

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

ملتقى عن بعد: المؤسسات الناشئة كمحرك للنمو الاقتصادي في الجنوب الجزائري، التحديات وآليات الدعم

عنوان المداخلة: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

ط.د الميهوب عبد القادر

- د. بلخير فاطمة

abdelkader.elmihoub@univ-ghardaia.dz

belkhir.fatima@univ-ghardaia.dz

جامعة غرداية

جامعة غرداية

ملخص:

تشهد التجارة الإلكترونية في الجزائر تطوراً ملحوظاً في عصر التقنية الرقمية، فقد أحدثت ثورة في طرق الشراء والبيع والتسويق، مما أتاح فرصاً هائلة للشركات والأفراد لاستكشاف أسواق جديدة وتوسيع نطاق أعمالهم التجارية، وبفضل التجارة الإلكترونية تم تعزيز التسويق والترويج للمنتجات، وتحقيق مبيعات أكبر، مما أدى إلى النمو الاقتصادي وتعزيز الاستثمار وخلق فرص عمل جديدة. على الرغم من وجود تحديات وصعوبات تتمثل في ضعف البنية التحتية الرقمية وثقافة المستهلكين، وتعمل الحكومة الجزائرية على تطوير البنية التحتية وتوفير التدريب والتثقيف للتغلب على هذه التحديات، ومن المتوقع أن تستمر التجارة الإلكترونية في الجزائر في التطور وأن تساهم في تعزيز الاقتصاد الرقمي وتحقيق التنمية الاقتصادية في البلاد.

Abstract:

E-commerce in Algeria is experiencing remarkable growth in the digital technology era. It has revolutionized the methods of buying, selling, and marketing, creating tremendous opportunities for companies and individuals to access new markets and expand their business operations. E-commerce has significantly strengthened marketing and product promotion, resulting in larger sales and contributing to economic growth, increased investments, and the creation of new employment opportunities. Despite challenges related to weak digital infrastructure and consumer culture, the Algerian government is actively working on developing infrastructure, providing training, and promoting awareness about e-commerce. It is expected that e-commerce in Algeria will continue to evolve, further enhancing the digital economy and driving economic development in the country.

مقدمة:

لقد ساهمت الثورة العلمية في مجال التقنيات الحديثة في إحداث مفاهيم جديدة لم تكن معروفة سابقا كظهور مجتمع المعلومات، اقتصاد المعرفة، وظهور الانترنت وامتداد استعمالها في المجال التجاري في بيئة الأعمال، ما أدى إلى ظهور التجارة الإلكترونية، حيث شهدت نموا كبيرا في الدول المتقدمة، بينما تواجه الدول النامية تحديات كبيرة للاستفادة من خدماتها وذلك ببذل الجهود لمواجهة المعوقات والصعوبات.

و تعد الجزائر واحدة من هذه الدول التي عملت على وضع خطة لرقمنة اقتصادياتها وتوجيه سلوكيات المستهلكين نحو التجارة الإلكترونية، وفي هذا السياق أقرت الجزائر قانونا تنظيميا رقم: 18-05 يهدف إلى تنظيم وتسهيل التجارة الإلكترونية في البلاد.

واستنادا لما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية : ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وتحدياتها ؟

وما مدى استجابة الأفراد والمؤسسات لهذا النوع من التجارة؟

– أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

– التعرف على ماهية التجارة الإلكترونية من خلال مفهومها وأهميتها؛

– معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؛

– التعرف على مدى استجابة الأفراد والمؤسسات في الجزائر لهذا النوع من التجارة؛

– منهج الدراسة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتبر في نظرنا مناسباً لدراسة هذا الموضوع.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية:

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية، خصائصها واحتياجاتها التقنية

1- مفهوم التجارة الإلكترونية:

تعددت التعاريف لمفهوم التجارة الدولية نذكر منها:

تعرف التجارة الإلكترونية على أنها " مجموعة من التبادلات التجارية، التي تتم عبر شبكة اتصالات ". (التجارة الإلكترونية، 2005)

أما منظمة العالمية للتجارة (OMC) تعرفها على أنها: " مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات و تأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسوية وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية ". (بسيوي، 2004)

كما تعرف التجارة الإلكترونية بأنها: "المعاملات التجارية التي تتم بواسطة عمليات رقمية عبر شبكة الاتصال المختلفة، أي أنها عملية توصيل المعلومات والمنتجات والخدمات وإبرام الصفقات التجارية بطريقة الكترونية عبر شبكة الانترنت أو أي شبكة دولية أخرى". (ابراهيم، 2006)

وتعرف أيضا بأنها: "كل نشاط أيا كانت طبيعته يتعلق بتبادل السلع والخدمات متى كانت مباشرة هذا النشاط تتم عبر شبكة الاتصال عن بعد وكان النشاط يمثل قيمة مضافة للمشروع أو المورد أو العميل ". (حجازي، 2007)

كما عرفها المشرع الجزائري في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مادة 06 المؤرخ في 10/05/2018: "التجارة الإلكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع أو خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن :

التجارة الإلكترونية هي عملية البيع والشراء والتبادل التجاري الذي يتم عبر الإنترنت،

وتشمل هذه العملية جميع الأنشطة التجارية التي تتم عبر الويب، مثل شراء وبيع المنتجات والخدمات، وإجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت، والتسويق الإلكتروني، والتواصل مع العملاء عبر البريد الإلكتروني والدرشة وغيرها من وسائل الاتصال الإلكترونية.

تتيح التجارة الإلكترونية للأفراد والشركات والمؤسسات إقامة علاقات تجارية عبر الإنترنت بسهولة وفاعلية. حيث يمكن للمشتريين الاطلاع على المنتجات والخدمات وشراؤها عبر متاجر إلكترونية. وبالمثل يمكن للبائعين عرض منتجاتهم والترويج لها وبيعها لعملائهم عبر الإنترنت.

2- خصائص التجارة الإلكترونية :

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص تميزها عن التجارة التقليدية نذكر بعض الخصائص الرئيسية للتجارة الإلكترونية:

(عبالعلي و هيثم، 2003)

- عدم وجود مستندات ورقية للمعاملات التجارية لإثبات المعاملات وإتمامها ، بل تتم بوسائل الكترونية ذات تقنية عالية بدءاً من تبادل البيانات عبر البريد الإلكتروني بين المتعاملين، أو التفاوض التجاري، أو إصدار الفواتير إلكترونياً، وحتى التعاملات المصرفية الإلكترونية ، والمتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات وغير ذلك . هذه الوسائل تعد السند القانوني لإثبات المعاملة التجارية أو العقد التجاري الإلكتروني وهو ما يتطلب تشريعات و قوانين خاصة بها لغرض حمايتها.
- انسياب البيانات والمعلومات بصورة مباشرة وسريعة من خلال التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق بين الجهات المشتركة في العملية التجارية بكفاءة وفاعلية.
- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة ، إذ يلتقي كل من البائع والمشتري عبر الوسائل الإلكترونية ، ومن أهم الصفات المميزة للتجارة الإلكترونية انعدام الاتصال المباشر بين طرفي العملية التجارية التاجر والزبون الذين يلتقيان من خلال شبكة الانترنت.
- جسدت التجارة الإلكترونية اقتصاداً جديداً يعتمد على الإنتاج المكثف للمعلومات وعلى التكنولوجيا الرقمية المتطورة مما تتطلب وجود بنية تحتية متطورة لقطاع الاتصالات بجزأيه الرئيسين: (Hardware, Software) .
- وسيلة سهلة وبسيطة حيث يمكن استخدامها لكل الأفراد وكل الشركات ،بالإضافة إلى سهولة وسرعة الاتصالات عبر الانترنت. (محمد، 2009)
- تخفيض دور العامل البشري لاعتماد الشركات على تكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى مساعدة تكنولوجيا المعلومات صناع القرار في اتخاذ قراراتهم.

إضافة إلى ذلك هناك بعض الخصائص:

- **الوجود الافتراضي:** في التجارة الإلكترونية، تتم العمليات التجارية والتبادلات التجارية عبر الإنترنت وبواسطة الأجهزة الإلكترونية، مما يعني أنه لا حاجة لتواجد جسدي في موقع محدد.
- **السرعة والفعالية:** يتم تنفيذ العمليات التجارية بسرعة وفعالية في التجارة الإلكترونية، يمكن للعملاء البحث عن المنتجات وشراؤها بسهولة وفي وقت قصير، كما يمكن للشركات تنفيذ العمليات التجارية وإدارة المخزون والتوصيل بشكل أسرع وأكثر كفاءة.
- **التوسع والنمو:** التجارة الإلكترونية توفر فرصاً للشركات للتوسع والنمو بشكل أسرع وأوسع نطاقاً، يمكن للشركات بناء قاعدة عملاء أوسع والتوسع في أسواق جديدة دون الحاجة للقيود المكانية والجغرافية التي تواجهها في التجارة التقليدية.
- **توفير الوقت والجهد:** التجارة الإلكترونية توفر سهولة وسرعة في إجراء العمليات التجارية. من خلال تمكين العملاء تصفح المنتجات والمقارنة بينها واختيار ما يناسبهم بسهولة ودون الحاجة للتنقل الجسدي بين المتاجر
- تعتبر التجارة الإلكترونية أشمل من التجارة التقليدية، إذ تلمس المنتجات والخدمات غير المادية كحجز تذاكر الطائرات وأماكن في الفنادق، وتقديم الاستشارات الطبية و القانونية، وشراء وبيع المنتجات المعلوماتية كالأقراص المضغوطة والكتب.

3-متطلبات التجارة الإلكترونية: (عبدالكريم و جماع، 2021) تتمثل الاحتياجات التقنية للتجارة الإلكترونية في:

- **البنية التحتية الإلكترونية:** وتتمثل في: شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، الفاكس، الهاتف، الانترنت، الحاسبات الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، مسير وموجه المعلومات... الخ

- التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية: وتشمل التشريعات وقوانين التعاقد وأدلة التوقيع الإلكترونية التي تتلاءم مع طبيعة التجارة الإلكترونية.
- توافر الكوادر البشرية: يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات، شبكات الاتصال، الانترنت، البرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية .
- الخدمات المحولة: وهي خدمات تتعلق بإتمام الصفقات التجارية كالإعلان، طرق الدفع، التسليم وخدمات التحقق من الأهلية. (عداد، 2011-2012)
- 4-فوائد التجارة الإلكترونية: للتجارة الإلكترونية فوائد عديدة التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير نذكر منها (بوعرار، 2019):
 - عائدات أكبر: التجارة الإلكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت والتكلفة والجهد في إجراء الحركات والعمليات اليدوية، والتي تحتاج إلى موظفين أكثر وإدارة وكل هذا يتم في التجارة الإلكترونية بشكل تلقائي عبر الانترنت.
 - سرعة التسوق ومقارنة الأسعار: التجارة الإلكترونية تسهل على كل من الزبون والبائع عملية البحث عن المنتجات ومقارنة الأسعار والبحث عن أفضل المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية.
 - حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية فرصة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنت وتزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، وذلك بدون أي ضغوط من الباعة حيث تكون التجارة الإلكترونية من أرخص الأماكن للتسوق.
 - تسهيل العمليات التجارية: للشركات، التجارة الإلكترونية تسهل العمليات التجارية بشكل كبير. يمكن للشركات الوصول إلى عملاء في أماكن بعيدة والتواصل معهم.
 - توفير التكاليف: يمكن للمشتري الحصول على منتجات بأسعار أقل عبر التجارة الإلكترونية. فعادةً ما تكون هناك تكاليف تشغيل أقل للشركات التي تعمل عبر الإنترنت.
 - وسيلة تسوق مريحة: تسمح التجارة الإلكترونية للمستهلكين بشراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت في أي وقت ومن أي مكان. لا يحتاجون إلى الذهاب إلى المتاجر الفعلية، ويمكنهم الاختيار والشراء بسهولة من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية.

الفرع الثاني:مراحل وأدوات التجارة الإلكترونية:

- 1-مراحل التجارة الإلكترونية: تمر التجارة الإلكترونية بثلاث مراحل أساسية هي (عداد، 2011-2012):
 - المرحلة الأولى:مرحلة العرض (الوعد) يقوم البائع بعرض منتجاته أو خدماته على الانترنت وفقاً لاحتياجات واهتمامات المشتري، يتم الترويج للمنتجات والتسويق لها في السوق الداخلية والسوق الخارجية.
 - المرحلة الثانية:مرحلة القبول يتوصل البائع والمشتري على اتفاق يتم من خلاله قبول العرض المقدم من البائع وإبرام العقد الإلكتروني، يقوم المشتري باتخاذ قرار الشراء عبر الانترنت وتأكيد الطلب والمعلومات اللازمة للتسليم.
 - يمكن أن تكون هناك خدمة ما بعد البيع يشمل ذلك خدمة العملاء والدعم التقني وإمكانية استبدال أو إرجاع المنتج إذا كان هناك خلل أو مشكلة، وكذلك جمع الملاحظات والتقييمات من المشتري.
 - المرحلة الثالثة:مرحلة تسليم السلع والخدمات، فهناك بضائع تسلم الكترونياً من خلال الشبكة مثل:برامج الحاسوب والاستشارات والأبحاث التي يتم طبعها، وهناك بضائع يتسلمها العميل بنفسه من خلال شحنها إليه وهناك أيضاً خدمات يتم حجزها الكترونياً ويقوم العميل بتنفيذها مثل الحجز في شركات الطيران أو الفنادق.
- 2-أدوات التجارة الإلكترونية: هناك العديد من الأدوات والتقنيات التي تساعد على تسهيل وتنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية. وفيما يلي بعض الأدوات الأساسية في مجال التجارة الإلكترونية:

- **المنصات التجارية الإلكترونية:** توفر هذه المنصات أدوات لإنشاء وإدارة متاجر إلكترونية بسهولة، بما في ذلك إدارة المنتجات وعرضها، مثل: BigCommerce - WooCommerce - Magento - Shopify .
- **نظام إدارة المحتوى:** تتيح هذه الأنظمة إنشاء وإدارة مواقع الويب بسهولة، بما في ذلك عرض المنتجات والمحتوى ذو الصلة والتفاعل مع العملاء. مثل : WordPress - Joomla - Drupal.
- **نظام إدارة العلاقات مع العملاء:** يساعد على تتبع وإدارة معلومات العملاء والتفاعل معهم وتحسين تجربتهم وذلك من خلال تنظيم البيانات وتحليلها. مثل: Zoho CRM - HubSpot - Salesforce .
- **بوابات الدفع الإلكتروني:** توفر هذه البوابات وسائل آمنة وموثوقة للتعامل مع عمليات الدفع عبر الإنترنت، بما في ذلك الدفع ببطاقات الائتمان و الحوالات المصرفية. مثل : PayPal - Stripe - Square.
- **أنظمة إدارة المخزون:** تساعد هذه الأنظمة في تتبع وإدارة المخزون، وتحسين عمليات إدارة الإمداد والتوزيع. مثل : ShipStation - Zoho Inventory - TradeGecko.
- **التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:** توفر هذه المنصات واجهات إعلانية وأدوات ترويجية تسمح للعلامات التجارية بالتواصل مع الجمهور المستهدف وزيادة الوعي والمبيعات. مثل: Facebook - Instagram - Twitter.

الفرع الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية مجالاً واسعاً يشمل عدة أشكال ونماذج. وفيما يلي بعض أشكال التجارة الإلكترونية الشائعة: (عبدالكريم ب.، 2008-2007)

- **التجارة الإلكترونية بين المؤسسات التجارية من الشركة إلى الشركة (business-to-business)** وهي طلبات شراء أو عروض بيع لمؤسسات أخرى وما يتبعها من عناصر متعلقة بالمعاملة التجارية من فواتير ودفع و غيرها ، وذلك باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وهي النوع السائد في معظم عمليات التجارة الإلكترونية ويمثل النسبة الأكبر ويرمز له بالرمز: (B2B).
- **التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمستهلك (business to Customer)** هي الصفقات التي تتم بين المؤسسة والمستهلك بدون واسطة بحيث تقوم المنشآت بعرض منتجاتها على شبكة الويب وتبرم الصفقة مع المستهلك بطريقة افتراضية ، إذ يستطيع أي مستهلك زيارة المواقع التجارية للشركات وفحص منتجاتها وتصفح مواقعها وعقد صفقات الشراء عن طريق الشبكة ويرمز لهذا النوع بالرمز: (B2C).
- **التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والإدارة العمومية (business to Government)** وهي تغطي كافة التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية، حيث تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الإنترنت، بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليه بطريقة الكترونية، وأن تقوم بأجراء المعاملة الكترونياً ، ومثال على ذلك قيام الشركات بتسوية ضرائبها عبر الإنترنت، ويرمز له بالرمز: (B2G).
- **التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة العمومية (Government to Customer)** توفر الحكومة خدمات إلكترونية للمواطنين مثل استخراج الأوراق والمستندات الحكومية ودفع الضرائب عبر الإنترنت، ويرمز له بالرمز: (G2C).

مخطط رقم (1) يمثل الأنماط الرئيسية للتبادل التجاري الإلكتروني



المصدر: أمجد صباح عبد العالي، هيثم عبد الله سلمان، مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد (24)، 2003.

وهناك أشكال أخرى :

- التجارة الإلكترونية الاجتماعية: تشمل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية لعمليات البيع والشراء والتسويق. يستخدم الأفراد والشركات منصات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع العملاء وعرض المنتجات والخدمات وإجراء الصفقات.
- المزادات الإلكترونية: توفر البيئة الإلكترونية للمزادات المنصات التي يمكن للمشتريين تقديم العروض والمزايدة على المنتجات والخدمات. يتم تخصيص وقت محدد للمزاد، وعادةً يتم بيع المنتج للمزايد الذي يقدم أعلى سعر.

الفرع الرابع: أهمية وأهداف التجارة الخارجية

1- أهمية التجارة الإلكترونية : التجارة الإلكترونية تحظى بأهمية كبيرة في العصر الحالي وتؤثر على الاقتصاد والأعمال بشكل عام نذكر بعض من هذه الأهمية :

على المستوى المحلي: تتيح التجارة الإلكترونية فتح أسواق جديدة للمنتجات المحلية ،تعمل على تسويق السلع والخدمات عالمياً، إذ تستطيع كل شركة وطنية متخذة موقع على شبكة الإنترنت أن تروج لمنتجاتها وتوزعها على كافة دول العالم مما يعود بالنفع على الدولة والاقتصاد المحلي. (عزمي، 2008)

على المستوى العالمي: تعمل التجارة الإلكترونية على تحرير التجارة ،والذي يعتبر من أهم أهداف التجارة العالمية، فهي تدعو الدول الأعضاء بها بإتباع التجارة الإلكترونية ، كما تعمل التجارة على انفتاح الدول وتبادل الخبرات والثقافات التكنولوجية ، وثقافة التسويق للمنتجات مما يؤدي إلى دعم العلاقات بين الدول. (زكرياء و احمد، 2021-2022)

أهميتها بالنسبة للتسويق: بالرغم مما تحمله التجارة من مخاطر ، إلا أنها تحقق فوائد عديدة للمستهلك ، ففي ظرف قياسي يمكنه التسوق عبر الويب ، مما يمكنه من التعاقد لاقتناء أي منتج أو خدمة وكذا يمكنه من تسلمها إلكترونياً، فالتجارة الإلكترونية تمنح للمستهلك بدائل كثيرة للاختيار من بينها اختيار أوسع للسلع والخدمات ، كما يمكن أن يتعاقد مع شركات دولية لا يمكنه أن يتوصل إليها إلا بواسطة التجارة الإلكترونية. (زكرياء و احمد، 2021-2022)

2- أهداف التجارة الإلكترونية: تتنوع وتختلف أهداف التجارة الإلكترونية بناء على المؤسسة أو العمل الذي تقوم به، ومع ذلك نذكر بعض الأهداف العامة:

- تقديم وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة (مصطفى، 2008) ؛

- دعم الاقتصاد الوطني وخاصة في مجال الاستيراد والتصدير وذلك لإتاحتها أسواق لا متناهية في الكبر أمام القطاعين العام والخاص على حد سواء (أحلام، 2009-2010) ؛
- **زيادة المبيعات والإيرادات:** التجارة الإلكترونية توفر وسيلة فعالة لزيادة حجم المبيعات والوصول إلى شرائح أوسع من العملاء المحتملين، سواء على المستوى المحلي أو العالمي. يمكن للمتاجر الإلكترونية الوصول إلى عملاء جدد وتحقيق مبيعات مستدامة على مدار الساعة دون قيود المكان؛
- **زيادة الوعي بالعلامة التجارية:** من خلال التجارة الإلكترونية، يمكن للشركات بناء وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية لديها. تمكن للمتاجر الإلكترونية تقديم معلومات شاملة حول المنتجات والخدمات المقدمة وتعزيز صورة العلامة التجارية من خلال تصميم مواقع واجهات جذابة وتجربة تسوق مريحة ومتميزة؛
- **توسيع نطاق العمل:** التجارة الإلكترونية تمكن الشركات من الوصول إلى أسواق جديدة وتوسيع نطاق عملياتها التجارية؛
- **تسهيل العمليات التجارية:** التجارة الإلكترونية توفر العديد من الأدوات والتقنيات التي تسهل إدارة وتنفيذ العمليات التجارية بشكل فعال، تشمل هذه الأدوات إدارة المخزون والتوزيع ومعالجة الطلبات والدفعات وتتبع الشحنات وتحليل البيانات. يمكن للشركات أيضاً تكامل نظام التجارة الإلكترونية مع أنظمة إدارة المشتريات والمحاسبة لتحقيق تنسيق وتدفق أفضل للعمليات.
- **الابتكار والتطوير:** التجارة الإلكترونية تتيح للشركات فرصة الابتكار والتطوير المستمر.
- إلغاء الحواجز والإجراءات الجمركية بين الدول.

الفرع الخامس: دوافع ومزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

1-دوافع التجارة الإلكترونية: تشمل دوافع التجارة الإلكترونية ما يلي:

- **الوصول إلى سوق عالمي واسع:** يعتبر الإنترنت بوابة للوصول إلى عدد كبير من المستهلكين في جميع أنحاء العالم. من خلال تقديم منتجاتها وخدماتها لعملاء بعيدين جغرافياً دون الحاجة إلى وجود فروع أو وكلاء في البلدان المستهدفة.
- **الفعالية التجارية:** الرغبة في الوصول إلى مستوى عال من النجاح في الإنتاج والتوزيع (بخي، 2005) مما يعطي دفعا للمؤسسات أن تحسن من إنتاجها ، وأن تعمل على إيجاد الطرق المثلى لتصريف منتجاتها ، لذا تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، لأنه يضمن لها جودة عالية وتوزيع سريع لبضائعها.
- **التوسع في الأسواق الجديدة:** يمكن للشركات استغلال التجارة الإلكترونية لاختراق أسواق جديدة وتوسيع قاعدة عملائها. يمكن للشركات التوجه إلى بلدان ومناطق ذات احتياجات وتوجهات استهلاكية مختلفة وتوفير المنتجات والخدمات التي تلي تلك الاحتياجات.
- **التسويق والإعلان:** التجارة الإلكترونية توفر قنوات فعالة للتسويق والإعلان عبر الإنترنت. يمكن للشركات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات المدفوعة والتسويق عبر البريد الإلكتروني للترويج للمنتجات والخدمات وجذب المزيد من العملاء
- **الوصول إلى الموردين والشركاء:** التجارة الإلكترونية تسهل التعامل مع الموردين والشركاء التجاريين عبر الحدود.

2-مزايا التجارة الإلكترونية (بب و عبد الغني، 2019):

1-مزايا للشركة المنتجة:

- تمكنها من الاتصال بالموردين أو حتى الشركاء التجاريين في جميع أنحاء العالم؛
- إعادة تنظيم وتبسيط الهياكل الداخلية داخل الشركة ؛
- الحفاظ على العلاقات مع الموردين وتعزيزها؛
- انخفاض التكاليف المرتبطة بالعمليات التجارية المختلفة ؛
- تحسين سرعة الاتصالات على المستوى المحلي والأجنبي ؛

-اعتماد المبيعات عبر الانترنت كطريقة بديلة للتجارة التقليدية؛

- وصول عالمي: يمكن للشركات الوصول إلى أسواق عالمية والتواجد على مستوى دولي دون الحاجة إلى تواجد جغرافي محدود. هذا يعزز فرص النمو والتوسع للشركات بغض النظر عن حجمه؛

-توفير التكاليف: تعمل التجارة الإلكترونية على تقليل التكاليف التشغيلية المرتبطة بالمتاجر التقليدية مثل الإيجار والعمالة والمخزون. هذا يساعد على تحقيق توفير ملحوظ للشركات ويمكنها تقديم الأسعار التنافسية للعملاء؛

-توسيع الجمهور وزيادة الوصول: يمكن للشركات الوصول إلى عملاء جدد وزيادة قاعدة جمهورها من خلال التجارة الإلكترونية؛

-بفضل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للشركات التواصل مع عملاء محتملين والتسويق لمنتجاتها بشكل فعال؛

-تحليل البيانات والتسويق المستهدف: يمكن للشركات جمع البيانات القيمة عن العملاء وتحليلها لفهم احتياجاتهم واهتماماتهم؛ بشكل أفضل. يمكن استخدام هذه البيانات لتنفيذ حملات تسويق مستهدفة وإرسال عروض وإعلانات مخصصة لكل عميل، مما يعزز فرص البيع والرضا للعملاء؛

-الوفرة والتنوع: يوفر الإنترنت والتجارة الإلكترونية وفرة من المنتجات والخدمات المتاحة في السوق. يمكن للعملاء الاختيار من بين تشكيلة واسعة من المنتجات المختلفة والعثور على الخيار الأنسب لهم بناءً على احتياجاتهم الفردية؛

2-مزايا للمشتريين:

-التسوق السريع دون الأخذ بعين الاعتبار عنصر الوقت؛

-تسليم سريع وراحة عالية للعميل ؛

-المشاركة في أنشطة مثل المزادات الإلكترونية؛

-سهولة المقارنة والبحث: يمكن للعملاء بسهولة مقارنة المنتجات والخدمات المختلفة عبر متاجر متعددة واختيار الأفضل من بينها؛ يمكنهم أيضاً البحث عن معلومات مفصلة عن المنتجات، مثل المواصفات والمميزات والتقييمات، مما يساعدهم في اتخاذ القرارات؛

3-المزايا العامة:

-التقليل من الوسطاء ومختلف قنوات التوزيع التي كانت من الصعب الوصول إليها؛

-تقليل الوقت المخصص لمختلف الأنشطة من المنظور المزدوج للمورد والمشتري ؛

-حل مشكلة بعض الحواجز الجغرافية؛

-مرونة الزمان والمكان: يمكن للأفراد والشركات القيام بعمليات الشراء والبيع والتسوق عبر الإنترنت في أي وقت ومن أي مكان. هذا يوفر مرونة كبيرة ويسهل عملية التجارة؛

3-عيوب التجارة الإلكترونية:

بالرغم من المزايا العديدة التي تقدمها التجارة الإلكترونية، إلا أنها تواجه أيضاً بعض العيوب والتحديات من أهمها:

- بعض أنشطة الأعمال لا يمكن أن تدخل في التجارة الإلكترونية فمثلاً الأغذية سريعة التلف والأصناف عالية التكلفة مثل المجوهرات (حماد، 2003) ؛
- قلة الوعي الثقافي لدى العديد من المستهلكين، والطبيعة القانونية للتجارة الإلكترونية، جعلت أغلب المعاملات التجارية الإلكترونية بين الشركات وليس بين الشركات والمستهلكين؛
- غياب طرق عملية لحماية شبكات المعلومات ومواقع الإنترنت الخاصة بمواقع التجارة الإلكترونية من هجمات قرصنة الحاسوب؛ والإنترنت ومحاولة التزوير والتنصت وسرقة أرقام بطاقات الاعتماد والائتمان لزبائن التجارة الإلكترونية وإرسال الفيروسات والتي قد تسبب أضرار فادحة ، وقد تعرقل عمل هذه المواقع على الشبكات (ياسين و بشير، 2004) ؛

- ضعف الهيكلة التحتية للاتصالات في الدولة وعدم قدرتها على مواكبة متطلبات تقنيات المعلومات التي تشمل على الاتصالات وما يرتبط بها من تجهيزات وبرامج وأنظمة . سوف يحد من أمن الشبكة المالية ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية وبالتالي فشل في إقامة التجارة الإلكترونية (بحتي، 2005)؛
- عدم التمكن من تجربة المنتج قبل الشراء: في التجارة الإلكترونية، يتعذر على العملاء تجربة المنتج أو اختباره قبل الشراء، قد يتسبب ذلك في عدم الراحة أو عدم الثقة لدى بعض العملاء، خاصة فيما يتعلق بالمنتجات ذات القيمة العالية أو الحساسة؛
- التأخر في التسليم وخدمة العملاء: يمكن أن يواجه العملاء تأخيرًا في تسليم المنتجات المشتراة عبر الإنترنت، وخاصة عندما يكون هناك مشاكل في الشحن أو التوصيل، قد يؤدي ذلك إلى انخفاض مستوى الرضا لدى العملاء وحاجتهم إلى دعم عملاء فعال؛
- صعوبة إعادة المنتجات و الاسترداد: في حالة عدم رضا العملاء عن المنتجات المشتراة عبر الإنترنت، يمكن أن تواجههم صعوبة في إعادة المنتجات أو طلب استرداد الأموال. قد تكون هناك سياسات إرجاع صارمة أو تكاليف إضافية مرتبطة بعملية إعادة المنتجات؛
- الاعتماد على التقنية وتوافر الإنترنت: يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على التكنولوجيا وتوافر الاتصال بالإنترنت في بعض المناطق، قد يكون هناك تحديات في توافر الإنترنت أو قد يكون هناك صعوبات في التعامل مع التكنولوجيا، مما يقيد قدرة الأفراد على الاستفادة من التجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

لقد شهد مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر تطوراً كبيراً بعد الركود الذي كان قد أصابها قبل بضعة سنوات مضت، وذلك تزامناً مع التطور الكبير الذي حصل في الوطن العربي ككل في مجال التجارة الإلكترونية، وفي العالم أجمع أيضاً وكذا بسبب جائحة كورونا فمع انتشار المرض وفرض قيود الحظر انتعشت التجارة الإلكترونية .

فقد ارتفع عدد البطاقات المتداولة إلى 2.768.285 بطاقة ، تتوزع هذه البطاقات بين حظيرة البنوك بنسبة 24 % من العدد الإجمالي للبطاقات المتداولة، مقابل 8.841.339 بطاقة ذهبية أصدرها بريد الجزائر بمعدل 76 % من الحظيرة الموجودة.

كما سعت الحكومة لتقديم برنامج يساعد في تسريع عملية تحديث نظام الدفع الإلكتروني، للوصول إلى حوالي 16 مليون مستخدم بحلول عام 2024، بالإضافة إلى تجهيز مليون تاجر تقريباً بأجهزة الدفع الإلكتروني.

ووفقاً لمجموعة المصالح الاقتصادية للخدمات المصرفية الإلكترونية، فالجزائر تتوفر حالياً على أكثر من 150 موقعاً تجارياً يمكن المواطنين الجزائريين على اقتناء مشترياتهم عن طريق بطاقة الدفع الإلكتروني.

1-تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر:

منذ أكتوبر 2016 ، أصبح الدفع عن طريق الإنترنت بواسطة البطاقة البنكية عمليا بالجزائر، وقد تم فتح هذه الخدمة في المرحلة الأولى للقائمين على الفوترة (شركات توزيع الماء والطاقة " الغاز والكهرباء"، الهاتف الثابت والنقل، شركات التأمين، النقل الجوي وبعض الإدارات) ويوجد حاليا 337 تاجر الويب منخرط في نظام الدفع الإلكتروني البنكي، منذ انطلاق الدفع على الانترنت نتج حوالي 24621235 معاملة موزعة وفق الجدول التالي:

1-تطور نشاط الدفع على الإنترنت في الجزائر خلال الفترة (2016-2023)

الجدول (1) تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة: (2016-2023)

المصدر: (مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي، 2023)

السنوات القطاعات	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	مارس 2023
هاتف واتصالات	6 536	87286	138495	141552	4210284	6993135	7490626	1306187
نقل	388	5677	871	6292	11350	72164	195490	43962
تأمينات	51	2467	6439	8342	4845	8372	23571	6261
كهرباء/ماء	391	12417	29722	38806	85676	20841	302273	78490
خدمات إدارية	0	0	1455	2432	68395	155640	153957	992
مقدمي خدمات	0	0	0	5056	213175	457726	705114	125116
بيع سلع	0	0	0	0	235	13468	24169	5551
رياضة ترفيهية	0	0	0	0	0	0	152925	174894
العدد الإجمالي للمعاملات	7366	107844	176982	202480	4593960	7821346	9048125	1742453

المصدر: تجمع النقد الآلي ، متوفر على الموقع : <https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe>

نلاحظ أن عدد معاملات نظام الدفع الإلكتروني في تزايد مستمر منذ سنة 2016 إلى غاية مارس 2023 ، خاصة سنوات:

2019-2020-2021 وذلك في ظل جائحة كورونا، فمع انتشار هذا الوباء انتعشت التجارة الإلكترونية وتطور نظام الدفع الإلكتروني؛

وحسب الأرقام المقدمة فإن تحليل هذا النمو يشير إلى زيادة استخدام واعتماد الدفع النقدي كوسيلة رئيسية لإجراء المعاملات المالية على مر السنوات. قد تكون هذه الزيادة نتيجة لتوسع استخدام الخدمات المالية وتقدم التكنولوجيا في تيسير عمليات الدفع وتوفير الراحة للمستخدمين، وقد تكون أيضاً نتيجة لزيادة الوعي بفوائد وأمان الدفع النقدي مقارنةً بوسائل الدفع الأخرى. ومن المتوقع أن يستمر هذا الارتفاع في المستقبل، مع توسع نطاق الخدمات المالية واعتماد تقنيات جديدة ومبتكرة في مجال الدفع النقدي.

1-2- نشاطات السحب على الجهاز النقدي:

الجدول (2): العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة وعدد معاملات السحب للفترة 2016-2023

السنوات	العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة	العدد الإجمالي لمعاملات السحب	المبلغ الإجمالي لمعاملات السحب (دج)
2016	1370	6868031	98822524500.00
2017	1443	8310170	126398291000.00
2018	1441	8833913	136233452000.00
2019	1621	9929652	164116233000.00
2020	3030	58428933	1073004953000.00
2021	3053	87722789	1728937064000.00
2022	3658	128035361	2182896695000.00
مارس 2023	3713	837442	778848613000.00

المصدر :: نفس المصدر السابق

بخصوص نشاط السحب على الجهاز النقدي، بلغ العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة إلى غاية شهر ديسمبر 2022 3658 جهاز، وتم إجراء عمليات سحب وإيداع وتحويل بين البريد والبنوك خلال سنة 2022 . أما بخصوص عدد العمليات المجرة فقد بلغت خلال سنة 2022 أزيد من 128 مليون عملية، حيث تتعلق هذه الإحصائيات بنشاط الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقة البنكية والبطاقة الذهبية.

1-3- نشاط الدفع على محطة الدفع الإلكتروني

الجدول (3) : نشاطات الدفع على محطات الدفع الإلكتروني للفترة 2016-2023

السنوات	العدد الإجمالي لمحطات الدفع الإلكتروني العاملة	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع (دج)
2016	5049	6868031	444508902.40
2017	11985	8310170	861775368.90
2018	15397	8833913	1335334130.76
2019	23762	9929652	1916994721.11
2020	33945	58428933	4733820043.01
2021	37561	87722789	15113249499.92
2022	46263	128035361	19343056538.17
مارس 2023	49030	837442	6835434209.27

المصدر : نفس المرجع السابق

بلغ عدد عمليات الدفع الإلكتروني عبر محطات الدفع TPE أزيد من 837 ألف عملية خلال الثلاثي الأول من السنة 2023، بقيمة تفوق 6.8 مليار دج، حسبما أعلن عنه المدير العام لتجمع النقد الآلي GIE Monétique ، وأن عدد عمليات الدفع عبر محطات الدفع الإلكتروني (TPE) بلغ أزيد من 837 ألف معاملة خلال الثلاثي الأول من 2023، بقيمة تفوق 6.8 مليار دج، فيما بلغ عدد المعاملات نهاية سنة 2022 أزيد من 2.7 مليون معاملة بقيمة تفوق 19 مليار دج. " وبلغ العدد الإجمالي لمحطات الدفع الإلكتروني خلال الثلاثي الأول من السنة الجارية 49030 محطة، حسب مدير التجمع، بزيادة قدرها 2767 محطة، مقارنة بالعدد المسجل مع نهاية سنة 2022 والبالغ 46263 محطة. أما بالنسبة لعدد بطاقات الدفع الإلكتروني فبلغ إلى غاية نهاية شهر مارس أزيد من 14 مليون بطاقة موزعة بين بطاقات بنكية وبطاقة الذهبية لبريد الجزائر.

2- عدد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل بالجزائر عام 2023

نشرت وكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" في تقريرها السنوي حول الإنترنت وشبكات التواصل لعام 2023، ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر بـ 5 ملايين شخص، حيث سجلت 32.09 مليون مستخدم للإنترنت في الجزائر، حيث بلغ معدل انتشار الإنترنت 70.9٪ من مجموع عدد السكان بعد أن سجل في 2022 في حدود 27 مليون مستخدم، و 23.95 مليون

مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في جانفي 2023 ، أي ما يعادل 52.9 % من إجمالي عدد السكان. فيما يتربع يوتيوب على عرش الشبكات بـ 22 مليون مستخدم متبوعا بالفيسبوك بـ 20 مليون، ثم انستغرام بـ 8 مليون وسناب شات بـ 6 مليون مشترك..

- 48.53 مليون اتصال نشط عبر الهاتف المحمول في الجزائر في أوائل عام 2023، وهذا الرقم يعادل 107.2 % من إجمالي السكان.

* استعمال الهاتف المحمول في الجزائر عام 2023

تُظهر بيانات موقع GSMA Intelligence أن هناك 48.53 مليون اتصال من هاتف نقال في الجزائر في بداية عام 2023. ويشير التقرير إلى أن تحليل هذه الأرقام يحيل إلى أن العديد من الأشخاص حول العالم يستخدمون أكثر من هاتف محمول واحد للاتصال بالانترنت وقد يكون لديهم هاتف اتصال للاستخدام الشخصي وآخر للعمل، وتشير أرقام GSMA Intelligence إلى أن اتصالات الهاتف المحمول في الجزائر كانت تعادل 107.2% من إجمالي عدد السكان في جانفي 2023.

وزاد استعمال الانترنت عبر الهاتف المحمول في الجزائر بمقدار 1.8 مليون (+3.8%) بين عامي 2022 و2023.

* إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر عام 2023

- هناك 23.95 مليون مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر في يناير 2023.

- 22.10 مليون مستخدم تبلغ أعمارهم 18 عامًا فأكثر يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي وهو ما يعادل 75.4% من إجمالي عدد السكان الذين تبلغ أعمارهم 18 عامًا فما فوق.

- استخدم 74.6 % من إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر (بغض النظر عن العمر) منصة تواصل اجتماعية واحدة على الأقل في جانفي 2023.

- 41.9 % من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر من الإناث، في حين كان 58.1 % من الذكور.

(<https://www.echoroukonline.com>)

3- مميزات التجارة الإلكترونية في الجزائر: كثر الإقبال في الآونة الأخيرة على إنجاز الأعمال التجارية المختلفة عن طريق الإنترنت، نظرًا لما تمتلكه هذه التجارة من مميزات تعود بالنفع على كل من المؤسسات والأفراد نذكر منها ما يأتي (الدليل الشامل في التجارة الإلكترونية بالجزائر) :

- سهولة الحصول على المنتج ؛
- القدرة على المقارنة بين المنتجات؛
- إلغاء الحدود الجغرافية بين الدول؛
- البيع دون التواجد في المتجر؛
- توفير الوقت والجهد ؛
- سهولة الوصول إلى بيانات العملاء ؛
- إعطاء العملاء معلومات دقيقة عن المنتجات.
- انخفاض تكلفتها المالية؛

4- شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر:

ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر تتبع ما قد حدده قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر الصادر مؤخرًا، (الدليل الشامل في التجارة الإلكترونية بالجزائر) وهي:

- يجب على التاجر أن يسجل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية، وذلك حسب حالته؛
- أن يمتلك التاجر موقعًا إلكترونيًا يحمل اسم نطاق "com.dz" ؛

- يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني على طرق تسمح بالتأكد من صحته؛
- وتتكفل الدولة الجزائرية بإنشاء بطاقات وطنية تحمل كل أسماء التجار الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، وهؤلاء فقط من يمكنهم مزاوله هذه الأنشطة التجارية الإلكترونية؛
- وبذلك يكون بإمكان المستهلكين الاطلاع على قائمة الموردين الإلكترونيين، حيث إن البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين يتم نشرها باستمرار؛
- يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني؛
- على التاجر الإلكتروني أن يقدم العقد التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، وأن يضم كل المعلومات اللازمة.

5- المتاجر الإلكترونية: من بين نماذج المتاجر الإلكترونية الناشطة في سوق التجارة الإلكترونية في الجزائر هم كالأتي:

- **سوق واد كنيس : Ouedkniss.com** أسس سنة 2006 ، وهو أول موقع للتسوق عبر الإنترنت في الجزائر، فهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء ومبادلة مختلف المنتجات . حقق هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه، إذ تبلغ عدد زيارته اليومية من 100-120 ألف زائر يوميا، يضم الموقع جميع السلع الجديدة والمستعملة بما في ذلك السيارات والمركبات والهواتف المحمولة والحواسيب والاجهزة الالكترونية والكهرومنزلية المختلفة ،الملابس المختلفة... (أفضل مواقع التسوق الإلكتروني في الجزائر).
- **موقع أسواق aswaq-dz** :من أشهر مواقع التسوق الإلكترونية في الجزائر يتوفر الموقع على أدوات التجميل ،الملابس والأزياء والأجهزة الإلكترونية والكهرومنزلة ،أدوات الطبخ وأدوات الترفيه ،يوفر الموقع خصومات موسمية وفصلية.
- **موقع أمازون amazon** : تأسس سنة 1994 ب و.م.أ يعد حاليا أكبر متجر التجزئة على الانترنت في العالم حيث تتجاوز السلع المعروضة عليه مليون سلعة ،يمتلك المتجر مواقع منفصلة للبيع في الكثير من الدول ويوفر أيضا الشحن الدولي لبعض المنتجات.
- **موقع على اكسبريس aliexpress** :هو موقع متخصص في التجارة الإلكترونية عبر الانترنت ،متخصص في بيع المنتجات بأسعار الجملة للتجار والأفراد في جميع أنحاء العالم.من منتجاته الأكثر مبيعا الأزياء والأجهزة الالكترونية ،الحقائب والأحذية والساعات ،السيارات والدرجات.
- **موقع جوميا الجزائر (jumia)** :أفضل مواقع الشراء عبر الإنترنت في الجزائر هو موقع تسوق رائع يضم آلاف المنتجات عالية الجودة بأسعار معقولة، شهد متجر جوميا نموًا متزايدًا ومزدهرًا حيث أصبح وجهة للعديد من العملاء يمكن الشراء منه بكل سهولة. يقدم خدمات ممتازة ويحتوي على دعم احترافي 24 ساعة في اليوم للشراء منه دون مشاكل. كما أنه موقع آمن وموثوق ومتوفر على جميع المنتجات مثل الملابس والأحذية الرجالية والنسائية والأجهزة الإلكترونية والمجوهرات والديكورات، والأزياء النسائية والساعات وجميع أشكال العطور ومستحضرات التجميل والهواتف الذكية ،اللوحات الإلكترونية، مستلزمات الكمبيوتر، التلفزيونات .الأجهزة الرقمية، الأدوات المنزلية، جميع أنواع الديكور. (أفضل مواقع الشراء عبر الأنترنت بالجزائر)
- **موقع echrili** :مصنف كواحد من المواقع المهمة في الجزائر، وهو أفضل مواقع التسوق عبر الإنترنت في الجزائر.. حيث يتيح لجميع الجزائريين شراء المنتجات الغذائية والسلع الاستهلاكية عبر الإنترنت دون الحاجة للذهاب إلى منافذ البيع المختلفة.
- والجدير بالذكر أن هذا الموقع يحتوي على العديد من المنتجات المختلفة مثل التوابل. الفواكه والخضروات ومنتجات أخرى الحليب بالإضافة إلى المعكرونة. كما يحتوي الموقع على جميع أنواع الحبوب والزيوت ومواد التنظيف المختلفة وبعض منتجات الأطفال. وأهم ما يميز هذا الموقع أنه يتيح خدمة التوصيل السريع إلى منزلك من خلال طرق الشحن المختلفة التي يمكن أن تصل إلى جميع ولايات الجزائر ، ما يميز هذا الموقع هو دعمه للغة العربية الأمر الذي من شأنه تسهيل عملية التسوق.
- **موقع boysandgirlsffashion** :من افضل مواقع الشراء عبر الانترنت في الجزائر ومتخصص في بيع جميع أنواع الملابس للأطفال بنين وبنات. بجودة عالية ومبتكرة تراعي معايير السلامة العالمية ويضم آلاف المنتجات من الملابس الرياضية والبدايات. والسرراويل والجاكيتات

والملابس الشتوية والصيفية والملابس وجميع أنواع الأحذية والإكسسوارات. كما يتميز الموقع بأسعاره الممتازة ، وكذلك البيع بالتجزئة والجملة ، وكذلك دعم اللغة العربية. إمكانية الشحن المجاني داخل الجزائر بالكامل ، حيث تستغرق خدمة التوصيل 48 ساعة ، ويدعم خاصية الدفع عند الاستلام. و التفسير من خلال PayPal والبطاقات البنكية ويمكنك إرجاع البضائع لاستبدالها في حالة حدوث ضرر أو مشكلة في الأحجام، فليدهم فريق دعم لاستشارة أي شيء.

- **موقع batolis** : أفضل مواقع الشراء عبر الإنترنت في الجزائر يهتم ذلك الموقع بتوفير جولة تسوق ممتعة لكافة المواطنين في الجزائر، وذلك من خلال تقديم الكثير من الأغراض مثل الأحذية والملابس ذات العلامات التجارية الكبيرة بأعلى جودة، ولذلك فإن التسوق من خلاله يعتبر من أسهل أنواع التسوق ، يدعم هذا الموقع اللغة الفرنسية والإنجليزية والكثير من اللغات الأخرى، الأمر الذي جعل التسوق من خلاله لا يحتاج إلى مشقة كبيرة أو حاجة إلى الاستعانة ببرامج الترجمة، علاوة على ذلك فإن الموقع يقوم بتوفير العديد من العروض المستمرة والخصومات الخاصة.

- **موقع Dzboom** : أفضل مواقع الشراء عبر الإنترنت في الجزائر إن هذا الموقع من مواقع التسوق الإلكتروني في الجزائر التي تأسست في عام 2015 وفي خلال تلك الفترة القصيرة استطاع الموقع تحقيق نجاحات متعددة في مجال التسوق الإلكتروني الأمر الذي جعله من المواقع المفضلة لدى الكثير من المواطنين في الجزائر. يتميز ذلك الموقع باحتوائه على الكثير من الخدمات المتنوعة والمتاحة بأسعار تنافسية، والجدير بالذكر أن هذا الموقع لا يحتاج إلى معاناة في الوصول إليه أو التسجيل به، حيث إن تصميمه بسيط يتناسب مع جميع الفئات، بالإضافة إلى أن أهم ما يميزه أنه يدعم اللغة العربية بشكل كامل.

6- معوقات تطوير التسويق الإلكتروني في الجزائر:

- **ضعف البنية التحتية الرقمية**: تواجه الجزائر تحديات في توفير بنية تحتية رقمية قوية ومتطورة، بما في ذلك الاتصال بالإنترنت عالي السرعة والتغطية الشاملة. هذا يؤثر على تجربة المستخدم ويعيق الوصول إلى المنصات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية؛
- **عدم تبني الجزائر إستراتيجية قومية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات** واعتمادها على العمل اليدوي والبيروقراطي؛
- **ارتفاع تكاليف الوصول إلى الإنترنت**: لا يزال الطلب على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر ضعيفًا، نظرًا لأن أسعار أجهزة الكمبيوتر ليست في متناول كل المواطنين ،أضف إلى ذلك الأسعار الباهظة للاتصال بالإنترنت؛
- **الدفع الإلكتروني**: قد يكون النظام المصرفي والمالي الرقمي في الجزائر محدودًا، مما يشكل تحديًا في توفير آليات دفع إلكترونية موثوقة وسهلة الاستخدام للمستهلكين والتجار؛
- **الأمية المعلوماتية**: يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل مع أجهزة المعلوماتية والبرمجيات؛
- **حاجز اللغة**: حيث معظم معاملات التجارة الإلكترونية تتم باللغة الإنجليزية؛
- **انعدام الأسعار التنافسية**: لا بد من جذب المستخدم للتسوق عبر الانترنت بطريقة أو بأخرى ، فمجرد وجود متجر الكتروني لشركة أو سلسلة متاجر كبيرة لا يعني أن المستخدم سوف يشتري أثناء تصفحه للانترنت. فالأسعار في معظم المتاجر الالكترونية هي نفسها في المحل التجاري، وبالتالي لا يوجد أي عامل يشجع المستخدم على شراء القطعة من الانترنت عوضا عن التوجه إلى المحل للحصول عليها. هذا بدوره يؤثر سلبا على التعاملات الالكترونية.

7- التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر: هناك عدة تحديات تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر نذكر منها:

- **الأمن الإلكتروني**: قضايا الأمان والحماية الإلكترونية تعد تحديًا كبيرًا في التجارة الإلكترونية. يجب أن تتوفر إجراءات أمنية فعالة لحماية المعلومات الشخصية والمالية للمستخدمين والتجار على الإنترنت؛
- **الثقة والتوثيق**: يواجه المستخدمون والتجار في الجزائر تحديات في بناء الثقة في البيئة التجارية الإلكترونية. قد يشمل ذلك الشكوك بشأن جودة المنتجات والخدمات المقدمة عبر الإنترنت وعدم وجود آليات توثيق فعالة للمهوية والمصادقية؛

-التشريعات واللوائح: تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر تحديات قانونية. قد تكون هناك حاجة لتحديث القوانين واللوائح المتعلقة بالتجارة الإلكترونية لتوفير بيئة أكثر شفافية وحماية للمستهلكين والتجار؛

- تحديات في مجال التوصيل والشحن: قد يكون هناك نقص في البنية التحتية لخدمات التسليم والشحن، والتي يمكن أن تتسبب في تأخير التسليم وارتفاع تكاليف الشحن؛

- التحديات الثقافية والتقنية: تختلف ثقافة التسوق والتعامل التجاري في الجزائر عن النماذج الغربية المتبعة في التجارة الإلكترونية، يمكن أن تكون هناك تحديات في تغيير العادات التجارية التقليدية وتبني الثقافة الرقمية والتكنولوجية المطلوبة للتجارة الإلكترونية؛

-قلة التوافر والتنوع في المنتجات والخدمات: قد يكون هناك نقص في تنوع المنتجات والخدمات المتاحة عبر المنصات الإلكترونية في الجزائر، هذا قد يؤثر على جاذبية التجارة الإلكترونية للمستهلكين ويقلل من الطلب عليها؛

-قضايا حماية المستهلك: قد يكون هناك قلق بين المستهلكين بشأن الحماية والضمانات عندما يتعلق الأمر بالشراء عبر الإنترنت. يمكن أن تكون هناك قضايا متعلقة بسياسات الإرجاع والاستبدال وحقوق المستهلك؛

-قلة الثقة بين التجار الجزائريين: قد تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر تحديات في بناء الثقة بين التجار المحليين. قد يكون هناك تحفظات حول مصداقية و موثوقية البائعين والمتاجر الإلكترونية المحلية؛

- الوعي والتدريب: يواجه التجار والمستهلكون في الجزائر تحديات في فهم وتبني التجارة الإلكترونية وممارستها بشكل صحيح. قد يكون هناك حاجة لتعزيز الوعي وتوفير التدريبات والموارد التعليمية للتجار والمستخدمين حول فوائد وكيفية استخدام التجارة الإلكترونية بطريقة فعالة وآمنة؛

-عقبات التشريعية والقانونية: عرض أهم التحديات القانونية والتشريعية في المعاملات الإلكترونية في مايلي (بودالية، 2021):
- صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من المعاملات التجارة الإلكترونية والخاصة بحضر بعض السلع مثل الأدوية المخدرة (الصيدلة الإلكترونية) ومن ثم وجود فجوة بين قوانين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية؛

- وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة المعاملات التجارة التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقا للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة إلكترونيا؛
- صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني وذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل عبر الويب لممارسة العمليات التجارية الإلكترونية دون حاجة إلى الانتقال على البلد المستهلك؛

8-التدابير التي يجب أن تتخذها الدولة:

تعتبر تلك التحديات فرصًا لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر، ويمكن تجاوزها من خلال تحسين البنية التحتية الرقمية، وتعزيز الأمان الإلكتروني، عصنة النظام المصرفي، تسهيل إبرام العقد إلكترونيا ، إنشاء النقود الإلكترونية ، وتوفير حلول دفع إلكترونية موثوقة، وتحديث التشريعات واللوائح ، تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تعزيز إنشاء الشركات وعلى الشركات تطوير خدمات التوصيل والشحن و الحفاظ على ولاء العملاء، وتعزيز التوعية والتدريب المستمر.

9-الآثار المرتقبة لاعتماد التجارة الإلكترونية على الإقتصاد الوطني:

- ارتفاع الإيرادات العامة من جراء ارتفاع الحصيللة الضريبية نتيجة تحسين العلاقة بين المكلفين بالضريبة والإدارة الضريبية حيث تتيح

المعاملات الإلكترونية المكلفين إيداع تصريحاتهم الجبائية عبر الانترنت وبالتالي تخفيض تكاليف جباية الضرائب؛

- تحسين أداء القطاع المصرفي الجزائري بتبني طرق الدفع الإلكترونية المختلفة؛

- قد يؤدي تطور التجارة الإلكترونية إلى تحسين فرص العمل نتيجة زيادة الطلب على الموارد البشرية المتعلقة بها مثل: مطوري

الويب، خبراء التسويق الرقمي... الخ؛

- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الجزائرية التي تعاني من مشاكل التسويق ؛
- حصول المستهلكين على منتجات عالية الجودة وبسرعة فائقة؛
- زيادة في النشاط الاقتصادي من خلال تعزيز التجارة الإلكترونية.

خاتمة:

تشهد الجزائر نموًا ملحوظًا في قطاع التجارة الإلكترونية، حيث يزداد عدد المتاجر الإلكترونية والمنصات التجارية عبر الإنترنت، ويرجع هذا النمو إلى تطور التكنولوجيا وانتشار الإنترنت، مما يعزز الوعي والاعتماد على التجارة الإلكترونية كوسيلة فعالة للتسوق والتجارة. ومع ذلك فإن هناك عدة تحديات تواجه قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر، تشمل هذه التحديات البنية التحتية الرقمية المحدودة، حيث تعاني بعض المناطق من سرعة اتصال بطيئة وتوفر غير مستقر للإنترنت، كما يواجه المستهلكون والتجار قلة الوعي والثقة في التجارة الإلكترونية، حيث قد يشعرون بعدم الأمان في إجراء المعاملات عبر الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك هناك نقص في القوانين والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

لذا ينبغي التركيز على تعزيز البنية التحتية الرقمية في الجزائر، وتحسين سرعة وتوفر الاتصال بالإنترنت، وتعزيز حملات التوعية والتثقيف للمستهلكين والتجار حول فوائد التجارة الإلكترونية وضمان الأمان في المعاملات الإلكترونية، إضافة إلى ذلك يجب مراجعة وتحسين القوانين والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع:

- د.عبد الفتاح بيومي حجازي .(2007).التجارة عبر الانترنت .دار الفكر الجامعي . ط 1 . الإسكندرية.مصر.
- إبراهيم بختي.(2005). التجارة الإلكترونية. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- د.سرج الدين محمد.(2009).التجارة الإلكترونية:دراسة تكنولوجية وتطبيقية .القاهرة .مصر.
- محمد مدحت عزمي.(2008).المعاملات التجارية الإلكترونية.مركز الكتاب.الإسكندرية.مصر .
- خيرى مصطفى كنانة.(2008).التجارة الإلكترونية .دار المسيرة للنشر والتوزيع.الأردن.

- طارق عبد العال حماد.(2003). التجارة الإلكترونية. الدار الجامعية .
- سعد غالب ياسين و بشير عباس العلاق.(2004) التجارة الإلكترونية. دار المناهج .ط1 .عمان.
- ساري أحلام .(2009-2010).التسويق الالكتروني كأداة لإدارة التميز في منظمات الأعمال.مذكرة ماجستير في علوم التسيير.المركز الجامعي عباس لغرور.خنشلة .
- بن مساهل زكرياء وشليبي أحمد.(2021-2022).التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك.مذكرة ماستر. جامعة محمد البشير الإبراهيمي.برج بوعرييج.
- رتيبة عداد.(2011-2012).واقع التجارة الالكترونية "دراسة مقارنة لبعض دول شمال إفريقيا".مذكرة ماستر. جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي .
- أحمد صباح عبد العالي.هيثم عبد الله سلمان.(2003). أهمية التجارة الالكترونية ومعوقاتها في اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليج .مجلة الاقتصاد الخليجي.العدد (24) .
- زيان عبد الكريم وجماع مخطار .(20 فيفري 2021).المتطلبات و التحديات لممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر،الملتقى الافتراضي الموسوم:المعاملات الالكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول .
- د.احمد شمس الدين بوعرار.(02-03ديسمبر2019).ملتقى دولي :الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة ،جامعة لخضر حمه.الوادي .
- بريشي عبد الكريم. مداخلة بعنوان: آليات تطبيق التجارة الإلكترونية ومزاياها على الإقتصاد الجزائري. جامعة أحمد دراية بأدرار .
- إيمان بية وعبد الغني بن حامد.(5-6 مارس 2019).الملتقى الدولي الموسوم:التجارة الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال :الفرص والتحديات.جامعة برج بوعرييج.
- بوراس بودالية.(2021).مقال بعنوان: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر. جامعة عين تموشنت.الجزائر
- القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية،المادة 06 ،المؤرخ في :2018/05/10،العدد 28،الصادرة في :2018/05/16.
- تجمع النقد الآلي :
-<https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe>
- الشروق أونلاين :
-<https://www.echoroukonline.com>
- الدليل الشامل في التجارة الإلكترونية بالجزائر
<https://fatora.io/blog/ecommerce-in-algeria>
- أفضل مواقع التسوق في الجزائر
-<https://www.alrsaaid-tech.net/2023/01/0832.html>
- أفضل مواقع الشراء عبر الانترنت بالجزائر
-<https://www.almaal.org/the-best-online-shopping-sites-in-algeria>