

## التجارة الإلكترونية

### E-Commerce

خليفة محمد<sup>1</sup>، مخبر التطبيقات الكمية والنوعية للارتقاء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بالمؤسسات الجزائرية، جامعة

غرداية، [medmido99@gmail.com](mailto:medmido99@gmail.com)

اويابة صالح، مخبر التطبيقات الكمية والنوعية للارتقاء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بالمؤسسات الجزائرية، جامعة غرداية،

[ouyaba.s@gmail.com](mailto:ouyaba.s@gmail.com)

تاريخ القبول: 2023/..../..

تاريخ الاستلام: 2023/..../..

#### ملخص 10 ( :أسطر على الأكثر)

في ظل الثورة الهائلة في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد سهلت في تزايد الترابط بين الأسواق العالمية مما نتج عن هذا التقدم مفهوم التجارة الإلكترونية، لعرض السلع والخدمات وعقد صفقات الكترونية بين الدول.

حيث تبرز وتؤكد الدراسات والبحوث العلمية أن التجارة الإلكترونية أصبحت ضرورية بين الدول لزيادة إسهامها في التجارة العالمية وكذلك لتطوير قطاعها الإنتاجية الوطنية وإتاحة فرص متزايد لرفع معدلات نموها الاقتصادي، فالجزائر من بين هاته الدول التي تواجه تحديات في عالم التجارة الإلكترونية التي تسعى جاهدة في ادخال تعديلات أكثر من أجل اللحاق بركب الاقتصاد العالمي.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية ؛ أهمية التجارة الإلكترونية ؛ تقييم التجارة الإلكترونية ؛ معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

#### Abstract:

In light of the tremendous revolution in the field of information and communications technology, it has facilitated the increasing interconnection between global markets, which resulted in this progress the concept of

electronic commerce, to display goods and services and conclude electronic deals between countries. Scientific studies and research highlight and confirm that electronic commerce has become necessary among countries to increase their contribution to global trade, as well as to develop their national productive sectors and provide increased opportunities to raise their economic growth rates. Algeria is among these countries that face challenges in the world of electronic commerce that strives to introduce more modifications. In order to catch up with the global Economy.

**Keywords:** E-Commerce; The importance of electronic commerce; E-commerce evaluation ; Obstacles to electronic commerce in Algeria.

## مقدمة:

تعد التجارة الالكترونية إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة ومن أهم التطبيقات الاساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي يجب أن تهتم بها الدول العربية كي تواكب البيئة الحديثة وما تفرضه من تطورات ممثلة في ازدياد الاهتمام بالتجارة الالكترونية. ونتيجة لذلك فإن أهمية البحث تتجسد في محاولة الباحث التعرف على طبيعة التجارة الالكترونية وخصائصها وأمكانية الدول العربية من تطبيقها والاستفادة منها في ظل توفر بنية تحتية قوية.

يتمثل الهدف العام للبحث في التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية باعتبارها أحد المستجدات الحديثه في عولمة الاقتصاد , والتعرف على واقع حجم التجارة الالكتروني العربية وأمكانية الاستفادة من مزاياها، إضافة الى أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها. والجزائر لن تبقى في منأى عن هذه التطورات والتحديات التي تواجهها في تطبيق التجارة الالكترونية ، وفي ظل هذه التغيرات العالمية المتعددة وتأثر العالم كله بالتجارة الالكترونية، يطفو إلى السطح التساؤل الرئيسي التالي:

### ما هي التجارة الإلكترونية ؟

للإجابة على الإشكالية قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربعة أقسام كما يلي :

أولاً: ماهية التجارة الالكترونية" مفهومها وأنواعها "؛

ثانياً: أهمية التجارة الالكترونية ومتطلباتها ؛

ثالثاً: تقييم التجارة الالكترونية ؛

رابعاً: أسباب ومعوقات عدم اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر.

أولاً: ماهية التجارة الالكترونية" مفهومها وأنواعها "؛

## 1. نشأة التجارة الالكترونية

بدأ مصطلح التجارة الالكترونية في الظهور بعد عام 1994 ، حيث ارتبط هذا المصطلح وبشكل كامل مع اختراع شبكة الانترنت والتي غزت العالم واستطاعت ربط دول العالم بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقاً، فمرت التجارة الالكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية (بوراس، 2021، صفحة 22) **المرحلة الأولى** : تعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين (Supply Chain) أي بين الشركة الأم والفروع التي تتبع لها.

✓ **المرحلة الثانية**: فيها بدأ التبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين

(Data Interchange Electronique) وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة (Valure Added Networks).

✓ **المرحلة الثالثة** : وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة

الإنترنت (Electronic Commerce). حققت هذه المرحلة مزايا كثيرة للمؤسسات

الاقتصادية على مختلف أنواعها منها:

- تخفيض تكلفة إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج الموقوت، مما يسمح بزيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية . وهذا بدوره يساعد على فتح السوق في سبيل استقطاب العملاء الجدد مع إمكانية الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، ويعزز مكانة المؤسسة في زيادة قدرتها التنافسية؛

- تعزيز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض التكاليف الثابتة والمتغيرة على السواء كأجور البريد ومراسلات تجارية، وبالإضافة إلى أنها عملت على الإسراع في فترة دوران المخزون والطلب عليه مما قلل من تكلفة العمليات الإجرائية المتبعة على الحاسب الآلي من إدخال وطباعة ومراجعة وغيرها من العمليات المرافقة لتنفيذ العقود وعقد الصفقات التجارية الإضافية؛

- تحسين التدفقات المالية والنقدية للشركة وساهم في تقليل الأخطاء وتأكيد المعاملات فيما بينها؛

- تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية بين الشركات بالإضافة إلى زيادة حجم التبادل بين المؤسسات التجارية.

## 2. تعريف التجارة الالكترونية

يعتبر مفهوم التجارة الالكترونية مفهوم عام يشمل كل أشكال الأعمال المنفذة بواسطة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد استخدم مصطلح التجارة الالكترونية لأجل وصف العلاقة مع الزبون المستهدف أو العلاقات ما بين جميع أعضاء قناة التسويق عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد تطورت هذه الاتصالات باستخدام الانترنت وانتشاره السريع، وهذا ما دعم ظهور ما يسمى بالتجارة الالكترونية عندما بدأت بعض المؤسسات في إتمام صفقاتها بواسطة الانترنت، لذا فان نظم التجارة الالكترونية تمثل مجموعة من الصفقات التجارية المنفذة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات.

ويقول الخبير الاقتصادي الأمريكي نيكولاس بيتري : أن مفهوم التجارة الالكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت الدولية، وتفرغ البرامج الالكترونية دون أن تذهب بنفسك إلى المتجر أو الشركة، وعلاوة على ذلك فان التجارة الالكترونية تشمل على الاتصالات بين الشركات المختلفة بما يسهل عملية الشراء والبيع (أقاسم و بوجمة، 2007، صفحة 03).

ويعرف الدكتور " عربية زيادة التجارة الالكترونية بأنها التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة الانترنت عبر التبادل الالكتروني للبيانات متجاوزة عنصري المكان والزمان، وتغطي قطاعات عديدة من بائعي التجزئة إلى الوسطاء الماليين، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والتسجيل والتخزين والتسليم، وغير ذلك." (أقاسم و بوجمة، 2007، صفحة 03)

## 3. أنواع التجارة الالكترونية

عموما، هناك ستة نماذج رئيسية للتجارة الإلكترونية يمكن تصنيفها إلى (بوصبيح، جابو، و روبنة، 2019، صفحة 11):

### • من التاجر إلى المستهلك (B2C)

يشمل هذا النوع من التجارة المعاملات التي تتم بين التاجر والمستهلك، وهذا النموذج هو أحد أكثر نماذج المبيعات استخداما في سياق التجارة الإلكترونية. فعندما تشتري حذاء من تاجر تجزئة للأحذية عبر الإنترنت، فهي صفقة من شركة إلى مستهلك.

• من تاجر الى تاجر (B2B)

على عكس B2C ، تتعلق التجارة الإلكترونية B2B بالمبيعات التي تتم بين الشركات، مثل الشركة المصنعة وتاجر الجملة أو تاجر التجزئة. هذا النوع من التجارة الإلكترونية لا يتواجد فيه المستهلك ويحدث فقط بين الكيانات التجارية.

• من المستهلك إلى المستهلك (C2C)

أحد النماذج الأولى للتجارة الإلكترونية هو نموذج أعمال التجارة الإلكترونية C2C، فعلاقة من من المستهلك إلى المستهلك يتعلق ببيع المنتجات أو الخدمات بين العملاء، ويشمل ذلك علاقات بيع العملاء إلى العملاء مثل تلك التي تمت مشاهدتها على le bon coin أو oued kniss على سبيل المثال.

ثانيا: أهمية التجارة الإلكترونية ومتطلباتها

1) أهمية التجارة الإلكترونية (كوشي و قدي، 2022، صفحة 556)

تعتبر التجارة الإلكترونية عصب الاقتصاد العالمي أو على الأقل هي جزء هام في منظومته الإجمالية، حيث ساهمت في رفع حجم التبادل التجاري ودعم الاقتصاد الدولي وفتحت آفاق واسعة للنهوض بمستوى الأمم، بالإضافة إلى ظهور المصارف المتخصصة في التعاملات التجارية على شبكة الأنترنت، وما أتاحتها للزبائن من أنظمة تواكب التطور التقني، أهمها نظام تبادل المعلومات الإلكترونية والذي يرمز له بالرمز التحويلات المالية الإلكترونية وفتح الحسابات (EDI (Electronic Data Interchange من خلال شبكة الأنترنت، مما شجع البائعين والمشتريين على اختيارها كطريقة للتسوق، كون أن التعامل الإلكتروني يستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات وبالتالي تخفيض مختلف التكاليف الكلية بحوالي 70% سواء كانت تكاليف المراسلات البريدية التشغيل الإعلان التوزيع التصميم التصنيع الاتصال وغيرها، ومن جهة أخرى إتاحة الفرصة لمنتجات المؤسسات الصغرى والكبرى غير التقليدية للخروج من المحلية نحو العالمية.

مما يساعدها على تحسين أدائها من خلال إيجاد طرق جديدة لترويج المنتجات والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن وتوفير خدمات تستجيب بشكل أسرع لمتطلباتهم وتوقعاتهم، عن طريق تصميم موقع الكتروني تعرض من خلاله مواصفات المنتجات وأسعارها مع إمكانية إضافة خدمة البيع للحصول عليها بأسعار مناسبة.

ومن هنا يمكن القول بأن التجارة الالكترونية أصبحت عاملا مؤثرا في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق للمنتجات توفير المعلومات والخدمات للمتعاملين، وتمكين المستهلك أينما كان من الطلب.

## (2) متطلبات التجارة الالكترونية :

أصبحت التجارة الالكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة، فهذه التجارة مبنية على السرعة والفعالية مما جعلها تستوجب توفر العديد من المتطلبات النجاحها والقيام بالدور المناط بها تذكر أهمها فيما يلي: (مصداق و بودودة، 2021، صفحة 255):

- البنية التحتية الالكترونية: من أهم مكونات التجارة الالكترونية تجد القطاع تقنية المعلومات والاتصالات، والذي بدوره يتكون من شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، أجهزة الاتصال من فاكس هواتف ثابتة ونقالة... أجهزة الحاسوب والبرمجيات والخدمات الدعم الفني التي تتمثل في تصميم الموقع الالكتروني الجذاب للشركات، وتوفير وسائل الدفع المالي الالكتروني.

- التشريعات والأنظمة المطلوبة للتجارة الالكترونية حيث تمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي اللازم الاعتماد التعاملات التجارية الالكترونية، والذي يضمن حفظ حقوق المتعاملين فيها، وإدراج التعامل بالتوقيع الالكتروني بدلا من التوقيع اليدوي.

- توافر عدد من الطاقات البشرية المؤهلة وتمثل في الموارد البشرية المتخصصة في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات ذات الصلة بالتجارة عبر الانترنت، وهذه الموارد لا تتحقق إلا خلال تطوير البرامج التعليمية وفقا للمعارف التقنية واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات في المدارس والمعاهد والمؤسسات التعليمية مكونة بذلك مجتمع لديه الاستعداد الالكتروني الممارسة مختلف نشاطات التجارة الالكترونية.

## ثالثا: تقييم التجارة الالكترونية:

كما للتجارة الالكترونية مزايا في أيضا لها عيوب وفيما يلي سنتعرض لهذه المزايا والعيوب:

### أ. المزايا التجارة الالكترونية:

التجارة الالكترونية فوائد جمة بالنسبة للأفراد أو المؤسسات أو بالنسبة للاقتصاد بشكل عام، ويمكن حصر أهم مزاياها فيما يلي: (بلعية، 2019، الصفحات 331-332)

- استمرارية الخدمة إذ مكنت التجارة الالكترونية المستهلك من الإبحار عبر شبكة الإنترنت والتسوق واجزاء معاملاته على مدار السنة بـ 7 أيام /24 ساعة.

- حرية الاختيار والمفاضلة ما بين المنتجات نظرا لتعدد البدائل المتاحة بكل مواصفاتها وتفصيلها، ويرجع ذلك الموضع السوق العالمي بين يدي العميل بكل منتجاته.
- انخفاض أسعار المنتجات فهذه التجارة تسمح بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة ومفاضلات بين السلع والخدمات المعروضة، مما يمكن العملاء من الاستفادة من فروق الأسعار، فإذا قارن العميل بين المنتجات المعروضة عبر الانترنت ونفس المنتجات المعروضة في المتاجر التقليدية فسيجد أن السعر منخفض في الأولى مقارنة مع الثانية.
- تعتبر أرضية خصبة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- تعتبر من بين الأدوات الزيادة الإنتاجية وخاصة في قطاع الخدمات وبالتالي الرفع من النمو الاقتصادي، وبالتالي أداة التحسين الميزان التجاري.

#### ب. عيوب التجارة الالكترونية:

- تنطوي التجارة الالكترونية على العديد من المخاطر التي الأخذ بها بعين الإعتبار وتكثيف الجهود لتذليلها وتجد اهمها: (بلعلية، 2019، الصفحات 331-332)
- تهديد أنظمة أمن معلومات الشركة وهي تعتبر من بين أسوء ما تواجهه الشركات في ظل التجارة الالكترونية من خلال محاولة المخترقين التسلل إلى قواعد معلومات هذه الشركات والتغلغل لأنظمتها وأجهزتها.
  - مشكلة حقوق الملكية الفكرية فقد يؤدي نشر الأعمال والإبداعات الفنية على شبكة الانترنت إلى انتقالها بسرعة دون الترخيص باستخدامها أو بيعها ويعني ذلك القفز على حقوق الملكية في البراءة وحق النشر والتعرض لخطر الانتهاكات والقرصنة.
  - الأمن والخصوصية من بين المواضيع التي تثير قلق العملاء في التجارة الالكترونية هي المشكلة المتعلقة بأمن تحويل المعطيات والخوف من التعرض لخطر القرصنة والتجسس الصناعي.

#### رابعا: أسباب ومعوقات عدم اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر (بوراس، 2021، صفحة 31)

من بين هذه الأسباب نجد:

- أ . الأمية المعلوماتية: يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات، حيث أن مصطلح الأمية في التعريفات الحديثة يعني لا يحسن استخدام الحاسوب، وبالتالي فإن فئة كبيرة من

المتعاملين لم يسبق لهم أن جلسوا امام الحاسوب وتعاملوا وبالتالي فلا تتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الانترنت الذي يركز على استخدام هذا الحاسوب.

ب . حاجز اللغة :حيث معظم التعاملات التجارة الإلكترونية باللغة الإنجليزية.

ج . ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب :وهذا يحول دون انتشار هذه التجارة التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى وبالتالي فانتشار الحواسيب مرتبط أيضا بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه لا على مستوى الشخص فقط وإنما على المستوى التجاري أيضا.

د . ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت :أن تكاليف الاتصال العادي في بلانا مستمر في الارتفاع في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الانترنت.

هـ . ا لطابع اللامادي غير ملموس للتعامل :حيث لا يشجع الكثير على التعامل مع ناس لا يواجهونهم وجها لوجه وعلى وسائل إلكترونية غير ورقية، ويدخل هذا العصر في عامل الثقة انعدام الثقة في هذه الوساطة الإلكترونية وعدم الأمان لها.

و . عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا للبلاد بالموضوع :إذ لا يعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدى اهتمام الناس بهذا النوع من التجارة، والتفكير في سبيل تقنينها أو الاستفادة من تجارب الدول الغربية في هذا المجال.

ز . تخلف نظام المصرفي الجزائري من حيث وسائل وتقنيات الدفع الحديثة حيث نتج هذا عن سيطرة قيم المجتمع النقد (الكاش)، حيث أن التعاملات تتم في معظمها بالنقد التقليدية وليس بأداة التعامل المالي الحديثة.

ح . نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية أوسع، مما يجعل انتشارها يكاد منعدها في بلادنا.

ط . عدم الانتشار النسبية في وسائل الاتصالات عن بعد.



خاتمة:

اتضح من خلال هذه الورقة البحثية أن التجارة الإلكترونية تعتمد على التطورات التكنولوجية في مجال الاتصالات عبر التبادل الإلكتروني للبيانات متجاوزة عنصري المكان، والزمان باستخدام التقنيات التي وفرتها شبكة الانترنت، والتي تتم بوتيرة جد سريعة، وترجع ضرورة اعتماد التجارة الإلكترونية بالجزائر إلى المزايا التي يمكن أن يستفيد منها الاقتصاد الوطني بشكل أوسع.

فبالرغم من أن التجارة الإلكترونية بلغت حدودا عالية في انتشارها لدى الدول الغربية و في العالم بصفة عامة، إلا ان واقعها في الجزائر يسجل تأخرا كبيرا في اعتماد تقنياتها، فالتجارة في الجزائر ما زالت تجارة تقليدية، والسبيل التي يمكن من خلاله تدعيم انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر للاستفادة من مزاياها الايجابية، يتطلب توفير المناخ المناسب لاكتساب مثل هذه التقنيات الحديثة، وبالتالي المساهم في تفعيل وتحريك الاقتصاد الوطني بما يتوافق مع المعطيات الاقتصادية العالمية.

النتائج و التوصيات:

يمكن أن نستخلص أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال بحثنا كالتالي:

النتائج:

- يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الالكترونية وانتشارها إلى الأدوات المختلفة التكنولوجية الإعلام والاتصال التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة والتي ما هي إلا استخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الاتصالات في المجال التجاري.
- رغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن شبكة الانترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الالكترونية، فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الامتداد الإقليمي إلى مختلف القارات ولأكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وباقل تكلفة.
- التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، لانجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.
- إن التعامل بالتجارة الالكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء، فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة، كما تساعد

الأفراد على الخيار العالمي لأجود المنتجات وبأرخص الأثمان تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها.

### التوصيات:

- إن أهم التوصيات و الاقتراحات التي يمكن أن نقدمها من خلال ما تعرضنا له في دراستنا تتمثل كالآتي:
- نشر شبكة الانترنت على نطاق واسع وبأسعار تنافسية.
- نشر الوعي العلمي والثقافي والمعلوماتي لدى أفراد المجتمع بتحسيسهم بفوائد التجارة الالكترونية.
- التجارة الالكترونية تحتاج إلى قاعدة إتصال قوية ورقمنة لكل من المنظومة البنكية والإدارية.
- تحرير سوق خدمات الاتصال في الجزائر الخلق بيئة تنافسية في هذا السوق من أجل تطوير تكنولوجيا الاعلام وزيادة معدلات الاتصال التي من شأنها تطوير التجارة الالكترونية.
- تنظيم عمليات البيع والتسويق الالكتروني وزيادة الدعم التقني لمزودي تلك الخدمات وتقديم جميع السهلات لهم، إعطاء الاهمية البالغة لعملية تطوير نظم الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، والاستغلال الأمثل للانترنت في مجالات الخدمات والتجارة.

### المراجع

1. العايش بوصبيح، سليم جابو، و مصعب رويينة. (02 03, 2019). آفاق التجارة الالكترونية في ظل ثورة التكنولوجيا المالية وسلسلة الكتل. *ملتقى الدولي بعنوان الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية*.
2. حنان كوشي، و عبد المجيد قدي. (2022). نحو تشخيص واقع التجارة الالكترونية. *مجلة الاقتصاد الجديد*.
3. دالية بوراس. (2021). *واقع التجارة الالكترونية في الجزائر*. الجزائر: جامعة عين تموشنت.
4. راضية مصداق، و زهرة بودودة. (2021). التحول نحو الصيرفة كآلية لتفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر. *مجلة المنهل الاقتصادي*.
5. عمر أقاسم، و بلال بوجمعة. (12 12, 2007). التجارة الالكترونية وأهمية اعتمادها في الجزائر. *يوم دراسي حول التجارة الالكترونية في الجزائر واقع وآفاق*.
6. لخضر بلعيلة. (2019). التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل مسار للتجارة البنية العربية. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية*.