

المعاملات التجارية الإلكترونية العالمية في ظل تداعيات جائحة كورونا "كوفيد 19"

Global e-commerce in light of the repercussions of
"the Corona pandemic "Covid 19

صديقي أحمد (1)

جامعة أدرار-الجزائر

seddiki_ahmed82@yahoo.fr

الطبيبي عبد الله (2)

جامعة أدرار-الجزائر

tayebiabdellah@yahoo.fr

الملخص:

يعد قطاع التجارة الإلكترونية من أبرز القطاعات المستفيدة من جائحة كورونا "كوفيد 19"، حيث أصبحت منصات التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها الرقمية أحد أهم منافذ الشراء و البيع لدى غالبية المستهلكين و المنتجين على مستوى العالم، وهذا ما أدى إلى نمو حركة التجارة الإلكترونية مقابل انخفاض في حجم التجارة التقليدية، من بين أهم العوامل التي ساهمت في هذا النمو تطور قطاع الاتصالات والتوسع في استخدام الانترنت، حيث لم يعد القطاع يقتصر على التواصل التقليدي والبحث عن المعلومات، بل أصبح العمود الفقري لاستخدام البيانات والتطبيقات الرقمية من قبل الأفراد والحكومات والشركات لضمان استمرارية النشاط الاقتصادي في ظل التباعد الاجتماعي والإغلاق الكامل في معظم دول العالم، تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة أثر جائحة كورونا علي التجارة الإلكترونية من خلال استعراض مفهوم التجارة الإلكترونية وأشكالها، العوامل المساهمة في تطور التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي في ظل جائحة كورونا.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، جائحة كورونا، المعاملات التجارية، التسوق عبر الانترنت.

Abstract

The e-commerce sector is one of the most prominent sectors benefiting from the Corona pandemic (Covid 19), as e-commerce platforms and their digital applications have become one of the most important buying and selling outlets for the majority of consumers and producers worldwide, and this is what led to the growth of e-commerce movement in exchange for a decrease in the volume Traditional trade, among the most important factors that have contributed to this growth, is the development of the telecommunications sector and the expansion in the use of the Internet, As the sector is no longer limited to traditional communication and searching for information, it has become the backbone for the use of data and digital applications by individuals, governments and companies to ensure the continuity of economic activity in light of social distancing and complete closure in most countries of the world, this research paper aims to study the impact of the Corona pandemic on E-commerce by reviewing the concept and forms of e-commerce, the factors contributing to the development of e-commerce at the global level in light of the Kurna pandemic.

Key Words: E - commerce, Corona pandemic, commercial transactions, Online shopping.

- مقدمة:

أفقدت جائحة كورونا "كوفيد 19" العالم توازنه، حيث أدت الإجراءات التي اعتمدها الحكومات الدولية لاحتواء الجائحة والمتمثلة في سياسات العزل والحظر العام والإغلاق واسع النطاق تحت شعار "إلزام بيتك" إلى عرقلة النشاط الاقتصادي، وتزايد كبير في المعاملات الغير النقدية بسبب تخوف المتعاملين من انتقال العدوى عن طرق التعامل النقدي، وهذا بدوره أدى إلى نمو التجارة الالكترونية حيث برزت كأحد القطاعات المستفيدة من الجائحة بعد تحول منصات التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها الرقمية والتسوق عن بعد إلى أهم منافذ الشراء والبيع لدى غالبية المستهلكين والمنتجين على مستوى العالم .

إشكالية الدراسة: تسببت جائحة كورونا "كوفيد 19" في توقف مؤقت لعجلة النشاط الاقتصادي العالمي، وقد اعتبرت هذه الجائحة أشد وأعنف أزمة صحية واقتصادية عرفها العالم، وقد اطلق عليها اسم الحرب البيولوجية بين أكبر قوتين وقطبين عالميين في القرن العشرين "الصين وأمريكا"، وكنتيجة للتخوف الكبير من الجائحة وعدوى الإصابة طبقت الدول إجراءات وقائية أهمها فرض الحجر الصحي والإغلاق واسع النطاق، وفي ظل هذه الظروف الاستثنائية تحول العالم إلى التعامل بالتجارة الالكترونية كونها المنفذ الوحيد لاستمرار النشاط الاقتصادي وحصول المستهلكين على الحاجات الأساسية.

بناء على ما سبق فإن إشكالية الدراسة جاءت كالآتي:

كيف أثرت جائحة كورونا "كوفيد 19" على التجارة الإلكترونية العالمية؟

أهداف الدراسة: أدى الانتشار الواسع لفيروس كورونا وما ترتب عليه من إجراءات احترازية ووقائية، ودعوات إلى التباعد الاجتماعي إلى تعزيز نمو التجارة الإلكترونية والتسوق عبر الإنترنت، خاصة مع ارتفاع درجة تخوف الإصابة بالعدوى لدى المستهلكين والمنتجين في حالة ممارسة التجارة التقليدية، وقد ساهمت التجارة الإلكترونية في إنعاش الاقتصاد العالمي من جانب، ومن جانب آخر تطور القطاع المالي والمصرفي نتيجة لتحسن عمليات الدفع الإلكتروني، وتتلخص أهداف الدراسة في توضيح تداعيات جائحة كورونا "كوفيد 19" على تطور التجارة الإلكترونية العالمية.

منهج الدراسة: اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لإبرار المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى المنهج التحليلي قصد تحليل تداعيات جائحة كورونا "كوفيد 19" على تطور التجارة الإلكترونية العالمية.

خطة الدراسة: قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة تناولت الدراسة محورين:

المحور الأول: المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: أثر جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية العالمية

– أولا: المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

1. 1 تعريف التجارة الإلكترونية:

أصبحت التجارة الإلكترونية تنافس التجارة التقليدية من ناحية الحجم والمزايا، فقد سجلت نسب نمو مرتفعة على المستوى العالمي خاصة مع انتشار

فيروس كورونا، نتيجة للتحويل إلى أسلوب التجارة عن بعد باستعمال التقنيات والتطبيقات الإلكترونية.

وقد عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) التجارة الإلكترونية على أنها " جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنشآت، معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات، وتذل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المنشآت والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنشآت، المفاوضات التجارية والعقود، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات و الجباية كأمثلة بسيطة. (بختي، 2005).

أما المنظمة العالمية للتجارة فتزى أن التجارة الإلكترونية "تشمل أنشطة إنتاج السلع والخدمات و توزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية، و تشمل المعاملات التجارية طبقا لهذا التعريف ثلاثة أنواع من العمليات: (Tuthill, 2016)

أ. عمليات الإعلان عن المنتج و عمليات البحث عنه؛

ب. عمليات تقديم طلب الشراء و سداد ثمن المشتريات؛

ج. عمليات تسليم المشتريات."

و يجب التمييز بين التجارة الإلكترونية (E –Commerce) والأعمال الإلكترونية (E- Business) والتي تعني استخدام التكنولوجيا الحديثة في أداء جميع الأعمال التي تقوم بها منشآت الأعمال وتشمل على سبيل المثال الأنشطة الإدارية، التجارية، المالية و غيرها، أما التجارة عموما هي كافة الفعاليات المتعلقة بشراء أو بيع البضائع أو الخدمات، و تتوزع هذه الفعاليات ضمن الفئات التالية:

أ- التسويق: وهو الفعاليات المتعلقة بالوصول إلى الزبائن الفعليين و المحتملين، لتزويدهم بالمعلومات عن المنشأة والعلامة التجارية والمنتجات أو الخدمات ؛

ب- المبيعات: هي الفعاليات المتعلقة بمعاملة المبيعات الفعلية؛

ت- الدفع: هو الفعاليات المتعلقة بتنفيذ المشتري لالتزاماته في عملية البيع؛

ث- تلبية الطلبات: هي الفعاليات المتعلقة بتنفيذ البائع لالتزاماته في عملية البيع؛

ج- خدمة الزبون: و هي فعاليات المتابعة بعد تلبية الطلبات، من أجل حل المشاكل والتساؤلات وتعلق أيضا بعملية دعم ما قبل البيع و التساؤلات العامة وغير ذلك.

2- خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من خصائص و المحددات التي تميزها عن التجارة التقليدية، و من أهمها ما يلي: (العوضي، 2010) (بن وارث، 2008)

أ- تجارة عابرة للحدود: فهي تجارة كونية لا تعرف الحدود بين الدول أو القارات، فيمكن لأي شخص طبيعي أو معنوي أن يتعامل بها بغض النظر عن جنسيته أو مكان تواجده،.

ب- تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة instantaneous، أي سرعة التعاقد وسرعة التسليم بالنسبة لكثير من الصفقات وفق نظام الوقت المحدد time in Just، ومن ثم فهي تختزل عنصر الزمن،

ت- الحساسية السعرية: تعد من أكثر السمات المميزة للتجارة الإلكترونية وهو ما يسمى "باللعب على المكشوف" خاصة فيما يتعلق بالأسعار، و بخصوص البائع الإلكتروني، فإن العالم يكون مرئيا أمامه: المنافسين، الموردين، الأسعار، الخصومات... الخ، وهذا ما يمكنه من المقارنة بسهولة بين العروض المتنافسة، و تدعم النظرية الاقتصادية و نظرية سلوك المستهلك هذا الافتراض القائل بأنه كلما زادت معرفة المشتريين بأسعار البائعين كلما ارتفعت حساسيتهم للسعر.

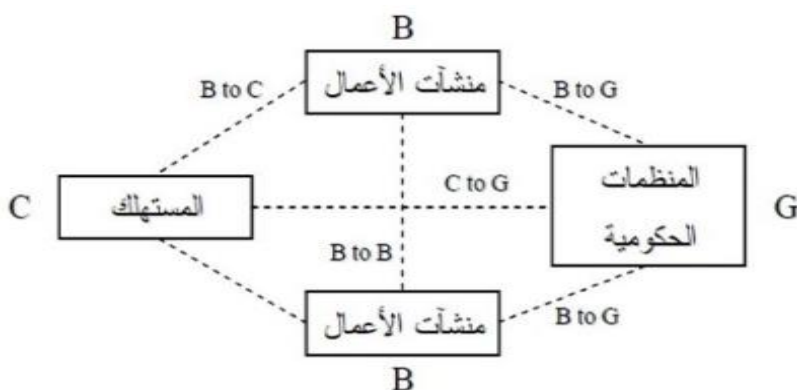
ث- غياب كلي أو جزئي للمستندات الورقية في المعاملات: إذ يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة بدءا من التفاوض على الشراء و التعاقد و دفع قيمة البضاعة و استلامها إلكترونيا (في حالة السلع القابلة للترقيم) دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق.

ج- انخفاض التكاليف: تتميز تكاليف التجارة الإلكترونية بالانخفاض ما قورنت بالتجارة التقليدية، كونها تتم عبر شبكة الإنترنت، مما يجعل المؤسسة قادرة على التواصل المباشر مع الموردين والزبائن دون اللجوء إلى وسيط، كما أن عملية البحث عن زبائن و موردين جدد أقل بكثير في الأسواق الإلكترونية منها في الأسواق التقليدية، بالإضافة إلى أن معالجة المعاملات الإلكترونية مثل ادخال خيارات الدفع وتتبع نظامه عبر الانترنت أكثر كفاءة و أقل تكلفة. (Shemi، 2012)

3 - أشكال التجارة الإلكترونية

تختلف الأشكال التي يمكن من خلالها تنفيذ التجارة الإلكترونية وفقا لطبيعة البائعين والمستهلكين، و الشكل التالي يوضح أشكال التجارة الإلكترونية:

الشكل رقم 01: أشكال التجارة الإلكترونية



المصدر: جيهان عبد السلام، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية بإفريقيا في ظل جائحة كورونا، مجلة الدراسات الأفرو آسيوية، العدد السابع ، المجلد رقم 02، نوفمبر 2020، ص194.

- التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال (الشركة) والمستهلك Business to Costumer (B to C) من خلالها يسعى المستهلك الذي يريد إشباع حاجته من سلع معينة إلى البحث عنها إلكترونيا ، ووضع ما يريده في سلة بضائعه على الموقع الإلكتروني، وتحديد طرق الدفع والاستلام التي تناسبه.

- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال Business to Business): تستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع

بعضها البعض، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبيات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة باستعمال هذه التكنولوجيا، هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي.

- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية الحكومية: (Business to Administration) بتوسع النشاط التجاري لوحدات الأعمال، أصبحت لا تستطيع أن تغطي كل معاملاتها الإدارية في وقتها ولهذا فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب، ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية الحكومية.

- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة المحلية (الحكومية) (Customer to Administration): يعتبر هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع وهو ينظم العديد من الأنشطة من بينها دفع الضرائب إلكترونياً.

- ثانياً: أثر جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية العالمية

أدت جائحة كورونا "كوفيد - 19" إلى مواجهة أزمة مالية جديدة ذات وقع أكبر من الأزمة المالية العالمية 2008، حيث أدخلت الاقتصاد العالمي في حالة من الركود الشديد، بسبب قيام أغلب دول العالم بتوقيف مؤقت لعجلة الاقتصاد و التركيز على الجانب الصحي للقضاء على الجائحة خلال من توفير معدات

ومستشفيات وعدد كافي من أسرة الاستشفاء والعناية المركزة، ووسائل الحماية والوقاية التي تقتضي ضرورة تحقيق التباعد الاجتماعي، وفي ظل هذه الظروف أشارت منظمة "الأونكتاد" إلى حدوث تباطؤ في معدل نمو الاقتصاد العالمي حيث لم يتجاوز 2.5 % سنة 2020، و قد أخذ هذا الركود العديد من الاشكال أبرزها: (شرق. للمحاماة)

- ارتفاع سريع في العجز المالي.
 - زيادة معدلات البطالة.
 - انخفاض معدل الاسترداد و التصدير .
 - انخفاض أرباح الاعمال و الاستثمار.
 - فائض أسهم الشركات.
- و فيما يلي شكل يوضح تطور النمو الاقتصادي قبل حائحة كورونا "كوفيد 19" و "و خلالها و التوقعات المستقبلية.

الشكل رقم 02: تطور النمو الاقتصادي قبل حائحة كورونا "كوفيد 19" و خلالها و التوقعات المستقبلية

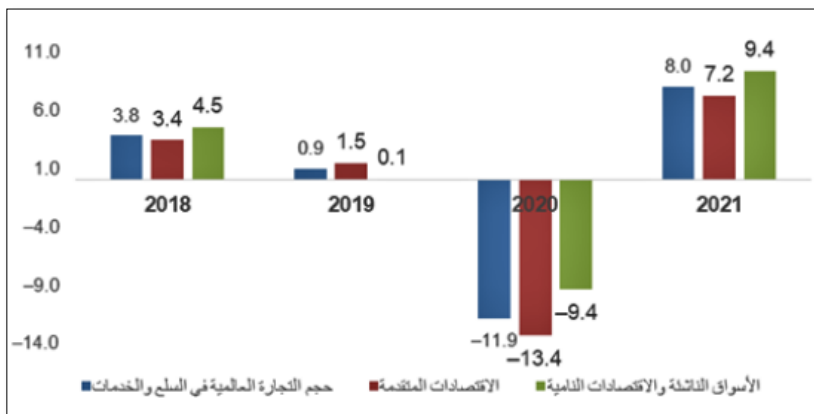


المصدر: تقرير آفاق الاقتصاد العالمي، صندوق النقد الدولي، جويلية 2020

يوضح الشكل تراجع كبير في معدل النمو الاقتصادي على المستوى العالمي سنة 2020، وتعتبر الدول المتقدمة أكثر الدول المتأثرة بالجائحة، وتعد إيطاليا واليابان من بين أكثر الدول تضرراً، فقد أثرت الإجراءات المتعلقة بالزامية الإغلاقات والتباعد الاجتماعي بشكل كبير على النشاط التجاري في العالم ومؤشرات الأسواق المالية العالمية وأسعار النفط، نتيجة للتراجع الحاد في كل من الطلب الكلي، الاستهلاك والانفاق العام، سلاسل التوريد، قطاع التصنيع العالمي والخدمات، حركة التجارة الدولية العائدات السياحة، تدفقات الاستثمارات الأجنبية.

و قد توقع صندوق النقد الدولي تراجع حجم التجارة التقليدية سنة 2020 بنسبة 11.9%، وقد قدرت نسبة التراجع في الدول المتقدمة بـ 13.4% مقابل نسبة 9.4% في الاقتصاديات النامية و الناشئة، وفي مايلي شكل يوضح تطور معدل النمو المقدر والمتوقع في حجم التجارة العالمية.

الشكل رقم 03: تطور معدل النمو المقدر والمتوقع في حجم التجارة العالمية.



المصدر: تقرير آفاق الاقتصاد العالمي، صندوق النقد الدولي، جويلية 2020

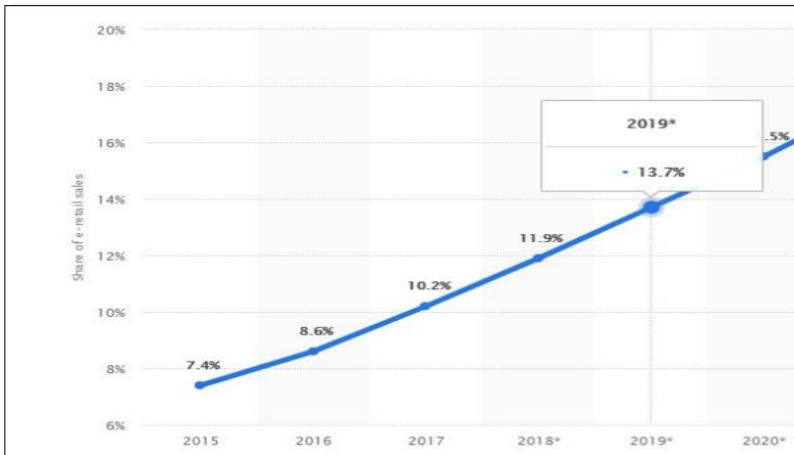
سعت الحكومات على المستوى العالمي للتقليص من حدة تأثير الجائحة على الاقتصاد من خلال اعتماد النظام الرقمي لتسوية المعاملات والأنشطة التجارية عن بعد، هذا ما أدى انتعاش التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني خاصة مع إطلاق الحكومات شعار "إلزم بيتك".

فقد ساهمت التجارة الإلكترونية في استمرار الحركة التجارية وبذلك احتلت أسهم المبيعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية المراكز الأولى بالنسبة لتحقيق المبيعات والربح، خصوصا في مجال العناية الصحية مثل الأقنعة الوقائية، القفازات، والمعقمات.... وغيرها، فقد ارتفعت نسبة أسهم المبيعات للأقنعة إلى 590%، وأسهم مبيعات المطهر اليدوي إلى 420% والقفازات إلى 151%، صابون اليد إلى 33%. (الهبطي، 2020).

من أبرز أشكال التجارة الإلكترونية التي انتشرت بشكل واسع خلال جائحة كورونا التجارة الإلكترونية من قطاع الأعمال والشركات إلى المستهلكين، ويتم قياسها من خلال مؤشر التجارة الإلكترونية الصادر عن الأونكتاد (E-Commerce index B2C)، حيث يقيس المؤشر مدى استعداد الاقتصاد لدعم التسوق عبر الإنترنت في 152 دولة، ويتكون المؤشر من أربعة مؤشرات فرعية ترتبط ارتباطا وثيقا بـ التسوق عبر الإنترنت، ويحصل كل منهم على وزن نسبي واحد كمؤشر يتم احتسابه كمتوسط حسابي لأربعة مؤشرات فرعية وهي كالتالي: نسبة السكان البالغين فوق سن 15 سنة الذين يملكون حساب مالي في أي مؤسسة مالية أو لديهم خاصية التزود بخدمة الأموال من خلال الهاتف المحمول، نسبة السكان الذين يستخدمون الإنترنت، مؤشر الاعتماد على الخدمات البريدية، توافر خوادم الإنترنت الأمانة لكل مليون شخص.

تتراوح قيمة مؤشر B2C بين صفر و 100، وكلما اقتربنا من 100 كان ذلك أفضل وضع للتجارة الإلكترونية في البلد (Development, United Nations Conference on Trade And Development, 2020). وصلت قيمة هذا المؤشر في أفريقيا 29 نقطة في 2019 مقابل 87 نقطة في الاقتصادات المتقدمة و 59 نقطة في دول غرب آسيا، بينما بلغ المتوسط العالمي لهذا المؤشر 55 نقطة، وقد شكلت نسبة التجارة الإلكترونية لسنة 2020 أكثر من 13٪ من إجمالي إيرادات التجزئة في عام 2019، حيث قدرت القيمة الإجمالية لمبيعات تجارة التجزئة الإلكترونية العالمية بـ 3.45 تريليون دولار في عام 2019 (تشاو، 2021)، وفي ما يلي شكل يوضح تطور حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة العالمية خلال الفترة 2020/2015.

الشكل رقم 04: تطور حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة العالمية خلال الفترة 2020/2015.



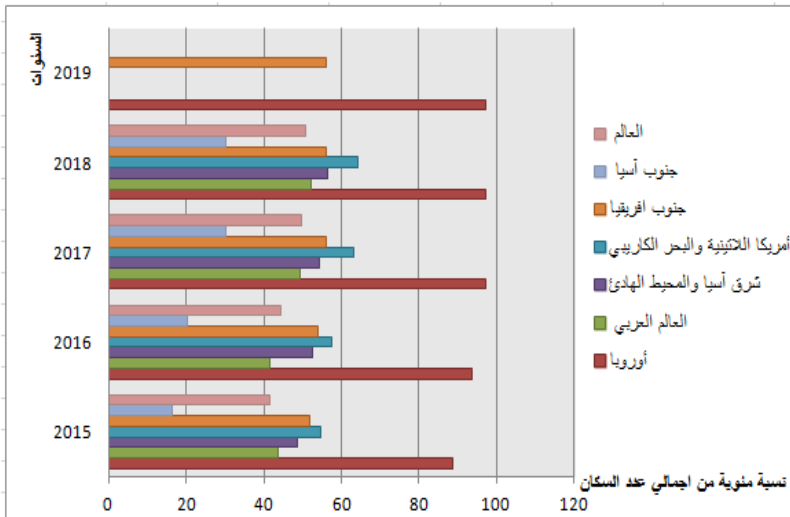
المصدر: تقرير آفاق الاقتصاد العالمي، صندوق النقد الدولي، جويلية 2020

يتضح من خلال الشكل تطور مستمر للتجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة العالمية خلال الفترة 2020/2015، حيث فقت نسبها من 7.4 % سنة 2015 إلى ما يفوق 15 % سنة 2020، وقد أكد تيري نيكول، نائب رئيس وحدة أعمال الشركات بالشرق الأوسط وإفريقيا وأوروبا في شركة "سيلزفورس"، العالمية المتخصصة في حلول إدارة علاقات العملاء أن عوائد التجارة الإلكترونية بلغت نموا قدر ب 20% في الربع الأول من سنة 2020 مقارنة ب 12% في الربع الأول من 2019 نتيجة سياسات العزل المنزلي (مجلة الخليج)، بالإضافة إلى:

- إغلاق الشركات ومراكز التسوق والمتاجر وتحويلها إلى البيع عن طريق الوسائط الإلكترونية من أجل تطبيق تدابير الوقاية من فيروس كورونا وتحقيق التباعد الاجتماعي.

- نمو مستخدمو الإنترنت العالميون فقد ساعد توافر توصيلية الإنترنت خلال جائحة كورونا "COVID 19" العملية في الحفاظ على استمرارية الأعمال وضمان حصول الأفراد على السلع والخدمات الأساسية عبر الإنترنت وفيما يلي شكل يوضح تطور معدل استخدام الإنترنت في العالم حسب المناطق الجغرافية خلال الفترة 2019/2015.

الشكل رقم 05: تطور معدل استخدام الإنترنت في العالم حسب المناطق الجغرافية خلال الفترة 2015/2019.



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات البنك الدولي

نلاحظ من خلال الشكل تطور عدد مستخدمي الانترنت في العالم خلال الفترة 2015/2019، و تعتبر الدول الأوروبية المنطقة الجغرافية الأكثر استخداما للانترنت خلال نفس الفترة، تليها أمريكا اللاتينية و بحر الكاريبي ثم دول جنوب افريقيا، وقد أعلن الاتحاد الدولي للاتصالات، أن عدد مستخدمي الانترنت في العالم سيصل إلى 60% من مجموع سكان العالم سنة 2020 بعدما قدر سنة 2018 ب نسبته 50.7% ب 44.55% سنة 2016 (البنك الدولي)، و تعتبر الصين من أكثر الدول الأكثر استخداما للإنترنت: بعدد 721.4 مليون، تليها الهند في المرتبة الثانية، ب 462.1 مليون شخص، والولايات المتحدة، 286.9 مليون، والبرازيل 139.1 مليون، واليابان 115.1 مليون، وروسيا

102.2 مليون، ونيجيريا 86.2 مليون، وألمانيا 71 مليوناً، وبريطانيا 60.2 مليون، والمكسيك 58 مليوناً.

كما كشفت الدراسة التي قامت بها منظمة "الأونكتاد" سنة 2020 أن أكبر تحول في التسوق عبر الإنترنت بين المستهلكين حدث في الاقتصاديات الناشئة، فقد زادت المشتريات عبر معظم فئات المنتجات من 06 إلى 10 نقاط مئوية، مع تحقيق أكبر مكاسب في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والإلكترونيات والبستنة والأثاث ومستحضرات التجميل والعناية الشخصية وغيرها. (البنك الدولي).

– خاتمة و توصيات:

أحدثت جائحة كورونا "كوفيد-19" أزمة صحية واقتصادية غير مسبقة، فقد أدت الإجراءات الضرورية لاحتواء الجائحة إلى ركود اقتصادي عالمي حاد خاصة خلال النصف الأول من سنة 2020، نتيجة لتراجع حركة التجارة الدولية التقليدية بمختلف أشكالها، وفي ظل هذه الظروف الاستثنائية شهد العالم نمو كبير في حجم التجارة الإلكترونية بعد التحول السريع والمفاجئ في التوجه الاستهلاكي من نموذج الشراء التقليدي إلى نموذج التسوق الإلكتروني، بذلك أصبحت مواقع التسوق عن بعد ومنصات التجارة الإلكترونية المنفذ الوحيد لتنشيط الاقتصاد العالمي و تحفيز النمو الاقتصادي، والحل الفعال للتخفيف من عدوى الإصابة بالفيروس.

- قائمة المراجع:

- 1-Alice Phiri Shemi (University of Salford, 2012) . Factors Affecting E-commerce Adoption in Small and Medium EnterprisesAn Interpretive Study of Botswana) .PHD thesis من الاسترداد ، (المحرر) ، <http://usir.salford.ac.uk/28493/1/Shemi->
- 2-Development, United Nations Conference on Trade And .(2020) .UNCTAD B2C ECOMMERCE INDEX 2019) .United Nations ، (المحرر) (14)، 1-2.
- 3-Lee Tuthill .(2016) .E-commerce and the WTO . Mikta Workshop on commerce.05 ،
- 4-إبراهيم بختي. (2005). التجارة الإلكترونية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 5-أحمد عبد الله العوضي. (2010). العوامل المؤثرة في التسويق و التجارة الإلكترونية. مجلة الإقتصاد والمجتمع ، 06، 169.
- 6-البنك الدولي. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <https://data.albankaldawli.org/indicator/IT.NET.US> start=2015&ER.ZS?end=2019

7-البنك الدولي. (بلا تاريخ). الجائحة غيّرت أساليب التسوّق إلى الأبد خاصة مع ارتفاع نسبة الشراء عبر الإنترنت. تم الاسترداد من أخبار الأمم المتحدة:

<https://news.un.org/ar/story/2020/10/1063552>

8-جيسون تشاو. (2021). التسوق عبر الإنترنت والتجارة الإلكترونية. تم الاسترداد من

<https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/blog/ecommerce/online-shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020>

9-حكيمة بن وارث. (2008). دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقصاد المعرفة مع الإشارة إلى العالم العربي. تأليف مذكرة لنيل شهادة الماجستير غي العلوم الاقتصادية تخصص إدارة أعمال (صفحة 46/48). المركز الجامعي أم البواقي: معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

10-رجاء الهبطي. (2020). كيف تأثرت التجارة الإلكترونية في زمن الكورونا. تم الاسترداد من

<https://www.aljazeera.net/blogs>

11-شرق. للمحاماة. (بلا تاريخ). تأثير كوفيد -19 و الفصول الأربعة الاقتصادية في ظل الأزمة. تم الاسترداد من شرق للمحاماة: <http://www.sharqlawfirm.com/wp>

12-مجلة الخليج. (بلا تاريخ). ، 20% نمو عوائد التجارة الإلكترونية الربع الأول. تم الاسترداد من <https://www.alkhaleej.ae>