



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية وتجارة دولية.

العنوان

واقع التجارة الالكترونية بالجزائر في ظل جائحة كورونا وفاقها

- تحت اشراف الأستاذ:

*وليد حفاف.

- من إعداد الطلبة :

+ بودور حسام.

+ بومعزة رؤوف.

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(.... رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ

لِّسَانِي يُفْقَهُوا قَوْلِي.....) صدق.

(سورة طه) الآيات 25-28.

شكر وعرفان:

اللهم إننا نسألك أن تلهمنا شكر نعمك ونجعل عملنا مخلصا لوجهك،

فالحمد والشكر لجلالك وعظيم سلطانك

"وما توفيق إلا بالله عليه توكلنا وإليه أنبنا "

قال الرسول صلى الله عليه وسلم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله،

"ومن أسد إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تستطيعوا فادعوه

وافتداء، بهذا الحديث نوجه شكرنا إلى الاستاذة المشرفة "دكتور وليد

.حفاف" التي غمرتنا بكرمه ونصائحه وتوجيهاته ودعمه، وتفهمه

وإلى كل من ساعدنا وأعاننا ولو بكلمة أو دعاء عما نقدم الشكر إلى كل

أساتذة قسم: علوم تجارية

إهداء

الحمد لله ربي العالمين

يا من أحمل اسمك بكل فخر يا من يرتعش قلبي لذكر

إلى الذي رباني على الفضيلة و الأخلاق و كان لي ذرع أمان أحتمي به

من نائبات الزمان و تحمل عبء الحياة

"أبي العزيز" حفظه الله و أطال في عمره

إلى التي جعل الله الجنة تعدت أقدامها و التي غمرتني بعطفها و حنانها

و أثارت درج حياتي بحبها إلى التي أحق الناس بصبرتي "أمي الغالية

حفظها الله" و أطال في عمرها

إلى من عشت و تربيت معهم "إخوتي واولاد اخوتي"

إلى من يحمل لقب " HBL "

جدتي و جدي حفظهما الله و إلى كل من يحمل لقب "بودور" إلى من

قاسمني المذكرة "رؤوفه بومعزة"

إلى الأساتذة الكرام الذين أفادوني في مشواري الدراسي

لكم كل الشكر

إهداء

الحمد لله ربّي العالمين

يا من أحمل اسمك بكل فخر يا من يرتعش قلبي لذكر

إلى الذي رباني على الفضيلة و الأخلاق و كان لي ذرع أمان أحتمي به

من نائبات الزمان و تحمل عبء الحياة

"أبي العزيز" حفظه الله و أطال في عمره

إلى التي جعل الله الجنة تعدت أقدامها و التي غمرتني بعطفها و حنانها

و أثارت درج حياتي بحبها إلى التي أحق الناس بصبرتي "أمي الغالية

حفظها الله" و أطال في عمرها

جدتي و جدي حفظهما الله و إلى كل من يحمل لقب "بومعزة" إلى من

قاسمني المذكرة "بودور حسام"

إلى أخواتي اللواتي لم تلهين أمي الذين شاركوني أفراحي و

أحزاني

إلى الأساتذة الكرام الذين أفادوني في مشواري الدراسي

لكم كل الشكر

فهرس المحتويات:

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	بسملة
	إهداء
	شكر وعرفان
I	فهرس المحتويات
V	فهرس الجداول
VI	فهرس الأشكال
(أ-ز)	مقدمة عامة
(24-1)	الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية.
(8-3)	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية.
3	المطلب الأول: نشأة التجارة الالكترونية.
3	المطلب الثاني: تعريف التجارة الالكترونية.
4	المطلب الثالث: الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية.
(18-8)	المبحث الثاني: التجارة الالكترونية-أهميتها، أنواعها، مزاياها وعيوبها-
8	المطلب الأول: أهمية وفوائد التجارة الالكترونية
8	أولاً: أهمية التجارة الالكترونية.
8	ثانياً: فوائد التجارة الالكترونية.
9	المطلب الثاني: أنواع وخصائص التجارة الالكترونية.
9	أولاً: أنواع التجارة الالكترونية.
12	ثانياً: خصائص التجارة الالكترونية.
16	المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية.
17	أولاً: مزايا التجارة الالكترونية.
17	ثانياً: عيوب التجارة الالكترونية.
(23-18)	المبحث الثالث: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وتأمينها.
18	المطلب الأول: أطراف ومراحل إبرام التجارة الالكترونية.
19	المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية.

20	المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية الالكترونية.
24	خلاصة الفصل.
(47-25)	الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر
(35-27)	المبحث الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر.
27	المطلب الأول: واقع البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر.
27	أولا: شبكة الانترنت وعدد مستخدميها.
28	ثانيا: الشبكات الهاتفية والنقالة.
28	المطلب الثاني: مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر.
28	أولا: خطة التحول إلى التجارة الالكترونية.
29	ثانيا: خطة عمل ونشر التجارة الالكترونية في الجزائر.
30	المطلب الثالث: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر.
30	أولا: نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر.
30	ثانيا: تصنيفات التجارة الالكترونية الجزائرية.
31	ثالثا: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر.
33	رابعا: بعض مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر.
(42-35)	المبحث الثاني: الإطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية والدفع الالكتروني في الجزائر.
35	المطلب الأول: الإطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية في الجزائر.
36	أولا: مظاهر المعاملات الالكترونية في القانون المدني الجزائري.
37	ثانيا: تقنية الوضع الالكتروني في الجزائر من الناحية القانونية.
38	ثالثا: القانون الجزائري الجديد لمكافحة الجرائم الالكترونية.
38	المطلب الثاني: الدفع الالكتروني في الجزائر.
(46-43)	المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية في الجزائر.
43	المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى قطاع الأعمال.
44	المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى المستهلكين.
45	المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على المستوى الوطني.

47	خلاصة الفصل.
(89-48)	الفصل الثالث: أثر جائحة كورونا على التجارة الالكترونية في الجزائر.
(66-50)	المبحث الأول: أثر جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي والتجارة الالكترونية العالمية.
50	المطلب الأول: ماهية جائحة كورونا.
50	أولا: تاريخ تطور جائحة كورونا.
52	ثانيا: تعريف جائحة كورونا (كوفيد 19).
52	ثالثا: أعراض جائحة كورونا.
52	رابعا: أسباب انتشار جائحة كورونا.
53	المطلب الثاني: أثر جائحة كورونا (كوفيد 19) على الاقتصاد العالمي.
64	المطلب الثالث: أثر جائحة كورونا على التجارة الالكترونية العالمية.
64	أولا: الآثار الإيجابية لكوفيد 19 على التجارة الالكترونية العالمية.
65	ثانيا: الآثار السلبية لكوفيد 19 على التجارة الالكترونية العالمية.
(74-66)	المبحث الثاني: جائحة كورونا في الجزائر وأثرها على الاقتصاد الوطني.
66	المطلب الأول: جائحة كورونا في الجزائر.
69	المطلب الثاني: أثر جائحة كورونا على الاقتصاد الجزائري.
73	المطلب الثالث: تدابير الحكومة الجزائرية لمواجهة جائحة كورونا.
(81-74)	المبحث الثالث: أثر جائحة كورونا على التجارة الالكترونية في الجزائر ومعوقات تطورها.
75	المطلب الأول: تأثير جائحة كورونا على التجارة الالكترونية في الجزائر.
77	المطلب الثاني: تطور الدفع الالكتروني في الجزائر خلال جائحة كورونا.
79	المطلب الثالث: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال كورونا.
(88-81)	المبحث الرابع: سبل تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر.
81	المطلب الأول: اليات تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر.
84	المطلب الثاني: جهود الحكومة الجزائرية في تطوير التجارة الالكترونية.
(94-90)	الخاتمة.
	قائمة المراجع.
	ملخص.

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1-1	مقارنة بين الطريقة القديمة والجديدة لشراء سلعة ما.	06
2-1	تصنيف المنتجات حسب ملائمتها لنوع التجارة.	07
3-1	تطبيقات الأنترنت في الأنشطة التجارية وتبادلات المعلومات.	10
4-1	أثر التجارة عبر الأنترنت على تكاليف بعض المنتجات.	14
5-1	النشاطات التجارية القابلة للتكيف مع التجارة الإلكترونية.	16
1-2	التطور السكاني وعدد مستخدمي الأنترنت في الفترة 2015-2019.	27
2-2	تطور عدد الخطوط الهاتفية والثابت والنقال في الجزائر خلال الفترة 2013-2017.	28
3-2	تطور عدد البطاقات البنكية ومعاملاتها النقدية.	39
4-2	نمو عدد البطاقات السحب والدفع بين البنكية.	40
5-2	توضيح توزيع البطاقات البنكية.	41
6-2	تطور عدد نهائيات الدفع الإلكتروني بين 2015 و 2019.	41
1-3	التوقعات الاقتصادية لمنظمة التعاون الاقتصادي بشأن تأثير كوفيد 19 على نمو الناتج المحلي.	56-55
2-3	توقعات صندوق النقد الدولي لأفاق نمو الاقتصاد العالمي تحت تأثير جائحة كوفيد 19.	61
3-3	تقديرات منظمة العمل الدولية لتأثير الجائحة كوفيد 19 على الانخفاض الحاد في ساعات العمل والتوظيف.	63

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
12	أنواع التجارة الالكترونية.	1-1
56	توقعات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لأفاق نمو الناتج المحلي الاجمالي تحت تأثير كوفيد 19.	1-3
59	تراجع أسعار النفط تحت تأثير جائحة كوفيد 19 للفترة يناير 2019، مارس 2020	2-3
62	تأثير جائحة كوفيد 19 على تراجع أنشطة الصناعة التحويلية والخدمات في الصين.	3-3
68	عدد الحالات اليومية الجديدة لكوفيد 19 في الجزائر.	4-3
68	عدد الوفيات اليومية الجديدة المنسوبة إلى كوفيد 19 في الجزائر.	5-3
69	حالات الوفاة بكوفيد 19 في الجزائر حسب الولايات.	6-3

مقدمة:

ظهرت في العقود الاخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات والتحويلات التي افرزتها معطيات التطور التكنولوجي ، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن الى عصر المعلومات ، وادى الى ميلاد و بروز العديد من التطبيقات والانشطة الحديثة. حيث ان امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وانماط العمل في كل الميادين ، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة ، وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية.

وقد اصبحت التجارة الالكترونية السائدة في عالم اليوم ، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا ، تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف احجامها لاقتحام الاسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متجاوزين بذلك كل الحدود ، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن اللذين اصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة واحدة ودون الحاجة لمغادرة اماكنهم، وان المميزات العديدة التي يوفرها النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط الكتروني يساهم في زيادة ادراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الالكترونية ، فالحاجة الى ادراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا بل اصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول ، ولكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر ، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات حسب اوضاعها ، حيث بالرغم من ان التجارة الالكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة و رغم تواضعها الا ان اعتمادها في الجزائر مازال في مراحلها الاولى ، ولم يرقى بعد الى المستوى الذي يمكن اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة ، وبالتالي يتعرض الاقتصاد الجزائري الى خلل كبير بسبب نقص هذه التجارة.

فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسيع انتشار التجارة الالكترونية ، الا ان إلقاء هذه التجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها الى واقع ملموس ، أكد ان التجارة الالكترونية صارت ضرورة حتمية لهذا البلد ومتطلبا تنمويا لتطوير قطاعاته الانتاجية المحلية والتسويقية ، وتوفير فرص واسعة لدفع نموه الاقتصادي ومساهمتها في التجارة الخارجية ، وهذا ما يفرض على الجزائر ان تسعى الى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تقليل العقبات التي تواجه تطبيقها ، وتوفير كافة اسباب النجاح والتي من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بتطبيقها.

لقد كان لجائحة كورونا تأثير كبير على المجتمعات والأعمال بصفة عامة والاقتصاد الجزائري بصفة خاصة خصوصا في ظل العزل الاجتماعي الشامل الذي فرضته مختلف الحكومات في العالم منها الجزائر، وقد ترافق مع

هذا الاجراء توقف مختلف الانشطة الاقتصادية والاجتماعية وبدا انهيار البورصات وواجهت الشركات وضع صعب، وزاد الوضع تزامنا يوما بعد يوم مع انتشار فيروس كورونا المستجد أثراً اقتصادياً بالغ الشدة قد تتأتى عنه تحولات عالمية كبرى .

فاتجه العالم بأسره نحو استخدام تكنولوجيا الأنترنت ومختلف وسائل الاتصال لمواصلة حياتهم عن بعد، العمال خارج الشركات، والطلبة بعيدا عن الجامعات، وحتى التسوق أصبح يمارس عن بعد خوفا من التجمعات، وغرق الاقتصاد العالمي ومن بينه الجزائري في ازمة غير مسبوقه وغير متوقعة، من هنا فان التحول نحو التجارة الإلكترونية اضحى الحل الامثل لمواصلة الحياة اليومية، وعلى هذا الاساس فان المستفيد الأكبر من هذا الوضع شركات قطاع التكنولوجيا والإنترنت ومواقع البيع عن بعد مثل Amazon و baba Ali و jumia و oued knis اضافة الى شركات التوصيل والخدمات المنزلية وخدمة الدفع بالنقود الإلكترونية مثل بيبال و بطاقة بريد الجزائر الذهبية وكارت قوقل، خصوصا مع لزوم أكثر من مليار شخص منازلهم ولجأ الجميع إلى الخدمات الإلكترونية ومختلف التطبيقات الجديدة التي تسمح لهم بالتكيف مع الظروف الاستثنائية السائدة حاليا. وعلى ضوء ماسبق نطرح السؤال الرئيسي التالي:

كيف أثرت جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

ويتفرع عن السؤال الأساسي اسئلة فرعية تتمثل فيما يلي:

- ماهو اثر جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي والتجارة الإلكترونية العالمية على وجه الخصوص ؟
- ما مدى تأثير جائحة كورونا على الاقتصاد الجزائري؟
- ما مدى تأثير جائحة كورونا على تطوير وتنشيط التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- هل ساهمت جائحة كورونا بإبراز مدى اهمية الدفع الإلكتروني في الجزائر؟
- كيف أثرت جائحة كورونا على نظرة التجار والمستهلك للتجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- هل ساهمت جائحة كورونا بإبراز مشاكل التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- ماهي جهود الدولة الجزائرية المبذولة لتطوير التجارة الإلكترونية؟ وماهي افاقها في ظل جائحة كورونا؟

فرضيات الدراسة:

كإجابة مبدئية على الأسئلة الفرعية قمنا بوضع الفرضيات التالية:

- اثرت جائحة كورونا على نشاط الاقتصاد العالمي بشكل سلبي، في حين كان لها اثر ايجابي على التجارة الإلكترونية العالمية.

- كان لاثر جائحة كورونا اثر سلبي واضح على عدة قطاعات اقتصادية في الجزائر.
- اظهرت جائحة كورونا مدى اهمية التجارة الالكترونية في المعاملات الاقتصادية في الجزائر.
- لاتزال التجارة الالكترونية في الجزائر تعتمد على وسائل دفع الكترونية قليلة ومحدودة الاستعمال، فمعظم التعاملات تتم بوسائل دفع تقليدية.
- لا تزال جهود الدولة الجزائرية في تطوير التجارة الالكترونية غير كافية، وهذا ما اظهرته جائحة كورونا.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها:

تهدف من خلال هذه الدراسة الى التعرف على الجديد الذي جاءت به التجارة الالكترونية ، وما الذي يميزها عن الاسلوب التقليدي في المبادلات التجارية ، ولماذا لقيت هذا الراج الكبير لدى الافراد ومختلف المنشآت ، والوقوف ايضا على حالة الجزائر فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تلعب دورا كبيرا في زيادة القدرة التنافسية وتحقيق التنمية الاقتصادية ، لما لها من علاقة مباشرة مع استعداد الجزائر لاستخدام تطبيقات التجارة الالكترونية وتحسين الدفع الالكتروني ، وكذلك حصر السبل الكفيلة لتمكين الافراد من الاستفادة من هذه التطبيقات ، واقتراح الحلول المناسبة لتخطي التحديات والعقبات التي تفرضها التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل جائحة كورونا وأثرها على التجارة الالكترونية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على موضوع حديث وفي غاية الأهمية، وتنضح البعض من أهمية الدراسة في ما يلي:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها تركز على تحليل وضعية حالية عاشها العالم و الجزائر من اجل التعايش معها(جائحة كورونا)، من جهة ثانية محاولة البحث في تأثيرات هذه الاخيرة على التجارة الالكترونية وكيف تغيرت قواعد اللعبة في ظل هذه الازمة وكيف حاولت الحكومات والشركات الاستفادة منها وتحويلها من خطر يحدق بالاقتصاد الى فرصة لإبراز أهمية التكنولوجيا والخدمات عن بعد في الحياة اليومية.

مبررات اختيار موضوع الدراسة: من الأسباب الموضوعية التي دفعتنا لهذه الدراسة هي:

- الانتشار السريع للتجارة الالكترونية في السنوات الاخيرة ، فالمتصفح لشبكة الانترنت يرى بوضوح اللجوء المتزايد لاستعمالها للأغراض التجارية ، فلا يكاد يخلو موقع ما من عرض ومضات اشهارية للترويج لمنتجات معينة.

-رغم الانتشار الواسع للتجارة الالكترونية الا اننا لا نرى لها اثرا في حياتنا اليومية ،فمنشأتنا لحد الآن مازالت تعتمد على الاساليب التقليدية في مبادلاتها التجارية ، والافراد لا يستطيعون الشراء الكترونيا لعدة عوامل منها على سبيل المثال : عدم توفر وسائل الدفع الالكتروني، عراقيل ادارية ومشاكل جمركية .

-شبح جائحة كورونا الذي أرغم المستهلك المكوث بالبيت وتخلي عن التجارة ووسائل الدفع التقليديين والاتجاه الى التجارة الالكترونية.

-محاولة استغلال جائحة كورونا لتغير نظرة المستهلك الجزائري ولتوجيهه للتجارة الالكترونية والدفع الالكترونيين.

-عدم وعي مجتمعنا الجزائري ومختلف المنشآت بالأهمية البالغة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وفي المقابل استخدامها من طرف الاطفال والشباب للهو والعبث وهدر الوقت.

منهج الدراسة:

للإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي ، فيكون وصفيًا عند التعرض الى المفاهيم

النظرية بالتجارة الالكترونية وتقييم وضعها في الجزائر، وتحليل لنتائج الدراسات والابحاث التي تعرضت لهذا الموضوع ، كما استعنا ايضا بالمنهج الاحصائي من اجل استعراض وترجمة بعض الاحصائيات المتعلقة بالبحث.

الدراسات السابقة:

* كاش محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، التجارة الالكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن

متطلبات نيل شهادة ماستر، قسم العلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان.

* فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ما ستر

أكاديمي، قسم العلوم التجارية، تخصص الإمداد و النقل الدولية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم.

* دراسة (Hasanat & other, 2020)

هدفت الدراسة الى تحديد تأثير جائحة كورونا على الاعمال الالكترونية وسلوك المستهلك في ماليزيا وقد توصل

الباحثين الى انخفاض النمو الاقتصادي للبلاد بسبب الجائحة ما احدث ثورة في مختلف قطاعات الاعمال بما فيها

التجارة الالكترونية حيث اغلق تجار التجزئة متاجرهم مؤقتا وانخفض النشاط عبر الانترنت ايضا وهذا لاعتمادها

على المنتجات الصينية بشكل كبير في ظل توقف عمليات الاستيراد والتصدير .وقد اشارت الدراسة الى ان هناك

تأثير سلبي لجائحة كورونا على كل من حجم الاعمال الالكترونية من جهة وعلى سلوك المستهلك من ناحية

اخرى.

* دراسة (Anam & other, 2020)

هدفت الدراسة الى تحديد اتجاهات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا وكذلك مدى التقدم في التجارة الإلكترونية الذي قد يؤثر على سلوك المستهلك في المستقبل وقد توصلت الى ان انه وبالرغم من ان جائحة كورونا اكدت ان التجارة الإلكترونية هي الحل الامثل في هذه الظروف الا ان تشابك الاقتصاد العالمي حال دون استقرارها خاصة عند غلق الصين القوة الاقتصادية التي تصدر منتجاتها للعالم اجمع.

* دراسة (Hicintuka & Helin, 2020)

ان الغرض من هذا البحث هو تحديد كيف لجائحة كورونا ان تؤثر على شركات التجارة الإلكترونية في العالم، كذلك كيف يمكن لاكتساب المزيد من المعارف حول الجائحة ان تساعد شركات التجارة الإلكترونية الدولية ان تستجيب لهذا الوضع الجديد، وقد تم الاعتماد على التحليل النوعي من خلال جمع البيانات المختلفة حول الظاهرة المدروسة .

حيث توصلت الدراسة الى ان الجائحة كانت مصدر للتغيرات في بيئة الاعمال الدولية، وان لكل شركة اسلوب خاص للتعامل مع الجائحة يختلف من دولة الى اخرى بسبب الاختلاف في سلوك الافراد من ناحية وفي قدرة الدولة على تصنيع منتجاتها محليا، فكلما كان الاعتماد على التجارة الدولية مكثف كلما كان هناك تأثير على اقتصاد البلد في مثل هذه الظروف بسبب غلق سلاسل التوريد العالمية.

* دراسة (Agarwal, 2020)

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو تحديد تأثير جائحة كورونا على الاعمال عبر الانترنت، وكذلك تحديد تحديات التجارة الإلكترونية بعد عمليات الاغلاق العالمية، وقد تم الاعتماد على التحليل النوعي من خلال جمع مختلف المعلومات والاحصائيات من المواقع العالمية للتجارة الإلكترونية والمجلات والاوراق البحثية التي تناولت نفس الموضوع.. الخ وتوصلت الدراسة الى ان الجائحة اعاقت فعلا التجارة الإلكترونية فقد عانت البلدان من الوفيات المتزايدة ما اثر على تعثر الاقتصاد ايضا بالرغم من ذلك فقد تعافت التجارة الإلكترونية بعد اشهر من بدا الجائحة الا ان الاحصائيات تشير الى ان المستهلك يسعى الى التعامل مع الدفع النقدي والتعامل مع المتاجر مباشرة حيث يرون ان المتاجر الغير متصلة بالانترنت اكثر موثوقية من مثيلتها المتواجدة عبر الانترنت.

* دراسة (Nakhate & Neelu, 2020)

هدفت هذه الدراسة على تحليل تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الهند حيث اشارت الدراسة انه وبسبب الإغلاق في المدن الكبرى مثل مومباي وبيون وقانون والتواعد الاجتماعي المفروض في البلاد، فإن سلسلة

التوريد للتوزيع تأثرت تماما وواجهت بعض الأعمال التأثير السلبي للفيروس مثل تجار التجزئة الذين قاموا بتخزين الحبوب وبدأوا في بيعها بتكلفة عالية للمستهلكين، وهنا أعطت الحكومة امر بتدخل شركات التجارة الالكترونية لتوفير ما يحتاجه المستهلكين حتى يكسرون الاحتكار الذي مارسه بعض التجار.

هيكل الدراسة:

بناء على الإشكالية سابقة الذكر ومن أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة، تم تقسيم المذكرة وفق خطة منهجية إلى مقدمة وخاتمة و ثلاثة فصول جاءت كما يلي:

الفصل الاول : تحت عنوان الاطار النظري للتجارة الالكترونية بحيث تم التطرق فيه الى الإطار النظري للتجارة الالكترونية، أشكالها، مزاياها وعيوبها، وكذلك آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة.

الفصل الثاني : تحت عنوان واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ، بحيث تطرقنا وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر، الدفع الالكتروني في الجزائر والإطار القانوني المنظم له وكذلك مستقبل الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الالكترونية.

الفصل الثالث: أهتم بالتركيز على أثر جائحة كورونا على التجارة الالكترونية في الجزائر بحيث تم التطرق إلى تطور الدفع الالكتروني في الجزائر خلال فترة كورونا، المستهلك و التجارة الالكترونية في الجزائر خلال جائحة كورونا، معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال كورونا، وفي الأخير سبل وتوقعات تطور التجارة الالكترونية في الجزائر.

صعوبات الدراسة:

كأي بحث علمي يواجهه الباحث في مساره العلمي صعوبات جمة، والصعوبات التي تم التعرض لها أثناء إعداد هذه المذكرة لا تختلف كثيرا عن الصعوبات التي تواجه أي باحث أو بحث إلى في إخلاف واحد:

-موضوع جديد يشعر الباحث بالخوف من اختياره خاصة في البداية.

-قلة المراجع المتخصصة في التجارة الالكترونية سواء كتب او دراسات أكاديمية ، والتي تحتوي على معطيات حديثة، وبالتالي اضطررنا الى الاعتماد بشكل كبير على المقالات والدراسات المتوفرة على شبكة الانترنت.

-قلة المراجع والمعطيات الدقيقة حول مخلفات كورونا على التجارة الإلكترونية خاصة في الجزائر.

-عدم توفر بيانات ومعلومات دقيقة وحديثة بشأن حالة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر، وغياب مؤشرات واضحة لقياس مدى تقدم الجزائر في تبني التكنولوجيا.

-نظرا للظروف الاستثنائية التي تمر بها الجزائر والمتمثلة في تفشي وباء كورونا ، والذي تسبب في غلق المؤسسات المساعدة في وجهنا و عدم الحصول على القدر الكافي من المراجع و المعلومات.

الفصل الأول: الإطار

النظري للتجارة الإلكترونية

تمهيد:

لم تشهد البشرية يوما تغيرا وتحولا وتقدما سريعا كما تعيشه معمورتنا في هذه العقود الأخيرة من الزمن، فقد برزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحدث ثورة حقيقية في كل مناحي الحياة اليومية كالتجارة والتعليم والعمل وغيرها. ومن أهم أدوات التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال الوسيلة الناشئة والمعروفة بشبكة الانترنت، والتي تعد من أحدث التقنيات التي شهدتها العقود الأخيرة من القرن العشرين، ومن بين أهم الاختراعات التي أسالت من المداد بحارا خلال هذا العقد.

ولقد أثرت الانترنت على نشاطات القطاعات الاقتصادية وأحدثت الكثير من التغييرات في المفاهيم الاقتصادية، وعلى اعتبار أن التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي، فكان لزاما عليها أن تساير التطورات التكنولوجية، و ما تمخض عن هذه المسيرة هو ميلاد التجارة الالكترونية والتي ساهمت بفضل الانترنت في تحويل العالم واسع الأرجاء إلى سوق واحد ذو شكل جديد ومتطور وخالي من كل الحدود.

وسنحاول من خلال هذا الفصل تسليط الضوء على هذا النمط الحديث من المبادلات التجارية الالكترونية التي ظهرت بفضل تكنولوجيا الإعلام والاتصالات ومن ضمنها الانترنت، وذلك من خلال التطرق للاطار النظري للتجارة الالكترونية، والتعرض لبعض الجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية، كما هي التجارة الإلكترونية وأشكالها ومزاياها وعيوبها إضافة إلى الآيات وسائل الفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية .

المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية

إن ما يشهده العام اليوم من تغيرات متسارعة ومتطورة جعلت التقنيات الحديثة للاتصالات تتغلغل في بعض القطاعات مثل القطاع المالي والمصرفي وكذا قطاع التجارة بحيث أصبح جانب كبير من المعاملات التجارية تتم عبر الأنترنت وغطت هذه الأخيرة مساحات كبرى من عالم التجارة وساهمت بشكل كبير في تغيير طبيعة المعاملات التجارية من الشكل التقليدي البطيء إلى الشكل الإلكتروني المتسارع والتالي تحولت التجارة التقليدية إلى تجارة إلكترونية.

المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية فجأة بل كانت نتيجة تعدد الراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم. فأول تطبيق لمفهوم التجارة الإلكترونية كما سبق الذكر في بداية 1970 من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال (TFE) بطريقة إلكترونية من منظمة الأخرى ولكن هذه الطريقة كانت محصورة ضمن المؤسسات والشركات المالية الكبيرة إلى أن توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل وإرسال الوثائق إلكترونيا (EDI).

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع إلكتروني وفي عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من مظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال وفي عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني.¹

المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الالكترونية من الظواهر الحديثة و التي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار و النمو و التحول الى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد، وفي الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الالكترونية حتى الان ، و ذلك بسبب تعدد الجهات و المنظمات المعرفة لها لذلك ندرج منها :

1- محمد نور صالح الجداية، سناء جودت، تجارة إلكترونية، ط1، دار الحامد، عمان، 2009، ص 26.

1- حسب منظمة التجارة العالمية OMC :

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية على أنها : {أنشطة انتاج السلع و الخدمات و توزيعها و تسويقها و بيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية¹.

2- حسب منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية OCDE :

أما منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية فتشير الى أن التجارة الالكترونية {تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات و الأفراد و التي تقوم على أساس التبادل الالكتروني ، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة ، هذا بالإضافة الى شمول الاثار المترتبة على عملية تبادل البيانات و المعلومات التجارية الكترونيا و مدى تأثيرها على المؤسسات و العمليات التي تدعم و تحكم الأنشطة التجارية².

3- تعريف التجارة الالكترونية بشكل شامل:

يعنى بالتجارة الالكترونية بصفة عامة على أنها : { كل معاملة تجارية بين البائع و المشتري ، ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة اجمالية أو بصفة جزئية ، كالتزويد بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا ، و سواء تم التسديد الكترونيا بصك ورقي ، نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى³.

المطلب الثالث: الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية

لكي يتّضح أكثر فأكثر مفهوم التجارة الإلكترونية وإزالة الغموض واللبس حوله، لابد من التعرف على الفرق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.

فالتجارة الإلكترونية ليست نوعا واحدا بل هناك أشكال ودرجات مختلفة منه ، وتختلف هذه الأشكال تبعا لدرجة تقنية المنتج وتقنية العملية وتقنية الوسيط، حيث أن كل سلعة يتم تسويقها في المعاملات التجارية إما أن

¹ - ابراهيم العيسوي ، " التجارة الالكترونية " ، الطبعة الأولى ، المكتبة الأكاديمية ، مصر 2003 ، ص. 11-12.

² - ابراهيم العيسوي ، المرجع نفسه ، ص 13.

³ - علاوة محمد لحسن ، مولاي لخضر عبد الرزاق ، "البيات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية" ، الملتقى الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتمادها في الجزائر ، المركز الجامعي خميس مليانة، يوم 2726 - أفريل 2011 ، ص 04.

تكون ملموسة أو رقمية وأي وسيط في العملية التجارية إما يكون ملموس أو رقمي، وكذلك العملية إما أن تكون ملموسة أو رقمية، وعلى هذا الأساس يمكننا تقسيم التجارة إلى ثلاث أنواع:¹

أولاً: تجارة إلكترونية بحتة (خالصة)

وتعني أن الزبون يزور موقعاً لشركة على الانترنت، فعند اختياره للسلعة المناسبة يقوم بملاء

استمارة الطلب من خلال جهاز الكمبيوتر ويبحث بها إلى البائع ويسوي مدفعاته النقدية إلكترونياً، كما أن التسليم يكون فوراً عبر الانترنت.

ففي هذه الحالة يكون الوسيط رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية، مثل حالة شراء برمجيات من موقع للتجارة الإلكترونية:

- فالمنتج يتمثل في برمجيات الكمبيوتر ذات الطبيعة الرقمية أي التي لا يمكن لمسها باليد.

- عملية الشراء أيضاً لم تتم من خلال زيارة الموقع المادي للشركة، وإنما من خلال موقعها على الويب.

- الحصول على المنتج يتم من خلال إرسال الشركة لهذه البرمجيات عبر الانترنت أو البريد الإلكتروني فيظهر في هذه الحالة الوسيط الإلكتروني.²

ثانياً: تجارة تقليدية بحتة

عندما يكون الوسيط ملموس والسلعة ملموسة وكذلك العملية ملموسة، مثل التوجه إلى المتجر لاقتناء

الاحتياجات والمتطلبات كالمواد الغذائية والألبسة.³

¹ - حنيف فوزية/صليحة حنيفة مداخلة بعنوان التجارة الالكترونية في الدول المتقدمة. الملتقى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2011.

² - يوسف احمد ابو فارة. لتسويق الالكتروني . الطبعة الثانية دار وائل، عمان، 2007، ص135.

³ - طارق طه، تسويق التجارة الإلكترونية ، ط2، منشأة المعارف الإسكندرية ، 2005، ص 340.

ثالثا: تجارة إلكترونية جزئية

هي مزيج بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، حيث أن أحد العوامل الثلاثة رقمي والباقي ملموس، مثل شراء كتاب من موقع شركة على الانترنت، أي أن العمليات تم إنجازها إلكترونيا (الطلب والتسديد)، بينما التسليم يكون ماديا أي بأسلوب التجارة التقليدية وهذا عن طريق إرسال الشركة للكتاب عبر البريد العادي، ومن خلال هذه الأنواع يتّضح لنا بأن:

التجارة التقليدية تعني أن يتّجه المشتري إلى المتجر لشراء احتياجاته ومتطلباته هـ، بينما التجارة الإلكترونية هي سوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صيغة رقمية، وتسمى هذه العملية بالتبادل الإلكتروني والتي تختلف كثيرا عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها. ويلخص الجدول التالي الفروق بين كلا النوعين:¹

الجدول رقم (1-1): مقارنة بين الطريقة القديمة والجديدة لشراء سلعة ما

تجارة إلكترونية	تجارة تقليدية	العملية
*صفحة web	*مجلات، ممثل تجاري، كتالوج	*البحث عن معلومات حول منتج معين
*بريد إلكتروني	*رسالة، وثيقة	*طلب منتج
*بريد إلكتروني	*رسالة، وثيقة	*التأكد على طلبية
*كتالوج على الخط	*كتالوج	*مراقبة السعر
*بريد إلكتروني	*هاتف، فاكس	*التأكد من توفر السلعة
*بريد إلكتروني	*وثيقة مطبوعة	*تسليم الطلبية
*بريد إلكتروني	*فاكس، بريد	*بعث الطلبية
*قاعدة بيانات على الخط، *صفحة web	وثيقة مطبوعة، فاكس، هاتف	*التأكد من توفر السلعة في المخزن
*قاعدة بيانات على الخط	*وثيقة مطبوعة المورد	*تخطيط التسليم
*إنترنت	*وثيقة مطبوعة	*تسلم السلعة
*بريد إلكتروني	*بريد	*تأكيد التسليم
بريد إلكتروني	*بريد	*بعث فاتورة
*تحويل الكتروني للأموال والبيانات		*بعث التسوية المالية

المصدر: زايري بلقاسم، طوياش علي، "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة"، مجلة المستقبل العربي، يصدرها مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 25، العدد 288، لبنان، فيفري 2003، ص 72.

¹ - علاء عبد الزاق السليمي، الإدارة الالكترونية، دار وائل للنشر عمان، الأردن، 2008، ص 87.

وبالتمعن في الجدول نلاحظ أن هناك بعض التشابه بين الطريقة القديمة والجديدة للشراء إلا أن طريقي الحصول على المعلومات وتحويلها تختلفان، فالتجارة التقليدية تستغرق وقتا طويلا لمعالجة الطلبية بسبب محاور الاتصال المختلفة على عكس التجارة الإلكترونية التي تختصر هذه المحاور وتكون فيها المعلومات ذات طبيعة رقمية.

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

إن معظم السلع التي يتم تسويقها عبر المعاملات الإلكترونية هي عبارة عن سلع غير مادية ورحلات ومنتجات معلوماتية، أما العقارات والمنتجات الغذائية سريعة التلف هي سلع ملائمة تماما لأنشطة التجارة التقليدية، وهذا ما سيبينه الجدول التالي:

الجدول رقم(1-2): تصنيف المنتجات حسب ملائمتها لنوع التجارة

ملائمة تماما للتجارة الإلكترونية	ملائمة لمزيج من الاستراتيجيتين معا	معا ملائمة تماما للتجارة التقليدية
شراء وبيع الكتب والشرائط والاسطوانات المغنطة cd تسليم فوري للبرامج خدمات الحجز والسياحة واللهوتوفير المعلومات والخدمات القانونية	شراء وبيع السيارات العمليات المصرفية الفورية Online شراء وبيع الاستثمارات ومنتجات التأمين	شراء وبيع الملابس الأغذية سريعة التلف بيع المصوغات والآثار عالية القيمة بيع العقارات

المصدر: طارق عبد العال حماد، "التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية"، مرجع سبق ذكره، ص 104.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن السلع الملائمة للتجارة التقليدية هي السلع التي تتطلب معاينة شخصية من قبل الزبائن مثل المواد الغذائية والآثار.

أما المنتجات التي تتطلب مهارات نمطية فهي الأكثر شيوعا في التجارة الإلكترونية مثل الكتب والشرائط.

والنوع الأخير من السلع التي تلائم كلا الاستراتيجيتين التقليدية والإلكترونية معا هي النمطية

والتي تتطلب معاينة شخصية، مثل شراء السيارات، فالأشخاص يتحصلون على معلومات عن السيارات (الخيارات، الأسعار، التوزيع) من موقع الويب ولا يقومون بالشراء إلا بعد المعاينة الشخصية للسيارة.

المبحث الثاني: التجارة الالكترونية-أهميتها، أنواعها، مزاياها وعيوبها-

إن تقدم التجارة الإلكترونية من شأنه أن يحقق مكاسب عديدة بالنسبة للأفراد و المؤسسات، و بالرغم من هذه المزايا والاهمية والفوائد التي تكسبها التجارة الإلكترونية لمعتمديها فهي رغم ذلك لم تخلو من العيوب.

المطلب الأول: أهمية وفوائد التجارة الإلكترونية

أولاً: أهمية التجارة الإلكترونية

يمكن القول أن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر و التي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود إلى:

- 1- انخفاض التكلفة حيث كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق.
- 2- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بينهم، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية، وما تستلزمه من نفقات، كما أن توفر نفقات الإدارية وغيرها، حيث تبلغ نسبة 80%.
- 3- التحرر من القيود لأن الشركة كانت في السابق تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في دولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروري.¹

ثانياً: فوائد التجارة الإلكترونية

هناك الكثير من الفوائد للتجارة الإلكترونية التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير منها:

¹ - Layal Abu-khadra, L'avenir du commerce électronique en Jordanie, centre culturel français d'amman Jordanie, 2006K p20.

1 -عائدات أكبر Revenues More : التجارة الإلكترونية تزيد من العائدات المالية لشركات لأنها توفر الوقت و التكلفة والجهد في إجراء الحركات والعمليات اليدوية و التي تحتاج إلى موظفين أكثر وإدارة وكل هذه تتم في التجارة الإلكترونية بشكل تلقائي عبر الإنترنت.

2 -سرعة التسوق ومقارنة الأسعار Customer Better : إن التجارة الإلكترونية تسهل على كل من الزبون والبائع عملية البحث عن المنتجات ومقارنة الأسعار و البحث عن أفضل المنتجات أو الخدمات ذوي الجودة العالية بعكس التجارة التقليدية و التي تحتاج إلى عملية شاقة في البحث في الأسواق ومنافسة البائعين و غيرها.

3 -العمل الجماعي Teamwork لتجارة الإلكترونية: سهلت وساعدت ونشطة العمل الجماعي وأبسط مثال على ذلك هو مشاركة البيانات عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني والذي سهل وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات و اتخاذ القرارات بشكل فعال.

4 -حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية فرصة لزيادة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، وتزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات وذلك بدون أي ضغوط من الباعة، حيث تكون التجارة الالكترونية من أرخص الأماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الإنترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة، ولذلك في آخر الأمر سيقدر أن يحصل على أفضل عرض، في حين أن الأمر أصعب إذا استلزم الأمر زيارة كل موقع جغرافي مختلف فقط من أجل مقارنة بضائع كل شركة بأخرى¹.

المطلب الثاني: أنواع وخصائص التجارة الإلكترونية

أولاً: أنواع التجارة الإلكترونية

حسب مصفوفة Copper والتي توضح تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات، فإن التجارة الإلكترونية يمكن أن يتسع مفهومها عبر الزمن ويمتد ليشمل الإمكانيات التالية:

¹ - خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والاعمال من المنظور التقني والتجاري والإداري ، دار حامد لنشر والتوزيع، عمان، سنة2008، ص

جدول رقم(1-3): تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات

مستهلك	منشأة	حكومة	
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لمنشأة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة
منشأة لمستهلك B2C	منشأة لمنشأة B2B	منشأة لحكومة B2G	منشأة
مستهلك لمستهلك C2C	مستهلك لمنشأة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك

المصدر: إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، ص 15.

لكن الأنواع الأكثر شيوعا لحد الآن تتمثل فيما يلي:

1- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال (B2B):

يعتبر هذا النوع أساس التجارة الإلكترونية، فكما رأينا سابقا فإن ظهورها يعود إلى التعاملات التجارية التي كانت تتم بين منشآت الأعمال الكبيرة من خلال التحويل الإلكتروني للأموال، (EFT) والتبادل الإلكتروني للبيانات، (EDI) و هي تتمثل في قيام المنشآت بالحصول على احتياجاتها من بعضها البعض، كإرسال منشأة ما طلباتها من المواد الأولية لمورديها عبر شبكة الانترنت، و قد يكون هذا داخل الدولة الواحدة أو بين مختلف الدول على اعتبار أن التجارة الإلكترونية عابرة للحدود، و هنا تلعب هذه التجارة دورا مهما بالنسبة للمنشآت التي تشترك في عملية إنتاجية واحدة و تكون موجودة في عدة دول أو ما يعرف بتداول الإنتاج. 2- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال و المستهلكين (B2C):

ويطلق عليها أيضا التجارة الإلكترونية بالتجزئة. لقد شهد هذا النوع نموا و اتساعا متسارعين منذ ظهور الوب (WWW) نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة و انتشار الكمبيوتر الشخصي والهاتف المحمول، و يتمثل في قيام منشآت الأعمال بالترويج لأعمالها عبر الانترنت و مختلف الوسائط الإلكترونية الأخرى لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال ما يعرف بالفهرس الإلكتروني و مراكز التسويق الافتراضية و غيرها.

وقد يشير هذا النوع من التجارة الإلكترونية إلى أحد الأمور التالية:¹

- الشراء بواسطة بيع بالمزاد العلني عبر الانترنت.

-التسوق في مخزن على الوب له أيضا مخزن في عالم القرميد و الملاط (CLICKS AND MORTAR) خارج عالم الانترنت.

- زيارة موقع موجود على الوب فقط.

- تحديد مكان وجود شيء ما لشرائه من خلال مجموعة الأخبار؛ (USENET GROUP)

اختيار الشراء نتيجة لإعلان وصل إلى المستهلك بواسطة البريد الإلكتروني.

-البحث عن شيء عبر الانترنت ثم طلبه بواسطة البريد العادي أو بواسطة الهاتف.

3- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال و الحكومة (B2G):

وتتمثل خاصة في قيام منشآت الأعمال بتلبية طلبات الأجهزة الحكومية من السلع و الخدمات بالاعتماد على الوسائل الإلكترونية، و يشهد هذا النوع اهتماما متزايدا خاصة مع ظهور ما يعرف بالحكومة الإلكترونية (E. GOVERNMENT).

4- التجارة الإلكترونية بين الحكومة و المستهلكين G2C:

يخطى هذا النوع باهتمام الحكومات والدوائر الحكومية المختلفة لتطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير بتكلفة قليلة، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب، مثل خدمات المطارات، واستخراج رخص السيارات، والتراخيص لممارسة المهنة، بل حتى صرف الرواتب والمعاشات.²

وفي الأخير نشير إلى أن النوعين الأكثر رواجاً في الدول التي ظهرت و انتشرت فيها التجارة الإلكترونية هما:

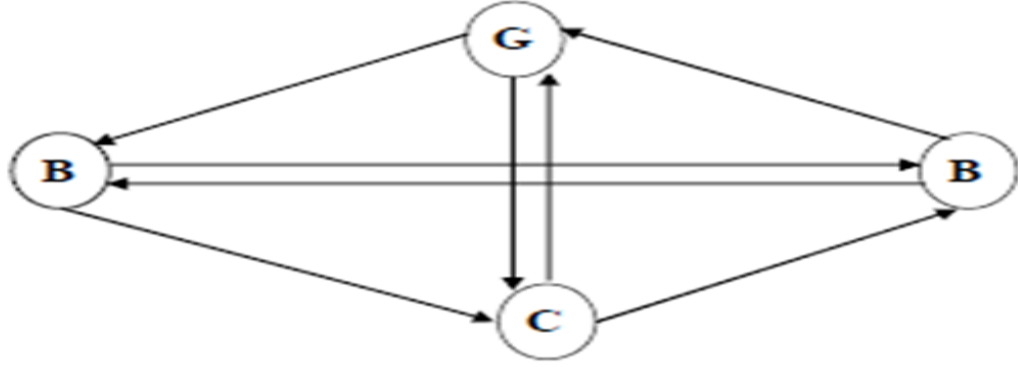
- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال (B2B) وتمثل هذه التعاملات حوالي 90% من حجم التجارة الإلكترونية التجارية الإلكترونية بين منشآت الأعمال والمستهلكين (B2C).

¹ د. بشير عباس العلق، تطبيقات الانترنت في التسويق، دار المناهج، الأردن، 2003، ص 154

² د. بشير عباس العلق، المرجع نفسه، ص 156.

و يمكن أن نحمل مختلف أنواع التجارة الإلكترونية التي شرحناها سابقا و العلاقة التي تربط بين أطرافها في الشكل رقم (06) حيث تمثل الحروف (B, C, G) على التوالي الحكومة، المستهلك و المنشأة.

الشكل رقم (1-1): أنواع التجارة الإلكترونية



المصدر: السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 48

ثانيا: مراحل التجارة الإلكترونية

المرحلة الأولى: مرحلة العرض (إعطاء وعد): يقوم المنتج أو البائع في هذه المرحلة بعرض سلعته أو الخدمة التي يستطيع إنتاجها و تسويقها حسب طلب المشترين و الطلب في السوق في الداخل والخارج بناء على الدراسة السوقية، في الوقت الذي يروج فيه لسلعته من خلال وسائل الإعلان المختلفة بطريقة سهلة و واضحة و مفهومة للمستهلكين، محاولا إقناعهم و حثهم على شرائها و قد يستخدم المنتج أو البائع الوسائل الإلكترونية في عملية الإعلان و الترويج هذه.

المرحلة الثانية: مرحلة القبول: إذا توصل المتعاملون - مستهلك مع بائع أو بائع مع منتج أو منتج مع مورد مواد أولية- إلى اتفاق، يكون قد التقى العرض بالقبول و انعقد العقد، و من ثم يصدر المشتري قراره بالشراء إلكترونيا من خلال وسائل تكفل الأمان و الحفاظ على السرية و كذلك المصدقية، فإذا ما تحقق ذلك قد يصاحب الأمر بالشراء إصدار أمر بالدفع و ذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية.

المرحلة الثالثة: مرحلة التنفيذ و تشمل هذه المرحلة تنفيذ بعض الالتزامات المتقابلة كقيام المنتج أو البائع بإعداد السلعة أو الخدمة و تهيئتها حتى تكون صالحة للتسليم أو التقديم بالشكل أو الأسلوب المتفق عليه من قبل المتعاقدين، بعد ذلك يقوم المشتري أو بنكه بتنفيذ الأمر بالدفع، و أخيرا يحصل المشتري على السلعة أو الخدمة

موضوع الاتفاق، و يختلف تسليمها حسب طبيعتها إذا كانت سلعة مادية أو غير مادية سيارة ، كتاب على الخط، أو إذا كانت خدمة مباشرة أو تقدم عن بعد فحوصات طبية، التعليم عن بعد¹.

ثالثا: خصائص التجارة الإلكترونية

1-الاعتماد على الوسيط الإلكتروني:²

إذ أن التعاملات بين المشاركين في هذه التجارة تتم من خلال وسائل إلكترونية كأجهزة الكمبيوتر التي تكون موصولة بمختلف الشبكات التي تتمثل أساسا في الشبكة العالمية المفتوحة و هي الانترنت Internet أو الشبكات الخاصة المغلقة و هي الانترنت Intranet أو الاكسترانت Extranet و قد يكون هذا الاعتماد كليا بدءا من عرض المنتج إلى غاية تسليمه و ذلك بالنسبة لبعض السلع والخدمات كبرامج الكمبيوتر، التسجيلات الموسيقية، الأفلام، الكتب، التقارير، الأبحاث، الاستشارات...، أو جزئيا بالنسبة لباقي المنتجات المادية أو الخدمات التي تستدعي التعامل المباشر.

2- تجارة عابرة للحدود:

فهي تجارة كونية لا تعرف الحدود بين الدول أو القارات، فيمكن لأي شخص طبيعي أو معنوي أن يتعامل بها بغض النظر عن جنسيته أو مكان تواجده، و هذا الأمر يطرح عدة إشكالات خاصة من الناحية القانونية، كالقانون اللازم تطبيقه في حالة النزاع بين المتعاملين.

3-تطوير منشآت الأعمال و تحسين أدائها:

لا شك أن التطور السريع في مجال التجارة الإلكترونية دفع منشآت الأعمال إلى التكيف بسرعة حتى تستطيع تلبية احتياجات العميل، و بالتالي يكون للتجارة الإلكترونية أثر كبير على خطط معظم منشآت الأعمال لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى هذه المنشآت على نحو سريع من حيث تعلم و فهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كاملا إلى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء، وبصورة مماثلة تحتاج وسائل

¹ -ابراهيم سيد احمد، قانون، التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، وقانون الملكية الفكرية، و الادبية المكتب الجامعي، الحديث للنشر والتوزيع مصر 2005 ص414.

² -محرم الحداد و آخرون، نحو استراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية، في مصر، معهد التخطيط القومي، مصر، سنة 2002 ، ص 26 ص .27

التكنولوجيا الجديدة اتجاهات تنظيمية جديدة، فعلى سبيل المثال، ربما يجب تغيير الهيكل التنظيمي الذي يتعامل مع التجارة الإلكترونية عن ذلك الذي يستخدم في المنشأة في الظروف العادية¹.

كما تؤثر التجارة الإلكترونية إيجابيا على أداء المنشآت و يبرز ذلك خاصة من خلال توفير وسائل و أساليب جديدة للترويج للمنتجات، و كذا قنوات جديدة لتصريفها، و أيضا تحسين خدمة العملاء نتيجة الاتصال المباشر بهم و معرفة آرائهم و تطلعاتهم، بالإضافة إلى المساهمة في تخفيض التكاليف المباشرة كتلك المتعلقة بعملية التوزيع بالطرق التقليدية.

الجدول رقم(1-4): يوضح أثر التجارة عبر الانترنت على تكاليف بعض المنتجات.

المنتج و الخدمات	النظام التقليدي	عبر الانترنت	الوفر المحقق
تذاكر الطائرة	\$8	\$1	87%
عمليات بنكية	\$1.08	\$1.08	89%
تسوية الفواتير	\$2.22 إلى \$3.32	\$0.65 إلى \$1.1	67 إلى 71%
عقد تأمين على الحياة	\$400 إلى \$700	\$200 إلى \$350	50%
برمجيات	\$15	\$0.2 إلى \$0.5	97 إلى 99%

المصدر: Guy Hervier, Le commerce électronique, Organisation, Paris,2001. P146.

و يلخص البعض الأمثلة حول المنافع التي تعود على منشآت الأعمال التي تتبنى التجارة الإلكترونية فيما يلي:

- تكاليف إعلان منخفضة.
- كلفة تسليم منخفضة (بالنسبة للسلع التي يمكن تسليمها بالطرق الإلكترونية).
- كلفة تصنيع و تصميم منخفضة.
- تحسين ملحوظ في عمليات الأبحاث السوقية و التخطيط الإستراتيجي.
- المزيد من الفرص لخدمة القطاعات السوقية الصغيرة جدا (تسويق الفئة المهمة Niche؛ marketing).
- فرصة الوصول إلى أسواق جديدة.

¹-محم الحداد و آخرون، مرجع نفسه ، ص 27.

- مشاركة العميل في ابتكار السلع و الخدمات.

4- غياب كلي أو جزئي للمستندات الورقية في المعاملات:

إذ يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة بدءاً من التفاوض على الشراء و التعاقد و دفع قيمة البضاعة و استلامها إلكترونياً (في حالة السلع القابلة للتقديم) دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق، و هنا تظهر مشكلات جديدة في إثبات المعاملات و العقود و توثيق الحقوق و الالتزامات و إثبات صحة التوقيعات و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، و هذا ما أدى بمنظمات دولية و حكومات متعددة إلى وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية.

5- السرعة:

تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة instantaneous أي سرعة التعاقد و سرعة التسليم بالنسبة لكثير من الصفقات وفق نظام الوقت المحدد Just in time و من ثم فهي تحتل عنصر الزمن، فلقد اعتدنا أن نذكر عند التفرقة بين التجارة المحلية و الدولية عاملي المسافة و الوقت، والواقع أن التجارة الإلكترونية الدولية جاءت لتحتل هذين العاملين، إذ هي تحتل الحدود و تتم في وقت قصير للغاية، و من ثم فهي تحدث ربما على نحو أسرع من التجارة الداخلية بدون وسائل الكترونية، إذ يمكن شراء كتاب و دفع مقابله و الحصول عليه في نفس الوقت الذي يجلس فيه الإنسان على مكتبه، على نحو أسرع مما لو ارتدى ثيابه و خرج لشراؤه من مكتبة تقع في أول الشارع الذي يقطن فيه.¹

6- تباين أهميتها بالنسبة للنشاطات التجارية:

تتفاوت أهمية اللجوء إلى التجارة الإلكترونية حسب نوع السلعة أو الخدمة لأن بعضها في اعتماده على التجارة التقليدية يحقق نتائج أفضل مما لو استخدم الوسائل الإلكترونية في مبادلاته التجارية، و يظهر هذا جلياً في السلع التي يفضل مستهلكوها معاينتها عن قرب قبل شرائها، و في المقابل نجد أن السلع التي تحمل علامات

¹ - محرم الحداد و آخرون، مرجع نفسه، ص 27.

تجارية معروفة تجد سهولة في بيعها عبر الانترنت، والجدول رقم(05) يوضح بعض الأمثلة عن المنتجات حسب درجة قابليتها للتكيف مع التجارة الإلكترونية.

جدول رقم(1-5):النشاطات التجارية القابلة للتكيف مع التجارة الإلكترونية

النشاطات المستفيدة من التجارة الإلكترونية	النشاطات المستفيدة من التجارة الإلكترونية كاستفادتها من التجارة التقليدية	النشاطات التي تجد صعوبة في التكيف مع التجارة الإلكترونية
<ul style="list-style-type: none"> - شراء و بيع الكتب والأقراص المضغوطة - إرسال البرمجيات عبر الخط - خدمات الأسفار - مراقبة المراسلات - التجارة عبر الخط 	<ul style="list-style-type: none"> - شراء و بيع السيارات - خدمات بنكية عبر الخط - البحث عن الكراء - شراء و بيع المنتجات المالية 	<ul style="list-style-type: none"> - شراء و بيع الملابس ذات الطراز الرفيع - شراء و بيع السلع سريعة التلف - المبادلات صغيرة القيمة - بيع التحف القديمة - والمجوهرات النفيسة

المصدر: J. Perry et al, op cit, p15

و في الولايات المتحدة الأمريكية تأتي أجهزة الكمبيوتر في المرتبة الأولى، تليها الكتب و تذاكر السفر و السياحة، و الملابس، و الأشرطة الموسيقية، و الاشتراك في الدوريات العلمية... الخ.

7-التطور السريع:

نظرا لارتباطها الوثيق بالتكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الاتصالات التي تعرف دوما تطورات متسارعة فإن التجارة الإلكترونية تتسم بالتغير السريع و المستمر الذي يؤدي إلى عدم استقرار النظم و القواعد التي تخضع لها، مما يتطلب تحديثها بصفة مستمرة¹.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

إن تقدم التجارة الإلكترونية من شأنه أن يحقق مكاسب عديدة بالنسبة للأفراد و المؤسسات، و بالرغم من هذه المزايا التي تكسبها التجارة الإلكترونية معتمديها فهي رغم ذلك لا تخلو من العيوب .

¹ - محرم الحداد و آخرون، مرجع نفسه، ص 28.

أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية

ان للتجارة الإلكترونية مجموعة من المزايا و هي كما يلي :¹

1-المزايا بالنسبة للأفراد:

-توفير الوقت والجهد.

- حرية الاختيار.

- نيل رضا الزبائن.

2-مزايا بالنسبة للمؤسسات :

- تسويق أكثر فعاليته وأرباح أكثر.

- تخفيض مصاريف المؤسسات.

-تواصل فعال مع الشركاء والعملاء.

3. المزايا على المستوى القومي:

- دعم التجارة الخارجية.

- دعم التنمية الاقتصادية.

- دعم التوظيف.

-دعم القطاعات التكنولوجية².

ثانياً: عيوب التجارة الإلكترونية:

بينما هناك مزايا للتجارة الإلكترونية، فان هناك عيوب هل يمكن عرضها فيما يلي:

*سرقة أو تزييف البطاقات الائتمانية يؤدي الى احتمال أصحابها تكاليف سلع وخدمات مل يتم شرائها.

*غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركاء والبنوك نتيجة امكانية حدوث تزوير

بالبائانات أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب.

¹ ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، الطبعة الاولى، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2005 ، ص67-69.

² - عدوكة لخضر، حدو بن عبيزة، التجارة الإلكترونية منافعها و معوقاتها و متطلبات نجاحها ، الملتقى العلمي الدولي حول: عص نرة نظام الدفع في البنوك ، الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، الجزائر ، يومي 03 و 01 أفريل 2011، ص09.

- * صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العالقة المباشرة بني العملاء فقد يتم ابرام عقد بيع البائع و المشترين يبعد عنه آلاف الأميال و يختلف عنه في التوقيت الزمين .
- * استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق احتمالية.
- * حدوث اختراقات في شبكة الأنترنت يؤدي الى فضح أسرار العملاء و البنوك و الشركات.
- * فقدان متعة الشراء المعروفة اليت كان حينها المستهلك في ممارسة التسويق من خلال التفاعل الاجتماعي بني البائع و المشترين.
- * تورط البعض بالاندفاع حنو شرا السلع اليت قد لا يحتاج اليها الفرد نتيجة جاذبية العلان و سهولة الشراء ببطاقة الائتمان¹.

المبحث الثالث: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية و تأمينها

ان التجارة الالكترونية مثلها مثل التجارة العادية تسير وفق آليات و ضوابط لتحقيق تبادل الكتروني متوازن و ضمان حقوق كل من البائع و المشتري ، فالبائع يستعمل وسائل و آليات كالإشهار و الترويج تحقق له أكبر المبيعات و الأرباح ، كما أن المشتري يجب عليه التسديد مقابل استلام البضائع باستعمال أدوات دفع حديثة تتماشى مع عصر الأنترنت و التعاملات الرقمية ، الا أنه من نتائج التعاملات عبر الأنترنت ظهور وسائل غش و احتيال تتجاوز حدود الدول ، وتعرض المعلومات المتنقلة عبر الشبكة الى التنصت و التخريب ، الا أنه بفضل التكنولوجيا الحديثة تم تطوير مجموعة من البرامج و التقنيات الي تساهم في التخلص من مشكلة سرية و أمن المعاملات الالكترونية و تزرع الثقة في نفوس الناس و تشجعهم على الشراء عبر الأنترنت² .

المطلب الأول: أطراف و مراحل ابرام التجارة الالكترونية :

ان التجارة الالكترونية هي احد أشكال التعامل الذي يجري الكترونيا بين ثلاث أطراف أساسية لا يتصلون ماديا فيما بينهم ، ويمر ابرام أي صفقة من صفقات التجارة الالكترونية بين هاته الأطراف بمجموعة من المراحل بدءا بعرض المنتجات و انتهاء بتسليمها .

أولا: أطراف التجارة الالكترونية

ان الأطراف الثلاثة للتجارة الالكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية و المتمثلة في المستهلك و البائع و البنك .

1- التجارة الإلكترونية المركز لجامعي خميس مليانة الملتقى الدولي 26-27، أبريل 2011، ص 117.

2- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 236.

ثانيا: مراحل ابرام عقود التجارة الالكترونية

ظهرت التجارة الالكترونية كبديل للتجارة التقليدية استوجب ضرورة استعمال أدوات جديدة تنظيم وتسيير التعاملات الرقمية ، ومن هاته الأدوات العقود الادارية ، والتي هي عبارة عن كل عقد يخص السلع و الخدمات يتم بين طرفين عن بعد، ولكي تتم هذه العقود لابد من المرور بخطوات أو مراحل أساسية تتمثل في:

- مرحلة العرض والطلب.

- مرحلة الطلب القبول و الدفع.

- مرحلة التنفيذ التسليم.¹

المطلب الثاني : وسائل الدفع الالكترونية :

على ضوء التغيرات العالمية التي شهدتها عصرنا الحالي و مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة المستخدمة في كافة مجالات حياتنا ، اتسع نطاق التجارة الالكترونية و استحدثت وسائلها ، حيث تطورت النقود وظهرت بشكل جديد مناسب تماما لمعاملات التجارة الالكترونية و أخذت الأساليب التقليدية للدفع تتراجع أمام نمو و انتشار النظام الالكتروني للدفع و تصنف وسائل الدفع الالكتروني بالاعتماد على توقيت الدفع ضمن ثلاثة أنظمة للدفع الكترونية .

أولا: نظام الدفع الالكتروني المسبق

ان هذا النظام يسمح بالحصول على النقود مسبقا و سداد ثمنها لكي يتمكن بعد ذلك العميل من اقتناء حاجياتها، بحيث يقوم العميل بدفع النقود الحقيقية مقدما ليحصل على وحدات النقد الالكتروني من البنك بالكمية التي يريدها و يقوم بتخزينها سواء على الشريحة الالكترونية للبطاقة الذكية أو القرص الصلب للكمبيوتر ، ويشمل هذا النظام النقود الالكترونية و البطاقات الذكية :

1-النقود الالكترونية.

2- البطاقات الذكية².

ثانيا : نظام الدفع الالكتروني الفوري

يوحي نظام الدفع الالكتروني الفوري من تسميته بتسديد قيمة المشتريات لحظة انجاز الصفقة دون أي تأجيل لتسوية المدفوعات

¹ نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة والتوزيع، الأردن، 2005 ، ص 13.

² - إبراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق -دراسة حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص 11.

ثالثا: نظام الدفع الالكتروني المؤجل

في نظام الدفع الالكتروني المؤجل يتم الشراء الفوري و الدفع لأجل ، بمعنى عند اقتناء السلعة أو الخدمة لا يسدد المستهلك ثمنها في الحين بل يحصل عليها و الدفع لأجل ، بمعنى عند اقتناء السلعة والخدمة لا يسدد المستهلك ثمنها في الحين بل يحصل عليها و الدفع يتم فيها بعد من طرف البنك .
و ينطوي ضمن هذا النظام كل من البطاقة الائتمانية و الشيك الالكتروني .

رابعا: النظام البنكي الحديث للدفع

تماشيا مع التقدم التقني المذهل طورت الكثير من المصارف التقليدية و الالكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي يمكن تلخيصها في الهاتف المصرفي، الأنترنت المصرفي، أوامر الدفع المصرفية وخدمات المقاصة الالكترونية¹.

المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية الالكترونية

تتميز صفات التجارة الالكترونية بانعقادها عن بعد دون اللقاء المباشر بين البائع والمشتري مما يؤدي الى وجود بعض المخاطر المعرقة لهذا النوع من التجارة و المتعلقة بأمن و سرية المعلومات التي يتم تبادلها بين هذين الطرفين فالمعلومات أثناء تدفقها عبر شبكة الشبكات يمكن أن تحوّل و يقرأ محتواها ، مما أدى الى ضرورة اللجوء الى مجموعة من المعايير و الأنظمة و التي توفر السرية و الأمن و الخصوصية لتعاملات من للمعلومات .
التجارة الالكترونية و سنورد فيما يلي أهم الوسائل و الأنظمة المستخدمة و سنورد فيما يلي أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لضمان النقل الآمن للمعلومات:

أولاً: التشفير

إذا تم تبادل معلومات بين طرفين في شكل نص واضح، فبإمكان أي شخص قراءة هذا النص وتغيير محتواه واستغلاله، ولتفادي أخطار قرصنة المعلومات، يتم اللجوء إلى تقنية تصبح بمقتضاها المعلومات المرسله غير قابلة للفهم من قبل الغير، وهذه التقنية يطلق عليها التشفير .

– مفهوم التشفير:

التشفير هو عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومة، ثم فك هذه الشفرة بعد وصولها إلى وحدة خدمة الويب الآمنة ، أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن

¹ - فاروق السيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، دار هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2001، ص 2 .

الإطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من طرف مستقبلها، ولهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص البسيطة إلى رموز حروف، أرقام، إشارات قبل إرسالها إلى مستقبلها، شريطة أن يكون لهذا الأخير القدرة على حل الشفرة وتحويل الرسالة إلى صيغتها الأصلية باستخدام مفتاح التشفير¹.

ثانيا: التوقيع الإلكتروني

تعتبر الكتابة على الورق أهم وسيلة لإثبات التصرفات القانونية، ولا يتم الاعتراف بصحة المستند أو الورقة إلا إذا أرفقت بتوقيع شخصي يبين نسبتها إلى موقعها، مما زاد من أهمية التوقيع الذي يميز هوية الموقع وشخصيته.

إلا أنه مع التطورات الراهنة في جميع مجالات حياتنا، أصبح التوقيع اليدوي عقبة من المستحيل تكيفها مع التكنولوجيا الحديثة وخاصة مع تعاملات التجارة الالكترونية، مما أدى إلى ضرورة ظهور توقيع جديد يتماشى مع مقتضيات العصر الحديث، وهو ما يصطلح عليه: "التوقيع الرقمي".

1-تعريف التوقيع الإلكتروني:

عرفت المادة 2/ (أ) من القانون النموذجي المتعلق بالتوقيعات الالكترونية والذي وضعته لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولي سنة 2001 التوقيع الإلكتروني بأنه "بيانات في شكل الكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا، ويجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات وبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات.

أي أن التوقيع الإلكتروني يتمثل في حروف وأرقام وإشارات مجموعة في ملف رقمي صغير يساعد على تمييز هوية الموقع وشخصيته دون غيره وبأنه هو من قام بإجراء المعاملة وتنفيذها².

ثالثا: الشهادات الرقمية Certificat digital

لطالما تعرضت معاملات التجارة الالكترونية إلى أشكال عديدة من الخداع وانتحال الشخصيات، ولكي يتم تجنب هذا الخداع لابد من التحقق من هوية الأطراف المتبادلة للمعلومات وهذا بالجوء إلى شهادات رقمية تؤكد شخصية المتعاملين.

فالشهادات الرقمية هي بمثابة المكافئ الإلكتروني للبطاقة التقليدية لتعريف الهوية، فهي عبارة عن شهادة الكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دوليا يدعى "هيئة الاعتماد"، وتقوم هذه الهيئة بإثبات أن صاحب

¹ دوج جبر لاش، " الاستثمار عبر الانترنت"، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر ، 2001، ص279.

² -أحمد سفر: العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، مؤسسة الحديثة للكتاب ، لبنان، 2006، ص 100.

الرسالة أو المعاملة الالكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة، وبهذا تساعد الشهادة الالكترونية صاحبها على تحقيق شخصيته الالكترونية واثبات صحة كافة معلوماته وضمن صدق العملية المطلوبة، وهو ما يؤدي إلى ضمان أمن التعاملات التجارية والفردية، وبالتالي تطور وانتشار التجارة الالكترونية.¹

- وتتضمن الشهادة الرقمية مجموعة من البيانات والمعلومات الالكترونية والتي قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية iso بتحديدتها وفقا للمعيار X- 509 كالاتي:

* بيانات عن المرسل تحدد هويته.

* نسخة من المفتاح العام للمرسل.

* رقم تسلسلي للشهادة و تاريخ انتهاء صلاحيتها.

* التوقيع الرقمي للمرسل.²

رابعا: نظام المعاملات الالكترونية الآمنة «SET» electronic transaction

هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للائتمان كفيزا visa وماستر كارد master card ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية (الائتمانية) أثناء عبورها الانترنت بين حاملي البطاقات و التجار والبنوك ويستطيع هذا البروتوكول ضمان أمن المعاملات المالية للبطاقات الائتمانية من خلال إصدار شهادات رقمية للمستهلكين والتجار تشهد بصحة هويتهم أثناء قيامهم بمعاملات التجارة الالكترونية ويتم الاحتفاظ بهذه الشهادة في برمجيات المحفظة الالكترونية، والتي تحتوي بالإضافة إلى شهادة معلومات أخرى مثل رقم البطاقة الائتمانية وتاريخ انتهائها، حيث يتم تخزين هذه المحفظة على كمبيوتر المستخدم ليتم استعمالها للقيام بعملية الدفع عبر الانترنت في أي وقت.

- ويسعى هذا البروتوكول إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

* تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير.

* المعلومات المحولة تكون كاملة وغير قابلة لأي تغيير أو نقصان بفضل استخدام التوقيع الالكتروني.

1 - تباي أمل، مريد سعدة، المرجع نفسه، ص 39.

2 - أحمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية المنصورة، مصر، 2004، ص 327.

* تحديد هوية صاحب البطاقة والتاجر، فالشهادات الالكترونية تضيي الكثير من الشرعية والموثوقية على الطرفين وتدل أن البنك قد تحقق من شخصيتهما¹.

خامسا: بروتوكول الطبقات الآمنة «SET» secure socket layer

إن بروتوكول SSL هو بروتوكول تشفير رزم البيانات، ويعمل ضمن متصفحات الويب ، web browser من أجل منع اعتراض البيانات والمعلومات التي يجري إرسالها عبر الانترنت في أي نقطة أثناء انتقال هذه البيانات والمعلومات ويتميز هذا البروتوكول بأن عملية بث المعلومات تتم بأمان بين المتصفح والخادم دون أي حاجة لتدخل المرسل لتشفير البيانات المتبادلة، وكل ما على المرسل فعله للاستفادة من بروتوكول SSL هو استخدام متصفح آمن و زيارة موقع آمن والذي يبدأ عنوانه ب https secure http بدلا من http، والذ يحتوي كذلك على مفتاح أو قفل مغلق أسفل الشاشة².

¹ - يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني - عناصر المزيح التسويقي، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، القدس، فلسطين، 2007، ص 36.

² - كامش محمد ياسين، خلادي محمد ا لأمين، التجارة الالكترونية الجزائر، جامعة بلقايد مغنية تلمسان، مذكرة ماستر، سنة 2015-2016، ص 42.

خلاصة الفصل الأول:

لقد تمكنا من خلال الفصل من تقديم تعريف للتجارة الالكترونية والتي هي مجموعة من عمليات عرض وبيع وشراء السلع والخدمات واذا توزيعها والترويج لها وآل ذلك يتم باستخدام وسائل إلكترونية على راسها شبكة الانترنت وتتمتع التجارة الإلكترونية بمزايا لا تتوفر في التجارة العادية حيث تعد أفضل السبل للوصول إلى الأسواق العالمية لأن وضع متجر إلكتروني على الشبكة يمكن جميع سكان العالم من الوصول إليه وشراء إي سلعة منه دون الحاجة إلى تأشيرة دخول إلى هذا البلد أو دفع رسوم جمركية على هذه السلعة.

ويمكن تمييز خمسة أنواع من التجارة الإلكترونية حسب أطراف التعامل، وهذه الأنواع هي: تجارة الأعمال مع الأعمال، تجارة الأعمال مع المستهلكين، تجارة الأعمال والحكومات، تجارة الحكومات مع المستهلكين، تجارة الحكومات مع الحكومات ومن العوامل المساعدة على قيام التجارة الالكترونية الحكومة الالكترونية والبنوك للإلكترونية ووسائل الدفع وتأمينها والتشريعات التي تنظمها.

الفصل الثاني: واقع التجارة

الإلكترونية في الجزائر

تمهيد:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الإلكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الأعمال التجارية فكريا وفلسفة واتجاهها وممارسة، حيث تم التحول من الأساليب الأعمال والاتصالات إلى استعمال الأسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز والموانع ويختزل المسافات والأزمنة لإتمام المعاملات. وإن ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة لاستخدام هذا الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية من ضمنها الإنترنت لإبرام الصفقات لا يترك للجزائر أي مجال للمماثلة في تبني التجارة الإلكترونية والاستفادة من مزاياها التي توفرها. ومن خلال هذا الفصل يهدف لمعرفة وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل انتشارها الهائل حيث تطرقنا في البداية إلى وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الإشارة إلى واقع البنية التحتية لها وأسباب ومعوقات عدم اعتمادها وكذا حلول سبل تفعيلها أما في المبحث الثاني فارتأينا إلى أن نتطرق إلى واقعها من خلال التطرق لمشروع التجارة الإلكترونية في الجزائر ووضعيتها التشريعية والقانونية و دفعها الإلكتروني، أما المبحث الثالث فتم التطرق فيه لمستقبل الاقتصاد الجزائري بعد اعتماد التجارة الإلكترونية سواء على مستوى قطاع الأعمال أو المستهلكين أو المستوى القومي.

المبحث الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر

للحديث عن التجارة الالكترونية في الجزائر لابد من الاطلاع أولا على البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية لهذا البلد، وأن أهم عنصر يهتم التجارة الإلكترونية هو البنية التحتية من شبكة الإنترنت اتصالات ومعلومات متطورة والموارد البشرية اللازمة لا دار وأسباب ومعوقات عدم اعتمادها وسبل وحلول ذلك ولذلك.¹

المطلب الأول: واقع البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر

أولا: شبكة الإنترنت وعدد مستخدميها في الجزائر

بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر سنة 2006، 1.9 مليون شخص، و في سنة 2016 احتلت المرتبة 36 عالميا بعدد مستخدمين بلغ 17.440.299، وقد ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر مع مرور الوقت حيث بلغ عدد المستخدمين حسب تقرير صدر في جانفي 2020 حوالي 22.71 مليون مستخدم أي نسبة 52% من اجمالي السكان في الجزائر ويوضح الجدول التالي عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة 2015 - 2019:²

جدول رقم (1-2): التطور السكاني وعدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر الفترة 2015-2019

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019
المستخدمين	11.000.000	15.000.000	18.580.000	21.739.600	25.428.159
تعداد السكان	39.542.166	40.263.711	41.063.753	42.600.000	43.000.000
من النسبة عدد السكان%	27.8	37.3	45.2	51.03	58

Source: Internet world stat statistiques d'utilisation et de marche d'internet en algerie.

Vu: le 25/03/2021, a 18.10

نلاحظ من الجدول أن نسبة زيادة مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة 2015 2019 كانت نسبة جيدة بالمقارنة بعدد السكان و بالجهود المبذولة في هذا الجمال حيث وصلت النسبة الى 58% و هذا في سنة 2019.

¹ - صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية -دراسة حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، تخصص تجارة دولية، 2014-2015، ص49.
² .22/02/2021،www. z-dz.com-

ثانيا: الشبكات الهاتفية والنقالة

إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الإلكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، والتي يتم من خلالها النفاذ إلى الأنترنت وممارسة التجارة الإلكترونية، فضعف هذه الشبكات تقدم أي دعم فعال لشبكات الأعمال ويلبي متطلبات الأعمال الإلكترونية حيث يمكن القول أن الجزائر عموما متأخرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي يختص في كل من الهواتف الثابتة والنقال في الجزائر، كما عرفت سنة 2017 الاستغناء عن تكنولوجيا الهاتف الثابت اللاسلكي ، الذي خصص للمناطق الريفية وذلك راجع الى استراتيجية الدولة ، بتزويد هذه المناطق ببنية تحتية للاتصالات أكثر نجاعة ، كما جند ان كثافة الهاتف الثابت عرفت انخفاضا ، حيث بلغت في سنة 2016 نسبة 7.50%، وفي سنة 2017 نسبة 8.26%، ويرجع ذلك لتوجه المواطن الى الهاتف النقال¹.

جدول رقم (2-2): تطور عدد الخطوط الهاتف الثابت والنقال في الجزائر خلال الفترة 2013-2017.

السنوات	2013	2014	2015	2016	2017
عدد مشتركى الهاتف الثابت بالمليون مشترك	3.595	3.098	3.268	4.182	4.350
عدد مشتركى الهاتف النقال بالمليون مشترك	39.165	43.292	43.391	45.817	45.922

*www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2017/FixedTelephonelLines00-17.xls

نلاحظ ارتفاع في عدد مشتركى الهاتف النقال ما بني سنة 2013 و 2015 و ارتفاع طفيف بالنسبة لسنتي 2016 و 2017.

المطلب الثاني: مشروع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

أولا: خطة التحول إلى التجارة الإلكترونية

ولأهمية تسريع إعداد الأطر التنظيمية والفنية وتوفير البنية الأساسية للاتصالات واتخاذ الخطوات العملية اللازمة للاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية في الجزائر من الضروري اشتراك الوكلاء المختصين في وزارات التجارة، المالية والاقتصاد الوطني، والبريد والهاتف، وفيما يلي²:

1- متابعة التطورات في ميدان التجارة الإلكترونية واتخاذ الخطوات لمواكبة هذه التطورات والاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال.

¹-محمود سحنون، "التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية والمصرفية، حالة الدول العربية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، دار الهدى للطباعة والنشر، جامعة منتوري، قسنطينة، 2017، ص 80.

²- رشيد علام، مرجع سابق الذكر ص 157.

2- تحديد الاحتياجات والمتطلبات اللازمة للاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية وتطبيقها العملية في الوطن وتسخيرها لخدمة الاقتصاد الوطني، والتنسيق مع الجهات المعنية بهذا الخصوص والإسراع في اتخاذ الخطوات العملية المطلوبة، والرفع بما يستوجب ذلك المقام السامي.

3- متابعة إنجاز الأعمال المطلوبة من كل جهة وإعداد تقارير دورية عن سير العمل بشكل منتظم.

ثانيا: خطة عمل و نشر التجارة الالكترونية في الجزائر

1- إيجاد البنية التحتية للمفاتيح العمومية PKI لتوفير البنية الآمنة التي تضمن أمن وسرية التعاملات الإلكترونية، وإثبات هوية المتعاملين وتكامل وسلامة الرسائل المتبادلة فيما بينهم، وتحديد آلية إصدار الشهادات الرقمية ومتطلبات جهات التصديق على سلامة الوثائق والمواصفات الفنية للتوقعات الإلكترونية.

2- تطوير نظام المدفوعات اللازمة للقيام بجميع العمليات المصرفية المطلوبة لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة وأمان من خلال الوسائل الإلكترونية.

3- تطوير البنية التحتية للاتصالات لتكون جاهزة لدعم تقنيات التجارة الإلكترونية وتوفير خدمات نقل البيانات بالسرعات والسعات المطلوبة بكفاءة وموثوقية في جميع مناطق الوطن.

4- إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لاعتماد التعاملات الإلكترونية والعقود المبرمة من خلالها وضمن الوفاء بالتزامات وحفظ حقوق المتعاملين واعتماد التوقيع الإلكتروني كوسيلة إثبات تقوم مقام التوقيع اليدوي.

5- تحديد متطلبات أمن المعلومات و حماية الخصوصية للبيانات الشخصية.

6- تقديم الخدمات الحكومية إلكترونيا فيما يعرف باسم "الحكومة الإلكترونية".

7- إيجاد نظام إلكتروني للمشتريات الحكومية يتم من خلال طرح المناقصات الحكومية واستكمال إجراءاته.

8- إنشاء موقع تسويقي على شبكة الإنترنت للشركات والمصانع الوطنية لتمكينها من تسويق منتجاتها وبيعها عن طريق الشبكة داخل وخارج الوطن.

9- دعم ونشر مفاهيم وتطبيقات التجارة الإلكترونية وتشجيع الاستثمار في تقنياتها.

10- توفير الخدمات المساندة الضرورية لدعم انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية.

مثل: تحسين خدمات توصيل الطرود والإرساليات البريدية، وتحديد عناوين المواقع الحكومية والتجارية و السكنية¹.

¹ ناجي الزهراء، تجربة التشريعية الجزائري في تنظيم المعاملات الالكترونية المدنية والتجارية، مؤتمر العلمي المغاربي حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، ترابلس، 28 و 29 أكتوبر 2009.

المطلب الثالث: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر

في قلب التطورات الاقتصادية و التكنولوجية الحديثة يتنامى التفكير حول أهمية التجارة الالكترونية كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات و قد القت هذه رواجاً و استحساناً كبيراً، وتمكنت في وقت وجيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة و العربية على حد سواء، الا أن الجزائر متأخرة و شبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الالكترونية، ولم تعطي التجارة الالكترونية حقها، ومؤخراً بدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في تلمس طريقها في مجال تطبيق هذه التجارة وحيي الفوائد الكامنة فيها¹.

أولاً: نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر

ان النمو العالمي المتسارع للتجارة الالكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماطلة في تطبيق هذه التجارة، وان محاولة رصد و دراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الالكترونية و الرغبة في أجلاء الغموض عنها، يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع الا أنه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه التجارة، وبقائها مجرد حلم ينتظر تحقيقه، و كذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس. وعدم وجود هيئة أو جهة مختصة استوعبت أهمية التجارة الالكترونية ونسقت الجهود لتطويرها و تشجيعها، و بالتالي تكون مصدراً قادراً على توفير البيانات و المؤشرات ذات الدلالة على مدى التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الالكترونية، فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصالات في 31 ماي 2009 الذي حمل شعار "التجارة الالكترونية و الاقتصاد المعرفي" أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعوب عن انطلاق التجارة الالكترونية للتجارة في شهر افريل 2009².

ثانياً: تصنيفات التجارة الالكترونية الجزائرية

تتجه غالبية معاملات التجارة الالكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة وهي التعامل بين الشركات والمستهلكين، والتعامل بين الشركات بعضها مع بعض.

¹- بلقدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة الدكتوراة في علوم التسيير جامعة قسنطينة، سنة 2012، ص232.

²- فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص الإمداد والنقل الدولي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغام، 2017-2018، ص36.

1-التجارة الالكترونية بين الشركات والمستهلكين:

ان التجارة الالكترونية اليوم هي بمثابة لغة عاملية جديدة مختلفا لاقتصاديات، فاتساع رقعة استعمال الانترنت من المحيط الجامعي الى مختلف أوساط مختلف فئات المجتمع، أحدث تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين، وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الأنترنت، وایصالها الى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الأنترنت، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الالكترونية التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار، واقتصاد الوقت والتكاليف¹.

2-التجارة الالكترونية بين الشركات:

ان التطور المذهل الذي أهدته ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عالم الأعمال والتجارة يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيات خاصة الأنترنت كقاعدة، ويدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الالكترونية في قنوات عملها اليومية، وقد بدأت المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الالكتروني، ولكن بمستويات مختلفة، فالإبحار في الشبكة العنكبوتية يجعلنا نكتشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الأنترنت مع المؤسسات الأخرى الا أن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الالكترونية تركز على العالقة مع الزبائن، في حين هناك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات، والدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع التكنولوجي لدى مختلف الهيئات الاقتصادية في الجزائر. ففي دراسة قام بها باحث في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية حول استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مست 550 مؤسسة خلال سنة 2010 بينت نتائجها أن استعمال هذه التكنولوجيا يقتصر على اقتناء واكتساب وسائل الإعلام الالي بديل من تشغيلها واستغالها استغلال أمثال يمكن من الاستفادة من التطبيقات التجارية المتميزة لهذه التكنولوجيا.²

ثالثا: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر

لا يقتصر مفهوم التجارة الالكترونية على عملية امتلاك موقع على الشبكة العنكبوتية العالمية، وعقد الصفقات واقامة الروابط التجارية عبر هذه الشبكة، بل تستعمل هذه التجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات والتي

¹ - فلاق شيرة فاطمة، مرجع نفسه، ص 37، 38.

² - حسن يوسف، اقتصاد الكتروني، الطبعة الأولى، المصدر القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، سنة 2012، ص 23-24.

تتمثل في مختلف الأنشطة الممارسة من قبل الشركات من خلال وسائل اتصالات الكترونية، على غرار عمليات الإعلان عن المنتجات والخدمات، تقديم المعلومات عن المنتجات عبر الخطوط الهاتفية¹.

1- إعلان عبر الأنترنت:

يعتبر الإعلان عبر الأنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا في ظل الاتجاه نحو التجارة الالكترونية وتسويق المنتجات والخدمات عبر شبكة الأنترنت، بحيث يساهم الإعلان التجاري الالكتروني في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال توفير بيئة تفاعلية لتزويد شريحة معينة من المجتمع وهم مستخدمو الأنترنت الجزائريين بالمعلومات اللازمة عن السلع والخدمات مع امكانية الطرح المباشر للاستفسارات و الحصول على اجابات فورية.

ويتميز السوق الاشهاري في الجزائر بكونه الزال في البداية المرحلة الاولى كون العديد من المؤسسات التزامل خائفة من هذه الوسيلة بالضافة الى انخفاض تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال الا ان الملاحظ هو النمو الكبير للاستمارات الاشهارية عبر الأنترنت من سنة الى اخرى وقد بدا الإعلان عبر الأنترنت في الجزائر يقري شيئا فشيئا المعلنين، والذين قدر عددهم ب 11 معلنا خلال فترة جويلية 2008 وقامو بإطلاق 141 حملة إعلانية و عن طبيعة المنتجات و الخدمات التي تحظى بأكبر قدر من الترويج عبر الأنترنت من طرف هؤلاء المعلنين، فقد بينت هذه الدراسة ان قطاع السيارات فاز ب 17 معلن عبر الأنترنت و حصة سوقية مقدرة 29 % متبوعا بقطاع التكنولوجيا الإعلام و الاتصال الهاتف و المعلوماتية، والتي قدرت حصته السوقية ب24% و 14 معلنا.

2-مراكز الاتصال:

إن التجارة الإلكترونية بشكلها الواسع تتمثل في استخدام الوسائل الالكترونية المتنوعة التي وفرتها ثورة المعلومات و الاتصالات بغرض إنجازا معاملات التجارية و من بين وسائل المستعملة الهاتف فليس من الضروري ان تتم التجارة الإلكترونية عبر وسيط الالكتروني الأنترنت، بل يمكن ان تتم عبر الهاتف، فالتعامل مع مراكز الاتصال يعد من تطبيقات التجارة الالكترونية، و هذه المراكز عبارة عن شركة خدمات عن بعد، وفي السابق كانت مراكز الاتصال تحاول جذب العميل و الحفاظ به بالتفاعل معه بواسطة الخدمات الهاتفية فقط لتقدم له خدمات البيع و خدمات ما بعد البيع .. الخ الا ان التطور التكنولوجي سمح لهذه المراكز للتفاعل من خلال مجموعة

¹ - فلاق شيرة فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص39.

من الوسائط الالكترونية كالفاكس، رسائل البريد الالكتروني..... الخ، ونظرا لكون عملية إيجاد الزبائن والمحافظة عليهم في عالم التجارة الالكترونية عملية جد صعبة، بسبب خصائص المستهلكين المميزة، فان مراكز الاتصال تفهم تفكير الزبائن وتحلل احتياجاتهم وتساعد الشركات على مواجهة تحديات تقديم خدمة متميزة للعملاء من خلال إتاحة قواعد بيانات حول الزبائن الحاليين والمتوقعين ومدى تجاوبهم مع الخدمات الموفرة، مما ينعكس إيجابا على تطور التجارة الالكترونية الجزائرية¹.

رابعا: بعض مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية

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، وهو ما انعكس على نمو عدد ومحتوى مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية².

1- دار الشهاب:

تعتبر دار الشهاب من أهم المؤسسات الجزائرية التي أدركت مبكرا ضرورة تعظيم الاستفادة من ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتسويق منتجاتها، حيث يحتوي موقع هذه الدار على نظام متكامل للتجارة الالكترونية يسمح ببيع منتجاتها من خلال الأنترنت داخل الجزائر وخارجها، ويحتوي هذا الموقع على فهرس الكتروني يقدم معلومات مفصلة ودقيقة حول الكتب المتوفرة (اسم الكاتب، تاريخ النشر، السعر..... الخ)، وبعد تسجيل المستهلك في الموقع وتقديمه للمعلومات الشخصية (الاسم، الهاتف، العنوان.....)، يحصل على اسم دخول وكلمة سر، تمنح له حرية التصفح واختيار الكتب التي يرغب في اقتناءها بالضغط على رمز السلة ليضاف المنتج تلقائيا الى قائمة المشتريات، وبعد تأكيد الطلبية يكون للمستهلك الحق في اختيار مدفوعات سواء بأرسال شيك بالبريد أو تحويل المبلغ للحساب البنكي لدار النشر، وأخيرا ترسل دار النشر الكتاب الى العنوان المحدد سواء داخل الجزائر وخارجها.

2- سوق الجزائر:

سوق الجزائر سوق الجزائر بالمزادات و الصفقات الالكترونية بين الأفراد، فهو يسعى الى تحقيق التواصل بين الافراد الراغبين في بيع وشراء سلعة معينة عبر شبكة الويب مقابل رسم محدد، فبعد عرض البائع للسلعة والتي غالبا ما تكون كتب، برامج، ألعاب، أفلام في القسم المناسب لها يتمكن المشتري صاحب أعلى سعر من الفوز

¹ - فلاق شيرة فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص40، 41.

² - تباري أمال، مرصد سعدة، مرجع سبق ذكره، ص 61.

بالمزاد، ويربح السلعة، ثم يتيح له الموقع امكانية التواصل مع البائع للاتفاق على كيفية تسديد قيمة السلع و طريقة شحنها، كما يستطيع المشتري اقتناء السلعة مباشرة، اذا كان البائع يستخدم خيار البيع المباشر.

3- سوق واد كنيس:

يعتبر اول مواقع التسوق عبر الانترنت في الجزائر فقد اسس سنة 2007 و يهتم بوضع الإعلانات التجارية فهو يعتبر رابط حقيقي بين اصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع او شراء او مبادلة مختلف المنتجات و يحدد هذا الموقع نجاحا الفتا منذ تأسيسه اذا استقطب حوالي 3.8 مليون زائر خلال شهر اوت 2010¹.

4- موقع صنع في الجزائر:

اضحت الكثير من المؤسسات الجزائرية في الآونة الاخيرة التفوت أي فرصة لزيادة قنوات التبادل والبيع، ولذلك لجئت الى شبكة الانترنت في استعمالها للجانب التجاري و بغية مساعدة هذه المؤسسات على الوصول الى الاسواق العالمية على شبكة الانترنت، تم وضع الموقع و الذي هو عبارة عن سوق افتراضية جزائرية يسمح فيها للشركات بعرض سلعتها او خدماتها بطريقة حديثة، مما يوفر قاعدة للتجارة الإلكترونية بين الشركات و يهتم هذا الموقع بالشركات الجزائرية خاصة المصدرة منها مساعدتها على ترويج منتجاتها وترقية الصادرات، من خلال تقديم العرض الاسرع لنشر المعلومات التجارية على عدد كبير من المؤسسات و اتاحة امكانية التوصل بين العارضين و الطالبيين، وينقسم الموقع الى جزئين رئيسيين :

قسم خاص بعرض السلع و الخدمات المتوفرة و التي عادة ما تشمل المنتجات النسيجية، المنتجات الغذائية، قطع ميكانيكية... الخ والقسم الاخر مخصص للمناقصات و التي لايسمح بالاطلاع و المشاركة فيها الا لأعضاء المسجلين في الموقع.

5- موقع بيت الجزائر:

تعتبر عملية تصميم واستضافة المواقع و بيع البرمجيات احد اشكال التجارة الإلكترونية وأكثرها انتشارا في الجزائر كموقع بيت الجزائر الذي يقدم خدمات متكاملة تشمل كل جوانب التجهيز التشغيل و مواقع الانترنت للشركات و الافراد على حد سواء، فهو يساعد الراغبين على انشاء متاجر الكترونية من خلال تصميم المواقع الالكترونية بأحدث التقنيات و تزويدها ببرامج سهلة الدارة المواقع التجارية بالإضافة الى استضافة هذه المواقع على

¹ - تباي أمال، مرعد سعدة، مرجع سبق ذكره، ص 62-63.

خوادم قوية و تتم عملية تسوية المدفوعات عن طريق التحويل الى الحساب البريدي الجاري للموقع و ارسال صورة عن وصل الحوالة الى البريد الالكتروني للموقع لتتم عملية تفعيل الخدمة¹.

6- مواقع البطاقات العالمية:

تمثل وسائل الدفع والسداد الالكتروني حجر الزاوية لتطور التجارة الإلكترونية ، الا اننا هذه الاخيرة تعاني من ضعف كبير في الجزائر بسبب عدم توفر وسائل الدفع الالكترونية على شبكة الانترنت، وبغية معالجة هذه المشكلة بادرت بعض المواقع بتوفير البطاقة العلمية ذات الدفع المسبق و تسمح هذه المواقع متصفح الانترنت بشراء بالدينار الجزائري لبطاقات VISA عن طريق تحويل من الحساب البريدي الجاري و يتم الحصول على بطاقة VISA من هذه المواقع بعد اتباع الخطوات التالية :

ينسخ الزبون بطاقة التعريف بالماسح الضوئي ويرسلها الى البريد الالكتروني للموقع ثم يدفع قيمة البطاقة حسب نوعها و يتم التسديد عبر الحوالة البريدية مع ضرورة ارسال كشف الحوالة عبر الفاكس الى مكتب الشركة وبعد ان يتأكد الموقع عن هوية الزبون ترسل له معلومات عن بطاقته الى بريده الالكتروني كذلك يرسل الموقع صورة عن البطاقة التعريفية للزبون لشركة VISA لتقوم هذه الاخيرة بأرسال البطاقة المغناطيسية الى الجزائر.²

المبحث الثاني: الإطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية والدفع الالكتروني في الجزائر.

إن الجانب القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية جد مهم لقيامها في أي دولة كانت، فلا بد على الجزائر أن لا تغفل عن هذا الجانب لأنه عملة ذات وجهين فإن تم الاهتمام به جيدا فسيكون عاملا معرقلا لها، وتبرز أهمية هذا الجانب في محاربة الجرائم الإلكترونية بالجزائر، لكن إن غفلت عن هذا الجانب سيكون عاملا معرقلا لها، وتبرز أهمية هذا الجانب في محاربة الجرائم الإلكترونية بمختلف أنواعها كونها الجدار المتصدي لنجاح التجارة الإلكترونية في أي دولة.

المطلب الأول: الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر

إن الجانب القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية جد مهم لقيامها في أي دولة كانت، فلا بد على الجزائر أن لا تغفل عن هذا الجانب لأنه عملة ذات وجهين فإن تم الاهتمام به جيدا فسيكون عاملا معرقلا لها، وتبرز أهمية هذا الجانب في محاربة الجرائم الإلكترونية بالجزائر، لكن إن غفلت عن هذا الجانب سيكون عاملا معرقلا

¹ - تباري أمال، مرعد سعدة، مرجع سبق ذكره، ص 64.

² - تباري أمال، مرعد سعدة، مرجع سبق ذكره، ص 65.

لها، وتبرز أهمية هذا الجانب في محاربة الجرائم الإلكترونية بمختلف أنواعها كونها الجدار المتصدي لنجاح التجارة الإلكترونية في أي دولة¹.

أولاً: مظاهر المعاملات الإلكترونية في القانون المدني الجزائري

1- الإثبات الإلكتروني:

يحتل عنصر الإثبات مكانة مهمة في كافة العلاقات والعقود، وإن أول ما يطرح في موضوع الإثبات هو توفير السند الخطي، الذي أعطاه القانون قوة ثبوتية كبيرة لإثبات التصرفات القانونية وتحديد الحقوق والواجبات غير أن انتشار المعاملات الإلكترونية لاسيما التجارة الإلكترونية، أدى إلى تغيير مفهوم الإثبات نظراً لغياب المستندات الورقية، وإمكانية إنشاء الحقوق والالتزامات بطريقة إلكترونية، وهي المسألة التي عالجها المشرع الجزائري بإصدار القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري، وطبقاً للمادة 323 مكرر اعتمد المشرع الجزائري المفهوم الواسع للكتابة سواء التي تمت على الورق أو الكتابة المثبتة على دعائم غير ورقية، وذلك من خلال الإشارة إلى أن ينتج من الكتابة بحروف متسلسلة وأرقام وعلامات مهما كانت الوسيلة المستعملة للكتابة ومهما كانت طرق الإرسال أي الوسيلة المستعملة مثل قرص صلب أو مرن أو رسائل إلكترونية وبهذا انتقل المشرع من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني².

2- التوقيع الإلكتروني:

اعتمد المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 2/327 مدني جزائري المعدلة بالقانون 05-10 والتي تنص على "... يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر أعلاه..." وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحررات الإلكترونية³.

3- التوثيق الإلكتروني:

الموثق الإلكتروني هو طرف ثالث محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية والوظيفة الأساسية للموثق الإلكتروني أو جهة التوثيق

¹ - صارة بالساكر، مرجع سبق ذكره، ص 58.

² - سمية ديمش، التجارة الالكترونية وحقيقتها واقعتها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تحليل وإشراف اقتصادي، جامعة، ص 54.

³ - صارة بالساكر، مرجع سبق ذكره، ص 59.

الإلكترونية هي تحديد هوية المتعاملين في التعاملات الإلكترونية وتحديد أهليتهم القانونية في التعامل والتحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته وكذلك جديته وبعده عن الغش والاحتيال¹.

ثانيا: تقنية الدفع الإلكتروني في الجزائر من الناحية القانونية

يعتبر القانون 03-15 المتضمن الموافقة في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة 69 التي تضمن نصها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ويتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من طرق الدفع الكلاسيكية إلى طرق دفع حديثة إلكترونية. وبعد ذلك وبصدور الأمر 05-06 المؤرخ بتاريخ 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة، استعمل صراحة مصطلح " وسائل الدفع الإلكتروني" حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب.²

وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة(69) إلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني الوارد في النص 03 من الأمر المذكور. يعتبر القانون 03-15 المتضمن الموافقة في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة(96) التي تضمن نصها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ويتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من طرق الدفع الكلاسيكية إلى طرق دفع حديثة إلكترونية. وبعد ذلك وبصدور الأمر 05-06 المؤرخ بتاريخ 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة، استعمل صراحة مصطلح " وسائل الدفع الإلكتروني" حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب. وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة(69) إلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني الوارد في النص 03 من الأمر المذكور.

¹ - سمية ديمش، المرجع نفسه، ص 55.

² - صارة بالساكر، مرجع سبق ذكره، ص 60، 61.

ثالثا: القانون الجزائري الجديد لمكافحة الجرائم الإلكترونية

صدر في 5 أوت 2009 القانون رقم 09-04 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، وهذا بسبب الثورة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدت بالجزائر إلى محاولة الاقتداء بأغلب دول العالم في هذا المجال .

وبذلك تم صدور القانون 04-15 المؤرخ في 10/09/2004 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الذي نص على حماية جزئية لأنظمة المعلوماتية من خلال تجريم كل أنواع الاعتداءات التي تستهدف أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات حيث تكمن أهميته في كونه يجمع بين القواعد الإجرائية المكملة لقانون الإجراءات الجزائية وبين القواعد الوقائية التي تسمح بالرصد المبكر للاعتداءات المحتملة والتدخل السريع لتحديد مصدرها والتعرف على مرتكبيه.¹

المطلب الثاني: الدفع الإلكتروني في الجزائر:

لما كانت غالبية مراحل التجارة الإلكترونية من بحث عن منتج وتفاوض وتعاقد تتم في فضاء افتراضي، كان لا بد من إتمام المرحلة التالية من هذه التجارة، ألا وهي تسوية المدفوعات بطريقة إلكترونية، مما فرض على البنوك ضرورة توفير تقنيات حديثة وإصدار وسائل دفع إلكترونية تتلاءم مع هذا النوع الحديث من التعاملات الإلكترونية. فتحدثت وسائل الدفع الإلكترونية من شأنه تسريع تطور التجارة الإلكترونية. وبالتالي لا يمكن الحديث عن تجارة إلكترونية جزائرية دون وجود قطاع بنكي عصري يوفر وسائل الدفع الإلكترونية متطورة وعلى الرغم من كون استخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تتعدى المستوى البدائي (الدفع عند التسليم) ولم تصل إلى المستوى الثاني (الدفع الفوري الإلكتروني)، إلا أن الكثير من المصارف الجزائرية بدأت تبدي قدرا كبيرا من الاهتمام بالأعمال الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة، وسعت إلى تطوير نظامها المصرفي ومواكبة كل ما هو جديد من خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الآلية للنقد ونهائيات الدفع الإلكتروني، والانضمام لشبكات الدفع العالمية.²

¹ - وهيبة عبد الرحيم، المرجع نفسه، ص 308.

² - محمد إبراهيم عبد الرحيم، " الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر،

2007، ص 46.

أولاً: إنشاء شركة "تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" و "الشبكة النقدية البين بنكية" ان أول خطوة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة "تالية الصفقات البنكية Société d'automatisation des transactions interbancaires et de " والنقدية المشتركة "monétique" * سنة 1995، وهي شركة ذات أسهم وفرع لـ 8 بنوك، وتسعى هذه الشركة لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها، بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها.

ونظرا لكون وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تقليدية، فإن حرص SATIM على تطوير هذه الأنظمة وتحقيق سلاسة العمل بين البنوك دفع هذه الشركة لوضع شبكة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك، حيث تمت سنة 1997 تحقيق الخطوة الأولى لهذا المشروع، وانطلقت "الشبكة النقدية بين البنوك Réseau interbancaire monétique" التي تغطي الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزعات الآلية للنقود، وإن ارتباط هذه الموزعات بالشبكة بين بنكية مكن حامل البطاقة من إجراء عمليات سحب من أي موزع حتى ولم يكون ينتمي للبنك المصدر للبطاقة، وهذا بفضل تكفل شركة SATIM بتأمين قبول هذه البطاقة في كل البنوك المنتمية للشبكة النقدية، وإجرائها للمقاصة لعمليات السحب بين البنوك، ويوضح لنا الجدول الموالي نمو عدد بطاقات السحب وقيمة معاملاتها منذ وضع هذه الشبكة.

الجدول: (2-3) تطور عدد البطاقات البنكية ومعاملاتها النقدية

2019	2018	2017	2016	2015	
226167	149232	120066	73498	39192	عدد البطاقات
686184	521338	420635	347366	-	حجم التحويلات باستعمال بطاقات السحب

الملاحظ من الجدول السابق هو النمو الكبير لعدد البطاقات بين سنتي 2015-2019 محققا لنسبة قدرها 54,640% وهو ما يدل أن الجزائر بدأت تخطو أولى الخطوات نحو تطوير أنظمة السحب، وهو بمثابة توجه إيجابي أيضا للجزائر نحو الصيرفة الإلكترونية، وعلى الرغم من هذا التطور إلا أن أنظمة السحب لم ترقى بعد إلى طموحات المصرفيين وجمهور المتعاملين، وما يؤكّد ضعف إقبال الجمهور على هذه الخدمة هو ضعف نمو حجم

التحويلات باستخدام بطاقات السحب وبقائها تحت عتبة المليون دينار جزائري خلال فترة 5 سنوات (2015 – 2019 ،) حيث حققت هذه البطاقات نجاحا مقبولا على مستوى مكاتب البريد فقط التي تجاوزت حصتها من عدد البطاقات وإجمالي حجم التحويلات باستخدام هذه البطاقات 90 % على مر السنوات الخمسة¹.

ثانيا : البطاقة بين بنكية "interbancaire carte la:"

ان فشل نظام السحب دفع البنوك إلى بدل المزيد من الجهد في مجال البطاقات، ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر جديد هو "بطاقة السحب والدفع بين بنكية CIB، والتي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي سحب الأموال من الموزعات الآلية، بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة لنقد الآلي بين بنكية، حتى لو لم تكون الأجهزة تابعة للبنك المصدر للبطاقة. وتحمل البطاقة شعار البنك المصدر، وشعار البطاقة البنكية المشتركة CIB وخلفية إلكترونية تتوافق مع المعايير الدولية لشركتي VISA و MasterCard (Visa Mastercard europay) تسمح بعمليات السداد، و شريط مغناطيسي لعمليات السحب .

وقد بدأت شركة SATIM في مشروع بعث نظام الدفع بين بنكي سنة 2018، إلا أن هذا المشروع تأخر انطلاقه الفعلي عن مواعده المحدد، ولم تبرغ ثمرته حتى سنة 2018، حيث تم تجربته سنة 2019 لمدة 6 أشهر على عدد من التجار (200 – 500 تاجر)، وتم سنة 2007 تعميم بطاقة CIB على كامل التراب الوطني².

ويوضح الجدول الموالي تقدم الجزائر في مجال رقمنة وسائل الدفع:

الجدول: (2-4) نمو عدد بطاقات السحب والدفع بين بنكية 'CIB'

السنوات	2018	2019	2020
عدد البطاقات	569558	610648	720600

Source/ Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monastère. présentation des indicateurs annuels sur l'activité monétique interbancaire document interne. Satim 2020.

لقد تمكنت البطاقة البنكية المشتركة من احتلال مكانة مميزة ضمن وسائل الدفع الحديثة في الجزائر، بحيث شهد عدد البطاقات البنكية نموا متسارعا خلال فترة 3 سنوات، وسجل معدل مرتفع قدره 73,343%، منتقلا بذلك من 569558 بطاقة سنة 2018 إلى 720600 سنة 2020 .

¹ - محمد إبراهيم عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص47.

² - معلومات مستقاة من موقع إلكتروني من شركة اتصالات الجزائر ، على الربط : www.algerie.dz.com

ويؤكد لنا الجدول الموالي أهمية هذه البطاقات من خلال توضيح توزيع البطاقات البنكية بين بطاقات سحب وبطاقات السحب والدفع "CIB" سنة 2020:

الجدول (2-5): توضيح توزيع البطاقات البنكية

بطاقات	بطاقات السحب	بطاقات الدفع العادية	بطاقات الدفع الذهبية	المجموع
عدد البطاقات	39996	474853	54709	139232

Source : société d'automatisation des transations interbancaires de monétique , idem

تنقسم بطاقات الدفع البنكي "CIB" إلى نوعين أساسيين هما: بطاقات عادية وبطاقات ذهبية، وكلاهما يسمحان بخدمتي السحب والدفع، ويسلمهما البنك للزبائن حسب معايير محددة، والفرق الجوهرى بينهما يكمن في كون البطاقات الذهبية تقدم مزايا أخرى وسقف أعلى للدفع والسحب، والملاحظ من الجدول السابق هو الحجم الكبير لهذين النوعين من بطاقات الدفع التي جاءت مؤمنة بشفرة سرية وفق المعايير الدولية، لتحل محل بطاقة السحب النقدية والمخصصة لسحب الأموال فقط، فقد فازت بطاقة "CIB" بنصيب قدره 97,92% من إجمالي البطاقات المصدرة. وتعتبر هذه النسبة ذات أهمية كبيرة نظرا لكون نظام الدفع لا يزال حديثا في الجزائر.

ثالثا: الموزعات الآلية للنقود ونهايات الدفع الإلكتروني

إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصيرفة الإلكترونية هي الموزعات الآلية للنقود "DAB" ونهايات الدفع الإلكتروني "TPE" وإن الموزعات الآلية للنقود هي عبارة عن أجهزة وآلات أوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الإلكترونية، تثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية، أما مسؤولية صيانة هذه الأجهزة وتسييرها فتتكفل به SATIM، وقد قامت البنوك الجزائرية مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب الإلكتروني من خلال نشر الموزعات الآلية للأوراق النقدية في كافة التراب الوطني فقد بلغ عدد الأجهزة المركبة سنة 2019 (حوالي 574 موزعة على 48 ولاية ومن المنتظر أن يتم سنة 2010 تركيب 130 جهاز آخر¹.

أما عن أجهزة الدفع الإلكتروني TPE، فالجدول الموالي يوضح لنا تطور عدد هذه الأجهزة المركبة بين سنتي (2015-2019):

الجدول (2-6) تطور عدد نهايات الدفع الإلكتروني بين 2015 و 2019

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	المجموع
عدد أجهزة الدفع الالكترونية المركبة.	232	176	311	1367	553	2639

Source/ Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique.

¹ - معلومات مستنقاة من موقع إلكتروني من شركة اتصالات الجزائر ، على الرابط : www.algerie.dz.com

إن أهم ما يميز القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة هو عدم توقفه عن التطور وهذا التطور يؤكد من خلال التوسع في شبكة نهائيات الدفع الإلكتروني، بحيث نمت عدد هذه الأجهزة بمعدل % 36,138 خلال مدة 5 سنوات.

رابعاً: البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية الجزائرية

إن إسهام البطاقات الإلكترونية في التجارة الإلكترونية لا جدال فيه، فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الإنترنت هي البطاقة الائتمانية، إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حالياً في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي، لكنّها فاتحة لانطلاق التجارة الإلكترونية في بلادنا، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية، وقامت بإصدار هذه الأخيرة بترخيص من الشبكات العالمية VISA ، Mastercard وإن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الإنترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم، ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي:

القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي، ويعتبر القرض الشعبي الجزائري CPA أول من أصدر بطاقة فيزا في الجزائر، وقام بوضع موزعات آلية للنقود ونهائيات للدفع الإلكتروني في المطارات والفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية ولقد خطت الجزائر أولى خطواتها في مجال تطبيق التجارة الالكترونية، إلا أن ازدهار وتطور هذه التجارة لا بد ان يسانده ويدعمه توفر إطار تشريعي ومؤسسي مناسب.

* و سنحاول من خلال المبحث الموالي التعرف على المحاولات والجهود التي بذلتها الجزائر لتسهيل عملية التحول إلى الاقتصاد الرقمي ومن ضمنه التجارة الالكترونية¹.

وسنحاول من خلال المبحث الموالي التعرف على المحاولات والجهود التي بذلتها الجزائر لتسهيل عملية التحول إلى الاقتصاد الرقمي ومن ضمنه التجارة الالكترونية².

¹ - "Rapport annuel 2017", "Rapport annuel 2018", disponible sur le site www.cpadz.com.

² - "Rapport annuel 2017", "Rapport annuel 2018", disponible sur le site www.cpadz.com.

المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية في الجزائر.

يتوقع من خلال تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية العديد من الآثار والفوائد من تطبيقها عبر شبكة الإنترنت والتي أضحت القوة الدافعة لاقتصاد الوطني سواء كانت علي مستوى قطاع الأعمال أو المستهلكين أو القومي.

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى قطاع الأعمال

أولاً: توسيع نطاق السوق

حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين، وهذا يتيح حتى للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور للأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمنح المستهلك فرصة أكبر للاختيار من بين المنتجات المعروضة، وبعد الدخول الفعال إلى الأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال أحد الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية التي تعتمد على الإنترنت، ولذلك فإنه بإمكان أي فرد أن يصبح تاجراً على الإنترنت بتكاليف منخفضة جدا وعلاوة على إمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية.

ثانياً: تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق

حيث تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع والمشتري الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفير المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجاتها في الأسواق، وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدي في النهاية الأمر على تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية، كما أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية وانخفاض عوائق الدخول في الأسواق من شأنه تقليل بعض الاختلافات في الأسواق التجارية، وتحريك الأنشطة الاقتصادية والوصول إلى أن يكون اقتصادا يعتمد على المنافسة الكاملة.

ثالثاً: انخفاض تكاليف العمليات التجارية

مثل تكاليف الصفقات التجارية المتمثلة في جمع المعلومات والتفاوض وأتعاب السمسرة وعمولات والإجراءات الإدارية وغيرها جزء منها في سعر المنتج، وتلعب التجارة الإلكترونية دوراً بارزاً في تخفيض هذه التكاليف من خلال انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين والبائعين في السوق

كما تمكن التجارة الإلكترونية مؤسسات الأعمال من تنسيق استراتيجيا أو مواردها ومهاراتها بتكوين علاقات طويلة المدى لاسيما تلك المؤسسات أو الشركات التكنولوجية كثيفة المعلومات، وذلك من خلال الشبكات الإلكترونية التي تتيح تقاسم المعلومات كما يعتقد بعض الباحثين أن صور هذه الشبكات التي تنظم التجارة الإلكترونية سوف تسود في المستقبل القريب وتصبح هي الهيكل التنظيمي لكل التعاملات الاجتماعية بين الناس .

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على المستوى المستهلكين

نظرا للنمو الكبير لاستخدام الانترنت والتطور السريع لهذه الأخيرة فإنه يصعب تحديد التأثيرات المتوقعة للتجارة الإلكترونية ويعتبر الدخول اليسير للمنتجين والمستهلكين إلى الأسواق العالمية من الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية، حيث أن كل شخص يمكنه أن يكون تاجرا على الإنترنت علاوة على ذلك فإن أي شخص متصل بالإنترنت بواسطة حاسوب ولديه بطاقة ائتمان يمكنه أن يصبح مستهلكا عالميا كما تساهم التجارة الإلكترونية في العديد من المزايا التي يمكن أن يستفيد منها المستهلكين بشكل كبير منها¹:

أولاً: سهولة وسرعة التسوق

حيث تتيح خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر شبكة الإنترنت على مدار الساعة في أي يوم وفي أي وقت فكل مستهلك إلكتروني ما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح المواقع الإلكترونية المفتوحة عبر الإنترنت كما تساعد التجارة الإلكترونية على فهم احتياجات العملاء وبالتالي يمكنهم من التسوق بشكل واسع وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتوجه التجارة التقليدية.

ثانياً: تعدد الخيارات

توفر التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات للمستهلك للوصول إلى المنتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك فمع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فإن الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة أو التي يبحث عنها عبر المواقع التجارية في الإنترنت، بينما في حالة التسوق التقليدي فإن المستهلك ليس أمامه إلا المنتجات المعروضة في الأسواق التقليدية ويتعذر عليه البحث في الأسواق أخرى لعدم توفر المعلومات لديه عن الأسواق الأخرى وكذلك لارتفاع تكاليف البحث والحصول على المنتج.

¹ - خثري محمد، أنساعد رضوان، الأعمال الإلكترونية في الدول العربية واقع وافاق، الملتقى العلمي الوطني حول الاقتصاد الرقمي، جامعة حسبية بن بوعلي بالشف، ص 9-10، سنة 2017.

ثالثا: انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج

في ظل تعدد المنتجات في المواقع التجارية الإلكترونية فإن المستهلك سوف يبحث عن المنتج الأقل سعر والأفضل جودة، وذلك من خلال مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة مما يمكن المستهلك اختيار أفضل العروض، في حين أن الأمر أصعب في حالة التجارة التقليدية لأنه يتطلب زيارة ك موقع جغرافي من أجل مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات إضافة إلى ذلك فإن أسعار المنتجات في التجارة الإلكترونية تكون مختلفة عن مثيلتها في التجارة التقليدية نتيجة لانخفاض التكاليف الإدارية التي يتحملها المنتجون وهذا من شأنه خفض أسعار المنتجات المعروضة في المواقع التجارية في الإنترنت، ومن ناحية أخرى يتميز المستهلك الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت بسرعة حصوله على المنتج الذي قام بطلبه وشراؤه إلكترونيا،

المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على المستوى القومي

أولا: دعم التجارة الإلكترونية للتجارة والتوظيف

وذلك بزيادة فرص معدلات الصادرات مما يؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي بزيادة الخدمات بين الدول حيث يمثل هذا الأخير حوالي 60% من إجمالي الإنتاج العالمي، وقد أثبتت بعض الدراسات القياسية أن الزيادة في استخدام الإنترنت بمقدار 10% في الدول الأجنبية يؤدي إلى نمو صادرات وواردات الولايات المتحدة الأمريكية بمقدار 7.1 و 1.1 على التوالي.

ثانيا: دعم التنمية الاقتصادية

تعتبر التجارة الإلكترونية من الأدوات التي تفتح الأبواب أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دخول التجارة الدولية بفعالية وكفاءة، لما تقدمه من تخفيض التكاليف، توفير الوقت، اختصار المسافات لتفعيل العمليات التجارية مما ينعكس إيجابا على دفع عجلة التنمية الاقتصادية.

ثالثا: دعم القطاعات التكنولوجية

إن انتشار التجارة الإلكترونية يوفر البيئة المناسبة لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات عن طريق توفير رؤوس الأموال والاستثمارات اللازمة للنهوض بالبنية التحتية للتجارة الإلكترونية . إضافة إلى دعم التوظيف حيث تمكن التجارة الإلكترونية من إقامة مشاريع تجارية صغيرة متوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف استثمارية وبالتالي خلق فرص جديدة للتوظيف، خاصة إذا كان الأفراد مختص في تقديم خدمات على المستوى المحلي والعالمي دون الحاجة للانتقال مما يفتح لهم مجال للانطلاق في الأعمال الحرة علاوة على ذلك الوظائف التي تقدمها التجارة الإلكترونية، كالمختصين في إنشاء المواقع الإلكترونية،

العاملين الإداريين الفنيين في المتاجر الالكترونية مما يساهم في حل مشكلة البطالة في المجتمع ، وزيادة رفاهية الأفراد في المجتمع من خلال زيادة كمية السلع والخدمات التي يحصلون عليها كنتيجة لانخفاض الأسعار¹.

¹ - مسعود جماني، أثر التجارة الالكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير في إدارة أعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2008 ، ص 66.

خلاصة الفصل:

أن الجزائر كغيرها من البلدان العربية مدركة تماما لأهمية التجارة الإلكترونية وضرورة اللحاق بالركب الاقتصادي الذي يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزرع نواة هذه التجارة لقد بدلت الجزائر جهود معتبرة في هذا المجال وإن كانت متأخرة، ورغم هذه الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الإلكترونية، إلا أنه حسب تحليلنا للإحصائيات المتوفرة لاحظنا أن هناك تأخر كبيرا في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الإنترنت، مما حال دون توسع التجارة الإلكترونية الجزائرية، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة حيث منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي واجتماعي ولكي تدرك الجزائر مسار التجارة الإلكترونية يتطلب جملة من التغيرات وإعادة الترتيبات والتخطيط والتفكير الدقيق والتركيز على العوامل الإيجابية واستخدامها بشكل سليم للانطلاق الفعلي في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال انتهاج سياسة التثقيف الإلكتروني، و تحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط و تحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلاؤما مع التجارة الالكترونية.

الفصل الثالث: أثر جائحة

كورونا على التجارة

الإلكترونية في الجزائر

تمهيد:

لقد أعلن عن انتشار مرض كوفيد (19) على أنه طائفة صحية عمومية تسبب قلقا دوليا فذلك في شهر مارس (2020) من طرف المنظمة العالمية للصحة وقد انتشر مرض كوفيد (19) حاليا إلى بلدان ومناطق عديدة، لذا سنحاول في دراستنا هذه إعطاء لمحة نظرية عن هذا المرض وذلك في التطرق إلى التعريف المرض كوفيد (19)، أعراضه، والآثار الناتجة عنه وكذا اثره على الاقتصاد والتجارة الالكترونية بالعالم والجزائر.

لقد اثرت الجائحة على مستوى التجارة العالمية فحسب الدراسات فان 52 بالمئة من الافراد يتجنبون التسوق المباشر خوفا من الازدحام والاحتكاك المباشر مع افراد خاصة في الاماكن المغلقة، وقد اثرت ايضا على مختلف المنتجات وبدرجات متفاوتة حسب طبيعة المنتج ودرجة اهميته بالنسبة للمستهلك، هذا ما جعل المستهلك يتجه للحصول على حاجياته بالاعتماد على تطبيقات التجارة الالكترونية المختلفة (2020) (other & Annam) وما ساهم في نمو التجارة الإلكترونية وزيادة الطلب عبر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات هو توجه المستهلكين والشركات الى تخزين الامدادات الطبية (المعقمات واقنعة الوجه) ولضروريات المنزلية (ورق الحمامات والمواد الغذائية الغري قابلة للتلف ، (وبالتزامن مع اجراءات العزل المنزلي المنتهجة من طرف السلطات الجزائرية و تعليق اغلب الأنشطة التجارية التقليدية، فقد اضطر الكل لتلبية طلباتهم بالاعتماد على التجارة الالكترونية خاصة بالمدن الكبرى مثل بليدة، عاصمة، سطيف، جيجل، وهران، التي تعد بؤرة للفيروس، ونظرا لتشابك الأنشطة التجارية وتعقد سلاسل التوريد فان التحول الى عمليات البيع عبر الأنترنت يعتمد على نشاط التوزيع وتوافر الخدمات ولكن مع تعطيل المؤسسات المنتجة من طرف الحكومات فقد تأثر حجم التجارة الكترونية بشكل ملحوظ في بداية الجائحة، كذلك توقف مختلف وسائل النقل البرية والبحرية والجوية.

المبحث الأول: أثر جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي والتجارة الالكترونية العالمية:

تواصلت جائحة كوفيد-19 إلحاق خسائر فادحة ومتزايدة في الأرواح في مختلف بلدان العالم، وحتى يتسنى حماية الأرواح وإتاحة الفرصة لنظم الرعاية الصحية لكي تواكبا الازمة، كان من الضروري اللجوء إلى عمليات العزل والحظر العام والإغلاق واسع النطاق تحت شعار "إلزام بيتك" لإبطاء انتشارا لفيروس، وبالتالي تتمخض الأزمة الصحية عن انعكاسات حادة على النشاط الاقتصادي، و نتيجة لهذه الجائحة من المتوقع أن يشهد الاقتصاد العالمي انكماشاً حاداً بواقع -3% في عام 2020، صندوق النقد الدولي، 2020 فإجراءات وتدابير الاحتواء واسعة النطاق والتي تم تطبيقها في معظم دول العالم بالتزامن، جعلت عجلة النمو تكاد تتوقف.

المطلب الأول: ماهية جائحة كورونا:

لا تزال الكثير من الأسئلة حول فيروس كورونا بينها تلك المرتبطة بتاريخ ظهوره، وتطرح في هذا السياق العديد من الفرضيات علماً أن عدة أطراف في العالم تتهم الصين، التي أعلنت ظهور الفيروس نهاية ديسمبر/ كانون الأول، بأنها أخفت الحقيقة أو جزءاً من هذه الحقيقة، ولم تبلغ العالم بخطورة الوباء في الوقت المناسب حتى تتخذ بقية الدول احتياطاتها اللازمة.¹

أولاً: تاريخ تطور فيروس كورونا

لقد بدأ تسارع التطورات المرتبطة بالفيروس خلال النصف الثاني، ففي 20 يناير/ كانون الثاني أعلن الرئيس الصيني شي جين بينغ أن فيروس كورونا مرض معد ينتقل بين البشر، وفي 21 من نفس الشهر بلغ عدد الوفيات في الصين 6، وقال المتحدث باسم وزارة الخارجية الصينية، قنغ شوانغ إن بلاده أطلعت منظمة الصحة العالمية والدول المعنية حول الوباء منذ ظهوره لأول مرة.

وفي 23 من يناير/ كانون الثاني، تحدثت بكين عن إصابة 614 شخصاً بالوباء، توفي إثرها 17 شخصاً، وفرضت الصين الحجر الصحي في ووهان، ومع ارتفاع عدد الضحايا، بدأت تتضح خطورة المرض، وانتاب العالم القلق والخوف من توسع انتشار الوباء، ثم الشك في المعلومات الصينية بخصوصه بينها تاريخ ظهوره.

صحيفة "ساتراي تلغراف" الأسترالية نشرت ملفاً، قالت فيه إن الصين كذبت على العالم بشأن تفشي فيروس كورونا، وقامت "بإسكات الأطباء الذين حاولوا التحدث عن الفيروس في وقت مبكر، وتدمير الأدلة في المختبرات،

¹-<http://www.france24.com,public:07/05/202017:9>.

ورفض تقديم عينات للعلماء الذين كانوا يسعون لإيجاد لقاح"، وهذا ما يحيل أيضا إلى تحميل الرئيس الأمريكي دونالد ترامب بكين مسؤولية انتشار الجائحة.

يزيد من تعزيز فرضية أن الفيروس قد يكون ظهر في الصين قبل الإعلان عنه رسميا من قبل بكين في 20 ديسمبر/كانون الأول، تصريح البطلة الفرنسية إيلودي كلوفيل المتخصصة في المسابقات الخماسية العسكرية، والتي أعلنت في مقابلة مع قناة محلية فرنسية في مارس/آذار الأخير أن الكثير من الرياضيين الذين شاركوا في الألعاب العسكرية العالمية بوهان في أكتوبر/تشرين الأول 2019، قد تعرضوا لوعكة صحية صعبة جدا. وقالت البطلة إنها "ربما أصيبت بكوفيد-19- مثل العديد من أعضاء الوفد الفرنسي"، معتمدة في تصريحاتها على فحوصات أجراها أحد الأطباء الفرنسيين العسكريين، وكانت كلوفيل من البطلات الرياضيات الأوائل اللواتي تحدثن عن فرضية إصابتهن بفيروس كورونا أثناء مشاركتهن في الألعاب العسكرية 2019 في الصين، تصريحاتها لم تول لها أهمية كبيرة في البداية، لكن تصريحات مشابهة ستأتي في وقت لاحق من زملائها، فتحت نقاشا حول مصدر الفيروس، ومن ضمن هذه التصريحات جاء واحد منها على لسان سباح من لوكسمبورغ، وهو جوليان هينكس، الذي أعلن أن إثنين من زملائه مرض خلال المسابقة.

وكشف الطبيب الفرنسي إيف كوهين، وهو رئيس طب الطوارئ في مستشفى "أفيسين" و"جان-فرديه" بالقرب من باريس، أن مريضا بالغا من العمر 43 عاما، شخصت حالته على أنها التهاب رئوي في بادئ الأمر في 27 ديسمبر كانون الأول، تبين فيما بعد أنه كان مصابا بفيروس كورونا، وقال الشخص الذي كان مصابا إنه لا يعرف سبب إصابته بالفيروس، لكونه لم يسافر وأضاف طبيبه أن اثنين من أطفال المريض أصيبا بالفيروس، فيما لم تظهر أي أعراض على زوجته مشيرا إلى أنها تعمل في متجر "سوبر ماركت" يقع على مقربة من مطار "شارل ديغول" ربما تواصلت مع أشخاص كانوا قد وصلوا لتوهم من الصين، ما قد يكون موجودا هذا البلد الآسيوي قبل التاريخ المعلن عنه، كما تفيد هذه الحالة أن الفيروس ربما يكون قد وصل قبل 24 يناير/كانون الثاني، وهو التاريخ الذي أعلن فيه تسجيل ثلاث إصابات مؤكدة، لدى زوجين صينيين ثلاثينيين ينحدران من مدينة ووهان، بؤرة الوباء الأولى في العالم، وأحد سكان منطقة بوردو بجنوب غرب فرنسا عاد من رحلة الصين.¹

¹ -<http://www.france24.com,public:07/05/2020>.

ثانيا: تعريف كوفيد (19)

إن كوفيد (19) هو مرض تسبب فيه سلالة جديدة من الفيروسات التاجية (كورونا) والاسم الانجليزي للمرض مشتق كالتالي:

• Co هما أول حرفين من كلمة كورونا CORONA

• VI هما أول حرفين من كلمة VIRUS

• D هو أول حرف من كلمة مرض DISEASE

وأطلق على هذا المرض سابقا اسم Novel 2019 Corona Virus أو 2019-n COV ، فهو فيروسا جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي تسبب بمرض متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد Syndrome respiratoire aigu sévère (SARS) وبعض أنواع الزكام العادي. (منظمة اليونيسف، 2020).

صرحت اللجنة الدولية لتصنيف الفيروسات international committe on (ICTV) taxonomy of virus. إن اسم الفيروس الجديد سيكون فيروس كورونا 2 (متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد (sars cov 2)، وقد تم اختيار هذا الاسم لأن الفيروس مرتبط جينيا بالفيروس التاجي المسؤول عن ظهور سارس في عام 2020.¹

بينما منظمة الصحة العالمية OMS صرحت في 11 فيفري 2020 ان الاسم الجديد للمرض سيكون كوفيد 19 (COVID 19) وفقا للإرشادات الموضوعة مسبقا مع المنظمة العالمية لصحة الحيوان (OIE) ومنظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (FAO) (المنظمة العلمية للصحة، 2020).

ثالثا: أعراضها جائحة كورونا

تتمثل الأعراض الأكثر شيوعا لمرض كوفيد -19- في:

الحمى، الإرهاق، السعال الجاف وتشمل الأعراض الأخرى أقل شيوعا ولكن قد يصاب بها بعض المرضى: الآلام والأوجاع، احتقان الأنف والصداع، ألم الحلق، الاسهال، فقدان حاسة الذوق أو الشم، ظهور طفح جلدي أو تغير لون أصابع اليدين، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي ويصاب بعض الناس بالعدوى دون

¹ روس هاريس واخرونه ، مواجهة فيروس كورونا كيف تستجيب بفعالية في هذه اللحظات العصيبة امام ازمة فيروس كورونا المستجد، مجلة صوت لبنان، لبنان، 2020.

أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جدا، وتعاني معظم الناس نحو 80 بالمائة من المرض دون حاجة إلى علاج خاص ولكن تشتد الأعراض لدى شخص واحد تقريبا من كل 5 أشخاص مصابين بمرض كوفيد-19، فيعاني من صعوبة في التنفس وتزداد مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين المسنين بمشاكل صحية أخرى مثل: ارتفاع ضغط الدم أو أعراض القلب أو الرئة أو السكري أو السرطان. (المنظمة العالمية، 2020).¹

رابعا: أسباب إنتشار جائحة كورونا

نظرا لسيرورة الأبحاث في ما يخص مرض كوفيد-19 ونقص المعلومات حول ميكانيزمات هذا المرض سنلخص أسباب انتشار العدوى:

يمكن أن يلتقط الأشخاص العدوى كوفيد-19 من أشخاص آخرون مصابين بالفيروس، وينتشر المرض بشكل أساسي من شخص إلى شخص عن طريق القطرات الصغيرة التي يفرزها الشخص المصاب بكوفيد-19 من أنفه أو فمه عندما يعطس أو يسعل أو يتكلم، فهي لا تنتقل إلى مكان بعيد وإنما تسقط سريعا على الأرض، ويمكن أن يلتقط الأشخاص مرض كوفيد-19 إذا تنفسوا هذه القطرات من شخص مصاب بعدوى الفيروس، لذلك من المهم الحفاظ على مسافة متر على الأقل من الآخرين، فقد تلتصق هذه القطرات على الأشياء والأسطح المحيطة بالشخص مثل: الطاولات ومقابض الأبواب في فترة معينة حيث أن فيروس كورونا المستجد لا يعيش فوق الأسطح الغير حيوية لمدة طويلة ويبقى لفترات متفاوتة حسب السطح الذي يلمسه، ويمكن حينها أن يصاب الناس بالعدوى عند ملامستهم للأسطح أو الأشياء ثم لمسهم أعينهم أو أنفهم أو فمهم. (مركز مكافحة العدوى والتحكم بالأعراض، 2020).²

المطلب الثاني: أثر جائحة كورونا (كوفيد 19) على الاقتصاد العالمي:

وفقا لتقديرات صندوق النقد الدولي والمنتدى الاقتصادي العالمي، فإنه في الظروف العادية يتحمل الاقتصاد العالمي تكلفة سنوية تتراوح بين 500 و570 مليار دولار بسبب الأوبئة، وهو ما يمثل نحو 0.7 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ويعادل التكلفة التي يتحملها العالم بسبب أزمة التغير المناخي كل عام. ومن ثم فإن

¹ - منظمة اليونسف، رسائل وانشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد19 والسيطرة عليه في المدارس، سنة 2020.

<https://www.un.org>

تاريخ الاطلاع: 2021/06/21.

² - راوية بن يحيى، سماح قربي، مستوى الاحتراق النفسي لدى اطباء الاستعجالات في ظل كوفيد19، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الانسانية ، جامعة قلمة، الجزائر، سنة 2020/2019، ص 50.

(كوفيد) 19 ما هو إلا وباء جديد أضيف إلى سجل الأوبئة العالمية لدى منظمة الصحة العالمية والأبحاث، وبالنظر إلى المخاطر الصحية وعدد المرضى والوفيات التي خلفها على المستوى العالمي واتساع أقاليم تفشيه، صنفته منظمة الصحة العالمية جائحة، وقد كان لهذه الجائحة تداعيات اقتصادية كبيرة، دفعت الملاحظين إلى الاعتقاد بأن نسبة وفيات المؤسسات الاقتصادية ستكون أهم وأكبر من نسب وفيات الأشخاص. وقد بدأت الانعكاسات الاقتصادية تبرز بوضوح أمام عجز المؤسسات الصحية العالمية والوطنية عن السيطرة على الفيروس وإيقاف تطوره، وتشير كل الأرقام والمؤشرات إلى أن تحول الجائحة من أزمة صحية إلى أزمة اقتصادية عالمية شاملة ستكون له تداعيات كبيرة على الاقتصاد العالمي.

أولاً: تداعيات جائحة (كوفيد) 19 على نمو الاقتصاد العالمي

بعد تراجع في معدل النمو العالمي سنة 2019 بسبب تباطؤ النشاط الاقتصادي في عدد من الدول، تحت تأثير التوترات التجارية بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين، حيث انخفض معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي إلى 2.9% مقابل 3.3% في سنة 2018، هاهو الاقتصاد العالمي يواجه ظروف الاستثنائية أخرى سنة 2020 في ظل التداعيات المرتبطة بظهور الجائحة (كوفيد) 19، والتي يتوقع أن تدخل الاقتصاد العالمي والتجارة الدولية خلال هذه السنة في ركود، قد يكون أسوأ من مثيله المسجل خلال الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 وفيما يلي عرض لتقديرات وتوقعات خبراء العديد من الهيئات والمنظمات الدولية حول تداعيات هذه الجائحة على نمو الاقتصاد العالمي:

1- التقديرات الأولية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية :

لخص تقرير لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية صدر في مارس 2020 حول تأثير الجائحة (كوفيد) 19 - على توقعات آفاق النمو الاقتصادي إلى ما يلي:

-على افتراض وصول الوباء إلى ذروته في الصين في الربع الأول من عام 2020 ومحدود، وأنه سيكون أكثر اعتدالا في البلدان الأخرى، فإنه من الممكن أن ينخفض النمو العالمي بنحو نقطة مئوية هذا العام مقارنة بتوقعات شهر نوفمبر 2019.

-من المتوقع أن ينخفض نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي السنوي إلى 2.4% سنة 2020، مقارنة بالمعدل المسجل في 2019 والمقدر بـ 2.9%، والذي انخفض هو الآخر مقارنة بسنة 2018 التي شهدت تسجيل معدل نمو بنسبة 3.3% وقد يكون معدل النمو سلبيا في الربع الأول من سنة 2020.

-تمت مراجعة آفاق التوقعات بالنسبة للصين بشكل ملحوظ، حيث سينخفض النمو إلى ما دون 5٪ سنة 2020، قبل أن يتعافى ليتجاوز 6٪ في عام 2021، في حالة عودة الإنتاج تدريجياً إلى المستويات المتوقعة قبل حدوث الجائحة.

- يؤدي التأثير السلبي على الثقة والأسواق المالية وقطاع السفر وتعطل سلاسل التوريد إلى تراجع التوقعات لعام 2020 لجميع اقتصاديات الدول الأعضاء في مجموعة العشرين، ولا سيما تلك المرتبطة بشدة مع الصين، مثل اليابان وكوريا وأستراليا.

-في حالة تلاي آثار تف ي الجائحة مثل ما هو مفترض، فإن اتخاذ تدابير جيدة التوجيه في الاقتصاديات الأكثر تعرضاً للوباء، يمكن أن يدعم انتعاش نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ليصل إلى 3 في سنة 2021 ¼ -أما في حالة انتشار الوباء لفترة أطول وبكثافة أكثر، وعلى نطاق واسع في جميع أنحاء منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأوروبا وأمريكا الشمالية، فإن من شأن ذلك أن يضعف التوقعات إلى حد كبير.¹ إذ يمكن أن ينخفض النمو العالمي في هذه الحالة إلى 1 في ½ سنة 2020، وهو نصف المعدل المتوقع قبل حدوث الوباء، ويمكن ايجاز توقعات المنظمة في الجدول التالي:

الجدول (3-1): التوقعات الاقتصادية لمنظمة التعاون الاقتصادي بشأن تأثير (كوفيد19) على نمو الناتج المحلي الإجمالي:

Perspectives économiques de l'OCDE, Rapport intermédiaire, Coronavirus: l'économie mondiale menacée, 2 Marc 2020 4p. المصدر.

2021		2020		2019	البلدان
الفرق عن توقعات نوفمبر	التوقعات	الفرق عن توقعات نوفمبر	التوقعات		
0.3	3.3	0.5-	2.4	2.9	العالم
0.2	3.5	0.5-	2.7	3.1	مجموعة 20
0.3	2.6	0.5-	1.8	1.7	أستراليا
0.2	1.9	0.3-	1.3	1.6	كندا
0.0	1.2	0.3-	0.8	1.2	منطقة أوروبا
0.0	0.9	0.1-	0.3	0.6	ألمانيا
0.2	1.4	0.3-	0.9	1.3	فرنسا
0.0	0.5	0.4-	0.0	0.2	إيطاليا
0.0	0.7	0.4-	0.2	0.7	اليابان

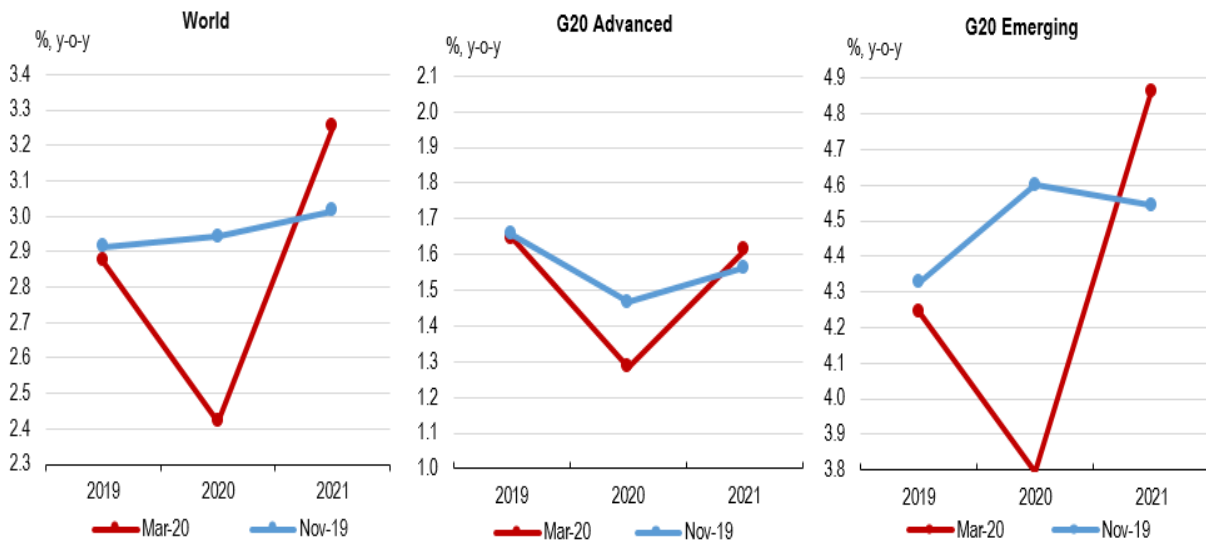
¹ - توبياس أدريان، في 2020/03/16 الإستقرار النقدي والمالي أثناء تفشي فيروس كورونا، الصندوق النقد الدولي.

0.0	2.3	0.3-	2.0	2.0	كوريا
0.2-	1.4	0.5-	0.7	0.1-	المكسيك
0.1	3.3	0.3-	2.7	0.9	تركيا
0.4-	0.8	0.2-	0.8	1.4	المملكة المتحدة
0.1	2.1	0.1-	1.9	2.3	الولايات المتحدة
0.0	0.7	0.3-	2.0-	2.7-	الأرجنتين
0.0	1.8	0.0	1.7	1.1	البرازيل
0.9	6.4	0.8-	4.9	6.1	الصين
0.8-	5.6	1.1-	5.1	4.9	الهند
0.0	5.1	0.2-	4.8	5.0	أندونيسيا
0.1-	1.3	0.4-	1.2	1.0	روسيا
0.5	1.9	0.0	1.4	0.0	العربية السعودية
0.3-	1.0	0.6-	0.6	0.3	جنوب افريقيا

- OECD Interim Economic Assessment, Coronavirus: The world economy at risk, 2 March 2020, p 2

وبالنظر إلى هذه التوقعات، تبدو الآفاق الاقتصادية العالمية ضعيفة وغير مؤكدة للغاية، كما يبرزه الشكل الموالي:

الشكل رقم (3-1): توقعات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لآفاق نمو الناتج المحلي الاجمالي تحت تأثير - كوفيد 19-



المصدر OECD Interim Economic Assessment, Coronavirus: The world economy at risk, 2 March 2020

2020

1-2- التقديرات الاولية لصندوق النقد الدولي :

خفض صندوق النقد الدولي توقعاته بشأن معدل نمو الاقتصاد العالمي في تقرير آفاق الاقتصاد العالمي الصادر شهر يناير الماضي إلى 3.3 % في 2020 ، ونحو 3.4 % في 2021 مقارنة بنحو 2.9 % في 2019 . وهو ما يمثل تخفيضا في التوقعات الواردة في تقرير آفاق الاقتصاد العالمي الصادر في شهر أكتوبر 2019 بنسبة 0.1 نقطة مئوية لعام 2020 ، و 0.2 نقطة مئوية لعام 2021 يعكس هذا التراجع في التوقعات في الأساس تعرض النشاط الاقتصادي العالمي لمفاجآت سلبية في عدد من اقتصاديات الأسواق الصاعدة، ومن أبرزها الهند. لكن مع ظهور الجائحة عرفت هذه التوقعات، التطورات التالية:

- رجع صندوق النقد الدولي في شهر فبراير 2020 أن يؤدي انتشار الفيروس إلى خفض توقعات النمو الاقتصادي العالمي بنحو 0.1 نقطة مئوية مقارنة بتوقعات النمو الصادرة في شهر يناير 2020 ، علاوة على انخفاض معدل نمو الاقتصاد الصيني بنحو 0.4 نقطة مئوية ليسجل 5.6 % سنة 2020 ، وذلك بافتراض نجاح دول العالم في تبني السياسات الكفيلة بالاحتواء السريع للفيروس، واقتصر تأثيره على الربع الأول من العام . وتوقع الصندوق في حالة امتداد أجل انتشار الفيروس واتسع نطاقه الجغرافي أن يكون الأثر على النمو الاقتصادي أكبر من ذلك. - أشار الصندوق في شهر مارس من عام 2020 إلى توقع دخول الاقتصاد العالمي هذا العام في ركود عالمي، يماثل إن لم يكن يفوق ذلك المسجل خلال الأزمة المالية العالمية في عام 2008 موضحا أنه كلما أمكن احتواء الفيروس بشكل أسرع، كان التعافي أسرع وأقوى في عام 2021 و أوضح الصندوق أن الاقتصاديات المتقدمة بشكل عام في وضع أفضل للاستجابة للأزمة، مقارنة بالعديد من الأسواق الناشئة والبلدان منخفضة الدخل التي تواجه تحديات كبيرة والتي تأثرت بشكل كبير بالتقلبات في رؤوس الأموال الناتجة عن المستجندات المرتبطة بالفيروس، حيث شهدت الأسواق الناشئة خروج استثمارات بقيمة 83 مليار دولار أمريكي منذ بداية الأزمة، وهو أكبر تدفق لرأس المال تم تسجيله على الإطلاق.

ثانيا: تداعيات الجائحة (كوفيد) 19 على أداء أسواق المال العالمية

لقد انعكست حالة القلق على أداء أسواق المال العالمية، فتكبد البعض منها خسائر كبيرة، عندما تراجعت إلى مستويات هي الأدنى منذ شهور، ومما حدث:

- تراجع مؤشرات الأسهم الأمريكية بشكل حاد، لتخسر أكثر من 2% في جلسة 27 يناير 2020 وحدها، وتراجعت مؤشرات الأسهم الأوروبية بنسبة 1.5 % في المتوسط في نفس اليوم . وفي آسيا سجل مؤشر نيكاي الياباني أكبر خسارة يومية في خمسة أشهر، منخفضا بأكثر من 2%.

-عرفت الأسواق المالية يوم الخميس 12 مارس 2020 تراجعاً قياسياً جعل الكثيرين يعتبرونه خميساً اسوداً كما كان الشأن في أكبر الأزمات الاقتصادية العالمية لسنة 1929 أو سنة 2008 فقد عرفت السوق المالية في باريس تراجعاً كبيراً حيث انخفض مؤشر CAC40 بـ 12.28%، وهو أكبر مؤشر تراجع منذ انبعاث هذه السوق. وامتد انهيار البورصة إلى أهم الأسواق الأوروبية كبورصة لندن بتراجع قدره 9.81%، وبورصة فرانكفورت في ألمانيا بتراجع قدره 12.24% لتعرف السوق المالية لميلانو تراجعاً قياسياً وصل إلى حدود 16.92% نتيجة حدة الأزمة التي تعيشها إيطاليا.

ثالثاً: تداعيات الجائحة (كوفيد) 19 على أسواق النفط

لم تكن أسواق النفط بمنأى عن تأثيرات الجائحة، التي تسببت في عد المستهلك الأكبر للطاقة في العالم، وانعكس ذلك في تراجع أسعار خام برنت تراجع الطلب على النفط، ولا سيما في الصين، إلى أقل من 60 دولاراً للبرميل لأول مرة منذ أكتوبر 2019، كما سجلت أسعار الخام الأمريكي مستويات هي الأدنى منذ أكتوبر أيضاً. للإشارة فإن التوقعات في أسواق النفط وقبل الانتشار الواسع لفيروس كورونا كانت تشير إلى انخفاض أقل للأسعار العالمية للنفط خلال عامي 2020 و 2021، قبل مراجعة هذه التوقعات مع تفشي الجائحة (كوفيد) 19 - كما سنبرزه فيما يلي:

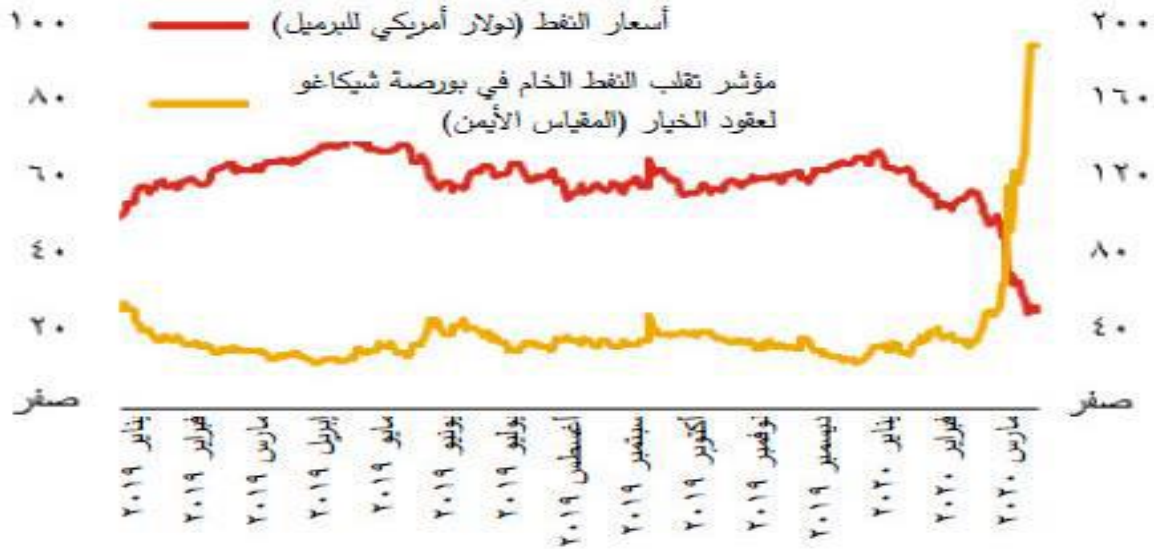
-توقع بنك باركليز تراجع أسعار النفط بواقع دولارين للبرميل خلال عام 2020، بسبب الأثر الاقتصادي المحتمل لتفشي الجائحة (كوفيد) 19 -، ورجح البنك تراجع متوسط سعر خام برنت إلى 62 دولاراً للبرميل، وانخفاض متوسط سعر الخام الأمريكي إلى 57 دولاراً للبرميل.

-توقع صندوق النقد الدولي تراجعاً في الأسعار العالمية للنفط بنسبة 4.3% و 4.7% خلال عامي 2020 و 2021 على التوالي لتصل إلى 58.03 و 55.31 دولاراً للبرميل خلال تلك الفترة.

-بينما توقع البنك الدولي في البداية تراجعاً أقل لمستويات الأسعار العالمية للنفط خلال عامي 2020 و 2021 لتستقر عند مستوى 59 دولاراً للبرميل قبل أن يراجع توقعاته بسبب الجهود الرامية إلى الحد من تفشي الجائحة والتي قيدت معظم أنشطة السفر، حيث رجح أن يؤدي ذلك إلى هبوط الطلب على النفط على نحو لم يسبق له مثيل بمقدار 9.3 ملايين برميل يومياً سنة 2020 عن مستواه في 2019 الذي بلغ 100 مليون برميل يومياً، متوقعاً بذلك أن تبلغ أسعار النفط في المتوسط 35 دولاراً للبرميل في عام 2020، وهو تعديل حاد بالخفض عن التنبؤات في أكتوبر 2019، وتراجع نسبته 43% عن المتوسط في 2019 الذي بلغ 61 دولاراً للبرميل. وقد تراجعت أسعار النفط منذ يناير 2020، ووصلت إلى مستوى تاريخي في أبريل 2020، وجرى تداول بعض

الخامات القياسية عند مستويات سلبية. و يعزى هذا التراجع إلى هبوط حاد للطلب، والذي فاقت منه درجة عدم اليقين التي تحيط بمستويات الإنتاج لدى كبار منتجي النفط.¹

الشكل رقم (3-2): تراجع أسعار النفط تحت تأثير جائحة (كوفيد) 19 - للفترة، يناير - 2019 مارس. 2020



المصدر: إعداد الشكل اعتمادا على مؤسسة Bloomberg Finance LP نقلا عن: جهاد أزعور، جائحة كوفيد 19 - في منطقة الشرق الأوسط وآسيا الوسطى صدمة مزدوجة تواجه المنطقة، صندوق النقد الدولي، 24 / 03 / 2020 .

رابعا: تداعيات الجائحة (كوفيد) 19 على التجارة الدولية

سيكون هناك تأثير كبير لانتشار فيروس كورونا على التجارة الدولية خلال عام 2020 سواء فيما يتعلق بالتبادلات التجارية السلعية أو الخدمية، فنتيجة تعطيل وإرباك سلاسل الإمداد العالمية في العديد من البلدان، ي توقع تراجع مستويات التجارة الدولية السلعية والخدمية خلال عام 2020 ، وتعافيهما العام الموالي بافتراض انحسار انتشار الجائحة في عام 2020 وقد أحدثت الجائحة زلزالا في سوق السلع الأولية على وجه الخصوص:

- أثرت الجائحة على الطلب والمعروض من السلع الأولية: إذ كانت لها تداعيات مباشرة جراء الإغلاق وتعطل سلاسل التوريد، وتدابير غير مباشرة ناجمة عن توقف النمو الاقتصادي، وكانت الآثار والتدابير بالغة الشدة، لاسيما على السلع الأولية المتصلة بقطاع النقل.

- هوت أسعار النفط بشدة، ومن المتوقع أن يتراجع الطلب بمقدار لم يسبقه مثيل في عام 2020

¹- Angelos Delivorias and Nicole Scholz, (February 2020), Economic impact of epidemics and pandemics European Parliamentary Research Service, PE 646.

- من المحتمل أن تؤدي الجائحة إلى تغييرات دائمة في الطلب والمعرض من السلع الأولية، ولاسيما لسلاسل التوريد التي تنقل تلك السلع من المنتجين إلى المستهلكين في أنحاء العالم.
- أضر توقف الأنشطة الاقتصادية بالسلع الأولية الصناعية مثل النحاس والزنك، ومن المتوقع بوجه عام أن تتراجع أسعار المعادن هذا العام. وسيؤثر تراجع وتيرة النمو الاقتصادي في الصين التي تستأثر بنصف الطلب العالمي على المعادن على أسعار المعادن الصناعية، ومن ناحية أخرى، ارتفعت أسعار الذهب، مع بحث المشتريين عن الأمان في خضم اضطرابات الأسواق المالية.
- مع أن معظم أسواق السلع الغذائية تشهد وفرة في إمدادات المعرض، لكن المخاوف بشأن الأمن الغذائي تزايدت، إذ أعلنت بلدانا فرض قيود على التجارة تضمنت حظر تصدير سلع معينة وانخرطت في ممارسات الشراء المفرط وبالمثل، قد يتأثر إنتاج السلع الزراعية، لا سيما في الموسم القادم من جراء تعطل حركة التبادل التجاري وتوزيع المستلزمات مثل الأسمدة والمبيدات والأيدي العاملة تعطيل سلاسل التوريد بالفعل وقد أثر على صادرات المنتجات سريعة التلف. وقد حذا البنك الدولي حذو المنظمات الأخرى بالدعوة إلى العمل الجماعي للحفاظ على استمرار تدفق تجارة المواد الغذائية بين البلدان.
- قد تؤدي تأثيرات الجائحة (كوفيد) 19 على أسواق السلع الأولية إلى تغييرات أطول أمدا. ومن المحتمل ارتفاع تكاليف النقل بسبب المتطلبات الإضافية لعبور الحدود. وستؤثر زيادة تكاليف التجارة على وجه الخصوص على الزراعة والسلع الغذائية والمنسوجات. ومن المحتمل أن تؤثر قرارات تخزين سلع معينة على تدفق التجارة، وقد يكون لها تأثير على الأسعار العالمية.
- ستكون اقتصاديات الأسواق الصاعدة والبلدان النامية التي تعتمد على السلع الأولية من أشد البلدان عرضة للآثار الاقتصادية للجائحة. فعلاوة على الخسائر الصحية والبشرية التي قد تتعرض لها هذه البلدان، فإن آثار الركود الاقتصادي العالمي، وتراجع الطلب على الصادرات، وتعطل سلاسل التوريد ستضر كلها باقتصاديات هذه البلدان. الجدول التالي يلخص توقعات صندوق النقد الدولي بشأن نمو حجم التجارة العالمية تحت تأثير جائحة (كوفيد) 19:¹

¹ - ILO, (7 April 2020), Monitor 2nd edition: COVID-19 and the world of work, Updated estimates and analysis.

الجدول رقم: (3-2) : توقع الصندوق النقد الدولي حول نمو حجم التجارة العالمية تحت تأثير كوفيد 19 التغير (%)

الاختلاف عن توقعات أكتوبر 2019 من تقرير آفاق الاقتصاد العالمي ^{1/}		الاختلاف عن توقعات يناير 2020 من تقرير مستجدات آفاق الاقتصاد العالمي ^{1/}		توقعات			
2021	2020	2021	2020	2021	2020	2019	السنوات
4.6	14.2-	4.7	13.9-	8.4	11.0	0.9	حجم التجارة العالمية
-	-	-	-	-	-	-	الواردات
4.2	14.2-	4.3	13.8-	7.5	11.5-	1.5	الاقتصاديات المتقدمة
4.0	12.5-	4.0	12.5-	9.1	8.2-	0.8-	اقتصاديات الأسواق الصاعدة والاقتصاديات النامية
-	-	-	-	-	-	-	الصادرات
4.3	15.3-	4.4	14.9-	7.4	12.8-	1.2	الاقتصاديات المتقدمة
6.6	13.7-	6.8	13.7-	11.0	9.6-	0.8	اقتصاديات الأسواق الصاعدة والاقتصاديات النامية
-	-	-	-	-	-	-	أسعار السلع الأوروبية(بالدولار)
10.9	35.8-	11.0	37.7-	6.3	42.0-	10.2-	النفط
1.9-	2.8-	1.2-	2.8-	0.6-	1.1-	0.8	غير الوقود(متوسط على أساس أوزان الواردات السلعية العالمية)
-	-	-	-	-	-	-	أسعار المستهلكين
0.3-	1.3-	0.4-	1.2-	1.5	0.5	1.4	الاقتصاديات المتقدمة
0.0	0.2-	0.0	0.0	4.5	4.6	5.0	اقتصاديات الأسواق الصاعدة و الاقتصاديات النامية

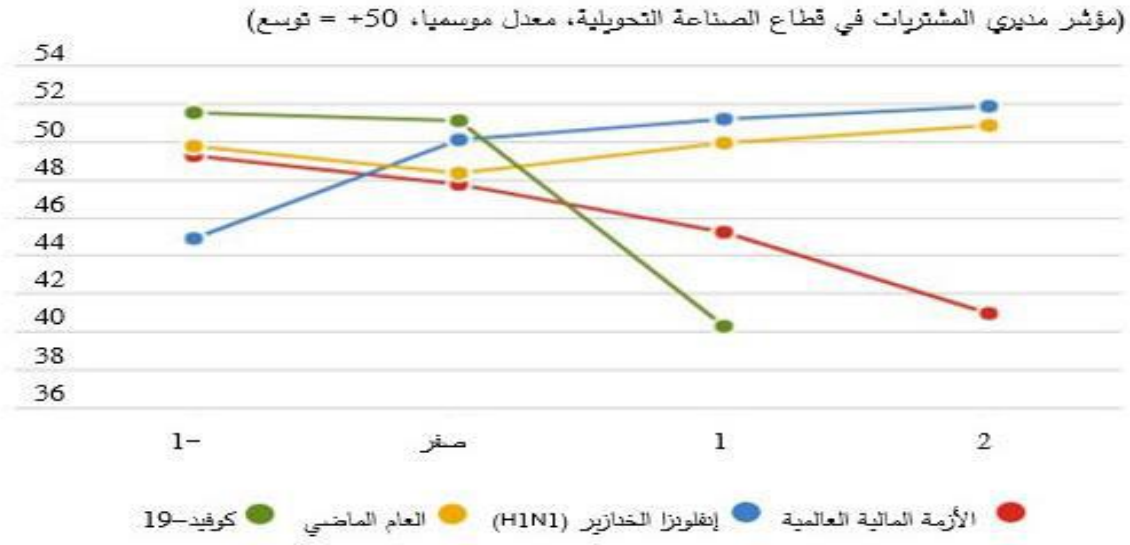
المصدر: صندوق النقد الدولي، تقرير آفاق الاقتصاد العالمي، أبريل 2020: IMF, world Economic Outlook, April 2020, p 7 . - 2020

Chapter 1 –

خامسا: تداعيات الجائحة (كوفيد) 19 – على تراجع قطاعي الصناعة التحويلية والخدمات

أصبح التأثير الاقتصادي واضحا بالفعل في البلدان الأشد تأثرا بتفشي الوباء، ففي الصين تراجع نشاط قطاع الصناعة التحويلية والخدمات بشكل حاد في شهر فبراير، 2020 وإذا كان قطاع الصناعة التحويلية سجل هبوطا في نشاطه إلى مستوى يضاهاه مستواه في بداية الأزمة المالية العالمية لسنة 2008، فإن تراجع الخدمات كان أكبر هذه المرة، بسبب التأثير الكبير الناجم عن التباعد الاجتماعي (غيتا غوبيناث) 2020 والشكل الموالي يبرز شدة تأثير الجائحة على تراجع هذين القطاعين مقارنة ببعض الأزمات الاقتصادية العالمية الأخرى:

الشكل رقم (3-3) تأثير الجائحة كوفيد 19 على تراجع أنشطة الصناعة التحويلية والخدمات في الصين.



. المصدر: تم إعداد الشكل اعتمادًا على: مؤسسة Haver Analytics، خبراء صندوق النقد الدولي، نقلا عن: غيتا غوبيناث، الحد من التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا بوضع سياسات موجهة كبيرة، صندوق النقد الدولي، 2020/03/10.

سادسا: التداعيات المالية لجائحة (كوفيد) 19

من المرتقب أن ترتفع تكاليف الاقتراض مع تشديد الأوضاع المالية، نظرا لتشكك البنوك في قدرة المستهلكين والشركات على سداد القروض في الوقت المحدد لها. ومن شأن ارتفاع تكاليف الاقتراض أن يكشف عن مواطن الضعف المالي التي تراكمت خلال سنوات انخفاض سعر الفائدة، ويؤدي إلى تصاعد المخاطر من عدم إمكانية تمديد الديون. ومن شأن انخفاض الائتمان أن يزيد من تباطؤ النشاط الناجم عن صدمات العرض والطلب. وعندما تتزامن الصدمات في عدد كبير من البلدان، قد تزداد الآثار عمقا من خلال الروابط التجارية والمالية الدولية، الأمر الذي يضعف النشاط الاقتصادي العالمي ويدفع أسعار السلع الأولية نحو الانخفاض. وقد هبطت أسعار النفط بشكل كبير وأصبحت أقل بنحو 30 % من مستوياتها في بداية السنة. وكذلك فإن البلدان التي تعتمد على التمويل الخارجي قد تواجه مخاطر التوقف المفاجئ لهذه التدفقات واضطراب أوضاع السوق.¹

¹ UNCTAD/GDS/INF/2020/1. (9 march 2020) the coronavirus shock: a story of another global crisis foretold and what policymakers should be doing about it.

سابعاً: تداعيات الجائحة (كوفيد) 19 على العمالة

تظهر تقديرات منظمة العمل الدولية أن الجائحة (كوفيد) 19 -أحدثت تأثيرات بليغة على سوق العمل، فقد تسببت في انخفاض غير مسبوق في النشاط الاقتصادي ووقت العمل، لذا من المتوقع أن تؤدي إلى إلغاء 6.7 % من إجمالي ساعات العمل في العالم في النصف الثاني من عام 2020، وهو ما يعادل 195 مليون وظيفة بدوام كامل، ومن المتوقع أن تصل النسبة إلى % 8.1 (أو قرابة 5 ملايين عامل بدوام كامل) في الدول العربية، و % 7.8 أو 12 مليون عامل بدوام كامل (في أوروبا، و % 7.2 125 مليون عامل بدوام كامل) في آسيا والمحيط الهادئ، وهذه الأرقام أعلى بكثير من آثار الأزمة المالية لعام 2008-2009 والقطاعات الأكثر عرضة للخطر هي خدمات الإقامة والإطعام، الصناعات التحويلية، تجارة التجزئة، وأنشطة الأعمال والأنشطة الإدارية . والجدول الموالي يلخص هذه التقديرات والتوقعات.:

الجدول رقم (3-3): تقديرات منظمة العمل الدولية لتأثير الجائحة كوفيد 19 على الانخفاض الحاد في ساعات العمل والتوظيف:

الانخفاض في ساعات العمل	ما يعادل الدوام الكامل (40 ساعة، مليون)	ما يعادل الدوام الكامل (48 ساعة، مليون)	
6.7	2.30	195	العالم
5.3	14	12	بلدان الدخل المنخفض
6.7	80	70	بلدان الدخل المتوسط الأدنى
7.0	100	85	بلدان الدخل المتوسط الأعلى
6.5	36	30	بلدان الدخل المرتفع
4.9	22	19	إفريقيا
6.3	29	24	الأمريكتان
8.1	6	5	الدول العربية
7.2	150	125	آسيا والمحيط الهادئ
6.0	24	20	أوروبا وآسيا الوسطى
7.8	15	12	أوروبا

المصدر: ILO, Monitor 2nd edition: COVID-19 and the world of work, Updated estimates and analysis, 7/04/2021,10;06.

المطلب الثالث: أثر جائحة كورونا على التجارة الالكترونية العالمية:

كشف مؤشر التسوق العالمي لمربع الأول من عام 2020 والذي يتناول بيانات وأنشطة ما يزيد عن مليار متسوق حول العالم، عن تغيرات في سلوكيات الشراء حول العالم، وذلك متأثراً بانتشار جائحة فيروس كورونا كوفيد 19 واقدام العملاء على شراء المنتجات خلال التزامهم بالبقاء في المنازل. وحيث أننا ما زلنا في المراحل المبكرة من

التحول إلى ما يمكن اعتباره الوضع الطبيعي الجديد، إذ يتوقع التقرير استمرار نمو الاقتصاد الرقمي مع إقبال متزايد من قبل المستهلكين على تلبية متطلباتهم من خلال الشراء عبر الإنترنت، وبالرغم من الزيادة التي شيدتها حركة مرور ومبيعات الاقتصاد الرقمي، إلا أن هذه الزيادة لا تزال دون مستوى التراجع الكبير الذي تشيده حركة التسوق التقليدي في محلات العلامات التجارية ومتاجر التجزئة¹.

أولاً: الآثار الإيجابية لكوفيد 19 على التجارة الإلكترونية العالمية

1- فرصة كسب عملاء جدد:

نتيجة لانتشار الفيروس وزيادة أعداد المصابين، لجأت شرائح مختلفة من البشر مثل كبار السن أو أصحاب الأمراض المزمنة أو النساء الحوامل... الخ إلى استخدام خدمات التسوق عبر الهاتف أو التطبيقات الذكية وتركوا العادات التقليدية في التسوق التقليدي من المحال و المتاجر التي اضطرت لمواجهة شبح الإغلاق الجزئي أو الكمي . فمخاوف الاختلاط والازدحام في المحلات و العرضة للعدوي أدت إلى عزوف كل هذه الشرائح عن النزول و الإقبال الأكبر على الشراء عبر منصات التجارة الإلكترونية او الذي يمثل فرصة جيدة تفتح الطريق للتجارة الإلكترونية لكسب شرائح كثيرة من الجمهور.

2-ازدياد شركات الشحن والتوصيل:

هذه الفترة العصيبة مثلت فرصة ذهبية لازدهار العديد من شركات الشحن والتوصيل الخاصة بتسليم الشحنات من أماكن التخزين إلى العملاء.

3-تطور في نظام المدفوعات عبر الإنترنت:

أدي الخوف من انتقال الفيروس عبر المعاملات المالية النقدية إلى تحول الكثير من هذه المعاملات لتكون عبر الإنترنت الآن، وهذه فرصة جيدة لخلق فرص جديدة لأنظمة مدفوعات عبر الإنترنت، لاتباعها المستخدم عند التسوق والشراء عبر المتاجر الإلكترونية.

4-تغيير في أسهم المبيعات :

نتيجة لمظروف التي يمر بها العالم بسبب فيروس كورونا (كوفيد) 19 حدث تغيير مذهل في الفترة الأخيرة بخصوص أسهم المبيعات الخاصة بمجالات التجارة الإلكترونية، فتصدرت المراكز الأولى بالنسبة لتحقيق المبيعات والربح مجالات مثل مجالات بيع منتجات العناية الصحية (أقنعة الوجوه والقفازات، والمناديل الورقية، والمطهرات

¹ - بسمة الحداد محرم، و نihal عبد العاطي الغواص، التجارة الإلكترونية في ظل تداعيات جائحة كورونا. الاصدار رقم 14 .مصر: معهد التخطيط القومي "سلسلة اوراق السياسات"، سنة 2020 ، ص 116.

وجاءت النسب كالآتي: " أسهم مبيعات الأقمعة بنسبة 590 %، أسهم مبيعات المطير اليدوي بنسبة 420%، أسهم مبيعات القفازات بنسبة 151 %، أما عن أسهم مبيعات صابون اليد فقد ارتفع بنسبة 33.39 بالمئة.¹

ثانياً: الآثار السلبية لكوفيد 19 على التجارة الإلكترونية

التجارة عبر الإنترنت تجارة عريقة وقوية وأثبتت نجاحها على مدار سنين عديدة دون ملاحظة أي آثار أو مشاكل سلبية ناتجة عنها ولكن نتيجة للظروف التي يمر بها العالم الآن تم تسجيل بعض التحديات والعقبات السلبية التي قد تتأثر بها التجارة الإلكترونية وهي:

1-التخلف عن مواعيد استلام الشحنات:

أدى اندفاع الأفراد لمتسوق عبر الإنترنت إلى التأخير عن مواعيد التسميم الاعتيادية وهذا بسبب تقليل ساعات العمل نظرا لظروف حظر التجوال في كل البلاد وسياسة تقليل العمالة والأشخاص المسؤولين عن توصيل المنتجات. ومن ناحية أخرى نقص العناصر المطلوبة في المخازن وهذا نتيجة لزيادة الطلبات خلال الفترة الأخيرة بسبب فيروس كورونا.

2-عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكترونية:

تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية بواسطة بطاقات الائتمان عبر الإنترنت من أكثر التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني، لذا أصبح هناك اتجاه نحو استخدام برمجيات خاصة لتأمين وسائل السداد الإلكتروني. وتعمق تحديات الدفع الإلكتروني بتخوف كثير من المتسوقين من تلك الطريقة في الدفع لمشترياتهم، حيث ينتشر القلق بينهم من سرقة بياناتهم البنكية والنصب والاحتيال المتعمق بها، لذلك نلاحظ أن الدفع النقدي هو الطريقة الأكثر انتشارا حتى الآن.

3-ارتفاع الأسعار:

يرجع ارتفاع الأسعار للعديد من الممارسات الخاطئة أحدهما هو قيام بعض التجار بالشراء عبر المنصات الإلكترونية للاستفادة من العروض والأسعار المخفضة لإعادة بيعها بسعر أعلى، والأخرى بسبب تزاخم الجمهور من أجل شراء منتجات العناية الصحية والوقاية من المرض مثل القفازات، الأقمعة الطبية، المطهرات، قام أصحاب المتاجر والمحال باستغلال الموقف و رفع الأسعار دون داعي. بالإضافة لسلوك المستهلكين الغير حضاري لشراء أكثر

¹ - بسمة الحداد محرم، مرجع سبق ذكره، ص 117.

من احتياجاتهم والتسبب في نفاذ المنتج دون داعي والذي ساهم بشكل كبير في ارتفاع الأسعار المفاجئ، فمثلا على موقع Amazon ارتفعت أسعار الأتعة الجراحية والمعقمات بنسبة 50% عمى الأقل، وبالطبع لتغلب على هذه التحديات وغيرها يجب الإسراع من إصدار قانون التجارة الإلكترونية بلائحة التنفيذية و الذي من شأنوا ضمان حقوق المستهلكين و الحد من الغش والاحتكار او تلاعب بالأسعار...الخ.¹

المبحث الثاني: جائحة كورونا في الجزائر واثرها على الاقتصاد الوطني:

أثرت 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، وقد استطاعت الجزائر إحراز تقدم محسوس وفق تقرير أممي بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي في مجال التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: جائحة كورونا في الجزائر:

سنستعرض هنا المسار الزمني لفيروس كورونا في الجزائر منذ ظهور أول حالة بالجزائر في 25 فيفري 2020 إلى غاية تاريخ 20 أفريل 2020، وذلك بعرض أهم الإحصائيات لعدد الإصابات بالفيروس وانتشارها الجغرافي، بالإضافة إلى عدد الوفيات والحالات التي تماثلت للشفاء.

• الخط الزمني لفيروس كورونا بالجزائر:

- 25 فيفري 2020: أكدت الدولة الجزائرية أول إصابة بفيروس كورونا لدى رجل إيطالي الجنسية وصل إلى الجزائر في 17 فبراير 2020، وقامت الجزائر بترحيله في 28 فبراير من مطار حاسي مسعود الدولي في رحلة خاصة بعد أن تعرض للحجر الصحي حتى تلك الفترة.

- في 3 مارس 2020: تأكيد ثلاث إصابات جديدة بفيروس كورونا ليرتفع عدد الإصابات في الجزائر إلى 8 أشخاص.

- 8 مارس 2020: تأكيد إصابة جديدة بالفيروس ليصبح عدد المصابين المؤكدين 20 إصابة.

- 14 مارس 2020: ارتفع عدد الوفيات إلى ثالث وفيات حسب بيان وزارة الصحة والسكان

¹ - عبد اللطيف هاني آثار كورونا الاقتصادية: خسائر فادحة ومكاسب ضئيلة ومؤقتة الجزيرة : تقرير مركز الجزيرة للدراسات، سنة 2020: ص 30.

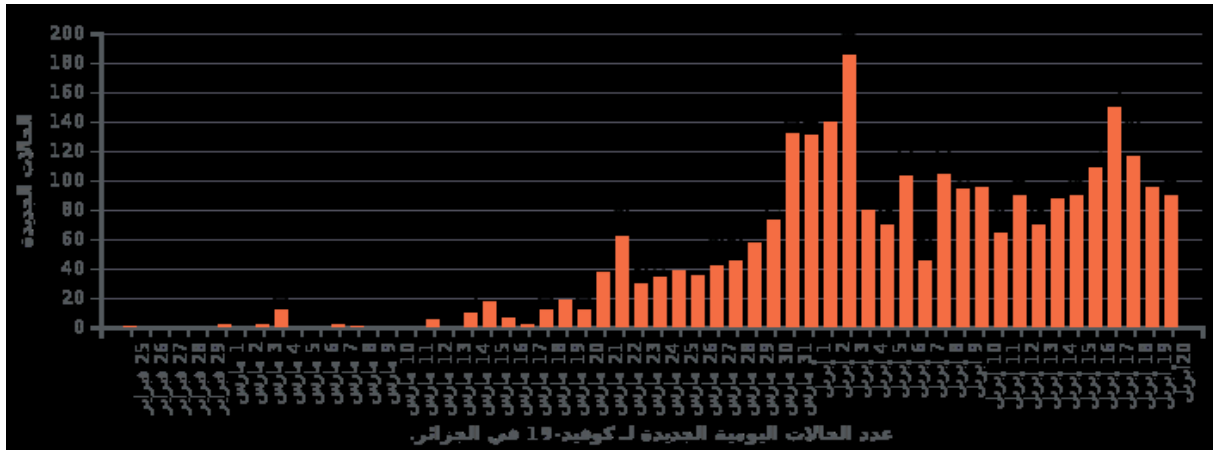
وإصلاح المستشفيات، ويتعلق الأمر بامرأة تبلغ من العمر 51 سنة من ولاية البليدة، وسجلت 10 حالات جديدة مؤكدة للفيروس ليبلغ مجموع الإصابات المؤكدة 37 حالة و 7 سجلت بولاية البليدة، حيث كانت باتصال مع الحالات الأولى بولاية تيزي وزو وحالة واحدة بالجزائر العاصمة، كما غادر 12 مصاب الحجر الصحي بعد التأكد من شفائهم.

- 1 أبريل 2020: ارتفاع عدد الإصابات الجديدة بفيروس كورونا إلى 846 إصابة، بعد تسجيل 131 إصابة جديدة خلال الـ 24 ساعة المنصرمة، و ارتفع عدد الوفيات منذ تفشي فيروس كورونا إلى 58 وفاة مع تسجيل 14 وفاة خلال الـ 24 ساعة، أما الوفيات فكانت بخمس حالات وفاة في الجزائر العاصمة، و 3 حالات بالبليدة ووفاة واحدة في كل من غرداية وأم البواقي وغيلزان وعين تموشنت بالإضافة إلى المدية وتيزي وزو، وقد ارتفع عدد الحالات التي تماثلت للشفاء إلى 64 حالة بعد تسجيل 18 حالة جديدة تماثلت للشفاء.

- 20 أبريل 2020: سجلت 89 حالة إصابة جديدة مؤكدة بفيروس كورونا في الجزائر ليرتفع العدد الإجمالي إلى 2718 حالة مؤكدة، فيما سجلت 9 وفيات جديدة خلال 24 ساعة الأخيرة ليصل العدد الإجمالي للوفيات إلى 384 حالة. في حين ارتفعت حالات الشفاء إلى 1099 شخصا بعد تسجيل 52 حالة تعافي جديدة. بينما تخضع 4205 حالة للعلاج ببروتوكول كلوروكين، منها 1587 حالة مؤكدة حسب التحليل المخبري بي سي آر، و 2618 مشتبهة حسب تحليل الأشعة والسكانير.

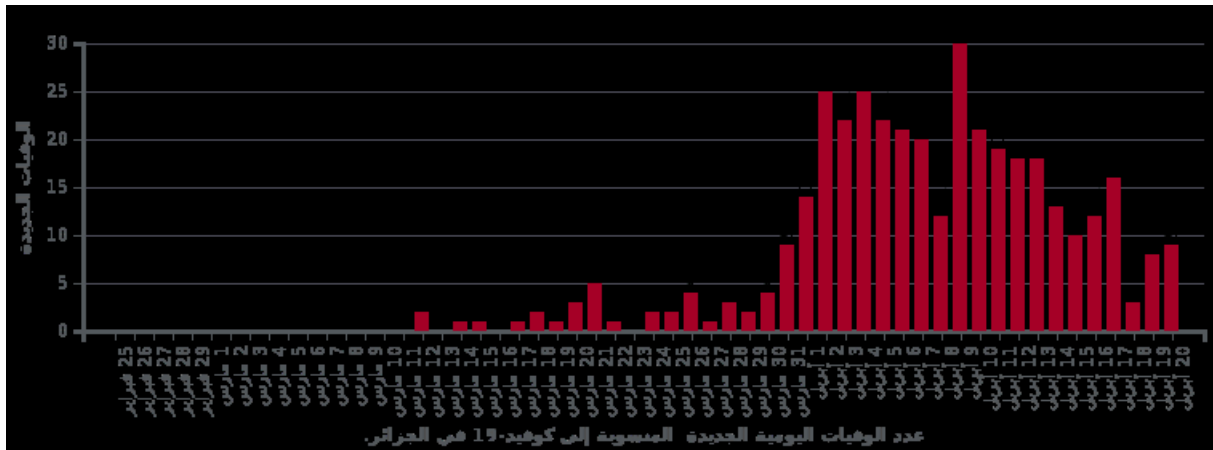
حسب البيانات والمعطيات التي نشرتها وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات من -تاريخ 25 فيفري 2020 إلى تاريخ 20 أبريل 2020 حول الحالات المؤكدة والمصابة بفيروس كورونا وعدد الوفيات، سنقدم فيما يلي تمثيلات بيانية للحالات المؤكدة مع الإشارة لسنالأشخاص المصابين، بالإضافة إلى الوفيات حسب الجنس و الفئات العمرية وتوزيعها الجغرافي:

الشكل رقم (3-4) : يمثل عدد الحالات اليومية الجديدة لكوفيد 19 في الجزائر



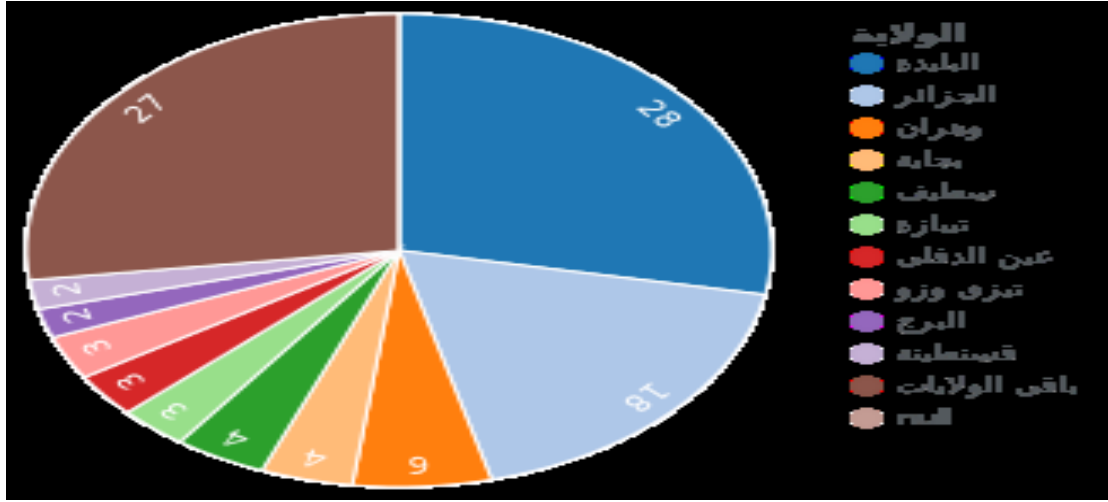
المصدر/-: جائحة_ فيروس_ كورونا_ في_ الجزائر_ <https://ar.wikipedia.org/wiki/الجزائر> 2021, 21/04/2021, 12:45h

الشكل رقم (3-5) : يمثل عدد الوفيات اليومية الجديدة المنسوبة إلى كوفيد 19 في الجزائر



لمصدر- :جائحة_ فيروس_ كورونا_ في_ الجزائر_ <https://ar.wikipedia.org/wiki/الجزائر> 2021, 21/04/2021, 12:45h

الشكل رقم (3-6) : يمثل حالات الوفاة بكوفيد 19 في الجزائر حسب الولايات



المصدر - :جائحة_ فيروس_ كورونا_ في_ الجزائر/ <https://ar.wikipedia.org/wiki/الجزائر> 21/04/2021, 13:00h

المطلب الثاني: أثر جائحة كورونا على الاقتصاد الجزائري:

واجه الاقتصاد الجزائري تداعيات انتشار فيروس كورونا المستجد مع انخفاض قيمة الدينار وارتفاع التضخم وتوقف الشركات عن العمل، وكل هذا يأتي إلى جانب انخفاض عائدات النفط. وحذر خبراء الاقتصاد من أنه إذا لم يتم اتخاذ أي إجراء لمواجهة الوضع على نطاق واسع، فإن اللجوء إلى الاستدانة الخارجية سيصبح أمرا لا مفر منه. وأعلن الديوان الوطني للإحصاء عن "أرقام مقلقة" من انخفاض بنسبة 3,9% في إجمالي الناتج الداخلي في الربع الأول من 2020 إلى اقتراب نسبة البطالة من 15% في تموز/يوليو بعدما ثبتت عند 11,4% في نهاية 2019، حسبما كشف منصور قديدير، الأستاذ المشارك في المدرسة العليا للاقتصاد في وهران وباستثناء قطاع الطاقة، انخفض إجمالي الناتج الداخلي بنسبة 1,5% في الأشهر الثلاثة الأولى من السنة مقابل زيادة قدرها 3,6% للفترة نفسها من 2019، بحسب ديوان الإحصاء وهو هيئة حكومية. ومع إجراءات الحجر منيت الشركات المملوكة للدولة بخسائر تبلغ نحو مليار يورو، من جراء الأزمة الصحية، حسب تقديرات وزير المالي أيمن بن عيد الرحمن.

أولا: الأثر على العرض

سيتأثر الإنتاج سلبا على جميع المستويات بالنسبة لإجمالي الناتج الداخلي الخام الذي سينخفض بمعدل (-7.76 بالمائة) بسبب انخفاض إجمالي القيمة المضافة بمعدل (-4.7 بالمائة)، وكانت الأنشطة الإنتاجية الأكثر تضررا هي على التوالي: نشاط الخدمات غير المتبادلة الموجهة للصالح العام بمعدل (-25.1 بالمائة)، نشاط الصناعات الأخرى بمعدل (-5.45 بالمائة) نشاط البناء بمعدل (-3 بالمائة) نشاط النقل والمواصلات بمعدل (-0.38) وهذا

نظرا لانخفاض العمالة واعتماد أنشطتها على كثافة اليد العاملة وعدم حدوث لأثر الإحلال رأس المال محلها على عكس الأنشطة الأخرى غير المتأثرة التي استفادت من هذا الأثر. رغم كل هذا سوف لن نشهد تأثير كمية العرض الإجمالي للسلع محليا إذ لم تتعد معدل (+0.08 بالمائة) وهذا راجع لتغطية أجور العمال من طرف النفقات الحكومية من جهة وأثر الإحلال لرأس المال محل اليد العاملة لأغلب الأنشطة من جهة أخرى.

ثانيا: الأثر على الطلب

بالنسبة للسلع الوسيطة فقط ازداد الطلب عليها بمعدل (+4.52 بالمائة) لكن لم تتمكن الآلة الإنتاجية سوى من استهلاك (+0.71 بالمائة) لتعويض انخفاض القيمة المضافة من جهة وبلوغ نفس الكمية المعروضة سابقا من جهة أخرى.

أما إجمالي الطلب على السلع النهائية فقد انخفض بالنسبة للسلع المحلية بمعدل (-5.65 بالمائة) بسبب انخفاض استهلاك الأسر بمعدل (-2.26 بالمائة) (بالأخص السلع التجارية) المتأثر هو الآخر بفعل ارتفاع التضخم بمعدل (+14.34 بالمائة) ورغم إجراءات تقليص الاستثمار الذي بلغ (-25.32 بالمائة) إلا أن إجمالي الاستثمار لم يتأثر كثيرا وبلغ معدل (-0.02 بالمائة) وهذا راجع لامتناعه من طرف ادخار الأعوان الاقتصادية وبالأخص ادخار العالم الخارجي بمعدل (+0.37 بالمائة).

ثالثا: الأثر على دخل الأعوان الاقتصادية

تأثر دخل الأسر تأثيرا طفيفا بمعدل (-0.11 بالمائة) مسببا لتأثر طفيف جدا على دخله المتاح بمعدل (-0.003 بالمائة) بسبب انخفاض دخل العمل بمعدل (-0.71 بالمائة) وهذا رغم انخفاض الضرائب المباشرة المفروضة على الأسر بمعدل طفيف لا يتعدى (-0.55 بالمائة) وارتفاع ادخارهم بنسبة طفيفة (+0.16 بالمائة) بفعل تقليص استهلاكه، مع ثبات مردودية رؤوس أموالهم، كما تأثر دخل المؤسسات تأثيرا طفيفا بمعدل (-0.33 بالمائة) بنسب انخفاض التحويلات الحكومية الموجهة إليهم بمعدل (-3.07 بالمائة) وهذا رغم انخفاض الضرائب المباشرة المفروضة على المؤسسات بمعدل طفيف لا يتعدى (-0.64 بالمائة) وارتفاع ادخارهم بنسبة طفيفة (+0.13 بالمائة) مع ثبات مردودية رؤوس أموالهم وبالرغم من الدولة قامت برفع نفقاتها الإجمالية التي بلغت (+12.83 بالمائة) إلا أنها تمكنت من الحفاظ على استقرار دخلها في حدود (+0.08 بالمائة) وهذا بفضل رفع معدلات الضرائب الجمركية التي بلغت إيراداتها بنسبة (+5.86 بالمائة) وارتفاع طفيف لإيرادات الضرائب غير المباشرة بمعدل (+0.41 بالمائة) واستخدامها لخصه من صندوق ضبط الإيرادات الذي يمثل ادخارها بمعدل (-1.32 بالمائة).

رابعاً: الأثر على التجارة الخارجية

رغم أن الدولة خفضت قيمة الواردات بمعدل (-28.24 بالمائة) بفعل رفعها للضرائب الجمركية لأغلب المنتجات باستثناء المنتجات الاستراتيجية التي أحتفظ بمعدلات الثابتة بالإضافة إلى تخفيضها بالنسبة للمنتجات المستوردة المتعلقة بالعتاد الصحي إلا الميزان التجاري بقي سالبا بمعدل (-1.86 بالمائة) وهذا راجع إلى تقلص قيمة الصادرات بمعدل (-43.95 بالمائة) بفعل تراجع سعر البرميل من النفط، هذا العجز الطفيف في الميزان التجاري سيتم امتصاصه عن طريق استهلاك حصة من احتياطي الصرف معبر عنها بالادخار الخارجي بمعدل (0.39 بالمائة) محصلين بذلك على توازن في ميزان المدفوعات.

خامساً: الأثر على الأسعار:

تأثر مؤشر أسعار الاستهلاك سلبا بارتفاعه بالغامعدل (+14.34 بالمائة) بسبب ندرة السوق المتأثرة بانخفاض كمية العرض المركب (الإنتاج المحلي+المستورد) بمعدل (-4.17 بالمائة) بفعل تقلص كمية الواردات بمعدل (-2.46 بالمائة) كما انخفض مؤشر أسعار المنتج بمعدل (-12.77 بالمائة) بفعل انخفاض قيمة الطلب المحلي بسبب انخفاض كلا من سعر الطلب على السلع المحلية بمعدل (-1.81 بالمائة) وكمية الطلب على السلع المحلية بمعدل (-5.65 بالمائة) من جهة وانخفاض قيمة الصادرات بمعدل (-43.95 بالمائة) من جهة أخرى.

سادساً: زيادة الطلب على السلع الغذائية الاستراتيجية

لقد أظهر الجائحة هشاشة أنظمتنا الصحية والغذائية كما أظهرت مدى الترابط القوي بين أهداف التنمية المستدامة وهي بذلك تقدم فرصة ومبررا قويا للقيام بتحويلات في نظم الأغذية والصحة تمكنا من تحقيق أهداف التنمية المستدامة. وقد حذرت الفاو من تفاقم الوضع الغذائي العالمي في غياب السياسات الفعالة والمناسبة زمنيا. فانه من المحتمل ان ينضم الملايين الى صفوف الجوعى بسبب الركود الذي سينجم على الجائحة وسيتفاوت هذا العدد بحسب شدة الانكماشات الاقتصادية ما بين 14.4 و 38.2 مليون شخص او حتى 80.3 مليون شخص في حالة وقوع انكماش مدمر.

سابعاً: تذبذب أسعار صرف العملات

أدت حالة عدم اليقين والخوف من المستقبل إلى زعزعة الثقة بالعملات الأجنبية بشكل عام حيث عزف التجار والمستوردين وبقية المواطنين مثل الطلبة والحجاج وطالبي العلاج بالخارج عن اقتناء مختلف العملات الصعبة من السوق الموازية وعدم تقديم البنوك لمختلف منحات بالعمل الصعبة لذهاب الخارج لامنحة سياحية ولا منحة

تمدرس، أدى هذا الى انخفاض قيمة العملات الصعبة مقارنة بمقارنة بالدينار نسبيا، نتيجة لغلق الحدود من طرف السلطات الى مدى مجهول.

ثامنا: زيادة معدلات البطالة وفقدان الوظائف

ان الأزمة الاقتصادية وأزمة الوظائف التي أحدثها انتشار وباء كورونا يمكن أن تؤدي إلى زيادة أعداد العاطلين عن العمل في الجزائر بسبب تعليق نشاط اغلب محلات تجارية، شركات الخدمات مثل النقل بأنواعه، توقيف نشاط بعض الصناعات لعدم وصول المواد الاولية اليها، تسريح اغلب الشركات والمحلات للعمال مثل محلات الملابس والمطاعم وحتى شركات كبرى مثل بن عمر؟، عدم تمكن بعض العمال من الالتحاق باماكن عملهم البعيدة بسبب ازمة النقل من ما أدى الى فصلهم عن عملهم.

تاسعا: تضرر قطاع الطيران

اعلنت الرابطة الدولية للنقل الجوي "إياتا"، إن صناعة الطيران العالمية ستخسر 77 مليار دولار نقدا، خلال النصف الثاني 2020 ، ما يعادل 13 مليار دولار شهريا، رغم استئناف العمليات التشغيلية، بسبب التداعيات المستمرة لجائحة كورونا وأوضحت أن النقل الجوي سيشهد تعافيا بطيئا مع استمرار القطاع في خسارة السيولة بمعدل متوسط يتراوح من 5 إلى 6 مليارات دولار شهريا في (2021 الرابطة الدولية للنقل الجوي، 2020) ان الاختلالات التي حلت بالاقتصاد العالمي وحالة الاضطراب واللايقين الذي عاشته البشرية في ظل هذه الجائحة، تذكر بشيء واحد وهو ان العالم وبالرغم من التطورات الحاصلة في مختلف المجالات وبالرغم من الازمات التي شهدتها سابقا الا انه لم يكن مستعد لتفادي هذه الازمة الصحية التي طالت تأثيراتها مختلف القطاعات الاقتصادية، وشلت حركة العالم والزمتم الشعوب منازلهم، هذا ما يستوجب اعادة النظر في اساليب الحياة اليومية ونمط الاقتصاد السائد الذي برهن على ضعفه وفشله بعدما توقع الاخصائيون والباحثون التغير الى الاحسن بحلول 2020 الا ان ما حصل هو العكس¹.

المطلب الثالث: تدابير الحكومة الجزائرية لمواجهة جائحة كورونا.

لقد دفع هذا الوضع الحكومة الجزائرية إلى مضاعفة المبادرات والقرارات للحفاظ على الوظائف وعلى نشاط اقتصادي معقول في ظل هذه الظروف؛ إذ بلغ حجم المخصصات المالية الموجهة لمكافحة الجائحة أكثر من 70

¹ - وكالة الأنباء الجزائرية، تقرر تخصيص منحة تقدر بنحو 90 دولار شهري لأصحاب هذه المهن والحرف طوال مدة الحجر المفروض من قبل السلطات الصحية المختصة، ينظر: "منحة بقيمة 10 آلاف دينار لا لرس المحتاجة خلال شهر رمضان ولتلك المتأثرة بتدابري مكافحة كورونا"،

2020/4/13 ، تاريخ الاطلاع 2021/6/14 ، في: <https://30alm.ly/bg>.

مليار دينار جزائري أي نحو 570 مليون دولار، بما في ذلك 20 مليار دينار جزائري 161 (مليون دولار) مخصصة للفئات المهنية التي فقدت مصدر دخلها بسبب الوباء. كما تم تخصيص 11.5 مليار دينار جزائري (90 مليون دولار) إضافية لوزارة الداخلية فيما يتعلق بعلاوة 6 آلاف دينار جزائري 50 (دولارًا)، التي تم رفعها إلى 10 آلاف دينار جزائري 80 (دولارًا) لصالح 2.2 مليون محتاج، وإضافة إلى ذلك، سيتم تخصيص مبلغ 20 مليار دينار جزائري 161 (مليون دولار) لصالح أرباب الأسر العاطلة عن العمل والفئات الاجتماعية والمهنية الذين فقدوا مصدر دخلهم بسبب الوباء.

ولمواجهة آثار الأزمة الصحية والاقتصادية المزدوجة التي تميزت بانخفاض الإيرادات المالية، كانت الحكومة ملزمة بنشر قانون مالي تكميلي، حيث خفّضت من سعر النفط المرجعي المعتمد في إعداد قانون المالية من 50 دولارًا إلى 30 دولارًا للبرميل، وسجّل برميل النفط الجزائري خلال الشهرين الأولين من سنة 2020 ما متوسطه نحو 60 دولارًا للبرميل و 34.2 دولارًا للبرميل خلال آذار /مارس.

وتنص المذكرة التفسيرية لقانون المالية التكميلي لسنة 2020 على انخفاض عائدات المحروقات إلى 20.6

مليار دولار مقابل 37.4 مليار دولار منصوص عليها في قانون المالية الأولي لسنة 2020.¹

كما أعلنت الحكومة الجزائرية فتح حسابين في البريد والبنك، وحساب في البنك الخارجي بالعملة الصعبة، لتلقي التبرعات المالية من المواطنين ورجال الأعمال للمساعدة في الجهود الحكومي في مواجهة أزمة جائحة فيروس كورونا. وقُدّرت المبالغ التي جمعت حتى 9 حزيران /يونيو 2020، بـ 86.3 مليارات دينار جزائري (32 مليون دولار) وأكثر من مليون يورو، وقرابة مليون دولار، إضافة إلى 7700 جنيه إسترليني. وقدمت الحكومة منحة مالية تقدر بـ 10 آلاف دينار جزائري 80 (دولارًا)، بلغ عدد المستفيدين منها حتى 27 أيار /مايو 2020 نحو 532195 مستفيدًا وفيما يخص تحويلات المهاجرين إلى بلدانهم الأصلية، تُظهر إحصائيات البنك الدولي أن المغتربين الجزائريين لم يحوّلوا سوى 1.8 مليار دولار في عام 2019 وهكذا، تُظهر الجزائر «عجزًا» يزيد على 300 مليون دولار مقارنة بعام 2018، إذ تلقت أكثر من 2.157 مليار دولار. وعادة ما تستخدم التحويلات لأغراض متنوعة. وفي المتوسط تشير التقديرات إلى أن 75 في المئة من التحويلات توجّه نحو الاحتياجات الأساسية مثل النفقات اليومية والرعاية الصحية والتعليم، والباقي يساهم في مجموعة متنوعة من الأهداف الطويلة المدى مثل إنشاء

¹ - مجلس الوزراء الجزائري، النص الكامل لبيان الاجتماع الدوري، ألاحد 22 مارس 2020.

المشروعات الخاصة، والقيام بعمليات التجديدات، وتلبية الاحتياجات غير المتوقعة أو سداد الديون ويجب الاعتراف بأن أغلبية كبيرة من الأموال يتم تحويلها من خلال قنوات غير رسمية، ما يجعل حساب التدفقات أكثر صعوبة. ولمواجهة آثار الجائحة، حددت الحكومة الجزائرية أربعة أهداف للتوجه الاقتصادي للبلاد تتمثل أساسًا في «التخفيضات المحسوسة» في فاتورة الاستيراد بسبب الانخفاض في عائدات المحروقات، والتخفيض الملحوظ في نفقات تسيير الدولة، والتخفيض في فاتورة الخدمات، وخاصة تلك المستوردة، وتخفيض تكاليف التشغيل والاستثمار في شركة النفط الوطنية سوناطراك من 14 مليار دولار إلى 7 مليارات دولار في العام الحالي 2020 وتعتقد الحكومة، مع هذه التدابير، أن الجزائر تقترب من الحد الأدنى للنفقات الثابتة. وقد شهد الاقتصاد الوطني فترات مماثلة في أعوام 1986 و 1990 و 1994 ، ما دفع السلطات العامة إلى اللجوء إلى الحد الأدنى من الإنفاق العام غير القابل للخفض.¹

المبحث الثالث: اثر جائحة كورونا على التجارة الالكترونية في الجزائر ومعوقات تطورها:

تسببت جائحة كورونا في تغيير عادات الشراء لدى الجزائريين وتوجهوا للتجارة الالكترونية نظرا الأوضاع التي أملتها ظروف الإغلاق-الحجر الصحي- ومع نهاية الجائحة وإعادة فتح المحلات هل سيتم التخلي عن العادات التي ألفوها خلال فترة الحجر، ويرى خبراء أن الإقبال بقوة على الشراء عبر الإنترنت سينهي التجارة التقليدية في حين يتساءل البعض الآخر، هل سينتهي الشراء عبر الإنترنت بنهاية جائحة كورونا.

المطلب الاول: تأثير جائحة كورونا على التجارة الالكترونية 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 الالكترونية في أغلب دول العالم.

وقد استطاعت الجزائر إحراز تقدم محسوس وفق تقرير أممي بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي في مجال التجارة الإلكترونية.

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

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "مرسوم تنفيذي رقم 20-70، المؤرخ في 2020.

والتنمية، حول التجارة الإلكترونية، حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالميا، محتلة بذلك المرتبة الرابعة إفريقيا" وأشار هذا التقرير الأممي الذي نوهت به وزارة البريد إلى أن "الجزائر تعد من بين الدول الأربع التي حققت أكبر تقدم على الصعيد العالمي وفقا لذات المؤشر، رفقة كل من البرازيل (تقدم بـ10 مراتب) وغانا (تقدم بـ20 مرتبة) وجمهورية لاوس (تقدم بـ11 مرتبة) ويستند 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.

ويقراً 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 الففزة النوعية المأمولة.

ويقراً الخبير في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، يونس قرار في اتصال جمعه بـ"موقع سكاى نيوز عربية" مضمون التقرير الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية بخصوص احتلال الجزائر للمرتبة الرابعة إفريقيا في التجارة الإلكترونية بأنه "مبني على أرقام حقيقية وذات مصداقية لأنها ملتقطة من مكاتب الدراسات والوزارات. وأوضح المتحدث ذاته أن التقرير المشار إليه "يتحدث عن التجارة الإلكترونية المتعلقة بالدفع الإلكتروني عبر الإنترنت وليس لدى محلات البيع والفنادق خاصة أن ميدان الدفع الإلكتروني واسع ولم نواكب جميع تطوراتها. وأكد المستشار في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال ذاته أن الوثبة حصلت عندما اضطرت الجزائريون خلال هذه المرحلة المتعلقة بوباء كورونا إلى الدفع عبر الإنترنت من فواتير الاتصالات، الكهرباء والماء، الغاز، إضافة إلى التعامل مع الشركات التي تباع منتجاتها عبر الإنترنت.

وأفاد المستشار في تكنولوجيات 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 توجه نحو الفضاء الرقمي.

وقد وجد العديد من أصحاب المحلات خاصة ما تعلق ببيع الألبسة والأحذية والعلطور في البداية الفرصة لإنقاذ وضعيتهم من تداعيات الإغلاق عبر فتح صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي من فيسبوك وإنستغرام للترويج لسلعهم وتوصيلها فيما بعد للزبون حيثما يكون بأسعار معقولة.

ويقول محمد صاحب محل لبيع الملابس والأحذية بالجزائر العاصمة إن "اللجوء والاستعانة بشبكات التواصل الاجتماعي أنقذهم من بطالة محتومة"، ويؤكد لـ"موقع سكاي نيوز عربية" أنه "قبل ظهور وباء كورونا لم أكن أهتم بتكنولوجيات الاتصال ولا بالتجارة الإلكترونية لكن بعد التوقف عن النشاط بسبب اجراءات الغلق واستمرار الوضع كان مفروضا علينا تسويق منتوجاتنا."

واستمر الوضع أمام الباعة حتى بعد الرفع التدريجي للنشاطات التجارية في البلاد، حيث تجد عشرات الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي توفر للزبائن أرقام هواتفهم للتواصل مع هؤلاء التجار لاختيار السلعة التي يرغبون في اقتنائها بعد الاتفاق على السعر ثم مكان التوصيل.

وأما ما تعلق بالدفع الإلكتروني، فقد أطلقت مؤسسة "بريد الجزائر"، في الصيف الماضي، خدمة جديدة للدفع بالهاتف النقال عبر رمز الاستجابة السريعة "بريد باي" لتسهيل دفع مستحقات المشتريات على المواطنين. ويؤكد رئيس الجمعية الوطنية للتجار والحرفيين، الحاج الطاهر بولنوار أنهم كعمّالين للتجار لمسوا خلال ثلاثة سنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بالرقمنة والتجارة الإلكترونية في الجزائر، لكنه شدد على أنه "في فترة الحجر الصحي توسعت رقعة التعاملات التجارية الرقمية".

وأبرز الحاج الطاهر بولنوار في تصريح لـ"موقع سكاي نيوز عربية" أن "التجار أصبحوا مهتمين بميدان التجارة الإلكترونية ولذلك تم توقيع اتفاقية بين الجمعية ووزارة البريد وكذلك اتصالات الجزائر الهدف منها التفكير في برامج تكوينية لفائدة التجار والحرفيين في مجال الرقمنة والتجارة الإلكترونية."

وأشار المتحدث إلى بعض المشاكل التي تقف في وجه الدفع الإلكتروني بالجزائر منها وفق رأيه "غياب ثقافة الرقمنة عند بعض المستهلكين والتجار إضافة إلى ضعف تدفق الإنترنت في بعض المناطق".¹

المطلب الثاني: تطور الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال جائحة كورونا:

ييري خبراء أن التسوق عن بعد يوفر الجهد والوقت حيث أن المشتري والبائع يتفاوضان عن بعد حول السعر ونوعية المنتج وغيرها من الأمور.

¹ -كري ستالينا غورغيفيا، التأثير المحتمل لوباء فيروس كورونا في الجزائر، ما نعلمهما يمكننا أن نفعله، صندوق النقد الدولي، مارس 2020.

<https://www.imf.org/ar/News/Articles/2020/03/04/blog030420-potential-impact-of-the-coronavirus-epidemic>

شاهد في: 2021/06/20.

يري بوشريم "الجزائر" يجب تعميم الدفع الالكتروني بشكل تدريجي" يرى الخبير في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، يوسف بوشريم، أن المواطن الجزائري ليس متعود على التجارة الالكترونية ولا على الدفع الالكتروني هذا كونه لا يثق في البنوك، لذلك يجب إدراج قوانين والتشريعات تحمي المواطن والتاجر وتعزز ثقته في الدفع الالكتروني أو التجارة الالكترونية.

تسريع مسار الخدمات البنكية ودعا محدثنا إلى تسريع مسار الخدمات البنكية وإرساء مناخ ثقة يسمح بتغيير ثقافي في سلوك الدفع لدى الجزائريين، وتابع قوله أن المستهلكين والتجار لازالوا يقاومون وهم مترددون وأن هذه المقاومة راجعة إلى غياب الثقة في مثل هذا النوع من وسائل الدفع،

توعية التجار بأهمية الدفع الالكتروني ضروري هذا وأوصى المتحدث في هذا الصدد بتكثيف الحملات التوعوية وتعزيز دور البنوك العمومية والخاصة فضلا عن إدخال إجراءات تحفيزية عوض العقوبات من أجل توعية التجار بأهمية الدفع الالكتروني ومن أجل إنجاح عملية تعميم الدفع الالكتروني أوصى ذات المتدخل بتحسين العلاقة مع الزبائن على مستوى البنوك (دراسة الشكاوي والنزاعات والاتصالات الموجهة)، وتكوين المستخدمين وتطوير الكفاءات في هذا المجال وتشجيع صناعة الخدمات المصرفية الالكترونية.

التجارة الالكترونية الموازية والشبكة العنكبوتية لا تنحصر التجارة الالكترونية بالجزائر في المؤسسات الممارسة للتجارة الالكترونية فقط حيث أن مئات المواقع التي تقترح بيع منتجاتها على الخط تتكاثر على مواقع التواصل الاجتماعي على غرار "فايسبوك" فنجد محترفي البيع على الخط على غرار المؤسسات الممارسة للتجارة الالكترونية، وكذا متاجر على الخط تفلت من الرقابة إضافة إلى مواطنين يقومون ببيع عبر "فايسبوك" مقترحين منتجات مختلفة ينافسوا بها المواقع التي تنشط قانوني، ويؤكد مختصون أن "بعض الصفحات أنشأها مواطنون يبيعون من خلالها منتجات في غياب الشرعية ينافسون بطريقة غير شريفة المواقع التي تدفع ضرائب"، واصفا هذا النوع من الصفقات الالكترونية بـ"التجارة الموازية".

وصرح مواطنون أتم يؤيدون الشراء الالكتروني على المواقع التجارية المحترفة التي يوطرها القانون لأنها الأنجع لاقتراح منتجات بضمان خلافا للصفقات التي تتم بين خواص على فايسبوك دون تأمين، غير أن بعض المواطنين الذين قاموا بعمليات شراء الكترونية قانونية حتى وإن أبدوا ارتياحهم للخدمات المقدمة تأسفوا لغياب بعض الضمانات مثل: الفواتير والأخر في التسليم أو غياب الخدمات ما بعد الشراء أو الوسيط في حالة شكوى.

وحسب أحد المعتادين على الشراء عن طريق المواقع الالكترونية فإنه في غالب الأحيان لا يتم احترام مفهوم التسليم في ظرف أسبوع بعد تسجيل الطلب من طرف بعض المواقع.

التجار وتعميم عمليات الدفع الإلكتروني: أعرب العديد من التجار عن ارتياحهم لتعميم عملية الدفع الإلكتروني التي أعلنت وزارة التجارة إلزامية التعامل بها عن طريق بطاقة الدفع الإلكتروني للتعاملات المالية بين التاجر والمستهلك، وكان وزير التجارة كمال رزيق، أكد أن استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني سيكون إجباريا وأكد وزير لتجارة على هامش حفل إطلاق خدمة الدفع الإلكتروني الجديدة "بريد باي" أن هذه الخدمة ستطلق بالتعاون مع الوزارة الوصية ووزارة البريد والمواصلات والبنوك.

من جهة أخرى كشف وزير البريد إبراهيم بومزار أن عمليات الدفع الإلكتروني عن طريق المنصة النقدية لبريد الجزائر خلال السداسي الأول للسنة الحالية بلغت مليون و871 ألف و147 عملية خلال السداسي الأول للسنة .

الدفع الإلكتروني التحدي الجديد للجزائريين: بعد تحديد وزارة التجارة لنهاية ديسمبر كآخر أجل للتجار من أجل توفير نهائيات الدفع، وسيوفر الإجراء العديد من الإيجابيات على رأسها المعاملات المجانية التي تجعلها أحسن حتى من سحب النقود من الموزعات الآلية سيكون على الجزائريين أم التحدي لإنجاح العملية¹.

المطلب الثالث: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال جائحة كورونا:

بالرغم من الزيادة المطلقة في عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر وما رافقها من نماء وتطور محتوى المواقع العاملة على الشبكة العنكبوتية، لا تزال تحتل مستويات متواضعة على النطاق العالمي وأن تدني حجم وإمكانات التجارة الإلكترونية في الجزائر يعود إلى وجود عقبات وتحديات تحول دون ازدهارها وتهيئة الظروف المناسبة، لذلك سنحاول التطرق إلى أهم العوامل التي تحول دون تطور وازدهار التجارة الإلكترونية في الجزائر نذكر منها:

أولاً: العوائق التقنية والتكنولوجية

- ضعف البنية التحتية لاتصالات الجزائر في الجزائر وعدم مواكبتها لتطورات التقنية العالمية فقد جاءت الجزائر في المرتبة 102 عالميا، من بين 176 دولة والمرتبة 11 عربيا من بين 19 دولة وفق مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كذلك صنفت في المرتبة 98 عالميا، وفق مؤشر النفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمرتبة 108 عالميا، وفق مؤشر كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمرتبة 80 عالميا، وفق مؤشر مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

¹ - وكالة الانباء الجزائرية، dz، <https://www.aps.dz>، 12 جانفي 2021، على الساعة 13:45.

- ضعف البنى التحتية الإلكترونية، مثل نوعية وسرعة شبكة الانترنت ونقل المعلومات وما يرتبط بها من برامج وتجهيزات وأنظمة، فعلى الرغم من أن نسبة استخدام الأنترنت في الجزائر والتي بلغت 45.2 بالمائة لا تزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوروبية والأميركيتين ودول أوقيانوسيا/أستراليا وكذا دول الشرق الأوسط والدول الآسيوية وهو ما يعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية مما يسبب فشلا في إقامة التجارة الإلكترونية.

- ضعف مؤشر الجاهزية الإلكترونية للجزائر، والتي صنفت بموجبه من بين الدول الأقل توصيلا في العالم، فقد احتلت الجزائر 117 عالميا سنة 2016 وفق مؤشر الجاهزية الإلكترونية من بين 139 دولة، كما جاءت مؤشرات الفرعية في مراتب متأخرة فقد صنفت في الرتبة 131 عالميا وفق مؤشر البيئة، والرتبة 95 عالميا وفق مؤشر الجاهزية، والرتبة 125 عالميا وفق مؤشر الاستخدام، ومؤشر التأثير جاء في الرتبة 129 عالميا.

- اتساع الهوة الرقمية في انتشار الكمبيوتر لدى الأسر بين الجزائر وبقية مناطق العالم، فقد بلغت نسبة انتشار الكمبيوتر لدى الأسر الجزائرية ما نسبته 38.42 بالمائة أما نسبة الأسر المتصلة بالأنترنت فقد بلغت ما نسبته 34.76 بالمائة .

- ضعف مؤشر اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر والمقدر ب 8.24 والذي يبقى ضعيف جدا إذ ما قورن بالمعدل العالمي الذي يقدر تقريبا بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بأربعة أضعاف من المعدل المحلي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، مما يسبب فشلا في إقامة التجارة الإلكترونية.

- ضعف مؤشر النطاق العريض للهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر والمقدر ب 6.92 والذي يبقى ضعيف جدا إذ ما قورن بالمعدل العالمي الذي يقدر بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بخمسة أضعاف من المعدل المحلي وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، ناهيك عن ضعف البنية التحتية للشبكة الثابتة وارتفاع تكلفة الاستثمارات فيها، وهو ما ينعكس سلبا على تطبيق التجارة الإلكترونية.

- ضعف مؤشر النطاق العريض للهاتف النقال لكل 100 ساكن في الجزائر والمقدر ب 46.81 والذي يبقى ضعيف جدا إذ ما قورن بالمعدل العالمي، ومعدل الدول والأميركيتين وكذا معدل رابطة الدول المستقلة والدول الآسيوية، وهو ما سينعكس سلبا على تطبيق التجارة الإلكترونية.¹

¹ - سعد غالب ياسين ، بشري عباس العالق ، " التجارة الإلكترونية " ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، الأردن ، سنة 2019، ص198.

ثانيا: العوائق الاقتصادية

- الافتقار إلى النظم المصرفية القادرة على حل مشكلات السداد والدفع عن طريق الانترنت وبطاقات الإئتمان، وتبرز في هذا السياق مسألة استخدام بطاقة الصرف الإلكترونية وهي الوسيلة الأولى في البيع والشراء، حيث نجد تحوفا من إصدار بطاقات الائتمان بشكل عام.

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية في الجزائر.

- تأثير حجم التجارة الإلكترونية الجزائرية بالعوامل المالية خاصة الرسوم والضرائب التي على الشركات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلوماتية للتجارة الإلكترونية، بما يقلل من مساهمتها ونشاطاتها في تفعيل التجارة الإلكترونية بالجزائر.

- محدودية حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها وبين مورديها المحليين أو حتى بينها وبين المستهلكين محليا.

- قصور أسواق رأس المال لدعم وتمويل مشروعات التجارة الإلكترونية لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.¹

ثالثا: العوائق البشرية

- قصور الكوادر البشرية والمؤهلة في مجال تقنية وتطبيقات التجارة الإلكترونية، حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية، وتتطلب التجارة الإلكترونية الأيدي العاملة المدربة في مجالات عدة بالإضافة إلى مختصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية وقوائم الكتالوجات وأمن الشبكات ونظم الدفع الإلكترونية وغيرها.

- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع، حيث تلعب الثقة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دورا هاما في انتشارها وتطورها لا سيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الانتاجية. ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني.

¹ - أحمد محمد غنيم ، مرجع سبق ذكره، ص 63.

رابعاً: العوائق التشريعية و القانونية

يمكن إنجاز التحديات القانونية في بيئة التعاملات الإلكترونية الجزائرية وفق مراحل إتمام عملية التجارة

الإلكترونية:

- ففي المرحلة الأولى التي تسبق عملية التعاقد، تظهر عقبات وتحديات أبرزها مسألة ثقة المشتري أو الزبون من حقيقة وجود الموقع والسلعة أو الخدمة المعروضة، ومشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية وحماية المستهلك من عمليات الاحتيال سواء على الخط أو عبر المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للمنتجات المعروضة.

- وفي المرحلة الثانية المتمثلة في إبرام العقد حيث يتلاقى الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية سواء في الموقع على الويب أو عبر مراسلات البريد الإلكتروني وهنا تظهر مشكلتان: أولها مدى وثوق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر أي سلامة صفة المتعاقد وهنا تظهر ضرورة وجود طرف محايد يتوسط بين المتعاقدين ويقوم بعملية التوثيق والتأكد من صفة وحقيقة كل طرف وثانيها مدى حجية العقد الإلكتروني ومدى قبوله في الإثبات، ومن هنا ظهرت فكرة التوقيع الرقمي ليحل محل التوقيع العادي.¹

المبحث الرابع: سبل تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر:

العمل على تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر لم يعد طرف بل هو واقع محترم يفرضه الانتقال إلى اقتصاد السوق والانتشار السريع لاستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعليه يجب اتخاذ الخطوات اللازمة لذلك.

المطلب الأول: اليات تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر

تمثل اليات تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال مايلي:²

أولاً: تسريع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى الإدارات العمومية يساهم أو يولد تحولا مهما في الأنماط الإدارية والتنظيمية، مما يؤدي إلى جعل الحكومة تعيد النظر في أنماطه التسييرية والوظيفية، وتلبية احتياجات المواطنين بطريقة انسب من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية للمواطنين.

¹-فؤاد الشيخ سامل، حمد سليمان عواد، "المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية"، الجملة الأردنية في إدارة الأعمال، مجلد 1، العدد 1، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2019، ص45.

² - بلعربي عبد القادر، لعرج مجاهد نسيم، مغري فاطمة الزهراء، تحديات التحول الى الحكومة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 10-11 مارس 2019، ص6-7.

وفي الواقع، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا الانترنت، تمكن من خلق فضاء مستقل للاتصالات والذي يمكن من توافر المعلومات في أي وقت ومن أي مكان، من اجل ذلك فان إدارة المعلومة ينبغي إلا تكون مركزية، حيشما كان ذلك ممكنا، من خلال مشروع الجزائر الالكترونية 2013 ، تم التأكيد على المعرفة كأفضل السبل لتحسين جودة عملية صنع القرار ، وابرز الخدمات المقدمة حاليا هي : بطاقة الشفاء الالكترونية ، جواز السفر الالكتروني ، وبطاقة التعريف ورخصة السياقة الالكترونية.

ثانيا: تسريع استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصال في المؤسسات

من خلال استخدام شبكة الانترنت، صارت الأسواق عالمية في اقتصاد تعتبر فيه المعلومة القيمة الأساسية كما إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال صار ضروريا في الرفع من أداء المؤسسة وزيادة القدرة التنافسية والاستفادة من، الفرص التي تتيحها السوق الاوسع ديناميكية، كما يقود المؤسسات كذلك الى مصادر دخل جديدة.

-دعم اعتماد تكنولوجيات المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

-تطوير التطبيقات من اجل تحسين اداء المؤسسات.

-تطوير عرض الخدمات على الخط من قبل المؤسسات.

ثالثا: تطوير آليات والاجراءات التنفيذية الكفيلة بتمكين المواطنين من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيات المعلومات والاتصال

يجب توسيع هذه الآلية حتى يتمكن المواطنون من الاستفادة من الخدمات العامة عبر كامل التراب الوطني ، وباستخدام شبكة الانترنت ، إن البرامج المتعلقة بالتجهيزات وتطوير شبكة الاتصالات واسعة النطاق ، يجب إن تكون مصحوبة ببرامج تدريبية مكثفة لتسريع عملية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وذلك من خلال تطوير وإعادة بعث برنامج اسرتك زيادة عدد مقاهي الانترنت والفضاءات العمومية ، توفير اجهزة الحواسيب لكل اسرة جزائرية زيادة التدفق في شبكة الانترنت وإقامة الحضائر المعلوماتية في عدة مناطق في الجزائر على غرار العاصمة كعنابة، ورقلة ووهران.

رابعا: تعزيز البنية الاساسية للاتصال السريع فائق السرعة

ان شبكة الاتصالات ذات التدفق السريع والفاائق السرعة، يجب ان تكون قادرة على تقديم الخدمات الاساسية على كامل التراب الوطني بالجودة والامن ووفقا للمعايير الدولية، وهذا يكون من خلال تطوير البنية التحتية الوطنية للاتصالات، تأمين الشبكات، جودة خدمة الشبكة والتسيير الفعال للنطاق.

خامسا: تنمية القدرات البشرية

ان تعزيز البنية التحتية وتوسيع نطاق الوصول الى تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يجب ان يرافقه اجراءات جوهرية للتدريب وتنمية المهارات البشرية ، لتعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وضمان وصولها لكافة المستويات ، وهذا يكون من خلال: اعادة النظر في برنامج التعليم العالي ، التكوين المهني ، وتلقين التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال لكل فئات المجتمع.

سادسا: تعزيز وتنمية البحث والتطوير في الجزائر

يتطلب الاقتصاد القائم على المعرفة تفاعلا قويا ، بين البحث والتطوير والعالم الاقتصادي ، فالابتكار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، يضمن تطوير المنتجات والخدمات ، ويكون ذلك من خلال تامين نتائج البحث ، تطوير نقل التكنولوجيا والمهارات وحشد الكفاءات.

سابعا: تأهيل الإطار القانوني الوطني

ان دراسة جميع التشريعات القائمة في الجزائر يقود الى ان القانون الجزائري لا يغطي كافة المسائل القانونية التي يثيرها استخدام وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبناء مجتمع المعلومات ، لذلك لابد من رفع المستوى القانوني بما يتماشى والممارسات الدولية ، ومتطلبات مجتمع المعلومات ، اخذا بعين الاعتبار التجربة المعاشة وواجهه القصور والصعوبات التي واجهتها ، وذلك من خلال وضع اطار قانوني يتلائم ويغطي المسائل المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثامنا: تعزيز التعاون الدولي

وذلك في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، من خلال اقامة شراكات استراتيجية لاعتماد تكنولوجيا المعلومات ، والمشاركة الفعالة في الحوار والمبادرات الدولية ، بهدف تملك التكنولوجيا والمهارات ، ومن الملاحظ ان الجزائر مازالت في خطواتها الاولى نحو التحول الى مجتمع المعلومات ، ولا يمكن تسريع ذلك دون طلب المساعدة من الدول التي عرفت تقدما في هذا المجال ، لاسيما الاتحاد الاوروبي في اطار مشروع ميذا.

تاسعا: آليات التقييم والمتابعة

ان الهدف الاساسي من هذا المحور هو تحديد نظام من المؤشرات لقياس تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة ، وتقييم دوري لتنفيذ خطة استراتيجية الجزائر الالكترونية

.2013

عشرا: المصادر التمويلية

يتطلب تنفيذ استراتيجية الجزائر الالكترونية موارد مالية معتبرة ، لا يمكن ان تأتي من مورد واحد ، لذلك يجذب استغلال جميع مصادر التمويل القائمة ، كما ان الاجراءات على حد سواء ، التشريعية ، التنظيمية ، وحتى المادية يجب ان يرافقها تقييم مالي مفصل الى اقصى حد ممكن ، وهذا بهدف اساسي هو اقناع وتشجيع الافراد والمؤسسات على تملك تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخدماتها.

المطلب الثاني: جهود الحكومة الجزائرية في تطوير التجارة الالكترونية:

تمثلت جهود الحكومة الجزائرية في تطوير التجارة الالكترونية فيما يلي:

اولا: استراتيجية التدفق العالي والعالي جدا

بهدف تعزيز، تكثيف وتنويع تكنولوجيا النفاذ وتأمين البنية التحتية ذات التدفق العالي والتدفق العالي جدا وتم اتخاذ العديد من الاجراءات من طرف الدولة والتي يمكن تلخيصها في¹:

- * منح تراخيص الجيل الثالث للهاتف النقال للمتعاملين الثالث سنة 2013.
- * منح تراخيص الجيل الرابع من الهاتف الثابت سنة 2014.
- * منح تراخيص الجيل الرابع من الانترنت للهاتف النقال سنة 2016.

ثانيا: تعزيز وتطوير التدفق العالي للهاتف الثابت (الجيل الرابع) للمتعامل العمومي اتصالات الجزائر

والذي يغطي 48 ولاية ، كما ستم مواصلة تنفيذ الاستراتيجية الوطنية الخاصة بالتدفق العالي والتدفق العالي جدا قصد ربط كافة البلديات والتجمعات السكانية التي يزيد تعداد مواطنيها عن 1000 نسمة بالنسبة لشمال البلاد، والتجمعات التي يزيد عدد سكانها عن 500 نسمة في جنوب البلاد بالألياف البصرية.

ثالثا: إطلاق مشروع الألياف البصرية نحو المنزل

وذلك سنة 2007، استهدف اربع ولايات رئيسية هي : الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، وسطيف، كما قامت بإنشاء منصة ياف بصرية بمختلف انواعها لأكثر من 50 الف توصيلة في الجزائر العاصمة وهران، ومنصة اخرى لأكثر من 250 الف توصيلة في ثلاث مدن رئيسية اخرى (قسنطينة، سطيف، والمدية) سنة 2010 لضمان عصرنه القطاع الخاص، بادرت الجزائر بمشروع توصيل الالياف البصرية نحو المنازل، والذي من خلاله يمكن للمشاركين من الاستفادة من خدمات الاتصال المختلفة كالهاتف الثابت، الانترنت ذات السرعة

¹ - عززولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية، أطروحة دكتوراه: اقتصاد و تسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس1، سطيف، 2017-2018، ص 134.

الفائقة، الفاكس وكذا خدمات التلفاز الرقمي، وتمتاز هذه الشبكة بقدرتها الكبيرة على نقل البيانات والحفاظ على الإشارة الصوتية، مما يجعل الاتصالات الهاتفية أكثر وضوحا، واستقبال البرامج التلفزيونية بجودة عالية، وكذا الاستفادة من خدمات الانترنت ذات السرعة الفائقة، هذه التقنية موجهة اساسا الى : المؤسسات الاقتصادية الكبرى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجامعات، المدارس وحتى المنازل، وحسب اتصالات الجزائر فإن هذا المشروع يسعى اساسا الى تحسين الاداء التكنولوجي، وذلك من خلال هذه التكنولوجيا التي تعد طفرة تكنولوجية جد متطورة، وتحقق السرعة الفائقة في النفاذ لشبكة الان ترنت تصل الى 100 ميغابايت في الثانية.

رابعا: اطلاق مشروع وصلة الالياف البصرية الجزائرية (عين قزام- نيجيريا) (أبوجا)

تم اطلاق هذا المشروع في اطار الشراكة الجديدة لتنمية افريقيا، موجه لوضع البنية التحتية تحت تصرف سكان الدول الثلاث وكذا الدول المجاورة، ولضمان الاتصال مع الدول الاوروبية عبر نقاط التواصل في الجزائر عن طريق الكابلات للألياف البصرية، كما ان هذه الوصلة سيتم تعزيزها وتأمينها من خلال خطين لضمان استمرارية الخدمات في حالة الاختلالات¹.

خامسا: اطلاق مشروع وصلة الالياف البصرية وهران - اسبانيا (فالنسيا)

قدرة تدفق تصل الى 100 ميغابايت في الثانية، بطول 030 كلم، هذه الوصلة تمثل استثمارا استراتيجيا اتى لتعزيز الولوج الى الشبكة ذات الجودة العالية ضمن مشروع أورفال (مارس 2015)، مثلما هو الحال بالنسبة للكابلات الموجودين من قبل الرابط بين الجزائر وبالماسما MASMA والذي يربط عنابة بمرسيليا فرنسا، MPA1.

سادسا: الاتصال عبر الساتل

من اجل انشاء مجموعة ارضيات توفر للمستخدمين عدة حلول في مجال الاتصال والمؤتمرات عن طريق الفيديو وتحديد المواقع الجغرافية، فبالإضافة الى الثلاث TAP والخدمات عبر الساتل الذي، AT، MATOTP اقامار صناعية والتي دخلت حيز الخدمة.

سابعا: عصنة انظمة الدفع وادخال خدمة الدفع الالكتروني حيز التنفيذ

اطلاق البنك الوطني الجزائري لخدمة الدفع الالكتروني من خلال اصدار البطاقة البنكية الالكترونية في 2016/10/4، وذلك من طرف البنوك التالية: بنك المؤسسة العربية المصرفية، بنك الخليج، مصرف السلام، بنك البركة، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، بنك التنمية المحلية، بنك،

¹ - عزروني إيمان، مرجع سبق ذكره، ص135.

NMTATAP بنك، CPBT بنك، NPMAPM بنك، BNS البنك الوطني الجزائري، وبنك
OENEPMA POTAEETE بنك القرض الشعبي الجزائري، بنك، COIPANO TPIPT .

تمكن بطاقة الدفع الالكتروني وباستخدام الوسائل الالكترونية (الحواسيب ، اللوحات الرقمية ، والهواتف

الذكية) من تقديم عدد محدود من الخدمات يمكن ادراجها في:¹

-دفع فواتير الماء، الكهرباء والغاز.

-دفع فواتير الانترنت.

تعبئة رصيد الهاتف النقال بالنسبة للمتعاملين الثالث.

-دفع قيمة المشتريات في بعض الحالات التي تحتوي على الموزع الآلي خصوصا في الاسواق التجارية الكبرى.

-دفع قيمة تذاكر الطيران بالنسبة للخطوط الجوية الجزائرية وطيران الطاسيلي.

-دفع قيمة التأمينات فيما يخص شركة امانة والصندوق الوطني للاجراء.

اطلاق مؤسسة بريد الجزائر لبطاقة الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) بتاريخ 2016/10/07 ابرزت

وزيرة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال هدى فرعون آنذاك ان إطلاق البطاقة الذهبية يندرج ضمن اطار عصرنة

قطاع البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال

- كما ستشمل خدمة الدفع الالكتروني لبريد الجزائر مستقبلا خدمة دفع قيمة الوقود بعد تحميل تطبيق نافتال

.حيث قدرت الحصة الاولى من هذه البطاقات بخمسة مليون بطاقة مع تحقيق الهدف المسطر على المدى المتوسط

وبلغ عشرين مليون بطاقة ، كما تم تسجيل ازيد من 100.000 صفقة اطلاق خدمة الدفع، الالكتروني في

اكتوبر 2016.

ثامنا: سن تشريعات وقوانين في مجال الامن الالكتروني ، التصديق والتوقيع الالكتروني والتجارة الالكترونية

* قانون 04/09: والمؤرخ في 5 اوت 2009 ، والذي يتضمن الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا المعلومات

والاتصال.

* قانون 04/15: والمؤرخ في فيفري 2015 ، يحدد القوانين العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني.

* المصادقة على مشروع قانون حول التجارة الالكترونية : تمت المصادقة على هذا القانون من طرف مجلس الوزراء

بتاريخ 04 اكتوبر 2017 ، وهو في طور المناقشة على مستوى غرفتي البرلمان ، ويهدف اساسا الى:

¹ - عززولي إيمان، مرجع سبق ذكره، ص136.

-تزويد نشاط التجارة الالكترونية في الجزائر بقاعدة قانونية منظمة لها.

-إرساء مناخ ثقة كفيلا بتوسع هذا النشاط.

-تطوير الاقتصاد الرقمي في الجزائر.

-توفير الحماية للمستهلكين.

-تقنين قمع الغش في هذا المجال¹.

¹ - عززولي إيمان، مرجع سبق ذكره، ص137.

خلاصة الفصل:

لقد أكدت الجائحة أهمية التجارة الالكترونية في العالم والجزائر وكيف انما كانت الحل الامثل لسيرورة الحياة اليومية للأفراد والشركات والحكومات على حد سواء، كما اتضح جليا كيف غيرت من ملامح التعاملات والعمل وطرق الدفع، فالكمل يتجه نحو الانترنت وما توفره من تطبيقات مساعدة في تصفح المواقع ومقارنة المنتجات والاسعار من المنزل او المكتب والحصول على متطلباتهم من خلال التسليم الفوري للمنتج وفيما يلي عرض لاهم النتائج التي استخلصناها من الدراسة :

- ان اقتصاد العالم تأثر بشكل كبير بفعل الجائحة وقد تضرر مختلف القطاعات الاقتصادية: (سياحة نقل - تجارة...) ولا يتوقع ان يتعافى بسرعة.
- أكدت الجائحة هشاشة الانظمة التقليدية القائمة على النسق التقليدي وانه يجب اعادة النظر فيه والاعتماد على نظام قابل للتأقلم مع مختلف الازمات واتضح جليا ان المعاملات الالكترونية والعمل عن بعد هو الحل الانجع في مثل هذه الاوقات.
- أكدت التجارة الالكترونية ان الشركات الصينية والامريكية هي التي استحوذت على اكبر الحصص السوقية من خلال اكتساحها لأسواق في ظل تزايد دخول المستهلك للمواقع الالكترونية وعلى مقدمة هذه الشركات نجد موقع علي بابا وموقع امازون وغيرها من المواقع التي ازدهر نشاطها في هذه الازمة.
- المنافسة الافتراضية اصبحت ضرورة حتمية في ظل الظروف الراهنة فالشركات الاكثر اعتمادا على التجارة الالكترونية هي المستفيد الاكبر من هذه الجائحة.
- الجائحة غيرت مبادئ اللعبة عبر الانترنت، فالقدرة على تلبية حاجيات المستهلك المتزايدة وتقديم خدمات ذات جودة وموثوقية وبلوغ المستهلك حيثما وجد هي العامل الاساسي للحفاظ على الحصص السوقية.

خاتمة:

الخاتمة:

لقد ساعد التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى حدوث ثورة تقنية في عالم العمل والاقتصاد، والتي اصبحت فيه هذه التكنولوجيات من الركائز الأساسية بالنسبة للدول في النهوض باقتصاداتها، لذلك وعت جميع الدول بضرورة الاستفادة القصوى من هذه التقنيات الحديثة واستغلالها مما يسمح لتعزيز نموها وازدهارا اقتصادها.

ولقد ظهرت مصطلحات عديدة وحديثة للتعبير عن هذه الثورة الجديدة من بينها التجارة الإلكترونية كواحدة من التعابير الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة واصبحت شائعة للتعبير عن الكثير من الانشطة الإنسانية، الاقتصادية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتبعاً لذلك اصبحت التجارة الإلكترونية أكثر موضوعات عصر المعلومات إثارة للجدل.

ان التجارة الإلكترونية لم يعد موضوعاً تقبل به الجزائر او ترفضه، وانما اصبحت ضرورة حتمية تفرض وجودها اليوم على جميع اصحاب العمل والمؤسسات الاقتصادية في العالم ، لذلك وجب على الجزائر السعي أكثر لملاحقة التطورات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيات الحديثة، والتي صارت تؤثر على كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وبالتالي على الانتاج وفرص العمل وزيادة الدخل القومي.

كما وجب على الجزائر ان تواجه العقبات التي تقف امامها وترفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيا الاتصال، وتفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية، وان تخطو خطوات مدروسة الى الأمام، لتساهم في فتح آفاق واسعة امام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الى اختراق الأسواق العالمية للنهوض باقتصادها.

لقد اكدت الجائحة اهمية التجارة الإلكترونية في العامل وكيف انها كانت الحل الامثل لسيرورة الحياة اليومية لا لفراد والشركات والحكومات على حد سواء، كما اتضح جليا كيف غيرت من ملامح التعاملات والعمل، فالكل يتجه نحو الأنترنت وما توفره من تطبيقات تساعد في تصفح المواقع ومقارنة المنتجات والأسعار من المنزل او المكتب والحصول على متطلباتهم من خلال التسليم الفوري للمنتج .

نتائج الدراسة:

وتبعاً لذلك وعلى ضوء دراستنا قمنا بالوصول الى مجموعة من النتائج وهي كالآتي:

- ان اقتصاد العالم تأثر بشكل كبير بفعل الجائحة وقد تضرر مختلف القطاعات الاقتصادية سياحة - نقل - تجارة، توظيف... ولا يتوقع ان يتعافى بسرعة والقادم مجهول.
- اكدت الجائحة هشاشة الأنظمة التقليدية القائمة على النسق التقليدي وانه جيب اعادة النظر فيه والاعتماد على نظام قابل للتأقلم مع مختلف الأزمات واتضح جليا ان المعاملات الإلكترونية والعمل عن بعد هو الحل الاجمع في مثل هذه الاوقات.

- أكدت التجارة الإلكترونية ان الشركات الصينية والأمريكية هي التي استحوذت على أكبر الحصص السوقية من خلال اكتساحها السواق في ظل تزايد دخول المستهلك للمواقع الإلكترونية وعلى مقدمة هذه الشركات نجد موقع Jd وموقع علي بابا وموقع امازون وغيرها من المواقع التي ازدهر نشاطها في هذه الآزمة.
- الجائحة غيرت مبادئ اللعبة عرب الإنترنت، فالقدرة على تلبية حاجيات المستهلك المتزايدة وتقديم خدمات ذات جودة وموثوقية وبلوغ المستهلك حيثما وجد هي العامل الأساسي للحفاظ على الحصص السوقية.
- عرفت الدول المتقدمة خصوصا الصين و الولايات المتحدة الأمريكية بريطانيا ألمانيا وفرنسا ارتفاع ملحوظ في ايرادات تجارة التجزئة عرب الأترنت خلال اسداسي الثاني من سنة 2020 مقارنة مع السنوات الماضية.
- أكدت الجائحة ان التجارة الإلكترونية في دول المشرق العربي وافريقيا لا تزال متخلفة عن الركب الاقتصادي منها الجزائر.
- ساهمت التجارة الإلكترونية في منح فرص توظيف للأفراد الذين توقفت انشطتهم بسبب الجائحة ومن هنا يتوقع ان تظهر وظائف جديدة في المستقبل.
- كشفت الجائحة هشاشة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر منها ضعف الانترنت، ضعف أجهزة الدفع الالكتروني وضع وعي التسوق الإلكتروني لدى المستهلك الجزائري، عوائق جمركية وبيروقراطية.
- سعي الدولة لتطوير التجارة الإلكترونية والدفع الالكتروني وزرع ثقافة التباعد والتسوق الالكتروني للفرد الجزائري.
- ان التجارة الإلكترونية من المواضيع الحديثة في العالم ، بالرغم من هذا اصبحت ممارستها امر طبيعي في الدول المتقدمة، وهي تعرف تقدما تلو الاخرى في مدى استعمالها، اما في الجزائر فهي ضعيفة مقارنة بدول الجوار كتونس والمغرب، وجد ضعيفة مقارنة بدول العامل، وهذا راجع الى مجموعة من العوائق والصعوبات في المجال التشريعي، تكنولوجية، ثقافية، والتي سبق ذكرها لذلك التجارة الإلكترونية في الجزائر الا زالت في المرحلة التجريبية.
- انعدام الإحصائيات حول موضوع التجارة الإلكترونية، ناتج عن انعدام الجهات الرسمية المختصة بتنظيم وتنسيق وتعميم التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبين التجارة الإلكترونية، الآن هناك مؤشرات على المكانية تحسن القطاع، وامل كبري في انطلاق التجارة الإلكترونية، في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا ان هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عرب الأترنت.
- أكدت الجائحة هشاشة الأنظمة التقليدية القائمة على النسق التقليدي وانه جيب اعادة النظر فيه والاعتماد على نظام قابل للتأقلم مع مختلف الأزمات واتضح جليا ان المعاملات الإلكترونية والعمل عن بعد هو الحل الانجع في مثل هذه الأوقات.

- المنافسة الافتراضية أصبحت ضرورة حتمية في ظل الظروف الراهنة فالشركات الأكثر اعتمادا على التجارة الإلكترونية هي المستفيد الأكبر من هذه الجائحة بخلاف الشركات الجزائرية.

- كشفت الجائحة هشاشة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في العديد من الدول خصوصا الدول الأفريقية والجزائر.

- ساهمت التجارة الإلكترونية في منح فرص توظيف للأفراد الذين توقفت انشطتهم بسبب الجائحة ومن هنا يتوقع ان تظهر وظائف جديدة في المستقبل وخاصة في الجزائر.

المقترحات:

بالرغم من وجود الكثير من العوائق والتحديات اليت تقف امام تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، إلا ان هناك امل كبير، حسب اعتقادنا في تخطي هذه العقبات والحق بالركب الدول الأخرى، في هذا الجمال ومن اهم التوصيات والمقترحات التي ينبغي النظر فيها والاهتمام بها نذكر:

1- سن قوانين وأنظمة وتشريعات، تسهل انتشار اعمال التجارة الإلكترونية، وذلك بإيجاد البنية التشريعية وتطوير الإطارات القانونية التي تعزز الثقة بالاقتصاد الشبكي، من خلال حماية المستهلكين وتأمين الاتصالات الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، فالقوانين والتشريعات التي سنتها الجزائر الا تزال غير منسجمة مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

2- وضع برامج دعم وتحفيز لمساعدة الأفراد والشركات، للمشاركة في التجارة الإلكترونية بتنمية التدريب والخبرة الفنية اللازمتين، للإشراك بفعالية في التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا.

3- توفير البنية الأساسية للاتصالات ونشر خدمات الأنترنت وتخفيض تكلفة الإتصال للتسريع من التجارة الإلكترونية.

4- تطوير نظام المدفوعات اللازمة، للقيام بالعمليات المصرفية وإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة، وبأمان من خلال الوسائل الإلكترونية.

5- نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا، من خلال ابراز ما لها من فوائد ومزايا، وتعزيز الثقة من اجل استخدام وسائل الدفع الإلكترونية نتيجة احترام القوانين ولحمية المستهلك، وذلك من خلال تكثيف الاحتمالات التحسيسية، واجراء البحوث والدراسات المتعلقة بسبل الاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية

6- وضع خطة للحد من اتساع الفجوة الرقمية والتكنولوجية بين الجزائر وغيرها من الدول، وتلبية المتطلبات الأساسية للتنمية التكنولوجية، نتيجة ظهور فجوة كبيرة بعد ازمة كورونا.

7- تعزيز وتنمية الثقة بين المواطنين من جدية الخدمات والمنتجات التي تقدم الشبكة الأنترنت مثل: تجارة إلكترونية والتسويق الإلكتروني... الخ.

- 8- ضرورة اعادة النظر في مشاريع تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية للتجارة الإلكترونية في دول العامل الثالث والجزائر وفي هذا السياق نرى ان الجزائر من الدول التي يجب ان تعيد النظر في هذا المجال نتيجة تعرض وخاصة في ظل أزمة كورونا.
- 9- يجب العمل على تفعيل ممارسة التجارة الإلكترونية وسن قوانين دولية تحكم التجارة الإلكترونية الخارجية في الجزائر.
- 10- العمل على تقليص الفجوة التكنولوجية بين الدول حتى لا يكون هناك عوائق اثناء ممارسة التجارة الإلكترونية بين الجزائر ودول العالم وذلك لظهور فجوة كبيرة خلال ازمة كورونا.
- 11- العمل على ادخال نظام العمل عن بعد تحسبا لوقوع ازمات مستقبلية مثل وباء كورونا.
- 12- كشفت الجائحة هشاشة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر ولذلك يجب تغييرا جذريا لها.
- 13- الجائحة غرقت مبادئ اللعبة عبر الأنترنت، فالقدرة على تلبية حاجيات المستهلك المتزايدة وخدمات ذات جودة وموثقة وبلوغ المستهلك حيثما وجد هي العامل الأساسي للحفاظ على الحصة السوقية ولتطور في ظل هذه الظروف.
- 14- ضرورة المنافسة الافتراضية اصبحت حتمية في ظل الظروف الراهنة فالشركات الاكثر اعتمادا على التجارة الإلكترونية هي المستفيد الاكبر من هذه الجائحة بخلاف الشركات التقليدية.

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

الكتب بالعربية:

- 1- ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، الطبعة الاولى، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2005 .
- 2- ابراهيم سيد احمد، قانون، التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، وقانون الملكية الفكرية، و الادبية المكتب الجامعي، الحديث للنشر والتوزيع مصر، 2005.
- 3- ابراهيم العيسوي، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003.
- 4- أحمد سفر: العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، مؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006.
- 5- أحمد عبد الخالق، " التجارة الإلكترونية والعملة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، مصر 2006.
- 6- أحمد محمد غنيم، الادارة الإلكترونية، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، :آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية المنصورة، مصر، 2004.
- 7- بشير عباس العلاق، تطبيقات الانترنت في التسويق، دار المناهج، الأردن، 2003.
- 8- دوج جير لاش، " الإستثمار عبر الانترنت"، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2001.
- 9- الدكتور حسن يوسف، الاقتصاد الإلكتروني، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012.
- 10- خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والاعمال من المنظور التقني والتجاري والإداري، دار حامد لنشر والتوزيع، عمان، سنة 2008.
- 11- طارق طه، تسويق التجارة الإلكترونية، ط2، منشأة المعارف الإسكندرية، 2005.
- 12- عبد لفتاح بيومي الحجاز، التجارة الإلكترونية، في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر، دار الفكر الجامعي الإسكندري، مصر، 2004.
- 13- علاء عبد الزاق السليمي، الإدارة الإلكترونية، E-Management، دار وائل للنشر عمان، الأردن، 2008.

- 14- فاروق السيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، دار هلا للنشر و التوزيع، الجيزة مصر ، 2001.
- 15- محرم الحداد وآخرون، نحو إستراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية، في مصر، معهد التخطيط القومي، مصر، 2002 .
- 16- محمد إبراهيم عبد الرحيم، " الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، سنة 2007.
- 17- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003 .
- 18- محمد نور صالح الجداية، سناء جودت، تجارة إلكترونية، ط1، دار الحامد، عمان، 2009.
- 19- نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة والتوزيع لأردن، 2005.
- 20- يوسف احمد ابو فارة. التسويق الالكتروني. الطبعة الثانية دار وائل، عمان، 2007.

الاطروحات والمذكرات :

- 1- بلقودوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة الدكتوراة في علوم التسيير جامعة قسنطينة، سنة 2012.
- 2- تبارني امل، مرهم سعدة، " واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في المالية والتجارة الالكترونية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالمة، 2019-2020.
- 3- سمية ديميش، التجارة الإلكترونية وحقيقة واقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تحليل الواقع اقتصادي، جامعة ورقلة، سنة 2009.
- 4- شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص الإمداد والنقل الدولي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017\2018.
- 5- صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية -دراسة حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالمة، تخصص تجارة دولية، 2014\2015.

قائمة المصادر والمراجع:

- 6- كامش محمد ياسين، خالدي محمد الأمين، التجارة الإلكترونية الجزائر، جامعة بلقايد مغنية تلمسان، مذكرة ماستر، سنة 2015\2016
- 7- مسعود جماني، أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير في إدارة أعمال، جامعة 67 الحاج لخضر باتنة، سنة 2016.
- 8- وهيبة عبد الرحيم، تحديد طرق الدفع ومساهمتها في خلق تجارة إلكترونية في الوطن العربي، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2015.

الملتقيات والمؤتمرات والمجالات:

- 1- حفيف فوزية، صليحة حفيفي مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة. الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 أفريل 2011.
- 2- التجارة الإلكترونية المركز الجامعي خميس مليانة الملتقى الدولي 26-27، أفريل 2011.
- 3- عدوكة لخضر، حدو بن عبيزة، التجارة الإلكترونية منافعها ومعوقاتها ومتطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول: عصرنة نظام الدفع بالبنوك، الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجار بدولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 03 و 01 أفريل 2011.
- 4- علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، "اليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية"، الملتقى الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتمادها في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة، يوم 26-27 أفريل 2011
- 5- محمد مدحي، التجارة الإلكترونية، منفعيه ومعوقة، الملتقى الدولي: عصرنت نظام البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض التجارب الدولية، خميس مليانة المركز الجامعي، الجزائر، يومي 26-27، أفريل 2011.
- 6- ناجي الزهراء، تجربة التشريعي الجزائري في تنظيم التعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية، مؤتمر العلمي المغربي 41 حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، 28 أكتوبر 2009.

قائمة المصادر والمراجع:

7- بلعربي عبد القادر، لعرج مجاهد نسيمة، مغري فاطمة الزهراء، تحديات التحول الى الحكومة الالكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 11.10 مارس 2019، ص6 ص7.

مراسيم ولوائح تنظيمية:

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "مرسوم تنفيذي رقم 20 - 159 مؤرخ في 21 شوال عام 1441 الموافق 13 يونيو 2020 ، يتضمن تعديل الحجر المنزلي والتدابير المتخذة في إطار نظام الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا - كوفيد 19 - ومكافحته"، الجريدة الرسمية، العدد 35 ، 14 / 6 / 2020 ، شوهدي في 15/7/2020 ، في: <https://bit.ly/3fvjHvc>.

2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "مرسوم تنفيذي رقم 20 - 145 مؤرخ في 15 شوال 1441 الموافق 7 يونيو 2020 ، يتضمن تعديل نظام الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد 19) ومكافحته"، الجريدة الرسمية، العدد 34 ، 2020/6/7 ، شوهدي في 2020/7/14 ، في: <https://wmbfqm.ly.bit://https2>.

التقارير وطنية و دولية:

1- بنك الجزائر، "بيان"، 2020/4/13 ، شوهدي في 2020/7/4 ، في: h3lTuf.ly.bit://https3.

2- تقرر تخصيص منحة تقدر بنحو 90 دولار شهري لأصحاب هذه املهن والحرف طوال مدة الحجر المفروض من قبل السلطات الصحية المختصة، ينظر: "منحة بقيمة 10 آلاف دينار لا لرس المحتاجة خلال شهر رمضان ولتلك المتأثرة بتدابيري مكافحة كورونا"، وكالة الأنباء الجزائرية، 2020/4/13 ، شوهدي في 2020/6/14 ، في: bgAlM.ly.bit://https30.

3- كري ستالينا غورغييفا، مارس 2020 ، التأثير المحتمل لوباء فيروس كورونا في الجزائر، ما نعلمهما يمكننا أن نفعله، صندوق النقد الدولي.

4- وزارة الداخلية تقيص قرابة 322 ألف مستفيد من منحة الجائحة"، الإذاعة الجزائرية، 2020/5/29 ، شوهدي في 2020/7/4 ، في: fpuJlD.ly.bit://https3.

5-وكالة صوت سطيف لصحافة، والاتصال والاشهار،/sawttsetif.dz/v/4923، يوم27/04/2021، سا 19.00.

6-وكالة الانباء الجزائرية،https://www.aps.dz،12جانفي2021،على الساعة 13:45.

المراجع الاجنبية:

مراجع باللغة الأجنبية:

1-COVID-19 and the world of work, Updated -ILO estimates and analysis (7April 2020), Monitor 2nd edition.

التقارير الدولية بالأجنبية:

1-Angelos Delivorias and Nicole Scholz, (February 2020), Economic impact of epidemics and pandemics European Parliamentary Research Service, PE 646.

2-crédit populaire Algérien, "Rapport annuel 2017", "Rapport annuel 2018", disponible syr le site www.cpadz.com.

Global econmic propects : slow Growth and .world bank, (Jan 2020).

3-"policy challenges

4- Global econmic propects :slow Growth and .world bank, (Jan 2020).
policy challenges

5-The coronavirus shock: a story of another global crisis foretold and what policymakers should be doing about it
UNCTAD/GDS/INF/2020/1.(9 march 2020).

1- www.algerie.dz.com

2-<https://www.imf.org/ar/News/Articles/2020/03/04/blog030420-potential-impact-of-the-coronavirus-epidemic>.

3-<http://www.france24.com,public:07/05/202017:09>

4-<http://www.france24.com,public:07/05/202017:09>

5-Source/ Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique.

6-www.z-dz.com.

ملخص :

إن حجم التجارة الإلكترونية يشهد تطوراً ملحوظاً على المستوى العالمي خصوصاً في الدول المتقدمة و بعض الدول الأخرى السائرة في طريق التقدم منها الجزائر نظراً لانتشار الإنترنت فيها بشكل كبير، إلا أن ذلك لا يمنع من القول بأن الأمر ينطوي على تحديات عديدة جعلت دول العامل لا تستفيد من التجارة الإلكترونية من نفس الدرجة، فتجربة الجزائر في تطبيق هذه التجارة لم تجد مكانتها بعد و لم تحقق لحد الان الانطلاقة المرجوة. و لا يزال اعتماد هذا النمط من المبادلات محصوراً في مراحله الأولى غير أن الجزائر تسعى جاهدة لتدعيم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، و تبين هذه التجارة تحتاج الى التركيز على مجموعة من المقومات و احداث تغييرات جذرية في مجالات شتى و تخطي العقبات المعقدة لانطلاق هذه التجارة بالجزائر. كما هدفت الدراسة إلى بيان تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الإلكترونية العالمية وفي الجزائر خاصة، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف جمع المعلومات الأكثر دقة ووضوحاً عن هذه الظواهر في البحث العلمي بالاعتماد على المراجع والمصادر المتخصصة والاطلاع على التقارير الإحصائية والمؤشرات الاقتصادية المتعلقة بالدراسة، وتحليلها للتعرف على تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية وتوصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها ان الاقتصاد التقليدي لا يمكنه ان يجاري هذه التغيرات، وأن الجائحة أكدت أن التجارة الإلكترونية هي الحل الأنجع في ظل الجائحة وإجراءات العلق الشامل والحجر المنزلي، حيث عرفت نمو غير مسبوق سواء من حيث حجم المداخيل أو اكتساح حصص سوقية، كما كشفت الدراسة ان الصين والولايات المتحدة الأمريكية جاءت في مقدمة الدول التي استحوذت على إيرادات التجارة الإلكترونية بسبب شركاتها الرائدة في هذا المجال وتجارة التجزئة عبر الإنترنت مثل شركة علي بابا وموقع dj وموقع أمازون وغيرها من الشركات كما ابرزت بعض شركات الخدمات مثل التوصيل وغيرها في الجزائر و بعض المواقع الإلكترونية مثل: واد كنيس وجوميا و البيع عبر فايسبوك جدارتها واحتلت مكانة كبيرة لدى المستهلك الجزائري نظراً لما قدمته من خدمات أثناء الجائحة بالرغم من الصعوبات الكبيرة التي واجهتها.

الكلمات المفتاحية: جائحة كورونا (COVID-19)، التجارة الإلكترونية العالمية، التجارة الإلكترونية في الجزائر، الاقتصاد الجزائري .

Résumé

Le volume du commerce électronique connaît un développement remarquable au niveau mondial, notamment dans les pays avancés et certains autres pays en voie de progrès, dont l'Algérie, en raison de la large diffusion d'Internet, mais cela ne nous empêche pas de dire que la question comporte de nombreux défis qui ont fait que les pays du monde ne bénéficient pas du commerce électronique est du même degré. L'expérience de l'Algérie dans la mise en œuvre de ce commerce n'a pas encore trouvé sa place, et n'a pas encore réalisé la percée souhaitée. L'adoption de ce type d'échange est encore confinée à ses débuts, mais l'Algérie s'efforce de soutenir l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, et ce métier montre qu'elle doit se concentrer sur un ensemble d'ingrédients et opérer des changements radicaux dans divers champs et surmonter les obstacles qui entravent le lancement de ce commerce en Algérie.

L'étude visait également à montrer l'impact de la pandémie de Corona sur la croissance du commerce électronique mondial et en Algérie en particulier. , et l'a analysée pour identifier l'impact de la pandémie de Corona sur le commerce électronique, et nous avons atteint un ensemble de résultats , dont le plus important est que l'économie traditionnelle ne peut pas suivre ces changements et que la pandémie a confirmé que le commerce L'électronique est la solution la plus efficace à la lumière de la pandémie, des procédures de fermeture complètes et de la quarantaine à domicile, car elle a connu une croissance sans précédent, que ce soit en termes de volume de revenus ou de parts de marché considérables, et l'étude a révélé que la Chine et les États-Unis d'Amérique sont venus à la pointe des pays qui ont capté les revenus du commerce électronique en raison de leurs sociétés leaders dans ce domaine et du commerce de détail en ligne telles que Ali baba, DJ, Amazon et d'autres sociétés, ainsi que certaines sociétés de services telles que la livraison et d'autres en Algérie et certains sites Web tels que : Oued Kniss, Jumia et les ventes Facebook ont mis en évidence leur mérite et occupé une grande place parmi le consommateur algérien pour ce qu'ils ont fourni de services pendant la pandémie, malgré les grandes difficultés auxquelles il a été confronté.

les mots clés: Pandémie de Corona (COVID-19), e-commerce mondial, e-commerce en Algérie, économie algérienne.

