

التجارة الإلكترونية في الجزائر

Le commerce el ectronique en alerie

1- د. بن عمر الحاج عيسى.
Benammar el hadj aissa
المركز الجامعي الشريف بشوشة
أفلو، الجزائر

Centre university aflou
algeria
h.benammar@cu-
aflou.edu.dz

1- ط.د بن حشيليف ناصر*
Benhachilif nassir
المركز الجامعي الشريف بشوشة
أفلو، الجزائر

Centre university aflou
algeria
n-benhachilif@cu-
aflou.edu.dz

مخبر البحث الدراسات القانونية و الاقتصادية بالمركز الجامعي أفلو- الجزائر

تاريخ الاستلام: 2025/11/13 تاريخ القبول: 2025/11/29 تاريخ النشر: 2025/12/27

ملخص:

في السنوات الأخيرة ، أصبحت التجارة الإلكترونية سوقا واعدة بشكل خاص ، حيث توفر العديد من المزايا ، ليس للشركات و الشركات الصغيرة والمتوسطة فقط ، ولكن أيضا للعملاء ، ولقد نمت التجارة الإلكترونية بسرعة بسبب تطور الويب وتزايد عدد مستخدمي الإنترنت الذين تجذبهم المنتجات والخدمات عبر الإنترنت عبر العدد الكبير من مواقع التجارة الإلكترونية أما بالنسبة للجزائر ، فإن التجارة الإلكترونية في بدايتها وهذا يرجع إلى عدة عقبات أمام الوصول إلى التجارة الإلكترونية تتعلق بعدم وجود نصوص قانونية وقوانين تحكم هذا النوع من التجارة و من ناحية أخرى، من أجل تمكين معاملات موثقة وعالية الجودة على الإنترنت، من الضروري وجود أنظمة اتصالات حديثة تقدم خدمات و تلبي متطلبات المستهلك الجزائري.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، الإنترنت، مواقع التجارة الإلكترونية.

.ABSTRACT:

In recent years, e-commerce has become a particularly buoyant market, as it offers many advantages, not only for companies, especially for SMEs, but also for customers. E-commerce has experienced a rapid growth linked to the evolution of the web and the growth of the number of internet users who are attracted by the products and services online via the important number of merchant sites. For Algeria, the electronic commerce is just at these beginnings is due to several obstacles of the access to the electronic commerce related to the lack of texts and legal laws governing this kind of commerce, but also of the lack of penetration of the TIC in the electronic commerce.

Keywords: Commerce électronique, Internet, sites marchands.

* المؤلف المرسل: بن حشيليف ناصر بن عمر الحاج عيسى

مقدمة

على مدى العقد الماضي، تغيرت عادات شراء المنتجات والخدمات بشكل كبير. كثير من الناس اليوم شراء المنتجات أو الخدمات على شبكة الإنترنت. التجارة الإلكترونية هي الآن واحدة من التطبيقات الرائدة. والواقع أنه مع التطورات التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة، والإنترنت والهاتف المحمول في المقدمة، شهد العالم إعادة تشكيل قوية للتجارة عبر الإنترنت. اليوم يزدهر هذا القطاع ومع التقنيات الجديدة، التي تتيح لك الاتصال بسهولة بالإنترنت أصبحت فرص الشراء عبر الإنترنت أسهل وأسهل. لذلك فإن التجارة الإلكترونية هي موضوع موضوعي، ستستمر أهميته في النمو في السنوات القادمة، ومن هنا يأتي الاهتمام بالحصول على نظرة عامة على الوضع الحالي وآفاقه. ما هو وضع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

و للإجابة عن هذه الإشكالية قسمنا الموضوع على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

على مدى العقد الماضي، تطورت عادات شراء المنتجات والخدمات بشكل كبير. يشتري العديد من الأشخاص اليوم منتجات أو خدمات على الويب، باستخدام الدفع عبر الإنترنت، على جميع الأجهزة التكنولوجية. لذلك أصبحت التجارة الإلكترونية سوقا مزدهرة بشكل خاص. وهذا يقودنا إلى تناول هذا المبحث الأول تعريف التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

اهتمت عدة أطراف بتعريف التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: التعريف الاقتصادي

يقترح مكتب الإحصاء الأمريكي تعريف التجارة الإلكترونية على أنها "أي معاملة تتم من خلال شبكة من أجهزة الكمبيوتر والتي تنطوي على نقل حقوق الملكية أو حقوق استخدام السلع أو الخدمات. تتضمن التجارة الإلكترونية التبادل بين طرفين من خلال استخدام شبكة. في الممارسة العملية، الإنترنت هي شبكة الدعم للتجارة الإلكترونية بامتياز. أو هو بيع منتج بين البائع والمستهلك عبر الإنترنت. تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية (على موقعها على الإنترنت) بأنها: "إنتاج المنتجات والإعلان عنها وبيعها وتوزيعها من خلال شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية".¹

الفرع الثاني: التعريف القانوني

¹ توماس ستينجر وآخرون، "التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية: المفاهيم - الأدوات - الممارسات"، الطبعة الثانية، سنة 2014، ص 04.

و وفقا للأنظمة الجزائرية، تعرف التجارة الإلكترونية بأنها "نشاط يقوم من خلاله مورد إلكتروني بعرض أو ضمان توريد السلع والخدمات إلى مستهلك إلكتروني، عن بعد وعن طريق الاتصالات الإلكترونية"¹. وتعرف التجارة الإلكترونية قانونا بأنها النشاط الاقتصادي الذي يعرض به الشخص أو يضمن توريد السلع أو الخدمات عن بعد وبالوسائل الإلكترونية².

المطلب الثاني: خصائص و شروط التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بجملة من الخصائص تميزها عن التجارة التقليدية و لا اعتبار التجارة الإلكترونية لابد من توفر مجموعة من الشروط.

الفرع الأول: خصائص التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية هي قناة توزيع. بسيطة وسريعة الاستخدام، فهي تتيح لك التسوق في أي وقت، دون الحاجة إلى السفر. لذلك تحتوي التجارة الإلكترونية على الخصائص التالية:

01- التفاعل

على عكس التجارة التقليدية، فإن الاتصال ثنائي الاتجاه بين المستهلك والتاجر أسهل بكثير. هذا يعني أن كل هذه الأنشطة ممكنة مع موقع ويب واحد. من خلال وجود عقد تفاعلي، نحصل على التزام أكبر بكثير من كل من التاجر والمستهلك.

02- كثافة المعلومات

في هذه الحالة، نشير إلى كمية المعلومات التي يمكن الحصول عليها حول منتج معين عبر التجارة الإلكترونية أو الإنترنت.

03- التخصيص والتكيف

في هذه الحالة وأيضا كأحد أهم العوامل في الحاضر والمستقبل، هو التخصيص والتكيف، أي أن التجارة الإلكترونية يمكن أن تتكيف وفقا لتفضيلات المستخدم أو العميل ، وتقدم المنتجات المرتبطة بها بشكل جيد، مما يجعلها أكثر تحديدا وفقا للاحتياجات، وتكييف المنبهات، من خلال تقديم القسائم.

04- التكنولوجيا الاجتماعية

يعد المتجر عبر الإنترنت وسيلة اجتماعية أكثر من غيره مثل التلفزيون والراديو، لأنه في هذه الحالة هناك علاقة أكبر بالإضافة إلى حقيقة أن المتجر نفسه

¹ المادة 6 من القانون 18-05 المؤرخ 10 مايو 2018 بشأن التجارة الإلكترونية ، الجريدة الرسمية العدد 08 ، بتاريخ 16 مايو 2018، ص05.

² القانون رقم 2004-575 بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي في فرنسا، المؤرخ 21 يونيو 2004.

يمكن أن يكون منشئ المحتوى الخاص بك الذي يعلم المستخدمين عن المنتجات أو موضوعها¹.

الفرع الثاني: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

للقيام بنشاط التجارة الإلكترونية ، يجب استيفاء شروط معينة:

- 01- التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الحرف (المادة 8 من القانون رقم 05-18).
- 02 - نشر موقع إلكتروني أو صفحة ويب مستضافة في الجزائر بامتداد "com.dz".
- 03- يجب أن يكون موقع مقدم الخدمات الإلكترونية مزودا بأدوات المصادقة عليه.
- 04- إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

05 - رمز لنشاط التجارة الإلكترونية، يحمل الرمز 607.074 على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري (CNRC)، وفقا للقانون 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية².

المبحث الثاني:

يتضمن تمهيدا للمبحث وما يليه من تفرعات، دون التعمق في الجزئيات التي ستذكر في المطالب والفروع الموجودة ضمنه، يتضمن تمهيدا للمبحث وما يليه من تفرعات، دون التعمق في الجزئيات التي ستذكر في المطالب والفروع الموجودة ضمنه. (الخط: Simplified Arabic حجم: 12).

المطلب الأول: دور التجارة الإلكترونية

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تعزز نمو الشركات من خلال تعزيز توزيع المنتجات وخفض التكاليف فهي تتيح لهم ، بغض النظر عن حجمها، الاستمتاع بالعديد من الفوائد والفرص. إنها طريقة جديدة للتفكير وممارسة الأعمال التجارية في جميع أنحاء العالم. كما اهتمت به الشركات الكبيرة، كما اهتمت به الشركات الصغيرة والمتوسطة لأنه يؤدي إلى تطور وتحسين العمليات التجارية، وخفض التكاليف وتحسين الإنتاجية وعلاقة أفضل مع العملاء. ويتطلب هذا التغيير داخل المؤسسة الصغيرة والمتوسطة استخدام مفاهيم ونماذج جديدة خاصة بالتجارة الإلكترونية، من أجل الاستفادة منها³.

المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية

¹ ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية للنشر و التوزيع، مصر، سنة 2003، ص31.

² أنظر المادة 08 من القانون رقم 05-18.

³ مالكي مريم، أهمية التجارة الإلكترونية في تحسين مستويات التنمية المستدامة في الدول العربية مجلة الناقد للدراسات السياسية، المجلد 07، العدد 01، سنة 2023، ص 205.

هناك عدة أشكال للتجارة الإلكترونية يمكن تمييزها وهذا حسب أصحاب المصلحة في هذه التجارة.

الفرع الأول: التجارة الإلكترونية للبيع بالتجزئة

تعتبر أفضل خدمة عملاء عبر الإنترنت. يمكن للشركات التعامل مباشرة مع عملائها ليلاً ونهاراً. يمكن للشركات، وخاصة الشركات المصنعة، تقديم منتجاتها للمستهلكين بسعر أقل وبأسعار معقولة من خلال تزويدهم بسعر أقل مما يمكنهم تحمله بيعها مباشرة، دون تدخل الموزعين وتجار التجزئة، مما يؤدي إلى تضخم الأسعار¹.

الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية بين الشركات

التجارة الإلكترونية هي جميع التبادلات التجارية أو المعاملات بين الشركات التي تتم عبر شبكات يشير إلى التجارة بين الشركات. "وهو ناتج إما عن اتفاقات ثنائية بين شريكين تجاريين يقرران تبادل المعلومات عبر وسائط إلكترونية مثل الإنترنت، أو عن الخدمات التي يقدمها مقدمو الخدمات المتخصصون"².

الفرع الثالث: التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين

يشير إلى بيع السلع والخدمات التي يمكن تسليمها عبر الإنترنت أم لا لعامة الناس"، هذه هي حالة مواقع التوزيع الكبيرة مثل Amazon أو La Redoute. تتكون الأعمال التجارية للمستهلك من معاملات إلكترونية مختلفة بين الشركة والمستهلك. يمكن القول إن هذا النوع من التبادل هو الجانب الأكثر قابلية للتطبيق³ في التجارة الإلكترونية لأنها تتيح للمستهلك شراء السلع والخدمات مباشرة من الإنترنت لاستخدامه الشخصي⁴.

الفرع الرابع: مستهلك إلى مستهلك

يتوافق مع التبادلات بين الأفراد عبر مواقع الويب. أصبحت التبادلات بين المستهلكين شائعة بشكل متزايد وتلعب دور الوسيط. إنها تسمح للمستهلكين ببيع أو تأجير سلعهم (العقارات والسيارات والدراجات النارية وما إلى ذلك) من خلال نشر إعلاناتهم على مواقعهم الإلكترونية وتسهيل المعاملات. قد تفرض هذه الشركات أو

¹ إتيان تريكو، "أثر تطور التجارة الإلكترونية على تنظيم العرض أطروحة دكتوراه في اقتصاديات نظم المعلومات، المدرسة الوطنية العليا للاتصالات السلكية واللاسلكية، باريس، 2002، ص93.

² غي هيرفيه، "التجارة الإلكترونية البائعة في اللغة والتحسين في المحادثات، Editions d

Organisation، باريس، سنة 2001، ص71.

³ أنواع التجارة الإلكترونية، صادر عن الموقع الإلكتروني المستقبل 2024،

<https://blog.mostabl.com>، اطلع عليه بتاريخ 2024/11/02، الساعة 11:30.

⁴ أنواع التجارة الإلكترونية، صادر عن الموقع الإلكتروني المستقبل 2024،

<https://blog.mostabl.com>، اطلع عليه بتاريخ 2024/11/02، الساعة 15:00.

لا تفرض رسوما على المستهلكين مقابل خدماتها، اعتمادا على نموذج إيراداتها. يأخذ هذا النوع من التجارة الإلكترونية أشكالا عديدة منها:

- المزايدات على بوابة تسمح للمستخدمين بالمزايدة على العناصر المعروضة.
- أنظمة نظير إلى نظير تسمح بمشاركة الملفات بين المستخدمين.
- بوابات الإعلانات المبوبة، والتي تشكل سوقا إلكترونيا تفاعليا عبر الإنترنت وتسمح بالتفاوض بين المشتري والبائعين¹.

المطلب الثالث: حالة التجارة الإلكترونية في الجزائر

التجارة الإلكترونية هي مجال من مجالات الاقتصاد يواجه تحديات متعددة على الأراضي الجزائرية. ومع ذلك، على الرغم من عدم اليقين، هناك إمكانيات حقيقية وفرص لا نهاية لها في السوق. أصبح إدخال التجارة الإلكترونية في الجزائر ضروريا أكثر فاكثرا نظرا لتطور التقنيات الجديدة في العالم وتنفيذها على المستوى الوطني سيسمح للمستخدمين بالمشاركة في السوق الدولية.

الفرع الأول: أحدث ما توصلت إليه التجارة الإلكترونية في الجزائر

لا تزال ممارسة الأعمال التجارية عبر الإنترنت في الجزائر محدودة بسبب انعدام الثقة من جانب بعض المواطنين، الذين لم يعتادوا بعد على فكرة التسوق عبر الإنترنت. ومع ذلك، تظل الحقيقة أن العديد من الأشخاص يحاولون تطوير طريقة مبيعات بطريقتهم الخاصة تم تطويرها بالفعل في بلدان أخرى حول العالم. تكافح الجزائر من أجل الانخراط في التجارة الإلكترونية، التي لا تزال تحدث ثورة في عملية البيع والشراء في بلدان أخرى. الجزائر متخلفة في مجال التجارة الإلكترونية.

الفرع الثاني: أول عمليات التجارة الإلكترونية في الجزائر

ظهرت أول أسواق جزائرية على الإنترنت في عام 2009، ومع ذلك بدأت التجارة الإلكترونية في الانطلاق في عام 2014 مع وصول جوميا الأفريقية. استقبل الموقع ما يقرب من 1.5 مليون زائر وتلقى ما بين 15000 و 20000 طلب شهريا في عام 2017².

ارتفع عدد الزوار إلى 1.7 مليون في بداية عام 2018. زوالي وبتوليس وذبوم والعديد من مواقع البيع الأخرى عبر الإنترنت تعمل في الجزائر. وفي هذا الصدد، قامت مجموعة المصالح الاقتصادية GIEMonétique Algérien بتقييم الدفع الإلكتروني في الجزائر حتى أكتوبر 2019، وحددت ما يقرب من 454,204 معاملة دفع عبر الإنترنت.

الفرع الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

¹ بوراس بودالية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية المجلد 01، العدد 01، سنة 2021، ص25.

² قياس الاقتصاد الرقمي في الجزائر، اجتماع فريق العمل المعني بقياس التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، الأونكتاد يومي 3 و4 ديسمبر 2019 - جنيف، سويسرا.

تتضمن التجارة الإلكترونية التبادل بين طرفين من خلال استخدام شبكة. في الممارسة العملية، الإنترنت هي شبكة الدعم للتجارة الإلكترونية بامتياز. على هذا النحو، لا يمكن للتجارة الإلكترونية في الجزائر الاعتماد إلا على الإنترنت. بعد 13 سنة من إطلاق e-Algeria2013، إستراتيجية قطاعية لوزارة الحماية والتكنولوجيا السادسة من أجل قيادة البلاد نحو مجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي¹، تكافح الجزائر للانخراط في التجارة الإلكترونية، والتي تستمر في إحداث ثورة في فعل البيع والشراء في بلدان أخرى. الجزائر متخلفة في التجارة الإلكترونية.

و وفقا لولد موسى، فإن التجارة الإلكترونية "لا تزال في مرحلة الخيال في الجزائر. إنه لا يمثل شيئا من حيث النشاط الحقيقي". بالنسبة لهذا الاقتصادي، «لا يمكننا ممارسة التجارة الإلكترونية في سوق غير رسمية، غزتها الفوضى وفي غياب الشفافية»، في بيئة «لا تعزز، أو حتى تمنع ظهور هذا النوع من التجارة».

بهذه المصطلحات يلخص وجهة نظره حول سوق التجارة الإلكترونية وتطورها في بلدنا: "لا يزال من السابق لأوانه الحديث عن تطور هذا السوق لأنه لم يتم إطلاقه بجدية بعد".

بالنسبة له، فإن المواقع التي تظهر مثل الفطر على شبكة الإنترنت "لا تمارس التجارة الإلكترونية، ولكنها تمارس شكلا من أشكال التجارة غير الرسمية. إنها مواقع معلومات و إعلانات للمعاملات التجارية بفضل الإنترنت". يبرر رأيه بالافتقار إلى الشفافية والإطار القانوني لهذه المعاملات. ويتابع: "لا يمكن تنفيذ التجارة الإلكترونية في سوق منزوع البنوك. في بلدنا، إذا لم يكن الشيك منتشرًا بعد، فماذا عن وسائل الدفع الإلكتروني الأخرى؟ سألنا: هل توجد فعلا في الجزائر تجارة إلكترونية ما هي أشكال البيع عبر الإنترنت؟ ما هي منصات الدفع عبر الإنترنت؟ للإجابة على هذا السؤال، سنستخدم المقابلات التي أجرتها صحيفة L'Eco، وهي صحيفة اقتصادية ومالية جزائرية نصف شهرية في مارس 2013².

الفرع الرابع: مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر

للتجارة الإلكترونية في الجزائر مستقبل عظيم. مع ePay.dz وحدها، هذه الشركة لديها 4 ملايين مشترك على الفيسبوك، 10 ملايين مستخدم للإنترنت في الجزائر. وبالتالي يمكن لنظام الدفع الإلكتروني هذا أن يوتي ثماره ويمكن للتجارة الإلكترونية أن تملأ الفراغ الحالي.

¹ Propos recueillis in journal l'Eco N° 61 du 1-15 mars 2013, enquête de H. Mohandi

² Y.O. Moussa, économiste et consultant en finance, «le e-commerce, tel qu'il est exercé en Algérie, est une forme d'informel», entretien de F. Bouhaci, in J de l'Eco.

أولاً: فرصة للتنمية

الجزائر هي واحدة من البلدان الناشئة في عصر اقتصاد السوق. مع التحرير التدريجي لسوقها ، بدأت البلاد في جذب المزيد والمزيد من المستثمرين الأجانب ، وخاصة في قطاع الطاقة. ولكن اليوم بدأ الاستثمار الأجنبي المباشر في التوسع ليشمل مجالات أخرى: السياحة والصناعة والاتصالات. فيما يتعلق بالاتصالات أو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، شهد القطاع تحسناً واضحاً منذ عام 2000 عندما تم فتح السوق وإنشاء ARPT. هذا لا ينبغي أن يجعلنا ننسى "التخلف الجزائري" فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإدخالها في الاقتصاد. والوضع أصبح ملحاً. ويجب تنفيذ إستراتيجية لإدماج مجتمع المعلومات لأنه يجري اليوم بناء اقتصاد جديد على تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الجديدة. الانتقال إلى اقتصاد المعلومات والتجارة الإلكترونية سيكون محركاً حقيقياً للتوفيق

ثانياً: فرصة الاستثمار في التجارة الإلكترونية في الجزائر

يمكن ربط فرصة التجارة الإلكترونية في الجزائر، التي ينظر إليها على أنها شكل خاص من أشكال التجارة بشكل عام، بفضائل الانفتاح التجاري على النمو التي أبرزتها العديد من الدراسات¹. وبالإضافة إلى أثرها المالي من خلال ميزان المدفوعات، قدمت التجارة كنافل هام لنقل التكنولوجيا². لكن الحجة الرئيسية لوجود علاقة إيجابية بين التجارة والنمو الاقتصادي هي أن زيادة الانفتاح والمنافسة الأكثر انفتاحاً في الأسواق الدولية ترتبط بزيادة الكفاءة نتيجة لتخصيص الموارد بشكل أفضل في المجال الاقتصادي².

وبسبب الضغوط التنافسية والاستخدام الأفضل للموارد على مستوى المؤسسة. وتكمن فرصة الاستثمار في التجارة الإلكترونية في الجزائر في حقيقة أنه في الوقت الذي يساهم فيه في تعزيز هذا التأثير التنافسي المحدد عموماً فيما يتعلق بالسوق الدولية، فإنه يمكن أن يجعل من الممكن بسهولة إعادة إنتاج نفس النمط من محاكاة كفاءة المعاملات داخل بلد ما. ومع ذلك، لا يبدو من الضروري الإسهاب في الحديث عن العلاقة بين التجارة والتنمية. ولذلك، فإننا نفكر بدلاً من ذلك في الدعم المحتمل الذي يحتمل أن تقدمه التجارة الإلكترونية لسياسات الإرشاد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال إنشاء مراكز للاتصالات السلكية واللاسلكية وأثرها على ترشيد قنوات تسويق المنتجات الزراعية لصالح المنتجين.

الخاتمة

كتلة كبيرة من السكان في الجزائر متصلة الآن بالإنترنت. ومع ذلك ، فإن التجارة الإلكترونية متخلفة عن الركب ومن الممكن أن تنمو وتعطي زخماً دون

¹ جين م غروسمان وإلهانان هيلمان، الميزة النسبية والنمو على المدى الطويل- المراجعة البيئية الأمريكية، Ammerican Economic Review، المجلد 80، العدد 04، سنة 1990، ص 800.

² تاي هيوينغ كيم ، التجارة الدولية ونقل التكنولوجيا والنمو والرفاهية في نموذج شوم بيتر للنمو الداخلي، Review of International Economics، المجلد 7، العدد 01، سنة 1999، ص 45.

تأخير. حتى لو كانت جودة البيانات المستخدمة قد تكون مصدر بعض الأخطاء ، وربما تحد من هذا البحث ، يبدو أن العلاقة بين تطور التجارة الإلكترونية وأنواع الاتصال بالإنترنت وأشكال البيع عبر الإنترنت الموجودة في البلدان المتقدمة وفي الجزائر تؤكد هذه الفرضية. في الواقع، يمكن أن يعتمد هذا الشكل من التجارة على كل من الاتصالات عالية السرعة ومنخفضة السرعة، والتي هي سمة مميزة إلى حد ما للجزائر. يجب أن يركز الأخير بعد ذلك على تقليل تكاليف الاتصال حتى لو كان الاتجاه الهبوطي جاريا بالفعل. بالإضافة إلى ذلك ، يجب إدخال G3 و G4 ، مما يجعل من الممكن تكثيف الهاتف المحمول والإنترنت مع العديد من الخدمات التي تنتج عنها. إن تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر لن يكون فقط مقدمة لتنمية الاقتصاد ورفاه الجزائريين ، ولكن من المحتمل أيضا أن يرفع البلاد إلى مستوى أعلى في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ويهيئ الانتقال إلى اقتصاد المعرفة وبالتالي إلى مجتمع العالم.

التجارة الإلكترونية كناقل للتنمية الدولية هي قناة توزيع بسيطة وسريعة الاستخدام فهي تتيح لك إجراء عمليات شراء في أي وقت ، دون الحاجة إلى إغراء الشركة. في الواقع ، تعد التجارة الإلكترونية فرصة للشركات التي ترغب في التطور من خلال استهداف العملاء الافتراضيين ، وبالنسبة للمستهلكين فهي مسألة إيجاد مجموعة أوسع من المنتجات والعروض الترويجية المنتظمة والأسعار المنخفضة من خلال القدرة على مقارنة الأسعار بشكل أفضل، على عكس الآخرين الذين يجدونها محفوفة بالمخاطر وغير مثيرة للاهتمام، بالإضافة إلى خصوصية الغياب المادي لمندوب المبيعات، تحل العلاقة الشخصية محل التفاعل بين الإنسان والآلة كما تابعنا تتميز التجارة الإلكترونية بنمو سريع للغاية، مما يؤثر على قطاعات مهمة من الاقتصاد. ومع ذلك، فإن تطور التجارة الإلكترونية في قطاع اقتصادي يتأثر بشدة بقدرتها على تحقيق مزايا تنافسية لمختلف الجهات الفاعلة الاقتصادية ويتم فحص أنواع مختلفة من التجارة الإلكترونية مثل التجارة بين الشركات والأعمال التجارية وتجارة المستهلك النهائي.

النتائج

01- نمو سوق التجارة الإلكترونية حيث شهدت التجارة الإلكترونية في الجزائر توسعا ملحوظا.

02- تحسين في وسائل الدفع حيث تطورت خيارات الدفع الإلكتروني في الجزائر بفضل إطلاق خدمات مثل البطاقة الذهبية.

03- التحديات اللوجستية و من أبرز التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية هي خدمات التوصيل. البنية التحتية للنقل في بعض المناطق الريفية و المناطق الصحراوية

04- التشريعات و القوانين تم سن بعض التشريعات لتسهيل التجارة الإلكترونية مثل قانون التجارة الإلكترونية 18-05 الذي يهدف إلى تنظيم النشاط التجاري الرقمي و حماية المستهلك.

05- الثقة و الأمان حيث يعاني المستهلك الجزائري من مخاوف بشأن الأمان و الثقة في المنصات التجارة الإلكترونية.

التوصيات

01- توسيع خيارات الدفع و العمل على تقديم حلول دفع متنوعة و آمنة لتسهيل عمليات الشراء.

02- تحسين البنية التحتية و تطوير شركات التوصيل المحلي.

03- تعزيز الوعي لدى المستهلك حول كيفية التسوق الآمن عبر الأنترنت.

04- يجب تحديث التشريعات لضمان حماية أفضل للمستهلكين و منع الممارسات التجارية غير العادلة على المنصات الإلكترونية

05- توفير حوافز للشركات الصغيرة و المتوسطة للدخول إلى سوق التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع

أولا-المصادر

01-القوانين

- القانون 18-05 المؤرخ 10 مايو 2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، الجريدة الرسمية العدد 08 ، بتاريخ 16 مايو 2018.
- القانون رقم 2004-575 بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي في فرنسا، المؤرخ 21 يونيو 2004.

ثانيا- المراجع

01-الكتب

- ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية للنشر و التوزيع، مصر، سنة 2003.
- توماس ستينجر وآخرون ، "التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية: المفاهيم - الأدوات - الممارسات" ، الطبعة الثانية ، سنة 2014.
- غي هيرفيه، "التجارة الإلكترونية البائعة في اللغة والتحسين في المحادثات، Editions d Organisation ، باريس ، سنة 2001.

02-الرسائل العلمية

- إتيان تريكو، "آثار تطور التجارة الإلكترونية على تنظيم العرض أطروحة دكتوراه في اقتصاديات نظم المعلومات، المدرسة الوطنية العليا للاتصالات السلكية واللاسلكية، باريس، 2002.

03-المقالات العلمية

- بوراس بودالية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية و الاقتصادية المجلد 01، العدد 01، سنة 2021.
- جين م غروسمان و إيلهانان هيلمان، الميزة النسبية و النمو على المدى الطويل- المراجعة البيئية الأمريكية، Ammerican Economic Review، المجلد 80، العدد 04، سنة 1990.
- مالكي مريم، أهمية التجارة الإلكترونية في تحسين مستويات التنمية المستدامة في الدول العربية مجلة الناقد للدراسات السياسية، المجلد 07، العدد 01، سنة 2023.
- تاي هيونغ كيم ، التجارة الدولية ونقل التكنولوجيا والنمو والرفاهية في نموذج شوم بيتر للنمو الداخلي، Review of International Economics، المجلد 7، العدد 01، سنة 1999.

04- المداخلات العلمية

- قياس الاقتصاد الرقمي في الجزائر، اجتماع فريق العمل المعني بقياس التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، الأونكتاد يومي 3 و 4 ديسمبر 2019 - جنيف، سويسرا.

05-المواقع الإلكترونية

- أنواع التجارة الإلكترونية، صادر علن الموقع الألكتروني المستقبل 2024،
<https://blog.mostabl.com>، اطلع عليه بتاريخ 2024/11/02، الساعة 11:30.

ثالثا: المراجع الأجنبية

- Propos recueillis in journal l'Eco N° 61 du 1-15 mars 2013, enquête de H. Mohandi
- Y.O. Moussa, économiste et consultant en finance, «le e-commerce, tel qu'il est exercé en Algérie, est une forme d'informel», entretien de F. Bouhaci, in J de l'Eco.