



جامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
مخبر العلوم الاقتصادية و علوم التسيير



شهادة مشاركة

يشهد السيد مدير مخبر العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، ورئيس الملتقى الافتراضي بأن:

الدكتور بعاشي خالد المركز الجامعي - إيزي

قد شارك بمدخلة بعنوان:

مدى تأثير جائحة كورونا على المعاملات التجارية في الجزائر - دراسة حالة التجارة الإلكترونية -

في الملتقى الوطني الافتراضي حول: " تداعيات جائحة كورونا على الإقتصاد الجزائري - الآثار والإجراءات -

و ذلك يوم الخميس 3 فيفري 2022

مدير المخبر
مدير التسيير
أ.د/مفتاح صالح

رئيس الملتقى
الدكتورة
معارفي فريدة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير

فرقة السياسات الإقتصادية

تنظم:



الدكتورة
معارفي فريدة

الملتقى الوطني حول:

تداعيات جائحة كورونا على الإقتصاد الجزائري - الأثار والإجراءات -

يوم 3 فيفري 2022

عبر تقنية التحاضر عن بعد google meet

الرئيس الشرفي للملتقى

مدير الجامعة

أ.د/ احمد بوطرفاية

عميد الكلية

د/ حنان جودي

مدير المخبر

أ.د/ صالح مفتاح

المشرف العام

عضو فرقة بحث

د/ فريدة معارفي

رئيس الملتقى

عضو فرقة بحث

أ.د/ الزهرة بن بركة

نائب رئيس الملتقى

جامعة بسكرة

د/ إنصاف قسوري

رئيس اللجنة العلمية

جامعة بسكرة

د/ فطيمة الزهرة النوي

رئيس اللجنة التنظيمية

برنامج الملتقى الوطني حول:

تداعيات جائحة كورونا على الإقتصاد الجزائري- الآثار والإجراءات

يوم 3 فيفري 2022

الدكتورة

معارفي فريدة

عبر تقنية التحاضر عن بعد



مراسيم الإفتتاح
9:00 – 9:30
آيات بينات من القرآن الكريم
النشيد الوطني
كلمة العميدة: د/ جودي حنان
كلمة مدير المخبر: أ.د / مفتاح صالح
كلمة رئيس الملتقى الوطني: د/ معارفي فريدة
إفتتاح اشغال الملتقى

مقرر الجلسة: أ.د/ قطاف فيروز		الجلسة العلمية الأولى	رئيس الجلسة: أ.د/ دبله فاتح
		11:30 – 9:30	
الجامعة	عنوان المداخلة	المتدخل	
جامعة سطيف 1	دراسة تحليلية للآثار المترتبة عن الأزمة الصحية العالمية (كوفيد19) على أهم القطاعات الاقتصادية العالمية	د. طيب أسامة	
جامعة جيجل	أثر فيروس كورونا المستجد (COVID-19) على الإقتصاد العالمي	د. كعواش أمين	
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة	تداعيات جائحة كورونا على قطاعات ومؤشرات الإقتصاد العالمي	ط.د/ دربال رقية د/ كاسحي موسى	
المركز الجامعي- ميلة	تأثيرات جائحة كورونا (COVID-19) على قطاع الطاقة العالمي	د/ بويحة سعاد د/ لطرش جمال	
المركز الجامعي افلو	تداعيات جائحة كورونا على المؤشرات الكلية الاقتصادية في العالم	ط.د / امباركة دهينة ط.د/ دواودي جميلة	
جامعة سطيف 1	أثر جائحة كورونا على قطاعي التأمين العالمي والمحلي	د/ كراش حسام	
جامعة بجاية	IMPACTS DE LA PANDÉMIE COVID-19 SUR L'ÉCONOMIE MONDIALE ET QUELLES RÉPERCUSSIONS SUR L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE?	د/ أيث بارة هاني د/ يعار عبد الحميد	
جامعة جيجل	قراءة في تداعيات جائحة كورونا على إقامة شراكات إستراتيجية داخل الصناعة الدوائية	ط.د/ قمري إكرام	
المناقشة			

رئيس الجلسة: د/ قسوري إنصاف

الجلسة العلمية الثالثة

مقرر الجلسة: د/ نور الدين دلال

11:30 – 9:30

الجامعة	عنوان المداخلة	المتدخل
جامعة بسكرة	تقييم الوضع الصحي في الجزائر	د/ طاهري طيبة
جامعة بجاية	LE SYSTEME DE SANTE ALGERIEN FACE A LA PANDEMIE : QUELS ENSEIGNEMENTS PEUT-ON TIRER ? معارفي فريدة	د/ زياتي ليلة د/ زياتي فريدة
جامعة بسكرة	تقييم وتحسين جودة الخدمة الصحية في المؤسسات العمومية الجزائرية خلال أزمة كورونا- دراسة حالة المؤسسة العمومية للصحة الجوارية- القنطرة	د/ دريدي أحلام د/ خبيزة أنفال حدة
جامعة باتنة 1 مركز البحث في تهنية الأقليم - قسنطينة	آثار جائحة كورونا - كوفيد 19- على السياحة الداخلية بولاية باتنة	ط.د/ مخلوف خير الدين ط.ب/ لعور سطايعي عامر
جامعة بسكرة	تداعيات جائحة كورونا على نشاط وكالات السياحة والسفر في الجزائر - وكالة الزعاطشة بسكرة - نموذجاً-	أ.د/ السبتي وسيلة د/ بركان دليلة
جامعة بسكرة	مخطط تنمية السياحة العلاجية (الحموية) وفق البرتوكول الصحي للوفاية من فيروس كورونا (covid19)	د/ رايس عبد الحق أ/ بن شريف كريمة
جامعة جيجل	آثار جائحة كورونا (كوفيد-19) على قطاع السياحة في الجزائر	ط.د/ شعابنة فارح د/ بن الشيخ بوبكر الصديق
جامعة بسكرة جامعة المسيلة	السياحة الافتراضية كمدخل لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي في ظل أزمة كورونا	أ.د/ قطاف فيروز د. سعودي نجوى
جامعة بسكرة	تداعيات جائحة كورونا (covid19) على قطاع النقل حالة الخطوط الجوية الجزائرية	د/ معارفي فريدة
جامعة بجاية	IMPACT DE LA PANDEMIE DE COVID-19 SUR LE TRANSPORT MARITIME EN ALGERIE	ط.د/ عدوان زيان د/ بن ناصر نصر الدين

المناقشة

رئيس الجلسة: د/ رايس عبد الحق

الجلسة العلمية الثانية

مقرر الجلسة: د/ عقبي حمزة

11:30 – 9:30

الجامعة	عنوان المداخلة	المتدخل
جامعة معسكر	تأثير فيروس كورونا (كوفيد-19) على استقرار الاقتصاد الكلي في الجزائر	أ.د/ مختاري فيصل د/ سي جيلالي هاشمي
جامعة باتنة 1	الديكتورة معارفي فريدة انعكاسات جائحة كورونا (كوفيد-19) على الاقتصاد الجزائري - قراءة في المتغيرات الاقتصادية الكلية -	ط.د/ عزي أحمد د/ تجاني وافية
المركز الجامعي - مغنية	تحليل أثر جائحة كورونا (كوفيد-19) على المتغيرات الاقتصادية الكلية في الجزائر	ط.د/ حمومي وفاء د/ بن عزة محمد
جامعة بسكرة	دراسة تشخيصية لواقع المؤشرات الاقتصادية الجزائرية في ظل وباء كوفيد-19	د/ فتي فضيلة د/ دبابش رفيعة
جامعة قلمة	قراءة في بعض مؤشرات الاقتصاد الكلي في الجزائر في ظل فيروس كورونا - Covid 19-	ط.د/ كربوب حسناء د/ بيري نورة
المركز الجامعي - مغنية	أثار جائحة كورونا على (المتغيرات الاقتصادية الكلية - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - العمالة - البطالة - الصحة - النقل - السياحة - التعليم)	ط.د/ شريفي نورة د/ بوجنان توفيق
المركز الجامعي - إليزي	مدى تأثير جائحة كورونا على المعاملات التجارية في الجزائر - دراسة حالة التجارة الإلكترونية -	د/ بعاشي خالد
جامعة الشلف	تأثير جائحة كورونا على المتغيرات الكلية للاقتصاد الجزائري	ط.د/ صدوقي حميد
جامعة عنابة المركز الجامعي - ميله جامعة عنابة	تأثير أزمة كورونا كوفيد 19 على سلوك المستهلكين الجزائريين	د/ حاج علي عدنان د/ قرني عمار ط.د/ رويح إبتسام
جامعة بسكرة	دور التكنولوجيا المالية في تحسين جودة الخدمات المالية المصرفية بالإقتصاد الجزائري في ظل أزمة كوفيد19	د/ قسوري إنصاف
جامعة المسيلة	أثر إدارة المخاطر في المصارف الاسلامية في ظل أزمة كوفيد 19 دراسة حالة مصرف السلام - الجزائر -	ط.د/ ثامر أسامة د/ بيصار عبد الحكيم

المناقشة

رئيس الجلسة: أ.د/ السبتي وسيلة

الجلسة العلمية الرابعة

مقرر الجلسة: د/ بلعبيدي عابدة عبير

11:30 – 9:30

الجامعة	عنوان المداخلة	المتدخل
جامعة قسنطينة 2	دراسة تحليلية لانعكاسات جائحة كورونا على الخدمة التعليمية بمؤسسات التعليم العالي الجزائرية - من وجهة نظر الطلبة -	د/ بوحسان سارة كنزة د/ نمور نوال
جامعة سطيف 2	آثار جائحة كورونا على قطاع التعليم - التحديات والحلول	د/ شيطر محمد بوزيدي
جامعة بسكرة جامعة تلمسان	آثار جائحة كورونا على قطاع التعليم	ط.د/ أمزال فريدة ط.د/ محمد شريف عدة بن عطية
جامعة البويرة	آثار جائحة كورونا على الاقتصاد الجزائري والإجراءات المتخذة للتصدي له	د/ مصمودي طلال
جامعة بسكرة	إجراءات وتدابير البنوك المركزية في الدول العربية للتخفيف من التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا - مع التركيز على البنك المركزي الجزائري -	د/ شاوش خوان سهام د/ مشمس نجاة
المركز الجامعي - البيض	اثر جائحة كورونا على بعض متغيرات الاقتصاد الكلي - أهم الحلول الجزائرية -	ط.د/ بالأحمر الحاج د/ حمزة علي
جامعة بجاية	L'ORIENTATION VERS L'ECONOMIE DIGITALE A TRAVERS LE TELETRAVAIL, UN IMPERATIF AU REGARD DE LA PANDEMIE DU COVID-19	ط.د/ بن مهدي صفية

قراءة التوصيات

إختتام أشغال الملتقى الوطني



جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - فرقة السياسة الاقتصادية



ملتقى وطني حول:

تداعيات جائحة كورونا على الاقتصاد الجزائري - الآثار والإجراءات

المحور الثاني: آثار جائحة كورونا على الاقتصاد الجزائري

مداخلة بعنوان:

مدى تأثير جائحة كورونا على المعاملات التجارية في الجزائر (دراسة حالة التجارة الإلكترونية)

من إعداد:

• خالد بعاشي (أستاذ مساعد - ب - المركز الجامعي إليزي)

06.75.37.83.25 Khalid.baachi@cuillizi.dz

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز انعكاسات جائحة كورونا على واقع التجارة في الجزائر خاصة منها التجارة الإلكترونية، التي ازدادت ونمت في ظل هذه الجائحة بعدما كانت غائبة في سنوات غير بعيدة، وأهم المعوقات التي تعترضها وتحد من تطويرها. وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية في الجزائر كانت شبه منعدمة إلا أنها تطورت بعض الشيء في هذه الفترة الأخيرة في ظل جائحة كورونا، التي كانت سببا مباشرا لنمو هذا النوع من النشاط التجاري في الجزائر بسبب الحجر المنزلي المفروض على الأشخاص والعديد من النشاطات التجارية التقليدية. كما توصلنا أيضا إلى أن ضعف الإنترنت، قلة الوعي لدى الفرد الجزائري وقلة وسائل الدفع الإلكتروني كانت من أبرز العوائق التي حالت بين نمو وتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: جائحة كورونا، التجارة في الجزائر، الحجر الصحي، معوقات التجارة الإلكترونية

Résumé :

Le but de cette étude est de faire la lumière sur les conséquences de la pandémie Covid-19 sur le véritable développement du commerce électronique en Algérie, en éclairant ce que constitue le E-commerce, illustrant la réalité de l'Algérie dans le contexte de la pandémie Covid-19 et les principaux obstacles à son développement. Sur la base de cette étude, nous avons conclu qu'il n'y

avait presque pas du commerce électronique en Algérie, mais qu'il avait récemment quelque peu changé en raison de la pandémie Covid-19, qui était la cause principale de la croissance de ce type de commerce en Algérie en raison de confinement et d'absence d'activités commerciales traditionnelles. Nous avons également conclu que l'une des causes les plus importantes de la faible croissance et du développement du commerce électronique en Algérie était la faiblesse de l'Internet, la faible sensibilisation des citoyens algériens et l'absence de moyens électroniques de paiement.

Mots-clés : Covid-19 ; Commerce en Algérie; Confinement ; Obstacles du commerce électronique

تمهيد :

تلعب التجارة الإلكترونية في العالم دورًا متزايد الأهمية في تحقيق التحول والتغيير في التجارة الدولية، مع تسارع عملية التنمية الاقتصادية، تتأثر بتوجه السوق الدولية نحو الانفتاح الاقتصادي والتجاري الذي تشهده في ظل متطلبات منظمة التجارة العالمية واتفاقيات التجارة الإقليمية والثنائية بين دولة وأخرى، لذلك يجب على الجزائر للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية اتباع استراتيجية السوق المفتوح وتعزيز قدراتها التنافسية، لأن الجزائر بحاجة لدخول منتجاتها السوق العالمية. ولهذا السبب اهتمام الجزائر بالتجارة الإلكترونية سيمكنها من دخول السوق العالمية واغتنام فرص الاستثمار المتاحة، لأن التجارة الإلكترونية ستلعب دورًا في استمرارية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وفي تعزيز القدرة التنافسية لديها. (قندوز، 2013، صفحة 158)

وتعتبر التجارة الإلكترونية أحد الأشكال الجديدة المكملة للتجارة التقليدية، والتي ظهرت بعد التطور الكبير للقطاع التكنولوجي في العالم. والتجارة الإلكترونية هي عملية بيع وشراء تحدث عن بعد عبر الإنترنت أو من خلال التطبيقات بالنسبة للهواتف الذكية. وتتيح التجارة الإلكترونية للناس التسوق في أي مكان، وفي أي وقت لمدة 24 ساعة، مما جعل المعاملات التجارية أكثر مرونة من ذي قبل، وأسهل وأقل تكلفة. (آية، اطلع عليه يوم 2021/01/11، على الساعة 18.35)

وفي ظل انتشار جائحة كورونا في العالم وبداية ظهورها في الجزائر (في الثلاثي الأول من سنة 2020)، اتخذت الجزائر عدة قرارات من بينها فرض إجراء الحجر الصحي المنزلي (تقييد حركة الأشخاص وغلاق المحلات التجارية لوقت محدد) بهدف الحد من انتشار هذا الفيروس والمحافظة على صحة المواطنين، هذا ما كان له أثر سلبي على التجارة التقليدية بسبب غلق العديد من الأسواق (أسواق السيارات، المحلات التجارية الكبرى... إلخ)، هذا ما أدى بالعديد من أصحاب المؤسسات والمحلات التجارية إلى الاستعانة بالعديد من المواقع الإلكترونية للترويج لمنتجاتهم، وتلبية احتياجات المستهلكين، وهو ما يُطلق عليه التجارة أو التسويق الإلكتروني للمنتجات. والسؤال الذي يطرح نفسه: ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل جائحة كورونا؟

ولتحليل هذه الإشكالية، تناولنا هذه الدراسة من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل جائحة كورونا.

المحور الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

سننتظر في هذا الجزء من البحث إلى التعريف بالتجارة الإلكترونية، إبراز أهميتها ومختلف أنواعها.

1- تعريف التجارة الإلكترونية

هناك تعريف كثيرة لمفهوم التجارة الإلكترونية، إذ كل تعريف ينظر للتجارة الإلكترونية من منظور معين،

ومن هذه التعاريف نذكر:

- **تعريف رقم 01:** التجارة الإلكترونية هي مشتقة من Commerce Electronique، كلمة (Commerce) تعني مجموع النشاطات المنظمة والممتدة على الشبكة المفتوحة (بيع، شراء، إعلان) وشتى الأعمال التجارية القائمة على التبادل بين طرفين. والكلمة الثانية (Electronique) تعني الشبكة الإلكترونية العالمية التي من خلالها يتم تبادل البيانات. (أبو الهيجاء، 2005، صفحة 25)
- **تعريف رقم 02:** التجارة الإلكترونية هي عمليات الشراء والبيع عن طريق الوسائل الإلكترونية وأساسها الإنترنت، حيث الأسواق الإلكترونية المعروضة على المواقع الإلكترونية تحل محل الأسواق العادية، ومن خلالها يعرض البائعون منتجاتهم وخدماتهم. (خليفة، 2013، صفحة 14)
- **تعريف رقم 03:** التجارة الإلكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات عن طريق مختلف الوسائط الإلكترونية. (محمد، 2009، صفحة 34)
- **تعريف رقم 04:** التجارة الإلكترونية هي تشمل جميع أشكال المعاملات التجارية التي تتم بين الشركات أو بين الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات والمعلومات التجارية. (السيد، 2006، صفحة 34)

- **تعريف رقم 05:** المشرع الجزائري من خلال المادة 6 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية يُعرفها على أنها "...النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير

سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية". (القانون رقم 18-05، 2018)

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص أن التجارة الإلكترونية هي مختلف التعاملات التجارية التي تتم بين المؤسسات أو بين الأفراد، أو بين المؤسسات والأفراد معا، تتم طريق مختلف الوسائل الإلكترونية، حيث السوق الذي تُعرض فيه المنتجات هو عبارة عن سوق افتراضي (إلكتروني).

2- أنواع التجارة الإلكترونية:

تعددت أنواع التجارة الإلكترونية بتعدد وجهات النظر إليها، فيمكن تقسيمها تبعا لنوعية الأطراف (المورد والزبون) كما يلي: (آية، موقع السوق المفتوح، 2021/01/13)

1-2 **تجارة إلكترونية بين الشركات (Business 2 Business):** في هذا النوع من التجارة الإلكترونية يكون كلا الجهتين (المورد والزبون) من الشركات، أي عندما تباع الشركات لبعضها البعض.

2-2 **تجارة إلكترونية من الشركة إلى المستهلك (Business 2 Customer):** يجمع هذا النوع من التجارة الإلكترونية بين الشركة (Business) والمستهلك (Customer)، وذلك من خلال مختلف العروض من المنتجات التي تقدمها الشركة للمستهلكين على مواقع الإنترنت (الأسواق الإلكترونية)، حيث تعرض فيها كل أنواع السلع والخدمات ويتم الدفع في غالب الأحيان عن بُعد إلكترونيا من خلال الشبكة أما الاستلام فحسب طبيعة السلعة وصيغة العقد بين الشركة والمستهلك. (Francis, 2001, P25) كسراء الفرد منتجاتها من شركة Jumia في الجزائر.

3-2 **تجارة إلكترونية من المستهلك إلى الشركة (Customer 2 Business):** وهو عبارة عن مختلف المبادلات التجارية بين الزبون والشركة، حيث يقوم المستهلك بتوفير وتحقيق متطلبات الشركة.

4-2 **تجارة إلكترونية من المستهلك إلى المستهلك (Customer 2 Customer):** في هذا النوع من التجارة تتم العملية التجارية بين المستخدمين العاديين من دون تدخل أي جهات أخرى، وتتم أيضا عن طريق مختلف الوسائل الإلكترونية.

5-2 **تجارة إلكترونية من الحكومة إلى المستهلك (Government 2 Customer):** ويُقصد بها عمليات البيع والشراء التي تتم بين الجهات الحكومية كمورد للخدمة (بائع) والمستهلك العادي

(الزبون) كمشتري للخدمة، وتتمثل هذه الخدمات في خدمات مهنية، قضائية، خدمات الضرائب وغيرها. (طه، 2007، صفحة 390)

2-6 تجارة إلكترونية من الحكومة إلى الشركات (Government 2 Business): في هذا النوع من التجارة الإلكترونية، يتم إتاحة الفرصة لتعامل الحكومة مع الشركات، مثل: إشراف الحكومة على شركات الاتصالات. (موقع السوق المفتوح، 2021) وبالنسبة لعمليات التزود بالسلع والخدمات تكون من كلا الطرفين، حيث يمكن أن تكون الشركات طالبا للسلع والخدمات من الحكومة، أو العكس. (نافع و جميل، 2020، صفحة 184)

3- أهمية التجارة الإلكترونية:

تتجلى أهمية التجارة الإلكترونية في كونها تجارة حديثة تساعد على تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها بواسطة التجارة التقليدية، ويعود سبب ذلك إلى: (جميع، 2018، صفحة 279)

- انخفاض تكلفة تسويق المنتجات التي يتم عرضها على الأسواق الافتراضية (الإلكترونية) عكس الأسواق التقليدية التي تكون فيها تكلفة التسويق مرتفعة.
- التجارة الإلكترونية هي وسيلة فعالة للقيام بإبرام الصفقات بين المتعاملين عن طريق مختلف الوسائل الإلكترونية المتاحة دون عناء الاتصال المباشر بينهم، كما تساهم في خفض النفقات من خلال استغنائها عن المستندات الورقية.

4- خصائص التجارة الإلكترونية:

- تتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية بجملة من الخصائص، من أهمها:
- التعامل بين المورد والزبون يتم عن بُعد دون الالتقاء المباشر، حيث نص على ذلك المشرع الجزائري في المادة 1/16 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- الاعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات التجارية دون أي مستندات ورقية.
- إجراء عدد كبير من المعاملات التجارية بين عدد كبير من المشتركين في آن واحد وعلى موقع واحد، مما يساهم في توفير الجهد والوقت والمال.
- التعامل بين المورد والزبون (طرفي التجارة) في التجارة الإلكترونية يكون بواسطة شبكة الاتصالات، مما يعطي درجة عالية من التفاعل دون ضرورة وجود طرفي التجارة في نفس الوقت على الشبكة.

- إمكانية بيع وشراء السلع الغير مادية من خلال شبكة الاتصالات كالتقارير والأبحاث والصور، وبهذا تكون للتجارة الالكترونية فاعلية أكثر على عكس الوسائل المستخدمة في التجارة التقليدية.

5- أهداف التجارة الإلكترونية

الأهداف العامة التي تسمو لتحقيقها التجارة الإلكترونية تتمثل فيما يلي: (آيت مبارك، 2013/2012،
صفحة 29-30)

- تغطية كافة النشاطات التجارية التقليدية (مراسلات وتبادل وثائق وعقد صفقات، تحويل أموال، إشهار وإعلان بيع وشراء).
- التسوق من خلال الأسواق الافتراضية (الإلكترونية) الموجودة على شبكة الإنترنت يُخفض من تكاليف الوقت والمال والجهد.
- الزبون يمكنه إجراء عملية تسوق واسعة عبر شبكة الإنترنت لاختيار السلعة المناسبة وبالسعر المناسب.
- تهدف خدمة التجارة الالكترونية إلى تطوير الاقتصاد الرقمي بشكل خاص والثقافة الرقمية بشكل عام.
- دعم الاقتصاد الوطني وخاصة في مجال الاستيراد والتصدير، وذلك من خلال إدراج أسواق لا متناهية في الكبر أما القطاعين العام والخاص على حد سواء.
- خدمة التجارة الإلكترونية تُحقق مبدأ الديمقراطية من خلال إتاحة الأسواق للجميع، أي أنها تُلغي دور الوسطاء.
- تشجيع المنشآت على جذب العملاء من خلال هذا النمط من التجارة الذي يلغي جميع القيود التي تعترضها.
- إحداث تغييرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- خلق مجالات عروض تجارية، إتاحة فرص استثمارية، رفع كفاءة الأداء وتحقيق الفعالية في التعامل.

المحور الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد 19 وأهم معوقاتها

بالرغم من قيام المشرع الجزائري بإصدار القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلا أن هذا النوع من التجارة ظل يُراوح مكانه في هذه الفترة، إلا بعد ظهور جائحة كوفيد 19 في بداية سنة 2020 في الجزائر، مما ساهم في نمو وبروز العديد من المواقع الإلكترونية الناشطة في هذا

المجال، هذا ما سنحاول إبرازه في هذا الجزء من البحث من خلال التطرق إلى واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد 19، مع إبراز مختلف المعوقات التي تواجهها.

1- شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

جاء الفصل الثاني من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ليبرز مجموعة من الشروط الواجب توفرها لممارسة التجارة الإلكترونية وهي: (القانون رقم 05-18، 2018، المواد 8-9)

- يجب أن يُسجل السوق التجاري الإلكتروني في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة.

- يجب أن ينشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، ويكون هذا الموقع مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz".

- ضرورة توفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

- لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق (الموقع) لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

- ضرورة نشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين ووضعها في متناول المستهلك الإلكتروني.

2- واجبات ومسؤوليات كل من المستهلك والمورد الإلكترونيين

فرض المشرع الجزائري من خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على المستهلك ضرورة

الالتزام بما يلي: (القانون 05-18، 2018، المواد 16-17)

- دفع ثمن المشتريات المتفق عليها في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه.

- ضرورة توقيع وصل استلام المنتج أو الخدمة موضوع العقد الإلكتروني.

- ضرورة حصول المستهلك على نسخة من وصل الاستلام.

كما فرض القانون 05-18 على المورد الإلكتروني واجبات ومسؤوليات يجب الوفاء بها وهي: (القانون

05-18، 2018، المواد من 18 إلى 26)

- ضمان حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على العقد الإلكتروني المبرم مع المستهلك الإلكتروني.

- ضرورة إرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني.

- إعداد فاتورة بيع المنتجات وتسليمها للمستهلك الإلكتروني في صيغة إلكترونية أو ورقية في حال طلب ذلك.
- لا يجب على المورد الإلكتروني مُطالبة المستهلك الإلكتروني بدفع ثمن منتج أو خدمة لم يتم طلبها من طرفه.
- عدم الموافقة على أي طلبية غير متوفرة في المخازن.
- الاحتفاظ بكافة المعاملات التجارية وسجلاتها، بالتواريخ والتفاصيل الكاملة، وإرسالها إلى المركز الوطني للسجلات التجارية في الوقت المناسب.
- لا يقوم المورد الإلكتروني بجمع البيانات الشخصية لزيائنه دون علمه إلا في حدود البيانات الضرورية والتي تخدم إتمام عملية البيع، مع الحفاظ على سرية المعلومات.

3- واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد 19

لقد شهدت التجارة الإلكترونية في الجزائر في هذه الفترة (في ظل جائحة كوفيد 19) تطورا ملحوظا بالنسبة للعديد من المواقع الإلكترونية التجارية التي كانت تعمل سابقا، في حين ظهرت مواقع جديدة نوضحها كما يلي:

- **موقع واد كنييس (www.ouedkniss.com)**: يعتبر من أوائل مواقع التجارة الإلكترونية التي ظهرت في الجزائر منذ سنة 2006، حيث يتعامل هذا الموقع بكثرة في مجال تسويق السيارات، وبعض المنتجات، وهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الراغبين في بيع أو شراء منتج معين، حقق هذا الموقع نجاحا لافتا، إذ بلغ عدد زوار هذا الموقع أكثر من 100 ألف زائر يوميا. (نافع وجميل، مرجع سابق، ص186) وازداد رواج هذا الموقع وتطوره منذ ظهور جائحة كورونا بالجزائر التي أدت إلى فرض حجر صحي على مختلف الأسواق التقليدية (خاصة أسواق السيارات والألبسة) مما أدى بالمورد والزبون الجزائري إلى الاستعانة بخدمات هذا الموقع الإلكتروني، لعرض وشراء مختلف المنتجات الموجودة بهذا الموقع (سيارات، ملابس، أدوات منزلية... إلخ). وبالنسبة لطرق الدفع، يتم الدفع يدا بيد، بعد استلام الزبون لطلبته يقوم بالدفع مباشرة.

- **موقع Guiddini (www.guiddini.com)**: تم إنشاء هذا الموقع سنة 2010، وتم تسجيله في السجل التجاري كمؤسسة ناشطة في التجارة الإلكترونية بتاريخ 2011/05/05. يتضمن هذا الموقع

عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت، حيث يعمل هذا الموقع على عرض منتجات مؤسسات أخرى لتشتريها مؤسسات (Business 2 Business) ويقوم أيضا بعرض منتجات مؤسسات ليقوم المستهلك بشرائها (Business 2 Customer) أو عرض منتجات مستهلكين ليتم شرائها من طرف مستهلك آخر (Customer 2 Customer). وبالنسبة لطريقة تسليم المنتجات فالموقع يسهر على تسليم المنتجات إلى غاية المنزل في الجزائر العاصمة والنواحي القريبة منها، أما الولايات الأخرى البعيدة فتقوم بتوصيل المنتجات إلى الزبائن شركة مختصة ems. وفيما يخص وسائل الدفع فيعتمد الموقع في غالب الأحيان على الحساب الجاري البريدي ccp أو الدفع نقدا من طرف الزبون عند استلامه للطلبية. (صراع و كربالي، 2019، صفحة 218-219)

- **موقع jumia (www.jumia.dz)**: افتتحت شركة jumia مكتبها بالجزائر سنة 2014 في مجال التجارة الإلكترونية، (موقع وكيبديا الموسوعة الحرة ، 2021/01/11) حيث قامت بتأسيس الموقع الإلكتروني لها ذي النطاق (.dz)، وذلك للترويج لمختلف منتجاتها المتمثلة أساسا في البقالة، المنتجات المكتبية، منتجات الصحة والجمال، الإلكترونيات، المستلزمات الرياضية، الهواتف النقالة، أجهزة الكمبيوتر وألعاب الأطفال. كما تقوم هذه الشركة بتوصيل مختلف الطلبات إلى زبائنها. وكذا نشاط هذه شركة jumia لم تكن معروفة لدى عامة الناس إلا بعد ظهور جائحة كوفيد19، التي ساهمت في انتشار هذا الموقع أكثر فأكثر، حيث أصبح موقع jumia من أهم مواقع التسوق الإلكتروني في الجزائر، حيث ارتفع عدد زوار الموقع سنة 2020 إلى أكثر من 2 مليون زائر شهريا بعد أن كان في حدود 1.7 مليون سنة 2018، واستقبل الموقع ما بين 220000 و 250000 طلبية خلال فترة الحجر الصحي. (موقع جوميا الجزائر، اطلع عليه يوم 2020/12/31) ويقوم هذا الموقع بتسويق ونقل منتجاته إلى زبائنه في 48 ولاية. وبالنسبة لطرق الدفع فتتم مباشرة بعد استلام الزبون لطلبية (يدا بيد).

- **موقع مصروفك (www.masrofek.com)**: هذا الموقع ناشط في ولاية تيارت فقط، وهو متخصص في بيع المنتجات الغذائية وبعض المنتجات الأخرى، ظهر هذا الموقع في سنة 2019، وكان عدد زبائنه حوالي 30 زبون إلى أن تطور هذا العدد في سنة 2020 خاصة في ظل أزمة جائحة كوفيد19 (في ظل الحجر الصحي) إلى أن وصل هذا العدد إلى حوالي 200 زبون ومعجب بخدمات

هذا الموقع التجاري (موقع مصروفك, Masrofek-، اطلع عليه يوم 2020/12/31)، الموقع يعتمد على طرق الدفع التقليدية (يدا بيد بعد حصول الزبون على طلبيته).

- موقع **BM Shopping Algérie** (www.bmshoppingalgerie.com): هذا الموقع التجاري

متخصص في بيع الألبسة، الأحذية، الأدوات الكهرومنزلية وأدوات الحلاقة والعناية بالشعر، ظهر هذا الموقع في سنة 2017 غير أنه تطور وزاد عدد متابعيه وزبائنه في سنة 2020 بداية ظهور جائحة كوفيد19 بالجزائر. (موقع [bmshoppingalgerie](http://bmshoppingalgerie.com)، اطلع عليه يوم 2021/01/13)

- **مؤسسة بريد الجزائر** (www.poste.dz): عملت مؤسسة بريد الجزائر في هذه الفترة (في ظل جائحة

كوفيد19) على الإشهار على نطاق واسع للترويج لمختلف الخدمات التي تقدمها عن بُعد من خلال شبكة الإنترنت، وهذه الخدمات تتمثل أساسا في:

• **الاطلاع على الحساب الجاري البريدي**: يمكن لزبون بريد الجزائر الاطلاع على حسابه الجاري

البريدي عن بُعد دون الحاجة للتنقل إلى مكاتب البريد، وذلك من خلال تسجيله على موقع

(<https://eccp.poste.dz>) للاستفادة من هذه الخدمة.

• **تحويل الرصيد من حساب إلى حساب آخر**: سمحت أيضا مؤسسة بريد الجزائر لزبائنها بالقيام

بعمليات تحويل الرصيد عن بُعد، وذلك من خلال تطبيق بريدي موب **baridi mob** الذي يتم

تحميله على الهواتف النقالة المزودة بالإنترنت، إذ من خلاله يمكن للزبون القيام بتحويل الرصيد

من حسابه إلى حساب آخر دون الحاجة للتنقل إلى مكاتب البريدي.

• **تسديد مختلف الفواتير باستخدام البطاقة الذهبية لبريد الجزائر**: مكنت أيضا مؤسسة بريد

الجزائر زبائنها الحاملين للبطاقة الذهبية من القيام بتسديد مختلف الفواتير (فاتورة الهاتف

والإنترنت، الكهرباء والغاز، الماء وتعبئة حسابات الهواتف النقالة)، ويتم ذلك عن بُعد من خلال

شبكة الإنترنت، حيث يمكن للزبون الدخول إلى حسابه عبر الموقع

(<https://baridinet.poste.dz>) واختيار العمليات التي يريد القيام بها.

- **موقع شركة الخطوط الجوية الجزائرية** (<https://airalgerie.dz>): أطلقت شركة الخطوط الجوية

الجزائرية خدمة الدفع عن بُعد لزبائنها، والمتمثلة أساسا في شراء تذاكر الطيران عن بُعد في بداية سنة

2008، ويتم الدفع إما عن طريق بطاقة الدفع الإلكتروني cib أو البطاقة الذهبية لبريد الجزائر .
(موقع الخطوط الجوية الجزائرية، اطلع عليه يوم 2020/12/31) ومن مزايا هذه العملية أنها
منخفضة التكاليف، فهي تُقلل من الجهد وفترة انتظار الزبون داخل المطار، كما أنها تُخفض من
حجم الطوابير أمام مصالح المطارات في الجزائر وتُساهم في ترقية خدمات النقل الجوي في الجزائر.

4- معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر

بالرغم من زيادة نشاط التجارة الإلكترونية في الجزائر في هذه الفترة الأخيرة (فترة انتشار جائحة كوفيد
19)، إلا أن قطاع التجارة الإلكترونية لا زال يُعاني التأخر، وذلك بسبب العديد من المعوقات التي تعترضه. ومن
هذه المعوقات نذكر: (جميع، 2018، صفحة 288)

- افتقار معظم المواقع الجزائرية إلى الخصائص الفنية التي تُضفي على المواقع الجاذبية وتجلب الزبائن
إليها.

- نقص وسائل الدفع الإلكترونية التي تسمح بإرسال واستقبال الأموال بسهولة، مما أثر سلبا على نشاط
سوق العمل الإلكتروني الذي له دور كبير في ازدهار التجارة الإلكترونية وتطورها.

- النقص الواضح للمؤسسات الرسمية ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وضعف خدمات
الإنترنت، بسبب احتكار مؤسسة عمومية لهي اتصالات الجزائر على تقديم هذه الخدمة. (قندوز،
2013، صفحة 208-209)

- غياب الوعي لدى الزبون الجزائري بكيفية إجراء المعاملات عبر شبكة الإنترنت، والذي يجعل المتعاملين
فريسة سهلة بسبب انتشار الغش التجاري وعدم تطبيق الإطار التشريعي المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
(آيت مبارك، 2013/2012، صفحة 34-35)

- ضعف الثقافة التقنية والوعي التكنولوجي بين أفراد المجتمع الجزائري، حيث تلعب الثقافة والمعرفة
بتكنولوجيا المعلومات دورا هاما في انتشار وتطور التجارة الإلكترونية على كل المستويات. (قندوز،
2013، صفحة 209)

- نقص الكفاءات المؤهلة والإطارات المتخصصة في تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية.
(صراع و كربالي، 2019، صفحة 222)

- ارتفاع تكاليف النقل بسبب سوء الطرق وارتفاع أسعار الوقود سببا في تخلف التجارة الإلكترونية في
الجزائر. (بن ساسي و بن قرينة، 2018، صفحة 223)

تناولنا في هذا البحث واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد 19، وذلك من خلال إبراز ماهية التجارة الإلكترونية، مفهومها وأهميتها بالنسبة للاقتصاد الوطني، وإبراز واقعها في الجزائر ومدى رواجها في ظل جائحة كوفيد 19، وذلك بعرض مختلف الأسواق والمواقع الإلكترونية التي نشطت مؤخرا في هذا المجال، مع إبراز مختلف المعوقات التي تعترض نمو وازدهار التجارة الإلكترونية في الجزائر. ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- التجارة الإلكترونية هي من أحسن الدعامات الاقتصادية، خاصة في فترة انتشار الأمراض والأوبئة التي تفرض الحجر الصحي للحفاظ على صحة وسلامة المواطن.
- التعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر ازدادت ونمت في هذه الفترة الأخيرة، نتيجة للحجر الصحي المفروض على الأسواق التقليدية بسبب جائحة كوفيد 19.
- ساهمت التجارة الإلكترونية في الجزائر (خاصة في فترة الحجر الصحي) في القضاء على التجمعات أمام المحلات التجارية، وبالتالي في الحفاظ على سلامة وصحة المواطن الجزائري (ساهمت في منع انتشار كوفيد 19 وسط الجزائريين).
- بالرغم من سن قوانين منظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر، إلا أنها لا تزال تُعاني من نقائص وتواجهها تحديات تحول دون تطورها وازدهارها لمواكبة الدول المتقدمة في هذا المجال.
- هناك نقص لوسائل الدفع الإلكترونية، مما أدى إلى تأخر تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

على ضوء النتائج المتوصل إليها، نوصي بما يلي:

- ضرورة تحيين القوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائرية، وتخفيف من الأعباء المفروضة على هذا النوع من النشاط لتشجيع التجار على اقتحام هذا المجال، والمساهمة في رفع الجباية المحلية.
- العمل على الرفع من تدفق الإنترنت، لتسهيل المعاملات التجارية بين المورد الإلكتروني والزبون الإلكتروني، وتشجيع المؤسسات الخاصة على العمل في هذا المجال.
- توفير مختلف وسائل الدفع الإلكترونية للمساهمة في رُقي التجارة الإلكترونية، وتخفيف الأعباء على الأسواق التقليدية.

- الإشهار الواسع لتبليغ الزبون بأهمية التعامل الإلكتروني عن بُعد، وبأهمية استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني.

- استصدار بطاقات الدفع الإلكتروني لكافة العمال، وحثهم على ضرورة استخدامها في تعاملاتهم التجارية.

- فتح تخصصات جامعية في ميدان التجارة الإلكترونية، للمساهمة في تكوين عمال ورؤساء المؤسسات الناشطة في هذا الميدان، لترقية مواقعهم الإلكترونية وجلب انتباه الزبائن إليها.

المصادر والمراجع

Francis, M. (2001). *B2B Stratégie de communication, 2ème édition*. Paris: Edition d'organisation.

أحمد عبد الخالق السيد. (2006). *التجارة الإلكترونية والعولمة*. القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

القانون رقم 05-18. (10, 05, 2018). القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجزائر: الجريدة الرسمية، العدد 28.

أمل كرم خليفة. (2013). *التجارة الإلكترونية*. مصر: مكتبة بستان المعرفة للنشر.

برقاوي آية. (11, 01, 2021). *موقع السوق المفتوح*. تم الاسترداد من <https://read.opensooq.com>

خالد بن ساسي، و محمد حمزة بن قرينة. (08, 04, 2018). واقع التجارة الالكترونية والإمداد في الجزائر. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 12 (01)، الصفحات 208-226. تم

الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/52739>

زينب نافع، و أحمد جميل. (31, 12, 2020). التجارة الالكترونية في الجزائر: طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة. مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، 03 (06)، الصفحات 180-196. تم الاسترداد

من <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/141379>

سامية آيت مبارك. (2012/2013). دور التجارة الالكترونية في تفعيل الأداء التجاري -الواقع والآفاق بالجزائر-، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، فرع إدارة العمليات التجارية . الجزائر، جامعة الجزائر

.03

سمير أحمد محمد. (2009). التسويق الإلكترونية، الطبعة الأولى. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

طارق طه. (2007). التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية. مصر: دار الجامعة الجديدة.

فاطمة الزهراء قندوز. (2013). التجارة الإلكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة الجزائر 03.

فاطمة الزهراء قندوز. (2013). التجارة الإلكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: تحليل اقتصادي. الجزائر، جامعة الجزائر 03: جامعة الجزائر 03.

كريمة صراع، و بغداد كربيالي. (14 06, 2019). واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2016. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، 12 (01)، الصفحات 209-224. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/94906>

محمد إبراهيم أبو الهيجاء. (2005). عقود التجارة الإلكترونية (العقود الإلكترونية، المنازعات العقدية وغير العقدية، القانون الواجب التطبيق). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

موقع *bmshoppingalgerie*. (13 01, 2021). تاريخ الاسترداد 13 01, 2021، من www.bmshoppingalgerie.com

موقع الخطوط الجوية الجزائرية. (31 12, 2020). تاريخ الاسترداد 31 12, 2020، من <https://airalgerie.dz>

موقع السوق المفتوح. (11 01, 2021). تم الاسترداد من موقع السوق المفتوح: <https://read.opensooq.com>

موقع جوميا الجزائر، ، اطلع عليه يوم 2020/12/31. (31 12, 2020). تاريخ الاسترداد 31 12, 2020، من www.jumia.dz

موقع مصروفك-Masrofek. (31 12, 2020). تاريخ الاسترداد 31 12, 2020، من www.facebook.com/masrofac

موقع وكيبيديا الموسوعة الحرة. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 11 01 ,2021، من

<https://ar.wikipedia.org/wiki>

نبيلة جعيجع. (30 12 ,2018). التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها.

مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، 02(02)، الصفحات 273-292. تم الاسترداد من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82253>