

انتعاش التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل جائحة كورونا (كوفيد 19)

The recovery of e-commerce in Algeria
in light of the Corona pandemic (Covid 19)عامر بوعكاز^{1*}، وديع قاسم²¹ جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، مخبر سياسات التنمية الريفية بالمناطق السهبية بالجزائر؛

a.bouakaz@mail.univ-djelfa.dz

جامعة الجزائر03، الجزائر. ²ouaddy@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/06/16

تاريخ القبول: 2022/06/08

تاريخ الاستلام: 2022/04/15

ملخص:

هدفت الدراسة إلى توضيح واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ومدى انتعاشها في ظل أزمة (كوفيد 19)، وللوصول إلى ذلك تم التطرق إلى مختلف الجوانب النظرية للدراسة وتحليل بعض الإحصائيات المتعلقة بالتجارة الالكترونية في الجزائر. وتوصلت الدراسة إلى أن هذه التجارة لا تزال تعاني تأخرا كبيرا إلا أنها قد شهدت بعض الانتعاش في عز أزمة كورونا، إذ أن التباعد الاجتماعي والحجر الصحي الذي تم فرضه أدى إلى الحد من التجارة التقليدية والذي بدوره أدى إلى توجه الأفراد نحو التجارة الالكترونية واعتبارها حلا في ظل إجراءات الإغلاق.

كلمات مفتاحية: التجارة الالكترونية، جائحة كورونا (كوفيد 19)

تصنيفات JEL: L86، L81

Abstract:

This study aimed to clarify the reality of electronic commerce in Algeria and the extent of its recovery in light of the Corona (Covid 19) crisis. The study concluded that electronic commerce suffers from a significant delay, but it has witnessed some recovery in the time of the Corona crisis, as the social distancing and quarantine that were imposed led to a reduction in the volume of traditional trade transactions, which in turn led to individuals' orientation towards electronic commerce and considering it a solution in light of the procedures Closure .

Keywords: electronic commerce; Covid-19 pandemic.**Jel Classification Codes:** L81, L86

1. مقدمة:

لا شك وأن التغيرات التي شهدها العالم ولا يزال يشهدها في جميع الميادين والمجالات خاصة المجال الاقتصادي هي نتيجة التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي أثرت وبشكل كبير على نظم المعلومات والمجتمعات وأصبح ما يميز المجتمعات في عصرنا هذا الاستخدام الواسع والمكثف لوسائل التكنولوجيا وشبكة الاتصالات وعلى رأسها الانترنت، وتزامن مع هذه التغيرات ظهور العديد من المصطلحات والمفاهيم الجديدة التي تتماشى وهذه التطورات ومن بينها التجارة الالكترونية والتي تعني إجراء عمليات البيع والشراء وتبادل مختلف السلع والخدمات والمعلومات من خلال توظيف مختلف الوسائل التكنولوجية وشبكة الانترنت. وبمجرد ظهور هذا النوع من التجارة بادرت الكثير من دول العالم للاستفادة منها فسارعت كبرى شركاتها للاستفادة من المزايا التي تتيحها هذه التجارة، حيث قامت بإنشاء مواقع الكترونية خاصة بها لتتمكن من خلالها التعريف والترويج لمنتوجاتها. كما ظهر في العديد من دول العالم ما يسمى بالمتاجر الالكترونية والتسوق عبر الانترنت. ولم تتوقف إلى هذا الحد بل أصبحت تمثل إحدى أهم الأساسيات الاقتصادية اللازمة لقيام التبادل التجاري في الوقت الراهن خاصة في ظل انتشار فيروس كورونا (كوفيد19) وما ترتب عنه من إغلاق لعديد من المحلات التجارية والأسواق وتوقف لمختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية نتيجة الإجراءات الوقائية وتجنب الزحام، وأصبحت التجارة الالكترونية هي البديل الوحيد للمجتمعات بعد ما أن وضع هذا الفيروس حدا للمعاملات التجارية التقليدية حيث شكلت الجائحة نقطة تحول ودافع محفز في انتعاش التجارة الالكترونية، إذ شهدت نموا كبيرا في هذه الفترة في مختلف دول العالم ومن بينها الجزائر حيث شهدت تزايد إقبال المستهلكين على شراء المواد الضرورية من المنتجات من خلال مواقع التسوق الإلكترونية وعرفت التجارة الالكترونية انتعاشا رغم تأخر تطورها كباقي بعض الدول السابقة في هذا المجال خلال هذه الجائحة مقارنة بالسنوات السابقة .

1.1 إشكالية الدراسة

على ضوء ما تقدم نطرح السؤال الرئيسي التالي:

- كيف ساهمت جائحة كورونا (كوفيد19) في انتعاش التجارة الالكترونية في الجزائر؟

2.1 الأسئلة الفرعية

يندرج ضمن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

أ. ما هي انعكاسات جائحة كوفيد19 على الاقتصاد الوطني وعلى القطاع التجاري؟

ب. ما واقع التجارة الالكترونية في الجزائر قبل الجائحة وبعدها؟

3.1 فرضيات الدراسة

للإجابة على أسئلة الدراسة والوصول إلى تحقيق أهدافها تم صياغة الفرضيات التالية:

- أ. أدت جائحة كورونا إلى إغلاق الأسواق والموانئ وتوقفت الحركة التجارية مما جعل المواطنين يقبلون وبكثرة على الأسواق الالكترونية أو ما يعرف بالمتاجر الالكترونية؛
- ب. عرفت التجارة الالكترونية في الجزائر انتعاشا ملحوظا في عز أزمة كوفيد19.

4.1 أهداف الدراسة

الأهداف المرجوة من هذه الدراسة تتمثل في:

- أ. تسليط الضوء على مفهوم التجارة الالكترونية باعتبارها من المفاهيم الحديثة؛
- ب. معرفة انعكاسات الجائحة على الاقتصاد الوطني وعلى التجارة الالكترونية في الجزائر؛
- ت. معرفة واقع التجارة الالكترونية في الجزائر قبل وأثناء جائحة كوفيد19.

5.1 منهجية الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال عرض مختلف الجوانب النظرية للدراسة وعلى المنهج التحليلي من خلال عرض بعض الإحصائيات وتحليلها بغية الوصول إلى أهداف الدراسة.

6.1 الدراسات السابقة

أ. دراسة شادلي شوقي، أمال مهاوة، (2022) بعنوان: التجارة الالكترونية في ظل جائحة كوفيد19 بين الفرص والتحديات، وهو عبارة عن مقال منشور بمجلة " *Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE*"، وهدفت إلى التعرف على اثر الجائحة على حجم التجارة الالكترونية في العالم وتوصلت الدراسة إلى أن هذه التجارة لعبت دورا مهما في ظل الجائحة وارتفع حجم استخدامها بمعدلات معتبرة يبقى انه هناك بعض النشاطات التي انخفضت فيها المعاملات بشكل كبير كالسفر والسياحة وبرز عائق حال دون تطور استخدام التجارة الالكترونية.

أ. دراسة ميلود بن خيرة واخرون، (2020) بعنوان: واقع شركات التجارة الالكترونية في ظل انتشار فيروس كورونا- دراسة حالة شركة أمازون أنموذجا- وهو عبارة عن مقال منشور بمجلة " القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال"، وهدفت إلى إظهار واقع مبيعات التجارة الالكترونية لشركة أمازون في ظل الجائحة وتوصلت الدراسة إلى أن الأزمة زادت من طلبات الشراء الالكترونية كما أنها قد أثرت على تكاليف التشغيل والإيرادات حيث سجلت زيادة فيها

ورغم ذلك فإن الشركة قد حققت أداء وربحا كبيرين في الربع الثاني من الجائحة وهو ما يفسر انتعاش هذه التجارة في ظل الجائحة.

2. الأطر النظرية للتجارة الإلكترونية

1.2 نشأة وتطور التجارة الإلكترونية

ظهر أول تطبيق لمفهوم التجارة الإلكترونية في بداية عام 1970 حيث تمت عمليات التحويل النقدي للأموال بطريقة إلكترونية من منظمة لأخرى، ولكن هذه الطريقة كانت محصورة ضمن المؤسسات التجارية العملاقة والشركات المالية الكبيرة إلى أن توسع هذا المفهوم ليشمل نقل وإرسال الوثائق والبيانات الكترونيا، وبعد التطور السريع والهائل في الشبكات الحاسوبية وبرمجيات التجارة الإلكترونية والبروتوكولات بدأت تظهر التطبيقات الأخرى للتجارة الإلكترونية مثل التطور في نظام حجز تذاكر السفر والسوق المالي من بيع وشراء الأسهم على الإنترنت وعلى الشبكات الخاصة. ومع جعل الإنترنت مادة مالية وربحية في التسعينات من القرن الماضي وانتشارها ونموها إلى الملايين من البشر فإن مصطلح التجارة الإلكترونية خرج للنور، ومن ثم تم تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة. ومن عام 1995 إلى عام 1999 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها مواقع الكترونية مليئة بالمعلومات، وامتدت بعد ذلك التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال لتشمل المستهلك. (زميت، 2015/2014، صفحة 194)

2.2 تعريف التجارة الإلكترونية: يوجد عدة تعاريف لمصطلح التجارة الإلكترونية ومن أبرزها:

أ. التجارة الإلكترونية بوجه عام هي انجاز الأعمال بصيغة الكترونية وتشمل جميع أنشطة الأعمال الخاصة بالسلع والخدمات المتبادلة عبر الانترنت بين شركات أو بين شركات وعملاء وتتضمن التجارة الإلكترونية التسويق والشراء الإلكتروني (محمد، 2008، صفحة 35)

ب. عرفتها منظمة التجارة العالمية بأنها: "مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنت. كما أشار البعض بأن التجارة الإلكترونية تطلق على كل الخدمات التجارية التي تعتمد على الوسائل الإلكترونية كالتبادل الإلكتروني للبيانات والتحويلات الإلكترونية للأموال والبريد الإلكتروني والنشرات وغيرها من الخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والشركات (رضوان، 1999، صفحة 348).

ت. التجارة الإلكترونية تتمثل في مجموعة من العمليات التجارية التي تتم عبر شبكة الويب، أي أنها استخدام للأنترنت في ابتكار وإدارة وتطوير العلاقات التجارية في أي وقت وكل مكان عبر العناصر التالية: التعاون، البيع، الشراء، تصميم وتطوير المنتج والتسويق (كافي، 2010، صفحة 08)

من خلال ما سبق يمكن القول بأن التجارة الإلكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري اهتمت فيها شبكة الإنترنت بصفة إجمالية أو جزئية كالتزود بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا ويتم التسديد إلكترونيا سواء بصك ورقي عند التسليم أو بطرق أخرى.

3.2 دوافع التحول نحو التجارة الإلكترونية

هناك عدة دوافع التي تقف من وراء التوجه والتحول نحو التجارة الإلكترونية أهمها:

أ. التطور العلمي والتكنولوجي: تستند التجارة الإلكترونية بصفة أساسية على شبكة متطورة من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات إذ أن التطور العلمي والتكنولوجي من جهة واتساع شبكة الاتصالات والمعلومات تعد احد أهم العوامل اللازمة لتطور التجارة الإلكترونية.

ب. المنافسة بين جهات العمل: من المعروف أن جهات العمل الكبرى تراقب نشاط بعضها البعض في الإنتاج والتسويق وتعتبر أن تقدم إحداها في سوق ما في هذا المجال يكون على حسابها ومن ثم تسعى للتعويض في أسواق أخرى ومنتجات أخرى باستخدام وسائل أكثر تطوراً.

ت. ومن العوامل التي ساعدت في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية التطورات الحاصلة في وسائل الدفع الإلكترونية لدى المصارف. (بوبكر، 2014، صفحة 202)

6.2 خصائص ومميزات التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية العديد من الخصائص والمميزات والتي يمكن ذكر منها كالاتي:

أ. شراء وبيع المنتجات والخدمات الحالية من خلال موقع على الانترنت؛

ب. بدء نشاط تجاري جديد أو تحويل المنتجات إلى الصورة الرقمية؛

ت. إنشاء أسواق إلكترونية يتنافس فيها المشتري والبائع والوسيط وشركات الانترنت.

أما فيما يخص ميزات التجارة الإلكترونية فيمكن القول بأنها تتميز بأربع ميزات وهي:

ث. التفاعل مع العميل: وتتمثل في البريد الإلكتروني أو الصوتي أو لقطات الفيديو وغيرها؛

ج. الانتشار العالمية: فيمكن عقد الصفقات وتنفيذ عمليات البيع والشراء من أي مكان؛

ح. التكامل مع العميل: فالانترنت توفر خدمات التوصيل للمنازل إلى جانب كونها سوقا تجارية

متكاملة. (زرقيين وشوقي، 2011، صفحة 39).

5.1 متطلبات التجارة الإلكترونية

من أجل نجاح ونمو التجارة الإلكترونية هناك جملة من المتطلبات الواجب توفرها أهمها:

أ. المتطلبات البشرية: ونقصد بها توافر الموارد البشرية المؤهلة التي تتميز بالخبرة والكفاءة لدعم

التجارة الإلكترونية وبناء مجتمع قائم على المعرفة؛

ب. متطلبات البنية التحتية (التقنية): وهي مختلف مصادر الطاقة الكهربائية لتأمين العمل الإلكتروني بتحديث وتطوير قدرات التوريد والنقل والتوزيع ومن جهة أخرى توفير مختلف الأجهزة والمعدات التقنية التي تشمل أجهزة التوجيه أو الألياف الضوئية أو قنوات الاتصال اللاسلكية وجدران الحماية وغيرها بالإضافة إلى ضرورة توفير البرامج والمواقع الإلكترونية للأعمال التجارية الإلكترونية في معظم البنى التحتية للتجارة الإلكترونية.

ت. المتطلبات التشريعية: وهي مختلف القوانين التي تنظم وتضمن حقوق كافة الأطراف المشاركة في التجارة الإلكترونية وذلك لأنه يوجد العديد من التحديات التي تتمحور حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية ومدى حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسائل التعاقد الإلكترونية وكذا تعديل مختلف القوانين والقواعد التي تخص تنظيم هذا النوع من التجارة سواء داخليا أو خارجيا (Alsmadi, 2009 , p. 08)

6.2 أشكال التجارة الإلكترونية

تتخذ التجارة الإلكترونية أربعة أشكال يمكن توضيحها كما يلي:

أ. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال (B to B): وهي تعبر عن علاقات الأعمال بين منظمات الأعمال الإلكترونية من جهة والمنظمات التي تشتري المنتجات لأغراض غير الاستهلاك النهائي بل لأغراض التصنيع أو لأغراض إعادة البيع. وبالتالي يستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض.

ب. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك (B to C): بظهور التسوق على الإنترنت أصبح للمستهلك إمكانية للقيام بشراء السلع ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان.

ت. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية (B to A): بتوسع النشاط التجاري فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب، ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية الحكومية.

ث. التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية الحكومية (C to A): يتضمن العديد من الأنشطة مثل دفع الضرائب واستخراج الأوراق والمستندات إلكترونيا. (يوسف كافي، 2009، صفحة 105)

7.2 فوائد التجارة الإلكترونية ومؤشرات قياسها

تتيح التجارة الإلكترونية مزايا عديدة لكل المتعاملين بها سواء كان على مستوى المستهلكين أو على المؤسسات والشركات أو على مستوى الاقتصاد، ويمكننا إيجازها على النحو التالي:

- أ. الملائمة وتوفير الوقت: من خلال البحث عن المنتجات في المتاجر عبر الانترنت التي تتمتع بالمساحة غير المحدودة عكس المتجر المادي، تجد أن كل منتج في متناول يدك على الانترنت، مما يسهل تحديد موقع المنتجات ويمكن توصيلها إلى باب منزلك في غضون أيام فقط؛
- ب. العديد من الخيارات وسهولة المقارنة: يمكن للمستهلك المقارنة بين المنتجات وفروقاتها بسهولة. والتعرف على أفضل الأسعار مما يتيح له مزيد من الخيارات للمفاضلة بينها؛
- ت. لا قيود جغرافية: حيث يمكن للشركات توسيع أسواقها محليا وعالميا بأقل استثمار للمال دون التقيد بالحدود الجغرافية التي تفرض فتح فروع وتحمل مصاريف إضافية؛
- ث. توفير الأموال وزيادة كفاءة الشركات: تتمتع الأعمال التجارية الالكترونية بتكاليف تشغيلية منخفضة مقارنة بالمخازن الفعلية. كما تستفيد من إدارة التوريد من نوع السحب، حيث يبدأ إجراء الأعمال في اللحظة التي ينشأ فيها الطلب من العميل؛
- ج. تحفيز النمو الاقتصادي؛
- ح. انتقال المسؤوليات الاجتماعية للشركات إلى المستهلكين. (بالحبيب، مدروكي، وزقير، 2021، صفحة 18)

أما بخصوص مؤشرات قياسها نجد أن منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية سعت وراء وضع مجموعة من المؤشرات لقياس التجارة الالكترونية، وتوصلت لتحديد ثلاث مؤشرات يمكن من خلالها مقارنة وتقييم مستوى اعتماد التجارة الالكترونية وتمثل في:

أ. الجاهزية الالكترونية: مستوى تحضير البنية التحتية التكنولوجية، التجارية والاجتماعية اللازمة لممارسة التجارة الالكترونية؛

ب. الكثافة الالكترونية: حالة استخدام التجارة الالكترونية، كحجمها ودرجتها وطبيعتها المعاملات والأنشطة التجارية؛

ت. مستوى التأثير الالكتروني: ويتعلق بمقاييس الفرق التي أحدثت التجارة الالكترونية فيما يتعلق بكفاءة وخلق مصادر ثروة جديدة على كلا المستويين الجزئي والكلبي. (فيصل، 2020، صفحة 109)

3. جائحة كوفيد19 وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري والنشاط التجاري

بعد ظهور عدة حالات إصابة بفيروس كورونا المستجد وزيادة سرعة انتشاره في مختلف ربوع الوطن بادرت السلطات العمومية الجزائرية بإصدار أول نص تنظيمي يتضمن تدابير وقائية للحد

من انتشار هذا الوباء، الذي دخل حيز التنفيذ ابتداء من 2020/03/22 على الساعة الواحدة صباحا لمدة 14 يوما، وذلك بفرض عدة قيود على ممارسة النشاطات التجارية عبر كافة التراب الوطني، بما فيها المناطق والولايات التي لم يمسه الوباء عند بداية ظهور هذا الفيروس، خاصة بعد أن أكد الأطباء والمختصون في علم الأوبئة سرعة انتشاره. (مبارك، 2020، صفحة 236)

وبالرجوع إلى النصوص التنظيمية الخاصة بتدابير الوقاية من الفيروس، نجد أنه تم فرض قيود على ممارسة الأنشطة التجارية المسموح بها، إضافة إلى تقييد حركة العمال والتجار والتي ستعكس بصورة مباشرة على حرية ممارسة النشاط التجاري وعيه فإن هذه الجائحة أثرت كثيرا على الاقتصاد الوطني بل حتى في كل اقتصاديات الدول الكبرى مثل الصين وأمريكا. ومن بين الآثار التي ترتبت من جراء انتشار هذا الفيروس نذكر على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

1.3 تضرر الكثير من القطاعات من الناحية المالية: حيث تشير بعض المعطيات والأرقام إلى أن 90% من التجار والحرفيين في الجزائر تضرروا من جراء توقيف النشاطات الاقتصادية والتجارية منذ مارس 2020، خصوصا أن هناك عدة أنشطة ما تزال مغلقة ولم تستفد من العودة التدريجية كالحمامات وقاعات الحفلات والرياضة ومدارس تعليم اللغات والنشاط الجوي.

وسجلت القطاعات الاقتصادية في الجزائر، وعلى رأسها النقل والسياحة والمطاعم والفندقة إضافة إلى قطاع الطاقة، خسائر مالية بسبب إجراءات الوقاية من كورونا، خلال الفترة الأولى من الإغلاق وقدرت خسائر الشركات العمومية ما يفوق 879 مليون أورو. (كعبش، 2020)

2.3 تراجع أسعار النفط والغاز: سجلت الجزائر عجزا ماليا وصل إلى ما يقارب 16.5% من الناتج المحلي الإجمالي وذلك في سنة 2020، وحوالي 14.8% في عام 2021، بسبب تراجع العائدات من صادرات الهيدروكربون. كما قد انهار الطلب على النفط والغاز، ففي الشهرين الأولين من عام 2020، انخفض حجم صادرات النفط الخام والمواد المكثفة بنسبة 27% على أساس سنوي فيما تراجع حجم صادرات الغاز بنسبة 26%. علاوة على ذلك، أثر فيروس كورونا المستجد بشدة في بعض أهم الدول التي تشتري الغاز من الجزائر، فحتى أبريل 2020، تراجعت صادرات الغاز بالأنايب إلى إسبانيا بنسبة 44% على أساس سنوي. وتفاقم الوضع بسبب تراجع أسعار النفط التي انخفضت إلى سعر قياسي وصل إلى ما دون 25 دولاراً للبرميل في أبريل 2020 بسبب الجائحة ليشهد في السنة الموالية (2021) انتعاشا إذ تجاوز سعره حدود 85 دولار للبرميل بعد التخفيف من إجراءات الحجر في الكثير من الدول (بن ميمون و بوزهور، 2020)

3.3 تراجع إنتاج القطاع الصناعي وتضرر القطاع الاستهلاكي: يعتمد كل من القطاع الصناعي

والاستهلاكي في الجزائر بدرجة رئيسية على الخارج، وتعتبر الصين من بين أهم موردي الاقتصاد الجزائري بالمواد الأولية كالحديد والألمنيوم، إضافة إلى بعض المعدات الطبية والصيدلانية، كما تعتبر المصانع الصينية المورد الرئيسي لبعض القطاعات التحويلية، إذا نظرنا إلى حظيرة السيارات في الجزائر، خاصة وسائل النقل والشاحنات، فإن مجمل قطاع غيار السيارات مصدره الصين، وفي ظل غلق المصانع الصينية، فإن قطاع غيار السيارات في الجزائر سيعرف بدوره عجزا بشكل ملحوظ، كما توفر قطع غيار الصناعات الكهربائية والكهرومنزلية، على غرار الهواتف ولوازم الإعلام الآلي. ولقد انخفض الإنتاج الصناعي في القطاع العام الوطني بنسبة 6.7% في الربع الأول من عام 2020 مقارنة بنفس الفترة من العام السابق. وبعد التغييرات الايجابية في الربع الثالث من عام 2018، من جانبها سجلت المناجم والمهن تغيرا سلبيا للربع الرابع على التوالي، بتراجع نسبته 4.8% من الربع الأول من عام 2020. وينطبق الأمر نفسه على الأنشطة الأخرى، وعلى رأسها مواد البناء، وصناعة النسيج، التي انخفض إنتاجها بنسبة 11.5% و14.6% على التوالي في الربع الأول من عام 2020. (زهرة وبللعم، 2020، صفحة 145)

4.3 اثر الجائحة على التجارة الخارجية: شهدت واردات الجزائر تراجعا بمقدار 7.4 مليار دولار أي ما نسبته 18%، إلى 34.4 مليار دولار في 2020 من 42 مليار دولار في 2019. ونفس الشيء شهدته الصادرات الجزائرية حيث تراجعت هي الأخرى بمقدار 10 مليارات دولار أي ما نسبته 33%، من 35.8 مليار دولار في 2019 إلى 23.8 من عام 2020. ويعود هذا التراجع الحاد للصادرات الجزائرية إلى تراجع أسعار النفط في الأسواق العالمية، بسبب انكماش الطلب نتيجة القيود في مواجهة جائحة كورونا. (جبريل، 2021)

6.3 اثر الجائحة على التجارة الالكترونية: قامت العديد من دول العالم باتخاذ إجراءات احترازية لمنع انتشار هذا الفيروس حيث فرضت العديد من الدول ما يسمى بالحجر الصحي وفرض التباعد ومنع الاختلاط والاقتراب ما بين الناس تجنباً للعدوى وهذا كان له انعكاسا سلبيا على التجارة التقليدية بحث أغلقت الكثير من المتاجر والأسواق وتوقفت الحركة التجارية وبالتالي كان الملجأ الوحيد هو التجارة الالكترونية وعليه كان للجائحة اثر ايجابي على زيادة حجم التجارة الالكترونية وهو ما سنوضحه أكثر في المحور الموالي.

4. واقع نمو التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل جائحة كورونا (كوفيد19)

كغيرها من الدول تسعى الجزائر إلى تهيئة البنى التحتية وتوفير الجو الملائم الذي يناسب

التجارة الإلكترونية من خلال الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة وسرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي وبالتالي التمكن من اللحاق بالدول المتطورة كالصين وغيرها في هذا المجال. ولمعرفة واقع ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر وجب الوقوف أو الاعتماد على مجموعة من البوادر أو المؤشرات التي تبين مستوى تلك الممارسة وتجدر الإشارة هنا أن قياس حجم التجارة الإلكترونية يعتبر تحدياً لصانعي السياسات الاقتصادية على مستوى الدول، وكذا لمتخذي قرارات الاستثمار على مستوى الأعمال والقطاعات العامة والخاصة، كما تمثل تحدياً فنياً على مستوى مصالح ومراكز الإحصائيات المعنية بقياس وتقدير حجم ومؤشرات التجارة وعليه فإن قياس حجم التجارة الإلكترونية سواء من حيث الأرقام الفعلية أو التقديرية ستظل تفتقر إلى الدقة والموثوقية، لذلك فإن إحصائيات التجارة الإلكترونية التي تنشرها بعض مراكز البحوث والقطاعات الخاصة تظهر متباينة، ومن بين أهم هذه المؤشرات المستخدمة في هذا المجال نجد: أ. المؤشرات المباشرة: تقيس حجم التجارة الإلكترونية بقيمة ما يعقد من صفقات تجاري عبر الانترنت، سواء بين الأفراد أو المؤسسات، وهذه البيانات ليست بالسهلة لعدم إمكانية إحصاء تعاملات المؤسسات التجارية أو التعامل بين الأفراد على شبكة الانترنت بصورة دقيقة؛ ب. المؤشرات غير المباشرة: وتعبر عن إمكانيات متاحة واحتمالات مرتقبة أكثر مما تعبر عن واقع فعلي للتجارة الإلكترونية، وتشمل الوسائط الإلكترونية اللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية مثل عدد مستخدمي الانترنت، عدد مشركي الهواتف ومعرفة الاستعداد الإلكتروني في المجتمع وتبقى هذه المؤشرات عامة وليست مباشرة. (إيمان، 2018/2017، صفحة 82)

ومن بين المؤشرات التي نقف عليها والتي تعكس واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر كالاتي:

1.4 استخدام الانترنت في الجزائر

عملت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات شبكة الانترنت والتقنيات المرتبطة بها، من خلال ارتباطها بشبكة الانترنت في شهر مارس من عام 1994 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني "CERIST" الذي أنشئ في مارس 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، والذي كان من مهامه الأساسية آنذاك هو العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية. ومنذ سنة 1994 عرفت الجزائر تقدماً ملحوظاً في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع الانترنت، ففي نفس السنة كانت الجزائر مرتبطة بالانترنت عن طريق إيطاليا، تقدر سرعة الارتباط ب 9600 حرف ثنائي في الثانية (9.6 ko). وبعدها قامت الجزائر بتطوير شبكة الانترنت من خلال إدخال

تقنية 3G (الجيل الثالث) وبعدها الجيل الرابع 4G وصولا إلى الألياف البصرية سنة 2017. (بوعكاز، 2021، صفحة 162)

كما تجدر الإشارة أن ظهور شبكة الانترنت وانتشار استعمالها في كل القطاعات أدى إلى ارتفاع وتوسع التجارة الالكترونية إذ أصبحت من بين الركائز الرئيسية لنمو هذا النوع من التجارة. والجدول التالي يوضح تتبع لمسار تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الخمس السنوات الأخيرة.

الجدول 1: عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2017-2021

السنة	عدد السكان	عدد مستخدمي	النسبة المئوية
2017	41,063,753	18,580,000	45.2 %
2018	41,660,000	21,000,000	50 %
2019	42,340,000	24,480,000	57.81 %
2020	43,851,044	25,428,159	57.91 %
2021	44,450,000	26,350,000	59.6 %

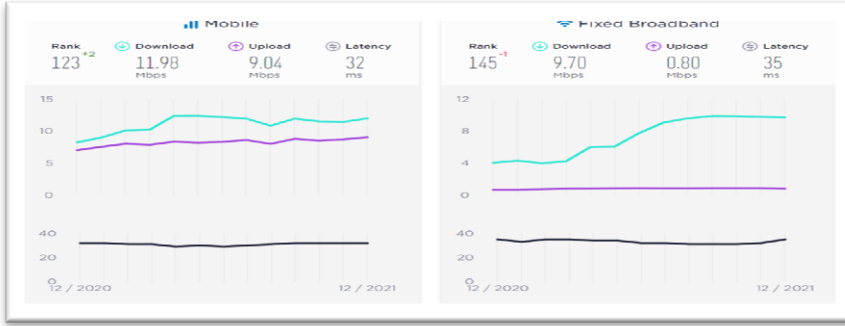
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات التقرير السنوي لموقع Stats Internet World الرابط: <<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>>، وموقع wearesocial، على الرابط: <<https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria?rq=algeria>>

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن عدد مستخدمي الانترنت في تزايد مستمر خلال الخمس سنوات الأخيرة حيث بلغ عدد المستخدمين للانترنت سنة 2017 حوالي 18.58 مليون مستخدم ليرتفع العدد إلى 26.35 مليون مستخدم في يناير 2021 وبمعدل انتشار بلغ 59.6%. إلا أن هذه النسبة تظل منخفضة بالنسبة لحجم المجتمع الجزائري وهي تعيق توسع وانتشار ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر، إذ أنه في بعض الدول وصلت نسبة استخدام الانترنت فيها إلى قرابة 99% من حجم مجتمعها.

2.4 سرعة تدفق الانترنت في الجزائر

إن توفير شبكة الانترنت بدون جودة وسرعة لائقين قد لا يساعد في توسع وانتشار استعمال التجارة الالكترونية، والجزائر سعت ولا زالت تسعى جاهدة إلى تقديم انترنت بجودة تليق بممارسة هذا النوع من التجارة والشكل الموالي يوضح واقع سرعة الانترنت (الثابت والنقال) في الجزائر خلال سنتي 2020 و 2021.

الشكل 1: تطور سرعة الانترنت الثابت والنقال في الجزائر في الفترة 2020/12 إلى غاية 2021/12



المصدر: التقرير الشهري للمؤشر العالمي لقياس سرعة الانترنت "Speedtest Global Index"

من خلال الشكل أعلاه والخاص بسرعة الانترنت فقد أشار تقرير الموقع المتخصص "سبيد تيست" speedtest لشهر ديسمبر 2021 بأن سرعة تدفق الانترنت الثابت في الجزائر بلغت 4.04 ميغا بايت في الثانية وهي سرعة منخفضة ويرجع ذلك إلى سبب الظروف التي شهدتها العالم من جراء تفشي فيروس كورونا وإجراءات الحجر الصحي والإغلاق، لترتفع سرعتها في ديسمبر 2021 إلى 9.7 ميغا بايت بعد التخفيف من إجراءات الإغلاق والحجر. كما قد احتلت الجزائر المرتبة 145 عالميا من أصل 178 دولة وهي ضمن آخر 33 دولة في الترتيب، متفوقة على تونس التي احتلت المرتبة 155 ولبنان في المرتبة 156 عالميا وهو ما يعكس التأخر الذي تعاني منه الانترنت والتقنيات الحديثة للاتصال في الجزائر مقارنة بالدول الأخرى مثل المغرب التي احتلت المرتبة 131 ومصر في المرتبة 84. والكويت في الرتبة 24 عالميا، أما بالنسبة للإنترنت النقال فحالها لا يختلف كثيرا عن الانترنت الثابت إذ احتلت الجزائر مرتبة متأخرة، حيث صنفت في الرتبة 123 في قائمة تضم 138 دولة، بسرعة تدفق بلغت 11.98 ميغا بايت في الثانية خلال شهر ديسمبر 2021، وتبقى الجزائر متأخرة عن معظم البلدان العربية والدول الأخرى المتطورة حيث جاءت ضمن آخر 15 دولة في التصنيف حسب ما أشار التقرير. (speedtest, 2021)

ومن خلال هذه المعطيات يمكن القول بأن سرعة الانترنت في الجزائر ما زالت تعاني تأخرا كبيرا مقارنة بالدول الأخرى وهي لا تدعم ممارسة التجارة الالكترونية خاصة وأن هذه التجارة تعتمد في نجاحها على جودة الانترنت باعتبارها الركيزة الأساسية والعنصر الرئيسي.

3.4 مؤشر التجارة الالكترونية من الشركات إلى المستهلكين (B2C)

الجدول 2: ترتيب الجزائر وبعض الدول في مؤشر التجارة الالكترونية من الشركات إلى المستهلكين (B2C) لسنة 2020

الدولة	الترتيب العالمي (2020)	نسبة مستخدمي الانترنت (أواخر 2019)	نسبة الأفراد الذين لديهم حساب مالي (2020)	درجة الموثوقية (أواخر 2019)	قيمة المؤشر (أواخر 2019)
سويسرا	01	97	98	97	95.5
السعودية	49	96	72	78	72.3
قطر	50	100	66	73	72.1
تونس	77	67	37	69	54.6
الجزائر	80	60	43	73	52.2
المغرب	95	74	29	27	44.8
مصر	109	57	33	26	36.6
النيجر	152	05	16	02	5.6

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات التقرير السنوي لموقع UNCTAD على الرابط:

<https://unctad.org/system/files/officialdocument/tn_unctad_ict4d17_en.pdf. p1 5>

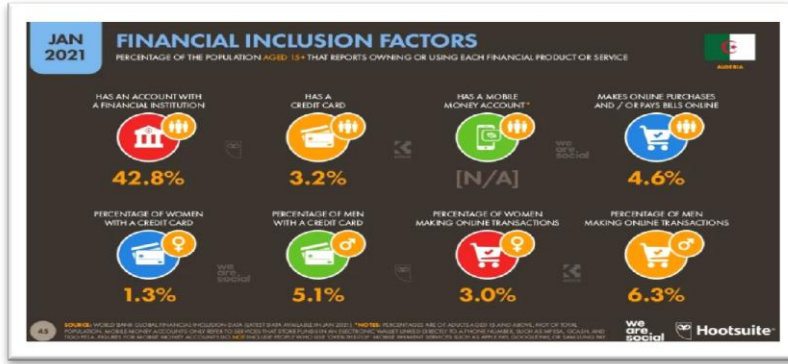
من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مؤشر التجارة الالكترونية لسنة 2020 بين الشركات والأفراد (B2C) للجزائر وبعض الدول ويتبين لنا أن الجزائر تحتل المرتبة 80 عالميا من أصل 152 دولة هذه الرتبة وان كانت تعبر عن تأخر الجزائر في مجال التجارة الالكترونية إلا أنها تعبر كذلك عن تحسن وانتعاش التجارة الالكترونية خلال هذه الفترة مقارنة بالسنوات السابقة فبالرجوع إلى السنوات السابقة نجد أن الجزائر كانت متذيلة في الترتيب ففي سنة 2018 مثلا كانت تحتل الجزائر المرتبة 111 عالميا وفي 2019 احتلت المرتبة 107 عالميا. (UNCTAD, 2019, p. 15) وهاته الأرقام تعبر عن التأخر الكبير في مجال التجارة الالكترونية في الجزائر وذلك بسبب ضعف درجة الموثوقية البريدية التي تعبر عن ثقة الفرد الجزائري في ممارسة التجارة الالكترونية وكذا قلة نسبة الأفراد الذين يمتلكون حساب مالي لدى المؤسسات المالية كما تجدر الإشارة هنا

أن التقدم التي سجلته الجزائر في مجال التجارة الالكترونية راجع إلى تفشي فيروس كورونا وما جاء به من إجراءات الإغلاق والحجر الصحي حيث أكدت الجائحة أن التجارة الالكترونية هي الحل في مثل هذه الظروف.

4.4 مؤشر عمليات الشراء والدفع عبر الانترنت

بخصوص عمليات التجارة الالكترونية وعدد الأفراد الذين يمتلكون بطاقات الدفع الالكتروني في الجزائر لسنة 2021 فيمكن توضيحها في الشكل الموالي

الشكل 2: المعاملات المالية في الجزائر لسنة 2021



المصدر: التقرير الرقمي لموقع DataReportal

من خلال الشكل أعلاه والخاص بالمعاملات المالية (financial inclusion factors) يتبين لنا أن نسبة الأفراد الذين يفوق سنهم 15 سنة والمالكين لحساب في المؤسسات المالية (Has an account with a finance institution) بلغت 42.8 سنة 2021، أما بخصوص الأفراد الذين يمتلكون بطاقات الائتمان (Has a Credit Card) فقد بلغت نسبتهم 3.2% (5.1% ذكور 1.3% إناث) حسب ما يعبر عنه الشكل أعلاه، وإذا ما تحدثنا عن عمليات الشراء عبر الانترنت (Makes online purchases and/or pays bills online) فقد بلغت نسبة الأفراد الذين يقومون بهذه العملية نسبة 4.6% و بمقارنة هذه الأرقام بأرقام السنوات الماضية قبل تفشي فيروس كورونا في الجزائر نجد بأنها قد أحرزت تقدما ملحوظا ففي سنة 2018 مثلا بلغت نسبة الأفراد اللذين يمتلكون بطاقات الائتمان حوالي 2.5% (DataReportal, 2021).

5.4 عدد أجهزة الدفع الالكتروني وبطاقات الائتمان الموزعة في الجزائر

يعتبر كل من الدفع الالكتروني، وخدمات التوصيل آليات مساعدة للتجارة الالكترونية وداعمة لها، باعتبار أن عمليتي البيع والشراء في الفضاء الرقمي تتطلب توفر نظام الدفع الالكتروني باستخدام التحويلات من حساب لآخر أو بطاقات الدفع من جهة، فكما هو معلوم فإن التجارة

الالكترونية لا تتم إلا من خلال توفر وسائل الدفع الالكتروني لذا وجب توفير البطاقات الائتمانية وكذا أجهزة الدفع الالكتروني وتوزيعها على المتاجر والمؤسسات المالية ولمعرفة واقع حجم بطاقات الدفع الالكتروني في الاقتصاد الوطني يتم عرض بعض الإحصائيات التي تبرز عدد البطاقات الالكترونية وكذا أجهزة (TPE) الموجودة في السوق الوطنية.

الجدول 2: تطور عدد أجهزة الدفع الالكتروني TPE في الجزائر خلال الفترة 2017-2020

السنة	2017	2018	2019	2020
العدد	11985	15397	23762	33945

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات التقرير السنوي لموقع: GIE Monétique على الرابط: < <https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe>

نلاحظ أن عدد الأجهزة الخاصة بالدفع الالكتروني المتواجدة في السوق الجزائرية قليلة العدد ففي سنة 2017 كان هناك 11985 جهاز وهو عدد ضئيل جدا بالنسبة للسوق والمحلات التجارية وبالتالي كانت انطلاقة محتشمة مقارنة بتعداد سكان الجزائر، ليشهد بعد ذلك تطور وزيادة في العدد حيث بلغ سنة 2020 حوالي 33945 جهاز ليقفز إلى 37756 جهاز سنة 2021 وذلك نتيجة المحاولات والمسامي التي تبذلها الدولة الجزائرية لتشجيع الدفع الالكتروني والتجارة الالكترونية، وتوسيع استعمالها من طرف الفنادق الكبرى والمطارات الدولية والمحلية وبعض الشركات والمراكز التجارية الكبرى وللتخفيف كذلك من الازدحام والطوابير وذلك بعد تفشي جائحة كوفيد 19 التي أدت بالدول ومن بينها الجزائر إلى غلق محلاتها التجارية وتطبيق إجراءات الحجر الصحي، فقد بدأت تلجأ إليها من خلال اللجوء إلى الدفع الالكتروني وبيع المنتجات عن طريق الانترنت. (GIE Monétique, 2021)

أما بخصوص حجم وتوزيع البطاقات الائتمانية في الجزائر فحالتها لا يختلف كثيرا عن حال أجهزة الدفع حتى وان كانت الجزائر قد عرفت في الفترة الأخيرة خطوات معتبرة في تجسيد التعامل بالتجارة الالكترونية نظرا إلى الإجراءات الوقائية التي فرضتها السلطات كالحجر الصحي الذي فرضه انتشار فيروس كورونا والذي قد حد من تحركات المواطنين، فما كان عليهم للمحافظة على التباعد الاجتماعي إلا التوجه نحو الفضاء الرقمي، وقد قامت الجزائر في هذا الإطار بجملة من الإجراءات التي تم اتخاذها في سبيل التصدي لتأثيرات الجائحة والتشجيع على ممارسة التجارة الالكترونية ومختلف المعاملات الالكترونية الأخرى من بينها توزيع أجهزة الدفع الالكتروني على المتاجر الكبرى والرفع من عدد توزيع البطاقات الائتمانية ومن بين أهم البوادر الدالة على انتعاش التجارة الالكترونية في ظل انتشار الجائحة نذكر على سبيل المثال:

أ. قامت شركة ساتيم (SATIM) بتوصيل أكثر 1351 جهاز صراف آلي و36000 محطة دفع إلكترونية متصلة بخوادمها وذلك خلال الأزمة الصحية التي شهدتها البلاد، إضافة إلى هذا أكثر من 108 موقعًا تجاريًا على الويب يعمل على منصته (تجار عبر الإنترنت). ويرجع هذا النمو بشكل أساسي إلى تأثير بطاقة البنك التجاري الدولي على العادات الشرائية للمواطنين الجزائريين. كما قد شهدت الشركة تحسنًا ملحوظًا في معاملات الدفع عبر نقاط البيع. علاوة على ذلك، فقد تضاعف عدد المعاملات عبر TPE مقارنة بالسنوات الماضية حيث تم تسجيل أكثر من 16 مليون معاملة في 2020، جميعها مجتمعة: سحب ودفعة وما إلى ذلك، كما تم تثبيت أكثر من 36000 جهاز في التجاري في جميع أنحاء التراب الوطني. وتجدر الإشارة إلى أن البعض يبدي مخاوف وتردد فيما يتعلق باستخدام الدفع بواسطة هذه الأجهزة إلى حد ما لأن الثقة في طريقة الدفع الإلكترونية هذه لم تثبت بعد بنسبة 100% بين المستخدمين. (SATIM, 2021)

ب. منذ بداية إجراءات الحجر الصحي سجلت الجزائر ارتفاع في عدد البطاقات البنكية المتداولة بـ 13% خلال السداسي الأول من سنة 2021 بالمقارنة مع نفس الفترة من السنة الماضية بما يعادل 9.45 مليون بطاقة من بينها 30% مفعلة. كما قد بلغ عدد البطاقات البنكية المتداولة دون احتساب البطاقات الائتمانية " فيزا وماستر كارد" حوالي 9.444.226 بطاقة أي بزيادة تقدر بـ 13.45% بالمقارنة مع السداسي الأول من سنة 2020.

ت. بلغ عدد المعاملات الخاصة بالدفع عن طريق البطاقات البنكية عبر الإنترنت 3.574.461 معاملة أما عن قيمة المعاملات عبر الإنترنت فبلغت 4.395.618.724,47 دج وبلغ عدد عمليات السحب عبر البطاقات البنكية من الموزعات الآلية 38.281.517 معاملة أي بزيادة تقدر (17.33%) مقارنة بسنة 2020. (radioalgerie, 2021)

6.4 زيادة الإقبال على المتاجر الإلكترونية: بعد تفشي فيروس كورونا فرضت العديد من دول العالم ومن بينها الجزائر حالة الطوارئ، وحظرت تجول الأشخاص منعاً للتزاحم والاختلاط تجنباً لانتقال العدوى، وأغلقت الأسواق والمطارات والموانئ، وتوقفت الحركة التجارية وعمليات الشحن والنقل والتفريغ، باستثناء استقبال المنتجات الطبية. فكان الراجح الوحيد هي الأسواق الإلكترونية (المتاجر الافتراضية) التي استفادت من ذلك حيث شهدت إقبال الكثير من الجزائريين على مواقع وتطبيقات التسوق الشبكي عبر الإنترنت، بسبب إجراءات الحجر والمنع. ومن بين أهم المتاجر الافتراضية التي شهدت إقبالا كثيرا من طرف الجزائريين نجد موقع واد كينيس وموقع جوميا وموقع اشريلي وحسب آخر الإحصائيات التي وردت في التقرير السنوي

الخاص بموقع DataReportal للمواقع الإلكترونية الأكثر زيارة في الجزائر لسنة 2021 بينت تصدر موقع البحث google القائمة يليه youtube ثم ouedkniss وفي المرتبة الرابعة facebook و google.dz في المرتبة الخامسة. وتجدر الإشارة إلى أن واد كنيس هو موقع إلكتروني يتبع لشركة جزائرية مختصة في نشر إعلانات البيع والشراء على شبكة الإنترنت، تأسس عام 2006 من طرف مجموعة من الشباب الجامعي، وهو سوق افتراضي جزائري يقدم خيارات متنوعة من الحلول التي يحتاجها المجتمع الجزائري، وتم تسمية الموقع نسبة إلى سوق شعبي تم إغلاقه في الجزائر يحمل نفس الاسم في منطقة القبلة،

وقد شهد الموقع التجاري الإلكتروني "Ouedkniss.com" في الآونة الأخيرة استقطاب الكثير من الجزائريين المهتمين بمواقع التجارة الافتراضية، حيث ناهز عدد الزيارات اليومية للموقع 85000 زائر حسبما علم من أحد مؤسسيه (djazairress, 2012)

ومن بين المواقع الخاصة بالتسوق الإلكتروني نجد كذلك موقع "Jumia" والذي عرف بدوره اقبالا كبيرا من طرف الجزائريين فيما يتعلق بعمليات الشراء عبر الانترنت حيث بلغت الطلبات التي تلقاها الموقع من الرجال إلى 55%، ومن النساء 45%، وغالبية مشترياتهم تتمثل في التجهيزات الإلكترونية والهواتف ومنتجات تتعلق بالتجميل والألبسة". وحسب آخر الإحصائيات لسنة 2022 الخاصة بموقع جوما أن هذا الموقع يتلقى حوالي 1000 طلبية في اليوم. (jumia, 2022) من خلال قراءتنا للمؤشرات السابقة تبين لنا أن التجارة الإلكترونية في الجزائر تعاني تأخرا كبيرا مقارنة ببعض الدول الأخرى التي قطعت أشواطاً متقدمة في هذا المجال إلا أنها في ظل انتشار فيروس كورونا شهدت بعض الانتعاش وهذا ما بينته الإحصائيات التي تم عرضها.

5. خاتمة

من خلال هذه الدراسة والمتعلقة بإبراز واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد19، اتضح لنا أن هاته الأخيرة وان كانت تعاني تأخرا كبيرا في الجزائر مقارنة ببعض الدول إلا أنها شهدت انتعاشا ملحوظا في ظل الأزمة الصحية الراهنة حيث شهدت إقبال العديد من الجزائريين على مواقع وتطبيقات التسوق الشبكي عبر الإنترنت، بسبب إجراءات الحجر والإغلاق والذي ضيق من مجال ممارسة معاملات التجارة التقليدية، كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات يمكن إيجازها في ما يلي:

1.5 النتائج:

✓ بينت الإحصائيات الخاصة بمؤشرات التجارة الإلكترونية أنه رغم المساعي والإصلاحات

التي تقوم بها الجزائر لمواكبة أهم التطورات الحاصلة إلا أن هذه التجارة لا زالت بعيدة عن التطلعات والإمكانيات الفعلية وذلك راجع إلى ضعف البنية التحتية الرقمية ونقص وسائل الدفع الإلكتروني وعدم تطور المنظومة المصرفية:

✓ سجلت الجزائر سنتي 2020 و2021 تزايد في حجم معاملات الدفع الإلكتروني وزيادة في عمليات الشراء عبر الانترنت نتيجة التباعد التي فرضته الجائحة :

✓ أثرت الجائحة بشكل كبير على الاقتصاد الوطني وعلى القطاع التجاري خاصة بحيث تضرر الكثير من التجار والشركات من إجراءات الحجر وأصبح المستفيد الأكبر في ظل الظروف الراهنة هي الشركات الأكثر اعتمادا على التجارة الإلكترونية.

2.5 الاقتراحات:

- ✓ بناء بنية تحتية آمنة لضمان تدفق المعلومات عبر الشبكة العالمية للمعلومات، وتقديم انترنت بجودة عالية تدعم وتسهل من عمليات التجارة الإلكترونية وبالتالي كسب ثقة المستخدمين؛
- ✓ توعية الأفراد والمؤسسات بضرورة وأهمية التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الوطني ومنافعها؛
- ✓ تشجيع البنوك على إنشاء نظام بنكي متطور يقبل التعاملات التجارية الإلكترونية واعتماد نظم الدفع الإلكتروني واستعمال مختلف وسائل الدفع الحديثة المتاحة في الجزائر.

6. قائمة المراجع:

1.6 المراجع باللغة العربية

- رأفت رضوان، (1999)، *عالم التجارة الإلكترونية*، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية، الادارية.
- سراج الدين محمد، (2008)، *التجارة الإلكترونية*، لإصدار الطبعة الاولى؛ القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- مصطفى يوسف كافي، (2010)، *التجارة الإلكترونية*، دمشق: دار ومؤسسة رسلان.
- مصطفى يوسف كافي، (2009)، *التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة*، سوريا، دار الرسلان.
- عامر بوعكاز، (2021/2020)، *تطبيق الادارة الإلكترونية كآلية لتحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة ميدانية- (أطروحة دكتوراه)*، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجلفة: جامعة زيان عاشور بالجلفة.
- غرزولي ايمان، (2018/2017)، *العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات*

الصغيرة والمتوسطة الجزائرية دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسطيف، (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية)، سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير: جامعة سطيف01.

• محمد زميت، (2015/2014)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تفعيل الخدمات المصرفية- دراسة حالة عينة من المصارف الجزائرية (اطروحة دكتوراه)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر03.

• عبد الكامل بالحبيب، يوسف مدروي، و عادل زقيرير. (2021)، التجارة الالكترونية في الجزائر:العقبات ومتطلبات التطوير – مع الإشارة إلى جائحة كوفيد19- مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 05 (01)، 11-30.

• بوضياف سامية، بهلولي فيصل، (2020)، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر- دراسة مقارنة مع تونس والمغرب، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 15 العدد(02)، 105-119.

• سيد أعمار زهرة، أسماء بللعم، (2020)، قراءة في التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا على

الجزائر- الآثار والإجراءات، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 04 (العدد 02)، 137-157.

• عبود زرقين، و جبار شوقي، (2011)، تعزيز دور التجارة الالكترونية في تنمية الاقتصاديات العربية، (جامعة خميس مليانة) مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 01 (العدد01)، 133-157.

• عيساني عامر، سلاي بوبكر، (2014). دور التجارة الالكترونية في التنمية المستدامة، جامعة بغداد، المحرر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، volume 2014 (العدد الخاص)، 195-228.

• محمد ضويفي، راضية بن مبارك. (2020). تأثر جائحة كورونا (كوفيد19) على مبدأ حرية ممارسة النشاطات التجارية. مجلة حوليات، 34 (عدد خاص: القانون وجائحة كوفيد)، 261-281.

• الاذاعة الجزائرية، (07 08، 2021)، radioalgerie. تاريخ الاسترداد 04 01، 2022، من الاذاعة الجزائرية: <https://radioalgerie.dz/news/ar/article/20210807/215936.html>

• اسلام كعبش، (31 أكتوبر، 2020). skynewsarabia، تاريخ الاسترداد 27 12، 2021، من skynewsarabia: <https://www.skynewsarabia.com/middle-east/1388304>

• حسان جبريل. (14 01، 2021). الأناضول. تاريخ الاسترداد 15 01، 2022، من الأناضول:

<https://www.aa.com.tr/ar/-2020/2110083>

- نجلة بن ميمون، وياسمين بوزهور، (12 02، 2020)، *brookings*، تاريخ الاسترداد 12 25، 2021، من موقع [brookings: https://www.brookings.edu/ar/opinions](https://www.brookings.edu/ar/opinions)

2.6 المراجع باللغة الأجنبية

- *djazairess*. (2012, 02 21). Consulté le 01 04, 2022, sur *djazairess*: <https://www.djazairess.com/akhbarelyoum/47664>
- *GIE Monétique*. (2021, 12 31). Consulté le 01 03, 2022, sur *GIE Monétique*: <https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpc>
- *jumia*. (2022, 01 06). Consulté le 01 06, 2022, sur *jumia*: <https://www.jumia.dz/ar/sp-a-propos/>
- *SATIM*. (2021, 04 08). Consulté le 01 03, 2022, sur *SATIM*: <https://www.satim.dz/ar/la-satim-2/2021-04-21-13-08-37.html>
- Alsmadi, I. A. (2009). The requirements for building an e- commerce infrastructure. *International Journal of Recent Trends in Engineering* .
- Alsmadi, I. A. (2009). The requirements for building an e- commerce infrastructure. *International Journal of Recent Trends in Engineering* .
- *DataReportal*. (2021, 01 01). Retrieved 01 02, 2022, from *DataReportal*: <https://datareportal.com/digital-in-algeria>
- *speedtest*. (2021, 12 28). Retrieved 01 15, 2022, from *speedtest*: <https://www.speedtest.net/global-index/algeria#fixed>
- UNCTAD. (2019). https://unctad.org/system/files/official_document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf. THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020, UNCTAD, american.