



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي إيليزي
معهد الحقوق



شهادة مشاركة

يتشرف كل من مدير معهد الحقوق ورئيس الملتقى الوطني (الحضوري/ الافتراضي) حول: التجارة الإلكترونية ودورها في تحفيز المؤسسات الناشئة -الواقع والأفاق-، أن يَمْنَحَا هَذِهِ الشَّهَادَةَ إِلَى الباحث(ة):

د. خالد بعاشي المركز الجامعي إيليزي - الجزائر

وذلك لمُشاركتِهِ في إنجَاحِ الملتقى الوطني المنعقد يوم 30 مارس 2024، بمدخلة حول:

تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر (مدخل مفاهيمي مع بعض الأمثلة عن المؤسسات الناشئة في هذا المجال)

مدير المعهد

رئيس الملتقى

مدير المخبر

مدير معهد الحقوق
د. بن ساسي محمد فؤاد

د. العمري خالد

د. ستي سيباه أحمد

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي إيليزي
معهد الحقوق



مخبر تنمية اقتصاديات الأعمال الحديثة
وتحسين أدائها بمنطقة الطاسيلي

حاضنة الأعمال
مركز تطوير المقاولاتية

الملتقى الوطني الافتراضي حول

التجارة الالكترونية
ودورها في تحفيز
المؤسسات الناشئة
الواقع والافاق



يوم 30 مارس 2024



الملتقى الوطني الافتراضي حول التجارة الالكترونية ودورها في تحفيز المؤسسات الناشئة الواقع والأفاق

هيئة الملتقى

أ.د. بوبكر موسى	الرئيس الشرفي للملتقى
د. بن قردى أمين	المنسق العام للملتقى
د. العمري خالد	رئيس الملتقى
د. مريم يوسف	رئيس اللجنة العلمية للملتقى
د. فلاك مراد	نائب رئيس اللجنة العلمية
د. زيوش عبد الرؤوف	رئيس اللجنة التنظيمية للملتقى
د. مصطفى زغيشي	نائب رئيس اللجنة التنظيمية



برنامج الملتقى 30 مارس 2024

الجلسة الافتتاحية

22:30 – 22:00

كلمة السيد رئيس الملتقى الدكتور: العمري خالد

كلمة الرئيس الشرفي للملتقى الأستاذ الدكتور: موسى بوبكر

مدير المركز الجامعي

الافتتاح الرسمي للملتقى

كلمة الضيف الشرفي للملتقى الدكتور: عمر هارون

المنسق الوطني للوسط للجنة التنسيق الوطنية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال الجامعية



الجلسة العلمية الأولى

• الرئيس: أد. بن حامد عبد الغني

• المقرر: د. رشاشي نسيم

الرقم	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتماء	عنوان المداخلة	مدة المداخلة
01	بولوح نصيرة	جامعة سطيف 2	العقد التجاري الإلكتروني كآلية من آليات ممارسة التجارة الإلكترونية	07 د
02	محمد عجيلة سويلم سعيد	جامعة غرداية	مرتكزات ومنطلقات التجارة الإلكترونية والمؤسسات الناشئة - المفاهيم والخصائص	07 د
03	بوعباية كمال سلامي سمية	جامعة المسيلة	تسوية منازعات عقود التجارة الإلكترونية - التحكيم الإلكتروني نموذجاً -	07 د
04	نادية القرشي حميد بوزيدة	جامعة بومرداس	التوجه نحو رقمنة النظام الجبائي الجزائري وإشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية	07 د
05	حمزة العوادي عادل بن عيسى	جامعة أم البواقي	نماذج لمؤسسات ناشئة ناجحة في الجزائر: يسير، جوميا وكايمو	07 د
06	محمد أمين بن قايد علي	جامعة بومرداس	منصات التجارة الإلكترونية ودورها في استدامة المؤسسة الناشئة	07 د
07	عطار نور الدين قوادي نورهان أمال زهيرة	المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي تيبازة	Comportement du E-consommateur et Développement des Startup : état des lieux et perspectives	07 د
08	عتيق علي خلف الله عادل	جامعة سوق أهراس جامعة عنابة	الاليات القانونية لحماية المؤسسات الناشئة من مخاطر التجارة الإلكترونية	07 د
09	ستي سيد أحمد بلغيث دلال بوقنون رشيدة	المركز الجامعي إيليزي	مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تطوير نظم المعلومات المحاسبية من وجهة نظر مسؤولي نظم المعلومات المحاسبية	07 د
10	أحمد مصطفاوي حمزة مزيان	جامعة الشلف	التجارة الإلكترونية ودورها في تطوير المؤسسات الناشئة - دراسة حالة شركة جوميا	07 د
11	وليد تركي	جامعة عنابة	تسوية منازعات عقود التجارة الإلكترونية	07 د

المناقشات + التوصيات 10 دقائق



الجلسة العلمية الثانية

• الرئيس: د. خثيرشين

• المقرر: د. بن قردي أمين

الرقم	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتماء	عنوان المداخلة	مدة المداخلة
01	براهيمي شراف فاتح مجاهدي	جامعة الشلف	المؤسسات الناشئة بين التحديات والفرص في عصر التجارة الإلكترونية	07 د
02	شريف مراد عمار بلال	جامعة المسيلة	الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والمؤسسات الناشئة والعلاقة بينهما	07 د
03	غربي صباح	جامعة عين تيموشنت	التجارة الإلكترونية : تطورات وتحديات وفرص المؤسسات الناشئة	07 د
04	مهيدة حنان بوري صراح	جامعة وهران 1 المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان	L'intégration des plateformes de médias sociaux dans les stratégies de marketing et de vente en ligne	07 د
05	عثماني علي زطل حليلة سعديّة	المركز الجامعي أفلو	تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة من خلال تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر	07 د
06	مصباح عز الدين أوبكه عمر	المركز الجامعي إليزي جامعة الجزائر 2	طرق فض منازعات التجارة الإلكترونية	07 د
07	بهاز جيلالي جمال الدين بكيري	جامعة غرداية المركز الجامعي أفلو	دور التسويق الإلكتروني في تطوير المؤسسات الناشئة	07 د
08	خالد بعاشي أمال كزيز	المركز الجامعي إيليزي	تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر (مدخل مفاهيمي مع بعض الأمثلة عن المؤسسات الناشئة في هذا المجال)	07 د
09	محمد العروسي منصوري	جامعة الوادي	إلتزامات المؤسسات الناشئة ومسؤوليتها باعتبارها موردا إلكترونيا في ظل القانون 05-18	07 د
10	مديحة بن زكري بن علو	جامعة عين تيموشنت	التحكيم الإلكتروني كأسلوب مستحدث لتسوية المنازعات ذات الطابع الإلكتروني	07 د
11	عبد الناصر بن حمدي خلايفي السبتي	جامعة المنار جامعة المنار	تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على التسويق الإلكتروني	07 د

المناقشات + التوصيات 10 دقائق



الجلسة العلمية الثالثة

- الرئيس: د. مريم يوسف
- المقرر: د. حميداتونصر

الرقم	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتماء	عنوان المداخلة	مدة المداخلة
01	عيسى آسيا زكرياء لخضاري محمد	جامعة تيسمسيلت	مدخل مفاهيمي للتجارة الإلكترونية	07 د
02	عماد الدين بركات	جامعة الطارف	تنازع القوانين في تحديد القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية	07 د
03	درار عياش قميري حجيلا	جامعة بومرداس	الدفع الإلكتروني لخدمات التأمين المطبق من طرف بريد الجزائر	07 د
04	حميدة عماد حاج محمد صالح	المركز الجامعي إيليزي	توجه المؤسسات الناشئة نحو ميدان التجارة الإلكترونية: تحديات قانونية وأمنية	07 د
05	دهانة بشير	جامعة الوادي	شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري	07 د
06	نور الدين فضيلي مراد حمداوي	جامعة البويرة جامعة غليزان	اسهامات التسويق الإلكتروني في مواجهة التحديات التسويقية التي تواجه المؤسسات الناشئة	07 د
07	يوسف مريم العمرى خالد	المركز الجامعي إيليزي	تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التجارة الإلكترونية وإنعكاساته على المؤسسات الناشئة	07 د
08	هاشيم مريم نبيلة	المركز الجامعي مغنية	دور التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني في استدامة المؤسسات الناشئة	07 د
09	محدة جلول	جامعة الوادي	التحكيم الإلكتروني كآلية بديلة لفض منازعات عقود التجارة الإلكترونية	07 د
10	علي مسعودي دومر حبيب	المركز الجامعي إيليزي	التسويق الإلكتروني كآلية لدعم إستدامة المؤسسات الناشئة في الجزائر	07 د

المناقشات + التوصيات 10 دقائق



الجلسة العلمية الرابعة

• الرئيس: د. زغيشي مصطفى

• المقرر: د. حلباوي إبراهيم

الرقم	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتماء	عنوان المداخلة	مدة المداخلة
01	بوترعة عبد القادر	المركز الجامعي النعامة	العقد الإلكتروني كآلية للتجارة الإلكترونية	07 د
02	أمنة مخانشة	جامعة سطيف	التأصيل القانوني للتجارة الإلكترونية والمؤسسات الناشئة في ظل واقع تكنولوجيات المعلومات الحديثة	07 د
03	قيرة سعاد	جامعة برج بوعريج	دور التحكيم الإلكتروني في حل النزاعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية	07 د
04	شايفة بديعة	جامعة الأغواط	دور بطاقة الائتمان الذكية في تعزيز التجارة الإلكترونية	07 د
05	شروف مراد	المركز الجامعي إيليزي	موقف المشرع الجزائري من إجراءات التحقيق في الجرائم الإلكترونية	07 د
06	دحنان أمال خروبي هني	جامعة الشلف	الضرائب على المعاملات الإلكترونية في الجزائر	07 د
07	زغيشي مصطفى زيوش عبد الرؤوف	المركز الجامعي إيليزي	المؤسسات الناشئة في ظل البيئة الرقمية: فرص وتحديات	07 د
08	منير بلايلي	المدرسة الوطنية العليا للمناجمنت	مساهمة المؤسسات المبتكرة في ترقية التجارة الإلكترونية	07 د
09	فلاك مراد	المركز الجامعي إيليزي	دور التجارة الإلكترونية في تحفيز وتطوير المؤسسات الناشئة	07 د
10	فاطمة الزهراء مسعودي	جامعة تلمسان	إستراتيجية التسويق الرقمي للشركات الناشئة	07 د

المناقشات + التوصيات 10 دقائق



الجلسة العلمية الخامسة

- الرئيس: د. صادقي عباس
- المقرر: د. مفيصل يوسف

الرقم	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتماء	عنوان المداخلة	مدة المداخلة
01	ليلى حشمان	جامعة مستغانم	علاقة المؤسسات الناشئة بالتجارة الإلكترونية	07 د
02	ظاهر قسمية	المركز الجامعي إيليزي	كيفية إبرام العقد الإلكتروني وماهي آثاره؟	07 د
03	مخلوف هشام	المركز الجامعي بركة	فض منازعات التجارة الإلكترونية- التحكيم والوساطة الإلكترونيتين نموذجاً-	07 د
04	ياسين غجاتي قدور بن نافلة	جامعة الشلف	فعالية تطبيق سياسة الدفع الإلكتروني في مجال تسويق الخدمات	07 د
05	بلواعر ليلى	جامعة الجزائر 1	قراءة في قانون التجارة الإلكترونية رقم 05-18 ومدى فعاليتها في ظل إنتشار المؤسسات الناشئة	07 د
06	عيساني طه عبد الله فوزية	جامعة ورقلة جامعة الجزائر 1	دور التوقيع الإلكتروني في حماية التجارة الإلكترونية	07 د
07	فاروق عريشة عبد اللطيف عمر بوضياف	المركز الجامعي إيليزي	المؤسسات الناشئة الرقمية خيار حتمي في الجزائر	07 د
08	فريجات إسماعيل	جامعة الوادي	حماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري	07 د
09	يوسف مفيصل	المركز الجامعي إيليزي	الوسائل الفعالة لفض منازعات التجارة الإلكترونية	07 د
10	يوسفي عبد الهادي	جامعة غليزان	دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية	07 د
المناقشات + التوصيات 10 دقائق				



الجلسة العلمية السادسة

• الرئيس: د. محمد الأمين الشريف

• المقرر: د. مسعودي علي

الرقم	أسماء المتدخلين	مؤسسة الانتماء	عنوان المداخلة	مدة المداخلة
01	جازية حسيني خثير شين	جامعة الشلف المركز الجامعي إيليزي	دور المؤسسات الناشئة في تعميم الدفع الإلكتروني في الجزائر - مؤسسة SOFIZPAY نموذجاً -	07 د
02	رضا بربيش	جامعة غليزان	دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية	07 د
03	بثينة حبيباتني	جامعة بومرداس	الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية	07 د
04	بن عزة هشام بن عامر عبد الحق	المركز الجامعي النعامة جامعة تلمسان	منصة أمازون الرقمية للتجارة الإلكترونية والابتكار كنموذج رائد للمؤسسات الناشئة ومدى الاستفادة منها في "الجزائر" منصة ديار دزائر نموذجاً	07 د
05	عبابة علي حميداتونصر	جامعة الجزائر03 المركز الجامعي إيليزي	نجاح التجارة الإلكترونية للمؤسسات الناشئة - دراسة تجريبية فيتنام -	07 د
06	شينون سالم يحيواوي فاطمة	جامعة المدية	واقع المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية: عرض نماذج دولية وعربية ناجحة	07 د
07	زبير سعداني مولود مرخوفي	المركز الجامعي إيليزي	الدفع الإلكتروني وأثره على أنظمة الإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية	07 د
08	زيان موسى مسعود زيان بروجة علي قيداون أبو بكر الصديق	جامعة تيسمسيلت	التجارة الإلكترونية مقدمة لإقتصاد رقمي عالمي جديد	07 د
09	وافي الحاجة	جامعة مستغانم	أهمية التسويق الإلكتروني في تطوير المؤسسات الناشئة	07 د
10	جلطي منصور	جامعة مستغانم	إعتماد نظام الدفع الإلكتروني في المنظومة المصرفية كآلية لتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر.	07 د
11	ذكرى أمل بوزيد صحراوي محمد تاج الدين	المركز الجامعي إيليزي جامعة بسكرة	عصرنة وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر - دراسة حالة بنك البركة الجزائري وكالة بسكرة -	07 د

المناقشات + التوصيات 10 دقائق



تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر (مدخل مفاهيمي مع بعض الأمثلة عن المؤسسات الناشئة في هذا المجال)

The Evolution of E-commerce in Algeria (A Conceptual Introduction with Examples of Emerging Institutions in this Field)

خالد بعاشي^{*}، أمال كزيز²

khalid.baachi@cuillizi.dz، المركز الجامعي إيليزي (الجزائر)،¹

keziz.amel@cuillizi.dz، المركز الجامعي إيليزي (الجزائر)،²

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، من خلال إبراز ماهية التجارة الإلكترونية ومتطلباتها في الواقع الاجتماعي والاقتصادي، وتوضيح أبعادها في العديد من مؤسسات المجتمع، وكذا التطرق لأبرز المعوقات التي تعترضها وتحد من تطويرها. وتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية في الجزائر كانت شبه منعدمة إلا أنها تطورت بعض الشيء خاصة في ظل جائحة كوفيد 19 التي كانت سببا مباشرا لنمو هذا النوع من النشاط التجاري بسبب متغيرات اجتماعية عديدة وتحول عديد من النشاطات التجارية التقليدية إلى الحديثة. مع ظهور العديد من المؤسسات الناشئة والناشطة في مجال التجارة الإلكترونية، بسبب سهولة استخدام التكنولوجيا للترويج لمنتجاتها وقلّة التكاليف التسويقية. كلمات مفتاحية: تجارة، إلكترونية، واقع، اجتماعي، وباء.

Abstract:

The study focused on understanding the status of e-commerce in Algeria, examining its nature, requirements, and its impact on the social and economic landscape. It aimed to identify the obstacles to its development.

E-commerce in Algeria was initially minimal but experienced growth, particularly during the COVID-19 pandemic, which spurred social changes and the transition of traditional businesses to online platforms. This resulted

in the emergence of start-ups utilizing technology for product promotion and benefiting from lower marketing costs.

Keywords: commerce, electronic, reality, social, epidemic.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة

تساهم هذه المداخلة في فهم مفهوم التجارة الإلكترونية والذي يعد من بين أبرز المفاهيم الرئيسية التي تحتاج التعمق في الفهم والتحليل، كونها أخذت العديد من زوايا الفهم العلمي في الحقول المعرفية لكنها لا تزال تشترك في كونها أحد مظاهر مواكبة العديد من التغيرات الاجتماعية.

وتمثل التجارة الإلكترونية اليوم في العالم العربي والغربي نشاطا رئيسيا يساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية كونه يرتبط بالسياسة الخاصة للدولة، التي تشرع في ربط البنى الاجتماعية بعقد اجتماعي قانوني واقتصادي والذي يتمثل مثلا في مواكبة السوق العالمية والانضمام في العديد من المنظمات الدولية في مجال السياسة والاقتصاد.

كما ساهمت العديد من العوامل في تفعيل وظهور التجارة الإلكترونية في الجزائر فمثلا كانت الأزمة الوبائية (في الثلاثي الأول من سنة 2020) أحد عوامل تفعيل التجارة الإلكترونية حيث اتخذت الجزائر عدة قرارات من بينها فرض إجراء الحجر الصحي المنزلي (تقييد حركة الأشخاص وغلق المحلات التجارية لوقت محدد) بهدف الحد من انتشار هذا الفيروس والحفاظة على صحة المواطنين.

هذا ما كان له أثر سلبي على التجارة التقليدية بسبب غلق العديد من الأسواق (أسواق السيارات، المحلات التجارية الكبرى... إلخ)، مما 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.

وعلى هذا الأساس من الجيد محاولة فهم أو الإحاطة بمفهوم التجارة الإلكترونية ومن هنا يمكن

القول:

__ ما هي التجارة الإلكترونية؟ وفيما تتمثل أبعادها في المجتمع الجزائري؟

وتأتي أهمية هذه الدراسة في أن التجارة الإلكترونية بديل عصري يواكب التطور والتغير الاجتماعي ويلي مطالبه الإدارية كما تأتي أيضا الأهمية في أنها تختصر وقت تنفيذ المعاملات التجارية المختلفة، وتسهّل مؤشرات إدارات الأجهزة الحكومية ومنظمتها، كما تساعد على توفير عامل السرعة واختصار المسافات في العمليات التجارية، وترشيد التبادل التجاري.

ومن الأهداف التي تسعى لتحقيقها هذه الدراسة نجد:

- التعريف بالتجارة الإلكترونية والدور الذي تؤديه في خدمة المجتمع .
- توضيح أهم خصائص التجارة الإلكترونية في المؤسسات والمرافق وملائمها الحديثة.
- توضيح أهم متطلبات ومقومات التجارة الإلكترونية الناجحة من خلال التجارب والمتغيرات الاجتماعية.
- بيان أهم مؤشرات التجارة الإلكترونية.

2. مدخل عام حول مفهوم التجارة الإلكترونية

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 المكتملة 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)

1.2 تعريف التجارة الإلكترونية

تعددت تعريفات التجارة الإلكترونية بتعدد الأهداف من ورائها، وهذه التعاريف نجد:

- 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)
- 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)
- التجارة الإلكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات عن طريق مختلف الوسائط الإلكترونية. (محمد، 2009، صفحة 34)
- 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)

والمشروع الجزائري من خلال المادة 6 من القانون رقم 05-18 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 05-18، 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 عن طريق مختلف الوسائل الإلكترونية، حيث السوق الذي تُعرض فيه المنتجات هو عبارة عن سوق افتراضي (إلكتروني).

2.2 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)

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

2.2.2 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) كسواء الفرد منتجاها من شركة Jumia في الجزائر.

3.2.2 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.

4.2.2 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.

5.2.2 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)

6.2.2 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، خصائصها وأهدافها:

1.3 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: (جعيجع، 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 تُساهم في خفض النفقات من خلال استغنائها عن المستندات الورقية.

2.3 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 18-05 المتعلق بالتجارة
 - 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 (طربي التجارة) في التجارة الإلكترونية يكون بواسطة شبكة الاتصالات، مما يعطي درجة عالية من التفاعل دون ضرورة وجود طربي التجارة في نفس الوقت على الشبكة.
 - إمكانية بيع وشراء السلع الغير مادية من خلال شبكة الاتصالات كالتقارير والأبحاث والصور، وبهذا تكون للتجارة الإلكترونية فاعلية أكثر على عكس الوسائل المستخدمة في التجارة التقليدية.

3.3 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 يُخفف الوقت والمال والجهد.
 - الزبون يمكنه إجراء عملية تسوق واسعة عبر شبكة الإنترنت لاختيار السلعة المناسبة وبالسعر المناسب.
 - تهدف خدمة التجارة الإلكترونية 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 إما القطاعين العام والخاص على حد سواء.
- خدمة التجارة الإلكترونية مُحقق 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.

4. التجارة الإلكترونية في الجزائر

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 و بروز العديد من المواقع الإلكترونية النشطة 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.

1.4 شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

- جاء الفصل الثاني من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ليبرز مجموعة من الشروط الواجب توفرها لممارسة التجارة الإلكترونية وهي: (القانون رقم 18-05، 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.

2.4 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 منتوجا 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 لزبائنه دون علمه إلا في حدود البيانات الضرورية والتي تستخدم إتمام عملية البيع، مع الحفاظ على سرية المعلومات.

3.4 تفعيل 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 كنيس (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، ص 186) 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 كرابالي، 2019، صفحة 218-219)

- **موقع jumia (www.jumia.dz):** افتتحت شركة jumia مكتبها بالجزائر سنة 2014 في مجال التجارة الإلكترونية، (موقع وكبيديا 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 لطلبته (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 طلبته).

- 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 تُخفف من حجم الطوابير أمام مصالح المطارات في الجزائر وتُساهم في ترقية خدمات النقل الجوي في الجزائر.

معوقات التجارة

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 الطرقات وارتفاع أسعار الوقود سببا في تخلف التجارة الإلكترونية في الجزائر. (بن ساسي و بن قرينة، 2018، صفحة 223)

5. الإدارة الإلكترونية وتفعيل دور التجارة الإلكترونية

يقتضي التحول نحو تطبيق الإدارة الإلكترونية من أجل تفعيل التجارة الإلكترونية إلى ضرورة وجوب وجود متطلبات عديدة من أجل اعتماد التجارة الإلكترونية ومن أهم هذه المتطلبات يمكن ذكر:

1.5 المتطلبات الإدارية:

تنحصر المتطلبات الإدارية الواجب مراعاتها عند تطبيق الإدارة الإلكترونية في العناصر التالية :

- وضع استراتيجيات وخطط التأسيس: والتي يمكن أن تشمل إدارة أو هيئة على المستوى الوطني لها وظائف التخطيط والمتابعة والتنفيذ لمشاريع الحكومة الإلكترونية، وفي هذه المرحلة لا بد من توفير الدعم والتأييد من طرف الإدارة العليا في الهرم الإداري مع توفير مخصصات مالية كافية لإجراء التحول المطلوب.

- توفر البنية التحتية للإدارة الإلكترونية: إذ لا بد من العمل على تطوير مختلف شبكات الاتصالات بما يتوافق مع بيئة التحول التي تستدعي شبكة واسعة، ومستوعبة للكَم الهائل من الاتصالات دون إهمال التجهيزات التقنية الأخرى من معدات وأجهزة وحاسبات آلية ومحاولة توفيره وإتاحته للأفراد والمؤسسات. (عبان عبد القادر، 2016، 82)

2.5 متطلب الإصلاح الإداري:

في إطار الوصول إلى تحقيق تحول ناجح في تطبيق الإدارة الإلكترونية يتوجب تطبيق مبدأ الإصلاح الإداري، والذي يشمل التخصص الوظيفي في تشغيل البرامج الإلكترونية، وخبراء لتأمين المعلومات، وحماية البرامج والتعاملات، والوثائق أي محاولة إحداث تغييرات جذرية، وجوهرية في المفاهيم الإدارية والفنية، والحاجة إلى قيادات واعية متحمسة ولها القدرة الإدارية وترشيدها، وتطوير العلاقات بين المنظمات الإدارية المختلفة والبحث عن حلول كفيلة تؤدي إلى تحسين إنجاز الخدمة الوظيفية (مريم خالص حسين، 2013ص 449)

6. خاتمة

يتضح لنا من خلال ما تم عرضه أن التجارة الإلكترونية باتت ضرورة مهمة ورئيسية في محاولة تحقيق التنمية الاجتماعية، كما كان لظهور التجارة الإلكترونية العديد من المتغيرات الاجتماعية التي أصبحت تنادي بكل هذه التغيرات.

لذا تناولنا في هذا البحث واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وذلك من خلال إبراز ماهية التجارة الإلكترونية، مفهومها وأهميتها بالنسبة للاقتصاد الوطني، وإبراز واقعها في الجزائر وارتباطها بالأزمة الوبائية، 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 مُنظمة 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، والتخفيف من الأعباء المفروضة على هذا النوع من النشاط لتشجيع الثُجار 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 رُقّي 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، وحثّهم 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.

7. قائمة المراجع

■ المؤلفات :

- أحمد عبد الخالق السيد. (2006). التجارة الإلكترونية والعملية. القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- أمل كرم خليفة. (2013). التجارة الإلكترونية. مصر: مكتبة بستان المعرفة للنشر.
- 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.
- محمد إبراهيم أبو الهيجاء. (2005). عقود التجارة الإلكترونية (العقود الالكترونية، المنازعات العقدية وغير العقدية، القانون الواجب التطبيق). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- Francis, M. (2001). *B2B Stratégie de communication, 2ème édition*. Paris: Edition d'organisation.

■ الأطروحات ومذكرات الماجستير :

- سامية آيت مبارك. (2013/2012). دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء التجاري -الواقع والآفاق بالجزائر-، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، فرع إدارة العمليات التجارية . الجزائر، جامعة الجزائر 03.
- 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.

■ المقالات :

- 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>
- كريمة صراع، و بغداد كربالي. (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>
- مريم خالص حسين. (د س ن). الحكومة الإلكترونية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، العدد الخاص بمؤتمر الكلية .
- 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>
- القوانين والتشريعات :
- 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.
- مواقع الإنترنت :
- موقع www.bmshoppingalgerie.com. (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 31/12/2020. (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>