

تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية في العالم دراسة تحليلية

سهام موسى*

الإرسال: 2020/12/18

القبول: 2021/03/02

النشر: 2021/03/10

ملخص: هدفت الدراسة إلى بيان تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية العالمية، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف جمع المعلومات الأكثر دقة ووضوحا عن الظواهر في البحث العلمي بالاعتماد على المراجع والمصادر المتخصصة والاطلاع على التقارير الاحصائية والمؤشرات الاقتصادية المتعلقة بالدراسة، وتحليلها للتعرف على تأثير جائحة كورونا على التجارة الالكترونية وتوصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها ان الاقتصاد التقليدي لا يمكنه ان يجاري هذه التغيرات، وأن الجائحة أكدت أن التجارة الالكترونية هي الحل الأنجع في ظل الجائحة وإجراءات الإغلاق الشامل، حيث عرفت نموا 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 ايرادات التجارة الالكترونية بسبب شركاتها الرائدة في مجال الالكترونيات وتجارة التجزئة عبر الانترنت مثل شركة على بابا وموقع dj وموقع امازون وغيرها من الشركات التي برزت في هذه الجائحة، وتبقى دول المشرق العربي ودول افريقيا في مؤخرة الركب التكنولوجي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، جائحة كورونا، الاقتصاد العالمي.

تصنيف JEL: F02, M15, I01.

The impact of the Corona pandemic on the growth of e-commerce in the world An analytical study

Abstract: The study aimed to demonstrate the impact of the Corona pandemic on the growth of global e-commerce, The researcher used the descriptive and analytical approach, which aims to collect the most accurate and clear information about phenomena in scientific research, relying on specialized references, sources, reviewing statistical reports and economic indicators related to the study. we analysis it to identify the impact of the corona pandemic on e-commerce, we reached a set of results, the most important results are :The traditional economy cannot keep pace with these changes, And the pandemic confirmed that e-commerce is the most effective solution in light of the pandemic and in the proceeding of closure, As it witnessed unprecedented growth, both in terms of the volume of revenues or the sweeping of market shares, The study also revealed that

*أستاذ محاضر أ، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، sihem.aya@gmail.com (المؤلف المرسل)

China and the usa were at the forefront of countries that acquired e-commerce revenues, Because of its leading companies in the field of electronics and internet retail (exp: dj.com, ali baba, amazon..) and other companies that have emerged in this pandemic, Finally, we find that the countries of the Arab East and Africa remain behind in the technological legacy.

Keywords : e-commerce; Corona pandemic; International Economy.

JEL Classification : F02 ; M15 ; I01.

1. مقدمة

لقد كان لجائحة كورونا تأثير كبير على المجتمعات والأعمال وخصوصا في ظل العزل الاجتماعي الشامل الذي فرضته مختلف الحكومات في العالم، وقد ترافق مع هذا الاجراء توقف مختلف الانشطة الاقتصادية والاجتماعية وبدا انهيار البورصات وواجهت الشركات وضع صعب، وزاد الوضع تازمنا يوما بعد يوم مع انتشار فيروس كورونا المستجد أثراً اقتصادياً بالغ الشدة قد تتأتى عنه تحولات عمالية كبرى. فاتجه العالم بأسره نحو استخدام تكنولوجيا الانترنت ومختلف وسائل الاتصال لمواصلة حياتهم عن بعد، العمال خارج الشركات، والطلبة بعيدا عن الجامعات، وحتى التسوق اصبح يمارس عن بعد خوفا من التجمعات، وغرق الاقتصاد العالمي في ازمة غير مسبوقه وغير متوقعة، من هنا فان التحول نحو التجارة الالكترونية اضحى الحل الانجع لمواصلة الحياة اليومية، وعلى هذا الاساس فان المستفيد الأكبر من هذا الوضع شركات قطاع التكنولوجيا والانترنت، 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.

ومن هنا جاءت اشكالية هذه الدراسة والمتمثلة في

ما مدى تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية في العالم؟

للاجابة على الاشكالية تم وضع التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف اثرت جائحة كورونا على مختلف القطاعات الاقتصادية في العالم؟
- كيف اثرت جائحة كورونا على مداخيل التجارة الالكترونية للدول؟
- كيف اثرت جائحة كورونا على مداخيل كبريات شركات تجارة التجزئة عبر الانترنت ؟

أهمية الدراسة: تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها تركز على تحليل وضعية حالية عاشها العالم ولا زال يكافح 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 يهدق بالاقتصاد الى فرصة لابرز أهمية التكنولوجيا في الحياة اليومية.

2. الدراسات السابقة

سنحاول عرض مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة.

1.2. 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

a. 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.

3.2. دراسة (Hicintuka & Helin, 2020)

ان الغرض من هذا البحث هو تحديد كيف لجائحة كورونا ان تاتر على شركات التجارة الإلكترونية في العالم، وكذلك 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.

4.2. 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 اقتصاد 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

2.5. 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 التباعد الاجتماعي المفروض في البلاد، فإن سلسلة التوريد للتوزيع تاترت 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 الإلكترونية لتوفير ما يحتاجه المستهلكين حتى يكسرون الاحتكار الذي مارسه بعض التجار. وقامت شركة Majors بقبول وشحن الطلبات، لكن عمليات التسليم في مومباي صعبة مما أدى إلى تأخير شحنات الطلبات خصوصا خلال فترة الإغلاق لشهر افريل التي استمرت 21 يوما، خسرت التجارة الإلكترونية في إجمالي المبيعات 1 مليار دولار أمريكي، حيث قامت أمازون، و flipkart، وغيرها من الأسواق برد الأموال على طلبات غير ضرورية، وخفضت أمازون الهند رسوم السوق بنسبة 50٪ حتى ماي 2020 للتجار الذين باعوا البضائع بقيمة 10000 روبية أو أقل قبل تفشي الفيروس في الهند.

اتفقت الدراسة الحالية في العديد من النقاط التي تناولتها الدراسات السابقة لكن سنحاول التركيز أكثر على تحليل مؤشرات احصائية خاصة بمجموعة من كبريات شركات التجارة العالمية في ميدان التجارة الالكترونية، وكذلك على مداخل التجارة الالكترونية على مستوى العالم وحسب المناطق الجغرافية، كذلك من حيث التوقيت الزمني للدراسات التي تم الاشارة لها تمت تقريبا في الاشهر الاولى من وظهور الوباء ولكن الدراسة الحالية سنعتمد على الاحصائيات المتعلقة بالسداسي الاول من 2020.

3. تأثير جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي

فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس)، وفيروس كورونا المكتشف مؤخراً مرض كوفيد-19 (كورونا المستجد) وهو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019 الذي سرعان ما تحول الى جائحة اثر على العالم بأسره. (منظمة الصحة العالمية، 2020). ادت هذه الجائحة الى التأثير على الاقتصاديات العالمية فغيرت معالم التنافس، واغلقت كبريات الشركات وفقد الملايين مناصب عملهم، وانهارت البورصة العالمية بين عشية وضحاها، وانخفضت حجم الانتاج العالمي في مختلف القطاعات (الصناعات الغذائية والدوائية وصناعة السيارات والملابس... الخ).

وليس بوقت بعيد عندما كانت توقعات نمو الاقتصاد العالمي مباشرة وأكثر تفاؤلاً مما هي عليه الان. فبحسب تقرير آفاق الاقتصاد العالمي Outlook Economic World الصادر عن صندوق النقد الدولي في جانفي 2020، كان الاقتصاد العالمي في حالة تعاف، حيث كان متوقعاً أن يرتفع معدل النمو العالمي من 9,2% في العام 2019 إلى ما يعادل 3,3% في العام 2020 ليصل إلى 4,3% بحلول عام 2021. وقد أقام خبراء الصندوق هذه التقديرات المتفائلة اعتماداً على نمو الناتج الصناعي العالمي، تحسن وضع التجارة العالمية عندما لاحت في الأفق بوادر إحراز بعض التقدم على صعيد نزع فتيل أزمة الحرب التجارية القائمة بين عملاقي الاقتصاد العالمي، الصين والولايات المتحدة ومع تفشي ت محلها موجة وباء كورونا الجديد، ذهب موجة التفاؤل هذه أدراج الرياح، وتبعثرت معها توقعات النمو الإيجابية، وحل تشاؤمية تنذر بموجة كساد عالمية. فطبقاً لمنظمة التجارة والتنمية التابعة للأمم المتحدة UNCTAD، فإن من المتوقع أن يخسر الاقتصاد العالمي حوالي تريليون دولار أمريكي - على أقل تقدير - كنتيجة لانتشار فيروس كورونا، وأن يتراجع النمو العالمي إلى أقل من 5,2% وأن تدخل مجموعة كبيرة من الدول في موجة كساد (هاني، 2020).

ويمكن تلخيص أهم الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا على بعض القطاعات الاقتصادية

- انخفاض أسعار النفط ذكرت دراسة لتقييم آثار تدني أسعار النفط أن تسع دول من بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا المصدرة للنفط قد تشهد انخفاضاً في أرباح المنتجات الهيدروكربونية بمقدار 192 مليار دولار مع زيادة تآكل الاحتياطات النقدية والديون الخارجية والتأثيرات على ميزانيات 2020 لهذه الدول، وتوقعت الدراسة أنه في ظل المعطيات الحالية لجائحة كورونا التي تضرب العالم وما زالت تتطور فإنها مستمرة في التأثير على النشاط الاقتصادي وفي سوق النفط، واستبعدت الدراسة العودة إلى أسعار ما قبل كورونا خاصة في ظل الخلافات النفطية بين الدول المنتجة (الهرش، 2020).

- 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 تمكننا 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 (المرش، 2020).

- تأثير الجائحة على القطاع السياحي

قطاع السياحة حاليًا هو أحد أكثر القطاعات تضرراً من تفشي الجائحة وقد أظهرت آثار ذلك على كل من العرض والطلب على السفر، لاسيما في الصين، وهي السوق المصدرة الرائدة في العالم من حيث الإنفاق، وفي غيرها من الوجهات الآسيوية والأوروبية الرئيسية، مثل إيطاليا. حيث أدت القيود المفروضة على السفر، إضافة إلى إلغاء الرحلات أو الحد من تواترها، إلى تقلص كبير في عرض خدمات السفر (المحلية والدولية)، في حين استمر التراجع في الطلب أصبح الفيروس يمثل خطرا انحداريا جديدا في سياق اقتصاد عالمي مصاب بالضعف أصلا (منظمة السياحة العالمية، 2020).

- تذبذب أسعار صرف العملات

أدت حالة عدم اليقين والخوف من المستقبل إلى زعزعة الثقة بالعملات بشكل عام وعملات الأسواق الناشئة بشكل خاص حيث انخفضت قيمتها السوقية أمام العملات الصعبة، واضطرت السلطات النقدية لدعم عملتها بعد لجوء مواطنيها إلى شراء الذهب والعملات الصعبة وهو ما أدى الى سحب جزء من الرصيد النقدي الاحتياطي من العملات الصعبة والذهب لدى البنك المركزي مما أدى إلى تذبذب في سعر صرفها انخفاضاً (المرش، 2020).

- زيادة معدلات البطالة وفقدان الوظائف

ان الأزمة الاقتصادية وأزمة الوظائف التي أحدثتها انتشار وباء كورونا يمكن أن تؤدي إلى زيادة أعداد العاطلين عن العمل في العالم بنحو 25 مليون شخص، وفقاً لتقييم جديد أجرته منظمة العمل الدولية (منظمة العمل الدولية، 2020). كما توقع صندوق النقد العربي ارتفاع معدل البطالة في الدول العربية بما لا يقل عن أربع نقاط مئوية في عام 2020 استناداً إلى توقعات الركود الاقتصادي الناتج عن جائحة فيروس كورونا المستجد بالإضافة الى فقدان ما لا يقل عن 6 ملايين وظيفة في الدول العربية نتيجة للجائحة في عام 2020 (صندوق النقد العربي، 2020).

- تضرر قطاع الطيران

اعلنت الرابطة الدولية للنقل الجوي "إياتا"، إن صناعة الطيران العالمية ستخسر 77 مليار دولار نقداً، 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، تندر 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 الاقطاعات

الاقتصادية، وشلت حركة العالم والزمت الشعوب منازلهم، هذا ما يستوجب إعادة النظر في اساليب الحياة اليومية ونمط الاقتصاد السائد الذي برهن على ضعفه وفشله بعدما توقع الاخصائيون والباحثون التغيير الى الاحسن بحلول 2020 الا ان ما حصل هو العكس.

4. جائحة كورونا والتحول نحو التجارة الإلكترونية

لقد اثرت الجائحة على مستوى التجارة العالمية فحسب الدراسات فان 52 بالمائة من الافراد يتجنبون التسوق المباشر خوفا من الازدحام والاحتكاك المباشر مع الافراد خاصة في الاماكن المغلقة، وقد اثرت ايضا على مختلف المنتجات وبدرجات متفاوتة حسب طبيعة المنتج ودرجة اهميته بالنسبة للمستهلك، هذا ما جعل المستهلك يتجه الى الحصول على حاجياته بالاعتماد على تطبيقات التجارة الإلكترونية المختلفة (Anam & other, 2020).

وما ساهم في نمو التجارة الإلكترونية وزيادة الطلب عبر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات هو توجه المستهلكين والشركات الى تخزين الامدادات الطبية (المعقمات واقنعة الوجه) ولضرويات المنزلية (ورق الحمامات والمواد الغذائية الغير قابلة للتلف)، وبالتزامن مع اجراءات العزل المنزلي، فقد اضطر الكل تلبية طلباتهم بالاعتماد على التجارة الإلكترونية، ونظرا لتشابك الانشطة التجارية وتعقد سلاسل التوريد فان التحول الى عمليات البيع عبر الانترنت يعتمد على نشاط التوزيع وتوافر الخدمات ولكن مع تعطيل المؤسسات المنتجة من طرف الحكومات فقد تآثر حجم التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ في بداية الجائحة، كذلك توقف مختلف وسائل النقل البرية والبحرية والجوية وبالتالي توقف سلاسل التوريد العالمية ساهم في تفاقم الازمة وتراجعت مداخيل التجارة الإلكترونية ايضا (world trade organization, 2020, p. 02).

ومع خروج المستهلكين من هوس تخزين المنتجات وعودة المؤسسات الانتاجية للعمل عن بعد تغير الوضع تغير الوضع وبشكل غير متوقع فبعد ان خسرت بعض مواقع التجارة الإلكترونية العالمية اسهمها في بداية الجائحة كموقع امازون وموقع علي بابا الصيني اسهمها، الا انها تعافت بسرعة وانتعشت بشكل غير مسبوق، وارتفعت مداخيل التجارة الإلكترونية في العديد من الشركات الافتراضية والمتاجر مثل متجر wal mart الذي ارتفعت مداخيله عبر الانترنت بمقدار 74 بالمائة كما ارتفعت مداخيل متاجر الوساطة الإلكترونية مثل google الذي قام بتحديث خاصية التواصل بين الاشخاص في وقت واحد واصبح facebook يسمح بالتواصل بين 44 شخص في ان واحد وبالتالي فهو ينافس تطبيق zoom (Anam & other, 2020). وبعدها تعزز الطلب على التجارة الإلكترونية واستخدام الحوسبة السحابية (Cloud) فقد انتعش نشاط المتاجر والشركات الإلكترونية وساعدها على التوجه نحو التوسع واكتساح العالم واخترق حصص سوقية اكبر، ادى نجاح العديد من المتاجر الإلكترونية خلال الازمة إلى زيادة كبيرة في مداخيلها. وسجلت المواقع الكبرى للتسوق الإلكتروني زيادة في الطلبات في وقت انتقل المستهلكون في ظل الحجر الصحي إلى شراء المواد الضرورية عبر الإنترنت (world trade organization, 2020).

لقد اكدت الجائحة ان التجارة الإلكترونية يمكن ان تكون اداة وحل مهم للمستهلكين في اوقات الازمات، وانما الحل الاقتصادي الفعال وقد اشارت منظمة التجارة العالمية إلى أن هذا هو الوقت المناسب للتجارة الإلكترونية لإنقاذ الاقتصاد العالمي والتدخل بقوة وحيوية وإثبات أهميتها وفعاليتها في مجال التجارة والتسوق عبر الإنترنت فقد اصبحت أسهم التجارة التقليدية متقلبة وفي انخفاض ملحوظ بسبب انتشار الفيروس، وسيكون هذا سببا قويا لتحرك تجار الأسواق التقليدية نحو التجارة عبر الإنترنت حفاظاً على باقي أسهمها ومجالها التجاري ونجاحها في السوق (Mansour & Abdullah, 2020).

ومع ذلك فالجائحة لم تجعل الدول تسلط الضوء فقط على اهمية التقنيات الرقمية في هكذا ظروف ولكنها اثار العديد من النقاط في أنحاء العالم والعديد من النقاط الاخرى نذكر منها (world trade organization, 2020)

- إعادة النظر في حلول التجارة الإلكترونية لتمكين الحركة السريعة والانية للسلع والخدمات عبر الحدود للمساعدة في الانتعاش الاقتصادي وخلق فرص عمل جديدة بعد الجائحة.
- أثبتت سعة الشبكة وخدمات النطاق الترددي العالي أنها حاسمة، ليس للتجارة الإلكترونية ولكن الاندماج العالمي ككل.
- العمل على تنمية التجارة الإلكترونية في البلدان النامية وذلك للحد من الفجوة الرقمية وتعزيز الاقتصاديات الأكثر مرونة في مواجهة الازمات المحتملة في مستقبل.
- إعادة النظر في الاجراءات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية لمساعدة المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تنشط عبر الانترنت.

5. مؤشرات تطور التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا

في هذا العنصر سنحاول التطرق الى تطور مداخل التجارة الإلكترونية في مختلف الدول، كذلك عرض مداخل كبيرات شركات التجارة الإلكترونية التي عرفت نموا ملحوظا في اطار المنافسة وامتداد الاسواق الإلكترونية في خضم الجائحة.

1.5. توقعات نمو مداخل التجارة الإلكترونية في العالم

أبرز مؤشرات التسوق العالمي خلال الربع الأول لعام 2020 في العالم تتضمن (بحرم و الفواص، 2020):

- ارتفاع الطلب على التجارة الإلكترونية مع انحسار الحركة في المتاجر التقليدية: سجلت مبيعات التجارة الإلكترونية نموا بمعدل 20% في الربع الأول من العام 2020 مقارنة بمعدل 12% في الفترة ذاتها من العام 2019، تضمن ذلك زيادة عدد زوار المواقع بمعدل 16% وزيادة في إنفاق المتسوقين بمعدل 4% (ارتفاع متوسط مبلغ الإنفاق المتسوق لكل زيارة). ومن المتوقع استمرار هذا التوجه للنمو مع تركيز الشركات أكثر على التجارة الإلكترونية.
- تحول مشتريات السلع الرئيسية إلى التسوق الرقمي: تسببت سياسات التباعد الاجتماعي والتزام المنازل في ارتفاع الطلب على عدد من السلع الرئيسية عبر متاجر التسوق الرقمي والتجارة الإلكترونية، بما في ذلك منتجات المواد الغذائية، والعناية الشخصية، والعديد غيرها. ومع التزام السكان حول العالم بالبقاء في منازلهم في الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس، سجلت مبيعات هذه السلع الرئيسية ارتفاعا بمعدل 200% وحافظت على ارتفاعها في الربع الأول من العام.
- "التسليم من المتاجر" يوفر مزيدا من الأمان والمرونة للمستهلكين: تتيح بعض مواقع التسوق الإلكترونية إمكانية الشراء عبر الموقع ومن ثم استلام المنتجات من المتاجر التقليدية، وهو ما أسهم في نمو إيرادات المبيعات الإلكترونية بمعدل 27% في الربع الأول، مقارنة بنمو بلغ 13% فقط للمواقع التي لم توفر هذا الخيار للتسليم. ففي الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس، سجلت إيرادات المبيعات الرقمية التي وفّرت خيار التسليم من المتاجر نموا بمعدل 92% - سواء كان التسليم على رصيف الطريق، أو التسليم في السيارة، أو عبر منصات التسليم أثناء القيادة، أو حتى الاستلام من المتاجر - مقارنة بنمو لم يتجاوز 19% للمواقع الإلكترونية التي لم توفر خيارات مماثلة.

الجدول (1) : توقعات نمو مداخل التجارة الإلكترونية (b to c) عالميا (2017 الى 2023) (ترليون دولار امريكي)

السنة	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
نسبة النمو	-	22.9%	20.7%	15%	17.1%	15.6%	14.9%
حجم المداخل	2.35 (محقق)	2.9 (محقق)	3.5 (محقق)	4.025 (والمحقق السداسي الاول من 2020 بلغ 3.931)	4.71 (متوقع)	5.44 (متوقع)	6.25 (متوقع)

المصدر : (who, 2020) et (statista, 2020)

من خلال الجدول نلاحظ ان مداخيل التجارة الالكترونية العالمية (تجارة التجزئة) في تزايد مستمر خلال السنوات المحققة (2.35-2.9-3.5) بين سنوات 2017-2018 و2019 وقد كان من المتوقع ان تحقق التجارة الالكترونية مداخيل تقدر ب 6.25 ترليون دولار امريكي الا ان جائحة كورونا يمكن ان تغير هذه التوقعات بشكل جذري ومن المحتمل ان ترتفع الى اكثر من القيمة المتوقعة.

ونلاحظ ان القيمة الحقيقية لمداخيل التجارة الالكترونية بلغت 3.931 خلال السداسي الاول 2020 بارتفاع قدر ب 0.098 مقارنة مع السداسي الاول من سنة 2019 حيث بلغت المداخيل 3.83 وفي تقرير لمنظمة التجارة الالكترونية العالمية اتضح ان هناك ارتفاع في حجم التعاملات في السوق الالكتروني قدر بلغ +5.3 بالمائة خلال السداسي الثاني من 2020 مقابل ارتفاع بنسبة 12.1 بالمائة سنة 2019 واشارات المنظمة ان نسبة النمو سترتفع خلال السداسي الثاني نتيجة خفض قيود الحجر العام (2020, fédération e-commerce et vente a distance).

ويشير الجدول الموالي الي نمو مبيعات التجارة الالكترونية حسب المناطق الجغرافية في العالم

الجدول (02): مبيعات التجارة الالكترونية حسب المناطق الجغرافية في العالم (بليون دولار امريكي)

المنطقة	اسيا والمحيط الهادي	امريكا الشمالية واللاتينية	اوروبا	الشرق الاوسط وافريقيا
حجم التجارة الالكترونية 2020	2.448.3	832.63	591.230	41.56
حجم التجارة الالكترونية 2019	2.336.27	678.67	528.43	34.49
نسبة النمو	%4.47	%18.49	10.62	%17.01

المصدر : (www.e-marketers.com, 2020)

من خلال الجدول نلاحظ ان دول اسيا والمحيط الهادي تتصدر القائمة من حيث حجم المبيعات، المنطقة تقود نمو التجارة الإلكترونية العالمية، متجاوزة جميع القارات الأخرى بمعدل نمو سنوي 25٪ أو 2.271 ترليون دولار أمريكي، وهو ما يمثل 62.55٪ من حجم التجارة الإلكترونية العالمية، خصوصا وان عملاق التجارة الإلكترونية الصين شهد انقال سريع غير مسبوق في ارتفاع حجم التعاملات الإلكترونية عبر العالم فالصين ستبلغ مداخيلها من تجارة التجزئة الإلكترونية 1.2 ترليون دولار امريكي مع نهاية سنة 2020 كذلك نجد اليابان من الدول البارزة في المنطقة وهي لاعب التجارة الإلكترونية الرائد في العالم ، وهو بالطبع مستقبل التجارة الإلكترونية مع شركة Rakuten هو منصة التجارة الإلكترونية الرائدة في اليابان، وقد اكتسبت عبر السنين العديد من مواقع التجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم بالإضافة الى اليابان والصين نضيف ايضا كوريا الجنوبية هي أيضا واحدة من أسواق التجارة الإلكترونية الرائدة أكبر أسماء التجارة الإلكترونية في المنطقة تشمل Gmarket و Coupang. اما المبيعات السنوية عبر الإنترنت: 37 مليار دولار وحصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة بالمنطقة: 9.8٪ بالإضافة إلى ذلك، هناك العديد من أسواق التجارة الإلكترونية الأخرى التي تنمو بسرعة مذهلة أبرزها الهند وجنوب شرق آسيا.

اما دول امريكا الشمالية واللاتينية فتاتي في المرتبة الثانية بلغت مبيعات تجارة التجزئة عبر الانترنت 832.63 بليون دولار امريكي اي ما يمثل 21.27٪ من الاجمالي خلال السداسي الثاني لهذه السنة، تضم المنطقة كل من كندا والولايات المتحدة الأمريكية كاحد عمالقة التجارة التاللكترونية في العالم، فالولايات المتحدة الامركية وبعد احتلالها عالم التجارة الإلكترونية لأكثر من عقد، تعد حاليًا ثاني أكبر بلد للتجارة الإلكترونية في العالم بعد الصين. وتحت قيادة عمالقة

التجارة الإلكترونية Amazons & eBay ، تشهد البلاد نموا صحيا في التجارة الإلكترونية في جميع القطاعات، وكانت في معظمها الابتكار لانتجهاات التجارة الإلكترونية الجديدة بلغت المبيعات السنوية عبر الإنترنت 340 مليار دولار حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة: 7.5%. اما كندا فقد ارتفع الاقبال على التجارة الإلكترونية بصورة حادة ولجا العديد منهم الى كبريات الشركات في مجال البيع الإلكتروني متمثلة في شركة شويفاي التي ارتفع عدد مشتريها من 10 ملايين مشترك قبل الجائحة الى 75 بالمائة خلال الثلاثي الاول من سنة 2020 وعموما تعرف معظم دول أمريكا الشمالية فقرة نوعية في مجال التجارة الإلكترونية كالبرازيل لديها نمو التجارة الإلكترونية مقبول قدر بحوالي 22 % من المؤكد أن البرازيل في مقدمة تجار التجزئة عبر الانترنت في أمريكا الشمالية، ولكن حتى الآن ، فإن المنافسين المحليين MercadoLibre & B2W Digital Inc، هم الذين يتصدرون البلاد في مجال التجارة الإلكترونية حيث بلغت مداخيلها في السادس الثاني 2020 مايقارب 19 مليار دولار أمريكي واستحوذت على حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة 2.8% (expandcart (unctad statistic), 2020).

وفي نفس السياق نجد ان دول اوروبا تأتي في المرتبة الثالثة من حيث حجم مبيعات التجارة الإلكترونية في العالم بلغت مبيعات التجارة الإلكترونية في المنطقة 591.230 بنسبة 15.10 بالمائة وطبعا المنطقة تضم كبريات الدول الرائدة في هذا المجال وتحتل مراتب متقدمة حسب الترتيب العالمي وهنا نشير الى كل بريطانيا المانيا وفرنسا ثم باقي دول القارة.

فبريطانيا على الرغم من صغر حجمها، تعتبر المملكة المتحدة منافسا كبيرا في التجارة الإلكترونية وتأتي في المرتبة الثالثة بعد الصين والولايات المتحدة الأمريكية في مجال التجارة الإلكترونية. تعد Amazon UK و Argos و Play.com من أكبر مواقع التجارة الإلكترونية في المملكة المتحدة، كما تمتلك الدولة واحدة من أعلى نسب مبيعات التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة وقد بلغت المبيعات السنوية عبر الإنترنت: 99 مليار دولار اما حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة فتمثل 14.5 % وفي المرتبة الثانية نجد المانيا وهي ثاني أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في أوروبا بعد المملكة المتحدة وكما هو الحال في المملكة المتحدة، تتمتع شركة أمازون بحصة جيدة في سوق ألمانيا. كذلك نجح بائع التجزئة المحلي على الانترنت eBay وأوتو التي تعتبر من أهم مواقع التجارة الإلكترونية الرئيسية الأخرى في البلاد بلغت المبيعات السنوية عبر الإنترنت 73 مليار دولار اما حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة فتمثل 8.4% وتأتي فرنسا في المرتبة الثالثة ضمن دول أوروبا الغربية يقودها منافسين محليين مثل Odigeo و-C discount، يأتي سوق التجارة الإلكترونية الفرنسية في المركز السادس في العالم وكما هو الحال عن غيرها من أسواق التجارة الإلكترونية الكبرى في أوروبا، فإن شركة أمازون تتمتع باختراق جيد في فرنسا أيضا، ولكن العلامات التجارية المحلية تمكنت من الحفاظ على حافة نظيرتها الأمريكية في البلاد بلغت المبيعات السنوية عبر الإنترنت: 43 مليار دولار وحصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة فتمثل 5.1% (expandcart (unctad statistic), 2020). اما المرتبة الرابعة الشرق الأوسط ودول افريقيا حيث بلغت إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية خلال الجائحة 41.56 بلوين دولار أمريكي أي ما يمثل نسبة 1.06 بالمائة.

ووفقا لتقرير صادر عن الاتحاد العربي للتجارة الإلكترونية، من المتوقع أن ينمو قطاع التجارة الإلكترونية عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا عشرة أضعاف، من 20 مليار دولار في عام 2017 إلى أكثر من 200 مليار دولار بحلول عام 2020، وتصل السوق في إفريقيا عام 2018 في مشهد مشابه إلى 50 مليار دولار (مستقل (الاتحاد العربي للتجارة الإلكترونية)، 2020).

كما ان منطقة الخليج العربي مع مصر تمثل نحو 80% من حجم التجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط، وتشير التقارير إلى أن التجارة الإلكترونية العابرة للحدود بين الدول العربية في تجارة التجزئة قد ارتفعت بحوالي 3% بين عامي 2014 و2020، حيث تقدر قيمة التجارة الإلكترونية بين المؤسسات في الشرق الأوسط وإفريقيا بنحو 22 مليار دولار، ومن المتوقع أن تصل إلى 26 مليار دولار بحلول عام 2020، فيما تشكل تجارة التجزئة الإلكترونية العربية نسبة 1.5% من الناتج المحلي الإجمالي مقارنة مع المتوسط العالمي البالغ نحو 4%، ما يشير إلى أن هذا القطاع يمتلك فرصاً واعدة في تحقيق معدلات نمو جيدة خلال الفترة المقبلة، ما يجعل مصر ودول الخليج ساحة جاذبة للشركات العالمية العاملة في سوق التجارة الإلكترونية. (العربية (تقرير الامم المتحدة للتجارة والتنمية)، 2020).

كما ان الاحصائيات تشير الى انه من المتوقع ان تصل ايرادات التجارة الالكترونية في افريقيا 19.857 مليون دولار امريكي نهاية 2020، ويمكن ان تصل الى 40.758 بزيادة تقدر ب 15 بالمائة 2025 سنة، وهذا نتيجة زيادة توجه المستهلك الافريقي الى التجارة الالكترونية (statista, 2020).

وتشير الاحصائيات المحققة في نفس الفترة من سنة 2019 ان هناك نمو ملحوظ في حجم التجارة الالكترونية، حيث عرفت ارتفاعاً بمقدار 18 بالمائة سنة 2020 في كل من امريكا الشمالية واللاتينية، و 17.01 بالمائة في الشرق الاوسط وافريقيا، فقد لجأت هذه الدول الى التجارة الالكترونية في ظل ازمة كظورة حتمية تفاديا لارتفاع الاصابات بسبب التجمعات في المراكز التجارية، كما حققت باقي المناطق ارتفاعاً فبلغت 4.47 بالمائة في اسيا والمحيط الهادي و 10.62 في دول اوربا.

4.2. ترتيب كبريات شركات التجارة الإلكترونية في العالم في ظل جائحة كورونا

بالرغم من ان الازمة اثرت على اقتصاديات العالم بشكل سلبي نتيجة الاغلاق الشامل الذي شهدته مختلف الحكومات، فان هذه الاخيرة ساهمت في ازدهار نشاط بعض الشركات العالمية خاصة تلك الناشطة عبر الانترنت، والجدول التالي يوضح لنا ترتيب العشرة دول الاولى الرائدة في مجال التجارة الالكترونية خلال السداسي الثاني من سنة 2020.

الجدول (03) : ترتيب كبريات شركات التجارة الإلكترونية عالمياً حسب حجم مداخلها

البلد	اسم الشركة	الايرادات (بليون دولار امريكي) (السداسي الثاني 2020)
أمريكا	امازون	59.372
	بوينغ هولدينغ	14.527
	اوبر	11.270
	اكسيديا	11.223
	اي باي	10.746
الصين	Jd.com	69.834
	علي بابا	40.383
	ميتوان دابنينغ	9.859
كندا	shopify	1.073
اليابان	rakuten	3.740

المصدر : (statista, 2020)

عرفت شركات التجارة الالكترونية (تجارة التجزئة عبر الانترنت b to c) نمو متسارعا في عائداتها وهذا بعد توجه المستهلك الى الشراء عبر الانترنت، ومن خلال الجدول نلاحظ ان المنافسة الافتراضية بلغت ذروتها خصوصا بعد مضي ثلاث اشهر عن الاجائحة وتوجه الاقتصاد العالمي نحو التجارة الالكترونية بشكل مكثف، ويأتي موقع شركة jd.com عملاق التجارة الالكترونية في الصين في مقدمة الشركات التي استفادت من الجائحة وحولتها من تهديد الى فرصة لتوسيع اسواقها، وتعتبر الشركة المنافس الرئيسي لموقع تيمول (موقع تابع لمجموعة شركة علي بابا الصيني) لتجارة التجزئة عبر الانترنت محليا، ومنافس لموقع امازون الامريكي عالميا، بلغت عائدات الشركة خلال السداسي الاول 2020 ما يقارب 69.834 بليون دولار امريكي، اما المرتبة الثانية فنعود للموقع الشهير امازون الذي حقق عوائد قدرت ب 59.372 بليون دولار امريكي وتعتبر الشركة من اكبر مواقع التجارة الالكترونية والحوسبة السحابية وهو من اكبر متاجر التجزئة عالميا في امريكا واروبا، وثالثا نجد موقع علي بابا الصيني بعوائد تصل الى 40.383 بليون دولار وهو واحدة من أكبر المواقع المتخصصة للبيع بالجملة عبر الانترنت وتستطيع الاستيراد منها وانت في منزلك ومن اي مكان في العالم وما جعل الموقع ذا شهرة عالمية هو ان للشركة القدرة على العمل مباشرة مع الشركات المصنعة ويمكنك الحصول على خصومات كبيرة الحجم وإنشاء منتجاتك الخاصة من البداية باستخدام التصميمات الخاصة بك.

وفي المرتبة الرابعة نجد موقع شركة **بونيكج هولدينجز** للطيران حضيت الشركة بهذه المرتبة مقارنة بمنافستها ايرباس الاوروبية لان شركة الطيران الامريكية لم توقف رحلاتها الجوية في الفترة الاولى للجائحة وهذا ماجعلها تعرف نمو من خلال عمليات الحجز الالكتروني من طرف الزبائن الراغبين في الدخول او الخروج من الولايات المتحدة الامريكية بغض النظر على سعر التذكرة التي عرفت زيادة ملحوظة خلال هذه الفترة.

اما شركة اوبر الامريكية فقد تربعت على المركز الخامس وهذا نتيجة زيادة المستهلكين على خدمات الشركة في ظل الازمة، حيث قامت بتطوير أسواق تعمل على تطبيق أوبر للهواتف النقالة، والذي يتيح لمستخدمي الهواتف الذكية طلب سائق مع سيارته بغرض التنقل، ويعد السائقون مستخدمين ايضا لنفس التطبيق وتقوم أوبر بخصم رسوم لاستخدام التطبيق من السائقين على كل رحلة بلغت عائداتها 11.270 بليون دولار الا ان هذه النتيجة تعتبر ضعيفة مقارنة مع السنة السابقة بسبب اجراءات الحجر الشامل المفروضة على الافراد والشركات.

وفي مجال تقديم الخدمات الالكترونية نجد موقع اكسبيديا كسادس اكبر مستفيد من قيود الازمة وهي شركة تكنولوجيا سفر عالمية أمريكية توفر مواقعها على شبكات الإنترنت معلومات عن برامج الرحلات وتكاليف السفر، تمتلك الشركة العديد من محركات البحث مثل اكسبيديا دوت كوم، هوتل دوت كوم، هوت واير دوت كوم، كار رينت دوت كوم، تذاكر رخيصة (CheapTickets)، تريفاجو، فينري دوت كوم، تريفالوسيتي دوت كوم وقد بلغت عائداتها 11.223 بليون دولار امريكي بسبب زيادة زائرها عبر مختلف مواقعها بحثا عن الرحلات الجوية التي اصبحت معدومة تقريبا في ظل تقليص رحلات النقل الجوي والبحري والبري منذ بداية الجائحة، وفي المركز السابع من حيث حجم العائدات المالية خلال السداسي الثاني 2020 موقع ebay الامريكي والذي يعتبر اكبر موقع مزادات عالمية عبر الانترنت يمثل دور الوسيط بين البائع والمشتري والمجال مفتوح لاي شخص لكي يعرض بضاعته او يبيعها وتملك الشركة ايضا خدمة العملة الالكترونية paypal وبطبيعة الحال فان غياب التقارب الاجتماعي ضاعف من حجم مداخيل الشركة فكل اللقاءات اصبحت تتم عبر موقع الشركة نظرا لموثوقيتها وسمعتها الجيدة التي تعرف بها الشركة وعموما بلغت مداخيل الشركة 10.746 بليون دولار امريكي.

وثامنا نجد موقع ميتوان ديانينغ الصيني بايرادات حجمها 9.854 بليون دولار امريكي وتعتبر اكبر شركة لتوزيع الطعام في الصين ففي البداية لجأت الشركة الى القروض المصرفية حتى تتمكن من رفع قدراتها على تلبية حاجات المستهلكين المتزايدة خلال هذه الفترة خاصة في مجال توصيل الطلبات وعرفت تباطؤ في البداية لكن سرعان ما عوضت تكاليف القروض المصرفية نتيجة ارتفاع الطلب على خدماتها.

اما في المرتبة التاسعة نجد موقع راكوتن rakuten بايرادات مالية 3.740 بليون دولار امريكي وهي شركة أنترنت وتجارة الكترونية هو يقدم لك منتوجات رائعة ويسهل عليك عملية البحث عن المنتج الذي تريده بأسعار وتخفيضات هائلة وليس هذا فقط فهو يتيح لك فرصة لربح المال لشرايك منتجات فقط أو عن طريق تسويقك لمنتجاته هذا ما يسمى بالتسويق بالعمولة هذه الخدمة التي ساعدت العديد من الذين فقدوا مناصب عملهم في إيجاد وسيلة للكسب من منازلهم. واخيرا موقع shopify الكندي والذي سجل ايرادات تقدر ب 1.073 بليون دولار امريكي وتصدر الشركات الكندية في مجال التجارة الالكترونية من حيث القيمة السوقية متفوقة بذلك على مصرف رويال واستمرت اسهم الشركة بالارتفاع في بورصة تورونتو وتضاعفت مداخيلها منذ مطلع افريل 2020.

مما سبق نلاحظ ان شركات التجارة الالكترونية الصينية عرفت نموا هائلا مقارنة مع نظيراتها التي تصدرت الترتيب نظرا لتوسع فروعها ونشاطها عبر مختلف دول العالم وتقديمها لخدمات ومنتجات بأسعار الجملة وهذا ما جعلها تغزو كل من اسواق دول المشرق العربي كالسعودية ومصر وغيرها كذلك دول معظم الدول الافريقية تعتبر زبون مهم بالنسبة لها.

6. الخلاصة :

لقد اكدت الجائحة اهمية التجارة الالكترونية في العالم وكيف انما كانت الحل الامثل لسيرورة الحياة اليومية للافراد والشركات والحكومات على حد سواء، كما اتضح جليا كيف غيرت من ملامح التعاملات والعمل، فالكل يتجه نحو الانترنت وما توفره من تطبيقات تساعد 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.

- اكدت 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 الأنجع في مثل هذه الاوقات.

- اكدت التجارة الالكترونية ان الشركات الصينية والامريكية هي التي استحوذت على اكبر الحصص السوقية من خلال اكتساحها لاسواق في ظل تزايد دخول المستهلك للمواقع الالكترونية وعلى مقدمة هذه الشركات نجد موقع jd وموقع 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.

- اما على على مستوى القارات والدول فتوصلنا الى التجارة الالكترونية عرفت نموا غير مسبوق وتصدرت قارة اسيا المرتبة الاولى من حيث حجم المداخيل المحققة من التجارة الالكترونية بمقدار 2.448.3 بليون دولار تليها قارة امريكا ب832.63 مليون دولار ثم اوروبا ب 591.230 بليون دولار
- عرفت الدول المتقدمة خصوصا الصين والولايات المتحدة الامريكية بريطانيا المانيا وفرنسا ارتفاع ملحوظ في ايرادات تجارة التجزئة عبر الانترنت خلال اسداسي الثاني من سنة 2020 مقارنة مع السنوات الماضية.
- اكدت الجائحة ان التجارة الالكترونية في دول المشرق العربي وافريقيا لا تزال متخلفة عن الركب الاقتصادي واتضح الفجوة اكثر بين اقتصاديات الدول في هذه الجائحة حيث بلغت مداخيل التجارة الالكترونية 41.56 بليون دولار اي ما يمثل 1.06 بالمائة من المداخيل المحققة عالميا.
- ساهمت التجارة الالكترونية في منح فرص توظيف للافراد الذين توقفت انشطتهم بسبب الجائحة ومن هنا يتوقع ان تظهر وظائف جديدة في المستقبل.
- كشفت الجائحة هشاشة البنية التحتية للتجارة الالكترونية في العديد من الدول خصوصا الدول الافريقية.

التوصيات :

- ضرورة اعادة النظر في مشاريع تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية للتجارة الالكترونية في دول العالم الثالث وفي هذا السياق نرى ان الجزائر من الدول التي يجب ان تعيد النظر في هذا المجال.
- يجب العمل على تفعيل ممارسة التجارة الالكترونية وسن قوانين دولية تحكم التجارة الالكترونية الخارجية.
- العمل على تقليص الفجوة التكنولوجية بين الدول حتى لا يكون هناك عوائق اثناء ممارسة التجارة الالكترونية.
- العمل على ادخال نظام العمل عن بعد تحسبا لوقوع ازمات مستقبلية مشابهة للالزمة الحالية.

قائمة المراجع :

المراجع العربية :

- أحمد فايز الهرش. (2020). ازمة الاغلاق الكبير- الاثار الاقتصادية لفيروس كورونا كوفيد19 (المجلد 02) العدد 02. الحلقة: مجلة بحوث الادارة والاقتصاد، 117-137.
- بسمة الحداد محرم، و نihal عبد العاطي الغواص. (2020). التجارة الالكترونية في ظل تداعيات جائحة كورونا. الاصدار رقم 14. مصر: معهد التخطيط القومي "سلسلة اوراق السياسات"
- عبد اللطيف هاني. (2020). آثار كورونا الاقتصادية: خسائر فادحة ومكاسب ضئيلة ومؤقتة. الجزيرة : تقرير مركز الجزيرة للدراسات.

المراجع الأجنبية :

- Agarwal, S. (2020). *challenges in front of e-commerce business during and after locked down-an analysis*. international journal of researches in social science and information studies, N⁰3, 298-300.
- Anam, B., & other. (2020). *E-commerce trends during COVID-19 Pandemic* . International Journal of Future Generation Communication and Networking. Vol 13, N⁰ 02, 1449-1452.
- Melissa Hicintuka & Öven Helin .(2020) .*Covid-19: How does it affect international e-commerce firms ? Bachelor Thesis* .sweden :linnaeus university.

- Mohammad Waliul Hasanat and other. (2020). *The Impact of Coronavirus (Covid-19) on E-Business in Malaysia*. Asian : Asian Journal of Multidisciplinary Studies . Vol 03, N^o 01, 85-90.
- Nakhate, S. B., & Neelu, J. (2020). *The Effect of Coronavirus on E-Commerce*. Indian: ugc care Journal, . Vol 40, N^o 56, 516-518.
- world trade organization. (2020). *E-commerce, trade and the covid-19 pandemic*.

المواقع الإلكترونية :

- الرابطة الدولية للنقل الجوي. (14 10 ,2020). 77 مليار دولار توقعات خسائر قطاع الطيران العالمي. تاريخ الاسترداد 14 11 ,2020، من <https://www.aa.com.tr/ar>
- العربية (تقرير الامم المتحدة للتجارة والتنمية). (20 05 ,2020). تجارة الكترونية. تاريخ الاسترداد 04 12 ,2020، من <https://www.alarabiya.net/ar/aswaq/companies/2019/11/02>
- صندوق النقد العربي. (08 09 ,2020). تقييم فقدان الوظائف بسبب جائحة كورونا وتقدير الحد الأدنى المطلوب من النمو الاقتصادي لخلق الوظائف في أسواق العمل العربية. تاريخ الاسترداد 04 12 ,2020، من <https://www.amf.org.ae/ar/content>
- مستقل (الاتحاد العربي للتجارة الإلكترونية). (06 11 ,2020). تاريخ الاسترداد 16 12 ,2020، من التجارة الالكترونية: <https://blog.mostaql.com/5rules-to-succeed-in-ecommerce>
- منظمة السياحة العالمية. (05 03 ,2020). تقييم أثر تفشي فيروس كوفيد - 19 على السياحة الدولية. تاريخ الاسترداد 06 11 ,2020، من <https://www.unwto.org/ar/impact-assessment-of-the-covid-19>
- منظمة الصحة العالمية. (2020). منظمة الصحة العالمية. تاريخ الاسترداد 03 12 ,2020، من <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- منظمة العمل الدولية. (18 03 ,2020). تاريخ الاسترداد 06 11 ,2020، من <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom>
- expandcart (unctad statistic). (2020). الدليل الكامل لأكثر عشر أسواق في التجارة الإلكترونية حول العالم. Consulté le 25 11, 2020, sur <https://www.expandcart.com/ar/22798>
- fédération e-commerce et vente a distance. (2020, 09 15). Consulté le 12 10, 2020, sur fevad: <https://www.fevad.com/bilan-du-e-commerce-au-2eme-trimestre-2020>
- Mansour, A. E., & Abdullah, E. (2020, 6 7). *The Effect of COVID-19 Spread on the e-commerce market*. Consulté le 13 11, 2020, sur https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3621166
- statista. (2020). Consulté le 18 11, 2020, sur e-commerce sales growth worldwide: <https://www.statista.com/statistics/288487/forecast-of-global-b2c-e-commerce-growth/>
- who. (2020). *Ecommerce: Stats and Trends*. Consulté le 04 12, 2020, sur <https://ecommerceguide.com/guides/black-friday-ecommerce-stats-and-trends/>
- www.e-marketers.com. (2020).