، كخطوة أساسية تسهل من مهام الجهات الرسمية المعنية بالتجارة الالكترونية في اقتراح وتبني الوسائل والآليات المناسبة لمواجهتها.

-زيادة تفعيل آليات الحماية والرقابة على عمليات التسويق والبيع والدفع الالكتروني مع ضرورة توفير آليات الوقاية من مختلف مخاطرها كالنصب والقرصنة والغش والتضليل الالكتروني المخلة بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية الالكترونية، حتى يتمكن المستهلكون من الوصول بأمان إلى سلع ومنتجات وخدمات صحية وآمنة وبأسعار معقولة لاسيما في ظل هذه الظروف الصحية الاستثنائية.

- ضرورة توعية المواطنين بأهمية استخدام وسائل الدفع الالكتروني الذي يعد أحد مقومات التجارة الالكترونية لأن هذه الأخيرة لا يمكن أن تصبح واقع ملموس ما لم تتكيف البنوك والمؤسسات والمتعاملين الاقتصاديين مع التطورات التكنولوجية التي يشهدها مجال المعلوماتية، وهو أمر يتطلب إصلاحات اقتصادية ومالية عميقة تمس المنظومة الاقتصادية برمته.

- إيجاد حلول تقنية تساعد المستهلك في التأكد من حقيقة وجود الموقع الالكتروني ومدى جودة السلعة أو الخدمة المعروضة إلكترونياً ومطابقتها للمقاييس المعمول بها، لاسيما وأن البيئة التي تعرض فيها هذه السلع والخدمات هي بيئة الكترونية تعتمد على الدعامات معنوية مختلفة عن الماديات المعمول بها في التجارة التقليدية، مما يجعل المستهلك أكثر عرضة للمخاطر المرتبطة بهذه المعاملات الالكترونية.

- ضرورة تعزيز البنية التحتية للاتصالات لإتاحة خدمات ذات تدفق سريع في ظل التدفق الضئيل للانترنت الذي تعاني منه عدة مناطق في الجزائر، بل وحتى انعدام شبكة الانترنت في مناطق أخرى، وأن تكون مؤمنة وذات قدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات.

رابعا: إيجابيات وسلبيات فيروس كورونا على التجارة الالكترونية

أصبحت أسهم التجارة التقليدية متقلبة وفي تدهور ملحوظ بسبب فرض العزل المنزلي في البلدان التي أصابها فيروس كورونا المستجد، وهذا سيكون سبب قوي لاستعداد كل من تجار هذه الأسواق التقليدية للهولة نحو التجارة عبر الانترنت من أجل الحفاظ على باقي أسهمه م والحفاظ على مجاله التجاري ونجاحه في السوق.

وضح موقع منظمة التجارة العالمية أن هذا وقت تدخل التجارة الإلكترونية لإنقاذ اقتصاد العالم وأنه الوقت المناسب للتدخل بقوة وحيوية وإثبات التجارة الإلكترونية لأهميتها وفعاليتها في مجال التجارة والتسوق عبر الإنترنت.

1. الآثار الايجابية لفيروس كورونا على التجارة الإلكترونية

لطحا الجميع إلى الخدمات الإلكترونية والأدوات الجديدة التي تسمح لهم بالتكيف مع الظروف الاستثنائية السائدة حاليا بسبب انتشار فيروس كورونا المستجد الذي ألزم نحو مليار شخص حول العالم البقاء في منازلهم، فضلا عن تسببه في انهيار البورصات ووضع الشركات الصعب، مما يترك أثرا اقتصاديا بالغ الشدة قد تأتي بعده تحولات كبرى في العالم سيكون المستفيد الأكبر منها - على ما يبدو - بعض شركات قطاع التكنولوجيا والإنترنت (رضوان و الفوركي، 2020، ص ص 449-451).

1.1. الإقبال على المتاجر الإلكترونية :

عرفت المتاجر الإلكترونية إقبالا منقطع النظير خصوصا مع خدمة التوصيل المنزلي السريع، حيث يقوم المستهلك باختيار البضاعة واقتنائها ثم طلب شحنها إلى عنوانه مباشرة دون الحاجة إلى الخروج من منزله، حيث عبرت مجموعة من الشركات التي تقدم خدماتها كمتاجر الكترونية عن ارتفاع نسبة أرباحها ب 80% مقارنة مع نفس الفترة قبل تفشي الفيروس وشركات أخرى بنسب تتراوح بين 50% و 60%.

2.1. الاجتماعات والعمل عن بعد:

في ظل انتقال عدد متزايد من الأشخاص إلى العمل من منازلهم، ازداد الطلب على التكنولوجيا التي تتيح الاجتماعات عبر الإنترنت. وظهرت مجموعة من البرامج التي أظهرت كفاءة في الموضوع، حيث شهد العالم مجموعة من الاجتماعات خصوصا في الأعمال التي تتطلب اجتماعات ومفاوضات مباشرة، مما جعل العديد من الأشخاص يشتغلون من منازلهم وبالتالي الحفاظ على الوتيرة العادية للأعمال خصوصا الأعمال التي لم تتضرر بهذه الجائحة والمتعلقة في العمل في مجال الإنترنت وتطوير البرمجيات.

3.1. ظهور صالات الرياضية عن بعد:

مع إغلاق العديد من الصالات الرياضية أبوابها، اتجه ممارسو الرياضة إلى الدروس عبر الإنترنت لمواصلة تمارينهم في البيت. وسجلت أسهم شركة "بيلوتون" الأميركية للتجهيزات الرياضية

ارتفاعاً كبيراً إذ يراهن المستثمرون على الطلب المتزايد على معداتها الفردية المتصلة بالإنترنت ودروسها عبر الشبكة .

2. الآثار السلبية ل فيروس كورونا على التجارة الالكترونية:

التجارة عبر الإنترنت تجارة عريقة وقوية وأثبتت نجاحها على مدار سنين عديدة دون ملاحظة أي آثار أو مشاكل سلبية ناتجة عنها ولكن كان هذا في ظروف أفضل من هذه التي يمر بها العالم الآن، ونتيجة لهذه الظروف تم تسجيل بعض الملاحظات السلبية التي قد تتأثر بها التجارة الالكترونية وهي (ناصر، 2020):

1.2. التخلف عن مواعيد استلام الشحنات:

من التأثيرات السلبية المتوقعة بسبب اندفاع الأفراد للتسوق عبر الإنترنت، سيكون التأخير عن مواعيد التسليم الاعتيادية لكل متجر، وهذا بسبب تقليل ساعات العمل وتقليل العمالة أيضا والأشخاص المسؤولين عن توصيل المنتجات. ومن ناحية أخرى نقص العناصر المطلوبة في المخازن وهذا نتيجة لزيادة الطلبات خلال الفترة الأخيرة بسبب فيروس كورونا.

2.2. ارتفاع الأسعار:

ترجع أسباب هذا العرض الضار على طرفين وهم المستخدمين وصاحب البضاعة، حيث مع توافد الجمهور بشراهة من أجل شراء منتجات العناية الصحية والوقاية من المرض مثل القفازات، الأقنعة الطبية، المطهرات، كل هذا قام باستغلاله أصحاب الأعمال الذين يخافون الخسارة أكثر من أي شيء آخر، بالإضافة إلى سلوك المستخدمين غير الحضاري أيضا ساهم بشكل كبير في ارتفاع الأسعار المفاجئ هذا، فمثلاً على موقع Amazon ارتفعت أسعار الأقنعة الجراحية والمعقمات بنسبة 50%.

الخاتمة

من خلال دراستنا لأثر فيروس كورونا (كوفيد 19) على التجارة الالكترونية تبين أن هذه الأخيرة شهدت تطور غير مسبوق في ظل الجائحة خاصة مع الحجر الصحي الذي فرضته غالبية الدول في أعقاب انتشار وباء كوفيد 19 تجنبا لانتقال العدوى والإصابة بالفيروس، إذ أصبح بإمكان المستهلك اقتناء احتياجاته دون الحاجة إلى التنقل محترما بذلك الحجر الصحي المفروض عليه.

النتائج

- تأثر الاقتصاد العالمي بشكل كبير بفعل الجائحة وقد تضررت مختلف القطاعات الاقتصادية (سياحة - نقل - تجارة...) ولا يتوقع أن يتعافى بسرعة؛
- خلقت الجائحة عادة استخدام التجارة الإلكترونية لدى المستهلكين التي يتوقع أنه من الصعب التخلي عنها في المستقبل؛
- هناك نقص لوسائل الدفع الإلكترونية، مما أدى إلى تأخر تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر؛
- الرغم من سن قوانين منظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر، إلا أنها لا تزال تحديات تحول دون تطورها وازدهارها لمواكبة الدول المتقدمة في هذا المجال.
- على الرغم من المجهودات التي بذلها الجزائر لتعزيز التجارة الإلكترونية وإعطاء دافع قوي للنهوض بها، إلا أنها متراجعة مقارنة بباقي الدول، وذلك لعدم ثقة المستهلك الإلكتروني في المنتجات التي تعرض عليه عن بعد؛
- لازالت التجارة الإلكترونية في الجزائر بعيدة عن التطورات والإمكانيات الفعلية نظرا لضعف البنية التحتية الرقمية؛

التوصيات

- العمل على تقليص الفجوة التكنولوجية بين الدول حتى لا يكون هناك عوائق أثناء ممارسة التجارة الإلكترونية؛
- الاستثمار أكثر في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للوصول لمواكبة التطور الحاصل في اقتصاديات الدول المتقدمة؛
- تطوير البنية التحتية للاقتصاد الرقمي، بإيجاد شبكة اتصالات تتسم بالسرعة والفاعلية الكبيرة وتوفير خدمات الانترنت وإيجاد البنية التشريعية والقانونية المناسبة التي تحمي حقوق الملكية الفكرية وتساعد على قيام شركات تكنولوجيا المعلومات وغيرها من شركات الاقتصاد الرقمي؛
- ضرورة تهيئة القوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر، للمساهمة والتخفيف من الأعباء المفروضة على هذا النوع من النشاط لتشجيع التجار على اقتحام هذا المجال، والمساهمة في رفع الجباية المحلية و أن يعمل القانون على حماية التاجر و الزبون و الشركات المرافقة؛
- لا بد من تطوير وسائل الدفع الإلكتروني وتعميم استعمالها في المحلات التجارية حتى يتمكن المواطن الجزائري من إستكمال مراحل الشراء الإلكتروني.

قائمة المراجع .

1. التجارة الإلكترونية في زمن الكورونا ، (15.04.2020)، تاريخ الاسترداد 09.06.2021، على الموقع: <https://www.ibtdi.com/electronic-commerce-and-corona/>
2. السيد نورالدين منى صبحي. (جوان، 2021). التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا مع التطبيق على قطاع الطيران المدني العالمي-دراسة جغرافية-. المجلة الدولية العلمية، أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، المجلد 04 (العدد 01).
3. بالحبيب عبد الكامل، مدوكي يوسف، زقير عادل. (2021)، التجارة الإلكترونية الجزائر: العقبات ومتطلبات التطوير- مع الإشارة إلى جائحة كوفيد-19-، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 05 العدد: 01 .
4. بوطيبة نور الهدى (18.05.2020) ، التجارة الإلكترونية تنتعش في زمن كورونا، يومية المساء، تاريخ الاسترداد 06.10.2021، <https://www.el-massa.com/dz>
5. رضوان أمينة، الفوركي مصطفى. (19/18 سبتمبر، 2020). تأثير فيروس كورونا عمى الالتزامات التعاقدية (التجارة الإلكترونية). كتاب المؤتمر الدولي : ، جائحة كورونا تحد جديد للقانون . المركز الديمقراطي العربي ألمانيا، برلين.
6. رمي حريد، و عبد الكريم تامين. (2021). دراسة تحليلية لتداعيات أزمة فيروس كورونا المستجد على الاقتصاد العالمي. مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية ، المجلد 06 (العدد 01).
7. صندوق النقد الدولي. (2021). آفاق الاقتصاد العالمي. تاريخ الاسترداد 16 07 , 2021، من <https://www.imf.org>
8. علي محمد. (17 03 , 2021). العین الإخبارية. تاريخ الاسترداد 05 10 , 2021، من أكبر 5 أسواق على الإنترنت في العالم. مفاجأة صادمة بشأن "أمازون": <https://al-ain.com/article/5-largest-online-marketplaces-world>
9. هلال نسيمه، (19-20.جوان.2021)، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية واتجاهات الجزائر للنهوض بها بعد تداعيات جائحة كورونا، المؤتمر الدولي العلمي، المؤتمر الدولي العلمي إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية / ألمانيا - برلين.
10. أبو شمالة نواف، الآثار الاقتصادية لجائحة "كوفيد 19" -على أسواق العمل والفقر في الدول العربية وسبل معالجتها، 2020، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية المجلد الثاني والعشرون، العدد الثالث.
11. التقرير الرقمي في الجزائر (17.02.2021)، تاريخ الاسترداد 06.10.2021 من الموقع: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>
12. المنظمة العالمية للسياحة المنظمة العالمية للسياحة. (05 مارس، 2020). تقييم أثر تفشي فيروس كوفيد - 19 على السياحة الدولية. تاريخ الاسترداد 10 07 , 2021، من <https://www.unwto.org/ar/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
13. جمال بسنت، (27.04.2021)، الأونكتاد : كورونا والتجارة الإلكترونية ... نظرة عالمية ، تم الاسترداد في 25.07.2021 من الموقع: <https://marsad.ecsstudies.com/55112>
14. حسين سلمان. (2021). التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات في ظل تداعيات جائحة كورونا (كوفيد 19). مجلة دراسات اقتصادية ، المجلد 21 (العدد 01).
15. سويلم فضيلة، (16/15 جويلية 2020)، أثر فيروس كورونا على عقود التجارة الإلكترونية ، المؤتمر الدولي الموسوم ب"جائحة كوفيد 19 بين حتمية الواقع والتطلعات "المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، الجزء الاول.

16. صندوق النقد العربي. (أفريل 2021). تقرير أفاق الاقتصاد العربي، الاصدار الثالث عشر. الامارات العربية المتحدة، أبوظبي.
17. عامر برحو عائشة، شكوري سيدي محمد، (16/15 جويلية 2020)، تأثير فيروس كورونا على التجارة الالكترونية(الاجابيات والسلبيات)، المؤتمر الدولي الموسوم ب "جائحة كوفيد 19 بين حماية الواقع والتطلعات "المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، الجزء الثاني.
18. كرم سلام عبد الرؤوف سلام. (فبراير، 2021). أثر جائحة كورونا على القطاعات الاقتصادية الدولية. كتاب جماعي:تأثير جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي .
19. كرم محمد زيدان التجار. (03-04-2021). التجارة الالكترونية ومدى تأثرها بجائحة كورونا. ورقة منشورة في كتاب أعمال المؤتمر الدولي المحكم حول الحجر الصحي: التحديات والحلول، مركز جيل البحث العلمي، طرابلس، لبنان (العدد 31).
20. كعبش اسلام، (24.02.2021)، التعايش مع كورونا ينعش التجارة الالكترونية في الجزائر ، تاريخ الاسترداد 10.07.2021 من سكاي نيوز العربية، <https://www.skynewsarabia.com/business/1417354>
21. كنزي سيرج. (08, 07, 2020). التجارة الالكترونية بعد جائحة كوفيد 19. تاريخ الاسترداد 06, 13, 2021، من المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية: [/https://www.ecsstudies.com/9782](https://www.ecsstudies.com/9782)
22. محرم حداد بسمة، عبد العاطي الغواص نغال، (يونيو 2020)، التجارة الالكترونية في ظل تداعيات جائحة كورونا سلسلة أوراق السياسات حول التداعيات المحتملة لأزمة كورونا على الاقتصاد المصري الاصدار رقم 14معهد التخطيط القومي.
23. ناصر حسنة، (05.04.2020)، تأثير فيروس كورونا على التجارة العالمية والعربية ،تاريخ الاسترداد 13.06.2021، من الموقع: <https://expandcart.com/ar/34224>
24. هذه آخر إحصائيات مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل بالجزائر (11.02.2021)، الشروق أونلاين، تاريخ الاسترداد 06.10.2021 من الموقع: <https://www.echoroukonline.com>
25. UNCTAD, U. (2020). THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020 Spotlight on Latin America and the Caribbean. UNCTAD Technical Notes on ICT for Development., (N°17) .