الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
الفرع: علوم التسيير
التخصص: إدارة أعمال

المرجع: ...../2022

مذكرة بعنوان:

فعالية المواقع الالكترونية في تنظيم أسواق المواد الأولية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص " إدارة أعمال "

إعـــــداد الطلبة:

- بومزبر إيهاب
- قرعيشي معاذ

إشراف الأستاذ:

- مشري فريد

لجنة المناقشة

اسم ولقب الأستاذ(ة)	الجامعة	الصفة
د. برني ميلود	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	رئيسا
د. مشري فريد	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	مشرفا ومقررا
د. مرزوقي ياسر	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	ممتحنا

السنة الجامعية 2022/2021

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى أله وصحبه الطاهرين، أما بعد

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان مع فائق الاحترام والتقدير إلى الدكتور **"مشري فريد"** على تلبية طلبنا في كونه المشرف على هذ ا العمل المتواضع، كما نقدر كل النصائح
والتوجيهات التي قدمها لنا من بداية اختيار الموضوع
كما لا ننسى جميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير
وعلى وجه الخصوص أساتذة تخصص إدارة أعمال
كما لا ننسى كل من ساهم وقدم إضافة سواء من قريب أو بعيد.

"إلى كل هؤلاء أسمى عبارات الشكر والتقدير"

الاهداء

الى مصدر الهامي، دعمي وسبب اصراري...
الى سبب وجودي في الحياة...حفظها الله لي من كل شر وأدامها الله تاج فوق رأسي
"امي الغالية"

الى داعمي وسندي...الى ركيزتي المتينة التي أستند عليها في حياتي... الى من علمني أصول الحياة...حفظك الله ورعاك من كل سوء **" والدي العزيز"**

الى اهلي واصدقائي... أصحابي وأحبابي كل باسمه وكل بمقامه....
شكرا لكم وألف شكر على دعمكم ووجودكم ووقوفكم الدائم.

شكرا لكل من ساهم في انجاز هذا العمل سواءً من قريب او بعيد

""معاذ""

الاهداء

أنت الجواب حين أسأل عن التفاؤل...
بل الحياة أنت... وما بين النفس والنفس
أنت...

اخوتي... أمير واياد.
الكتابة لا تكفي لأصف كيف أحبكم...
والعمر قصير لأكتب حبكم...
أراكم بسمتي... وأرى جمال الأيام
أنتم...

وجميع الأصدقاء والزملاء الذين
جمعتنا مقاعد الدراسة وخارج مقاعد
الدراسة ليومنا هذا
كل الشكر والامتنان لكم

أمي الحبيبة...
أي شيء في هذا اليوم أهديه اليك... يا
ملاكي وكل شيء لديك...
أأهدي تفاؤلا... لم أدرك حقيقته الى من
خلال عينيك... أم أملا ...
وليس في الأرض أمل كالذي أقرأه في
عينيك
أم نجاحا... ونجاحي الحقيقي تحت
قدميك...
ليس عندي شيء أعز من الروح...
وريحي مرهونة في يديك...

أبي الحبيب...
يا قلبي... وبعض الحروف حين تلمسها
الأنامل...

Last but not least, I Wanna Thank Me
I Wanna Thank Me For Believing In Me
I Wanna Thank Me For Doing Most Of The Hard Work
I Wanna Thank Me For Having Some Days Off
I Wanna Thank Me For … For Never Quitting
I Wanna Thank Me For Always Being A Giver
And Tryna Give More Than I Recive
I Wanna Thank Me For Tryna Do More
Right Than Wrong
I Wanna Thank Me For Just Being Me At All Times
-El Joker-

ملخص

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى توضيح دور المواقع الالكترونية، والتكنولوجيا بشكل عام في تنظيم أسواق المواد الأولية وخلق مجال لتداول المواد الأولية المختلفة بشكل منظم وكفء بين كل من الزبائن والموردين.

ومن أجل تحقيق ذلك قمنا بإنشاء موقع الكتروني، ولتوضيح أكثر اخترنا سوق المواد الأولية البلاستيكية وذلك لكونه سوق كبير في الجزائر، ومن أجل الالمام بكل تفاصيله قمنا بإجراء مقابلات مع مختلف المتعاملين والناشطين في هذا السوق في العديد من الولايات التي تعرف نشاط كبير لهذا السوق، وتوصلنا الى ان انشاء مثل هذا الموقع يمكن ان يحقق مصالح كل الأطراف الفاعلة في سوق المواد الأولية بكفاءة وفعالية عالية.

الكلمات المفتاحية:

أسواق المواد الأولية، المواد الأولية البلاستيكية، المواقع الالكترونية

Summary

This study aims to clarify the role of websites and technology in general in regulating raw materials markets and creating a space for trading various raw materials between both customers and suppliers.

In order to achieve this, we have created a website and to clarify more and more, we chose the plastic raw materials market in Algeria because it is a large market. In order to be acquainted with all its details, we conducted interviews with various dealers and activist in this market in many states that know great activity for this market.

We have concluded that the establishment of such a Web Site can achieve the interests of all actors in the raw materials market efficiently and effectively

KeyWords : Raw Materials Markets, Plastic Raw Materials, SiteWebs

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

العنوان	الصفحة
شكر وتقدير	**I**
الاهداءات	**III-II**
الملخص	**VI-V**
فهرس المحتويات	**XI-IX**
قائمة الأشكال	**XI**
قائمة الجداول	**XII**
قائمة الصور	**XII**
قائمة الملاحق	**XII**
مقدمة	**أ-ب**
إشكالية الدراسة	**أ**
فرضيات الدراسة	**أ**
اهداف الدراسة	**أ**
أهمية الدراسة	**ب**
أسباب اختيار الموضوع	**ب**
المنهج المتبع في الدراسة	**ب**
صعوبات الدراسة	**ب**
تقسيم الدراسة	**ب**
الفصل الأول :ماهية أسواق المواد المحلية والمواقع الالكترونية	**13-1**
تمهيد	**2**
المبحث الأول: ماهية أسواق المواد الأولية	**3**
المطلب الأول: تعريف أسواق المواد الأولية	**3**
المطلب الثاني: نشأة أسواق المواد الأولية وتطوره	**4**

المطلب الثالث: أهمية تنظيم أسواق المواد الأولية	**4**
المطلب الرابع: التحديات التي تواجه أسواق المواد الاولية	**6**
المبحث الثاني: ماهية المواقع الالكترونية	**7**
المطلب الأول: تعريف المواقع الالكترونية وأنواعها	**7**
المطلب الثاني: خطوات اعداد المواقع الالكترونية	**9**
المطلب الثالث: أهمية ووظائف المواقع الالكترونية	**10**
المطلب الرابع: تحديات التجارة الالكترونية محليا وعربيا	**12**
خلاصة الفصل	**13**
الفصل الثاني: نموذج لموقع الكتروني لتداول المواد الاولية	**29-14**
تمهيد	**15**
المبحث الأول: سوق المواد الأولية	**16**
المطلب الأول: تقديم عام لسوق المواد الأولية البلاستيكية في الجزائر	**16**
المطلب الثاني: التعريف بالمواد الأولية البلاستيكية	**17**
المطلب الثالث: شرح عام لسوق المواد الأولية البلاستيكية	**18**
المبحث الثاني: شرح للموقع الالكتروني الخاص بأسواق المواد الاولية	**23**
المطلب الأول: بطاقة تقنية للموقع الالكتروني	**23**
المطلب الثاني: آلية عمل الموقع الالكتروني	**24**
المطلب الثالث: استشراف آثار استخدام الموقع الالكتروني	**28**
خلاصة الفصل	**29**
الخاتمة	**30**
قائمة المراجع	**34**
قائمة الملاحق	**36**

قائمة الاشكال:

الشكل 01: منحنى بياني لاستهلاك المواد الأولية على مدار السنة	**19**

قائمة الجداول:

الجدول 01: الكميات المنتجة محليا مقابل الكميات المستوردة	**16**
الجدول 02: كيفية سير السوق والمعاملات والمبادلات بين مختلف الأطراف	**18**
الجدول 03: طرق حساب تسعيرة النقل	**22**

قائمة الصور:

الصورة 01: الواجهة الرئيسية للموقع الالكتروني	**24**
الصورة 02: واجهة تسجيل الدخول للموقع الالكتروني	**24**
الصورة 03: واجهة تصفح السلع على الموقع الالكتروني	**25**
الصورة 04: خطوات عملية الشراء على الموقع الالكتروني	**25**
الصورة 05: واجهة خاصة بكل منتج على الموقع الالكتروني	**26**
الصورة 06: واجهة خاصة بالنقل	**26**
الصورة 07: واجهة خاصة بالدفع	**27**
الصورة 08: واجهة خاصة بتأكيد الدفع	**27**

قائمة الملاحق:

الملحق رقم 01 بطاقة تقنية لمادة Sonatrach PEHD 5502	**37**
الملحق رقم 02 بطاقة تقنية لمادة Marlex 5502-01ST	**38**
الملحق رقم 03 بطاقة تقنية لمادة Sabic PET BC211	**39**
الملحق رقم 04 بطاقة تقنية لمادة Sonatrach PEHD TR-144	**40**
الملحق رقم 05بطاقة تقنية لمادة Marlex TR-144	**41**
الملحق رقم 06 بطاقة تقنية لمادة Sabic PEHD F00952J	**42**
الملحق رقم 07 بطاقة تقنية لمادة Sonatrach Grade 6060	**43**
الملحق رقم 08 بطاقة تقنية لمادة Marlex PEHD 9708	**44**
الملحق رقم 09 بطاقة تقنية لمادة Sabic PP 56M10	**45**
الملحق رقم 10 فاتورة الشراء	**46**

مقدمة

مقدمة:

تعتبر أسواق المواد الاولية من أقدم الاسواق في العالم، حيث شهدت في السنوات الاخيرة تحسنا مستمرا بغية بلوغ الاهداف المتمثلة في ضمان سلامة المبادلات بين المتدخلين وتعزيز شفافية الاسعار، دفع هذا التطور المتزايد عددا من البلدان إلى القيام بإجراءات داخلية لإقامة سوق محلية للمواد الاولية استنادا إلى المعايير الدولية واليوم حققت إلى حد كبير بعض البلدان الرهان الذي وضعته.

وبالنظر الى ما يشهده العالم من تطورات وخاصة في المجال التكنولوجي، وجب على الجميع مواكبة هذا التطور وخاصة فيما يتعلق بالسلع والمواد الأولية. ومن أجل محاولة تحقيق قفزة في هذا المجال والربط بين المجال التكنولوجي وأسواق المواد الأولية، سنحاول خلق سوق الكترونية لتداول المواد الأولية المختلفة.

طرح إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق ذكره نرى أن هناك علاقة بين الذكاء الاصطناعي وانتاجية اسواق المواد الاولية والتي يصطلح عليها باللغة اللاتينية management agile.

ومن هنا يمكننا صياغة إشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى فعالية المواقع الالكترونية في الارتقاء بتنظيم اسواق المواد الاولية؟

تحت الاشكالية الرئيسية تندرج **التساؤلات الفرعية** التالية:

1. ما مدى فعالية المواقع الالكترونية في تسهيل عملية بيع وشراء المواد الأولية؟
2. ما مدى فعالية المواقع الالكترونية في تقريب المسافات بين المتعاملين؟
3. ما مدى فعالية المواقع الالكترونية في تحسين نوعية التواصل بين مختلف المتعاملين؟

فرضيات الدراسة:

1. تعمل المواقع الالكترونية على تسهيل التعاملات التجارية بين المورد والزبون من خلال تقليص الوقت وفترة الانتظار وأيضا ضبط الفوارق في الأسعار.
2. تعمل المواقع الالكترونية على تقليص المسافات بين الزبون والمورد من خلال توفير أسرع وأفضل الطرق لنقل البضائع.
3. تعمل المواقع الالكترونية على تحسين نوعية التواصل بين مختلف المتعاملين من خلال توفير أفضل طرق للتواصل بين المورد والزبون.

أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص الاهداف التي يمكن التوصل إليها من خلال هذا البحث فيما يلي:

- تقديم إطار نظري يحدد مفاهيم متعلقة بالمواقع الالكترونية بالإضافة إلى مفاهيم اسواق المواد الاولية ومختلف التحديات التي تواجهها.
- محاولة تعزيز اسواق المواد الاولية بموقع الكتروني يسهل التعاملات التجارية ويقرب الخدمة من المواطن
- اقتراح عدة ميكانيزمات واستراتيجيات على ضوء النتائج التي سيسفر عليها البحث والتي من شأنها السماح للزبون بالقيام بالتعاملات التجارية من مكتبه وحتى في ساعة متأخرة بالليل.

اهمية الدراسة:

مقدمة

تحرص مختلف دول العالم على الارتقاء باقتصادها لهذا تسعى جاهدة في خلق سياسات جديدة مواكبة للتطورات التكنولوجية الراهنة وتكمن اهمية دراستنا لهذا الموضوع في خلق سوق نصطلح عليها تسمية سوق الكترونية منظمة تسمح لجميع المتعاملين بالولوج اليها والاطلاع على المواد الاولية المتوفرة بالإضافة لمعلومات كافية فيما يخص مكان تواجد المنتج واسعارها.

أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيارنا لهذا الموضوع لعدة أسباب نذكر منها:

1. **الأسباب الذاتية:**

- امتلاك نظرة عامة عن أسواق المواد الأولية والمشاكل التي تواجهها.
- استغلال الموضوع كفكرة مذكرة ولما لا كمشروع مستقبلي بتجسيده على أرض الواقع.

2. **الأسباب الموضوعية:**

- كون الموضوع جديد ومواكب لمتطلبات العصر في ظل التوجه نحو رقمنة الأنشطة الاقتصادية.
- موضوع جد عملي قابل للدراسة والتطبيق على عكس المواضيع النظرية البحتة التي تعودنا عليها.
- وجود إمكانية لتطبيق هذا الموضوع على أرض الواقع.
- هذا الموضوع يساعدنا في مواصلة البحث في افاق مستقبلية.

المنهج المتبع للدراسة:

لتحقيق الأهداف المرجوة من هذه الدراسة، وللإجابة على إشكالية الدراسة واختبار صحة الفرضيات، كان من الضروري إتباع المنهج الوصفي والذي يشمل المسح المكتبي في كامل مراحل البحث، بالإضافة للمقابلات والملاحظة.

صعوبات الدراسة:

من أهم المعيقات التي واجهتنا خلال قيامنا بهذه الدراسة:

- شح المعلومات حول الجانب النظري سوآءا الكتب أو المقالات أو مذكرات سابقة.
- عدم توفر الناشطين في مجال دراستنا محليا مما اضطرنا للتنقل الى الولايات المجاورة من أجل جمع ما يلزم من معطيات لإنجاز الجانب التطبيقي.

تقسيم الدراسة:

سوف نقوم بمعالجة الإشكالية المطروحة من خلال التطرق الى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي، حيث قمنا في المقدمة بطرح الإشكالية وتبيين التصور العام لموضوع البحث.

وقد جاء الفصل الأول تحت عنوان مفهوم السوق والمواقع الالكترونية، تم تقسيمه الى مبحثين، حيث تطرقنا في **المبحث الأول** الى ماهية اسواق المواد الأولية، من ناحية التعريف، نشأة، أهمية وأيضا التحديات. بينما تطرقنا في **المبحث الثاني** الى ماهية المواقع الالكترونية، حيث عرفنا المواقع، خطوات، أهمية وأيضا التحديات.

في الفصل الثاني الذي يحمل العنوان انشاء موقع الكتروني لتنظيم أسواق المواد الأولية في الجزائر ومن أجل تقديم أفضل شرح قمنا بتقسيم الفصل الى مبحثين، حيث في **المبحث الأول** تطرقنا الى سوق المواد الأولية من تقديم عام ومفهوم لسوق المواد الأولية البلاستيكية. بينما في **المبحث الثاني** قمنا بتقديم شرح للموقع الالكتروني مع تقديم بطاقة تقنية خاصة به، مع شرح الية عمل الموقع واستخلاص أهم النتائج المتحصل عليها.

الفصل الأول

تمهيد:

تحتل سوق المواد الأولية مكانة هامّة ومميّزة في الحياة الاقتصادية المعاصرة، وتعتبر أحد العناصر المهمّة لعملية التنمية الاقتصادية خاصةً في مختلف الدول، فهي المحرك الرئيسي للاقتصاد، حيث حظيت باهتمام بالغ في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وذلك لما تقوم به من حشد المدخرات وتوجيهها نحو قنوات استثمارية تعمل على دعم الاقتصاد، وتزيد من معدلات الرفاه لأفراده مما يعود بالفائدة على المجتمع بأسره؛ ولذلك فقد أخذ هذا الموضوع أهمية جد كبيرة في السنوات الأخيرة وتزايد الاهتمام بها للوظائف الهامة التي يمكن أن تقوم بها، خاصة فيما يتعلق بمدى مساهمتها في تسريع عجلة النمو والنشاط الاقتصادي في البلدان.

وتعتبر المواقع الالكترونية أحد أبرز العناصر الجوهرية المقدمة للمعلومات وللمعارف المتعددة في مختلف الاوقات وبكل سهولة ويسر، فمعظم الاعمال بصفة عامة وتنظيم أسواق المواد الأولية بصفة خاصة يمكن إنجازها اليوم بشكل سريع وسهل ودون تكاليف إضافية من خلال هذه المواقع، كما تساعد في بناء هوية واضحة لهذه الأسواق.

ولتسليط الضوء على أسواق المواد الأولية وعلى المواقع الالكترونية وعلى أهم مقوماتها، ولمحاولة الإلمام بكافة جوانبها قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين أساسين وهما :

المبحث الأول: ماهية اسواق المواد الأولية.

المبحث الثاني: ماهية المواقع الالكترونية.

المبحث الأول: ماهية اسواق المواد الاولية

نظرا للدور الكبير والحيوي الذي تضطلع به أسواق المواد الأولية تعتبر من أهم أسواق السلع الدولية والمحلية لأي اقتصاد، فهي المحرك الأساسي لبقية الصناعات التحويلية والنهائية، وتمثل أهم المدخلات المؤثرة في كفاءة وفعالية أي صناعة، لأنها تعتبر ميزان التقدم الاقتصادي للدول كما تعد عصب الاقتصاد ومحركه الرئيسي، وقياسا على ذلك بات من الضروري التعريف والاهتمام بهذه الأسواق، لذا سنحاول من خلال هذا المبحث تسليط الضوء على ماهية أسواق المواد الأولية، وعليه قسمنا هذا المبحث إلى المطالب التالية :

المطلب الاول: تعريف أسواق المواد الأولية

تعددت تعاريف أسواق المواد الاولية بحيث تعتبر أسواق المواد الأولية كلمة مركبة من كلمتين سوق ومواد أولية، وللوصول لتعريف واضح يجب تقسيمها لتسهيل إيضاح معناها.

يعتبر مفهوم السوق من المفاهيم التي تتغير بتغير النظرة إليها، فقد اختلف الباحثون في إعطاء تعريف واحد وعام للسوق ويظهر هذا جليا في التعاريف المقترحة من طرف الباحثين واجتهاداتهم والخلفية النظرية التي ينتمون إليها.

1. حيث يعرف السوق عند الاقتصاديين بأنه: "التقاء العرض والطلب للسلع والخدمات أو رؤوس الأموال في قطاع محدد ومحيط معين".[1]
2. كما يعرف السوق على أنه: " الجهاز الذي يجمع الموارد الهامة للمجتمع ويوزعها بين الاستخدامات المختلفة التي تتنافس للحصول عليها".[2]
3. ويعرف السوق حسب موقع مديرية التجارة في الجزائر بأنه: "الحيز او المكان الذي يلتقي فيه بائعو السلع او الخدمات مع مشترياتها سواء كان هذا اللقاء في المكان نفسه او عبر وسائل الاتصال، وهذا الحيز يمكن ان يكون قرية او حيا او مدينة او قطرا او اقليما وقد يشمل العالم".[3]

أما المواد الأولية يمكن تعريفها بأنها:

هي "المدخلات التي تستخدم في العمليات التصنيعية والإنتاجية لتصنيع المنتجات النهائية وتشمل المواد الأولية من الموارد الطبيعية والمواد الغير مكتملة والمواد الغير مصنعة المستخدمة للوصول للسلع والمنتجات تامة الصنع والجاهزة للبيع".[4]

الاستناد الى التعريفات السابقة يمكننا القول بان أسواق المواد الأولية هي: أسواق ترتكز فيها وتتجه نحوها التجارة بصفة عامة أي المعاملات أيضا فهي ليست متعلقة بالمواد الاولية الملموسة فقط؛ وذلك من خلال آلية التسويق التي تسمح بمواجهة طلب المشترين وعرض البائعين.

واليوم هذه الاسواق هي في نفس الوقت أسواق بالجملة والتجزئة، تتداول على العموم في هذه الاسواق العديد من المنتجات والتي يتم استخدامها في قطاع الصناعة لإنتاج المنتجات التامة وغير التامة، سواء باعتبارها مكونات أو موارد طاقية داخلة في الدورة الانتاجية أو في تدفق المنتوج.

---

[1]- Cloude Demeure، "**Marketing** ", Dallaz, Paris, 1999, p.29.

[2]- عبد الفتاح، محمد سعيد، **إدارة التسويق**، الدار الجامعة-القاهرة، 1992، ص ص، 91-93.

[3]- الموقع الالكتروني لمديرية التجارة الجزائرية، تاريخ الاطلاع 2022/04/15، توقيت الاطلاع، 16،41،
https،//www.commerce.gov.dz/

[4]- موقع ميم للأعمال، **المواد الأولية**، تاريخ الاطلاع، 04/16 /2022، توقيت الاطلاع 14،42،
https،//www.meemapps.com/term/raw-materials

المطلب الثاني: نشأة أسواق المواد الأولية وتطورها

يعود تاريخ وجود أسواق المواد الاولية إلى القرن التاسع عشر، وحتى قبل وقت طويل حيث تعدد محطات تداول السندات المالية، فقام كل من المنتجين ومستخدمي المواد الاولية بتنظيم أنفسهم من أجل تسهيل المبادلات الآجلة وضمان المزيد من الوضوح في تحديد الأسعار التي بإمكانهم بيع منتجاتهم بها أو شراء موادهم الأولية ويمكن تعريف أسواق المواد الاولية بطرق مختلفة.

ولأسواق المواد الأولية تاريخ طويل، وقد بدأ تجار الحبوب اليابانيون بمبادرات مماثلة في سنة 1730م، كما أطلق بنجاح كل من مجلس شيكاغو للتجارة وبورصة لندن للمعادن أنشطتهم على التوالي في سنة 1864م و1877م.

وقد ظلت لأكثر من قرن أسواق المواد الاولية محصورة إلى حد كبير في البلدان المتقدمة أو الصناعية، لكن بفضل تحرير الاسواق وانخفاض أسعار الانظمة المعلوماتية، انتشرت في العالم ابتداء من سنوات 1990م، وفي سنة 2005م كانت البلدان غير المنتمية لأعضاء منظمة التعاون والتنمية تمثل حوالي 50 % من الأحجام المتداولة للعقود الآجلة والخيارات على المنتوجات الزراعية في العالم.

وحاليا تتمركز معظم أسواق المواد الاولية في المناطق الأكثر تصنيعا، في أمريكا الشمالية وأوروبا وبشكل عام؛ تدعو سوق المواد الأولية للتفكير في نظام سوق جد متطورة تتوفر على نظام متقدم جدا للتسعير الإلكتروني، ونذكر على سبيل المثال مجلس شيكاغو للتجارة أو بورصة لندن للمعادن لكن في الواقع؛ ؛ فهي بورصة منظمة تتركز فيها تبادلات وتدفقات مادة أولية ملموسة أو بدونها من خلال آلية تحديد سعر واحد وبالتالي تسمح بمنافسة فعالة وبأقصى حدها لدى البائعين والمشترين، وفي الواقع التوفر على آلية بالسوق تسمح بمواجهة العرض والطلب للمواد الأولية في أي وقت يراد به. [1]

المطلب الثالث: أهمية تنظيم أسواق المواد الأولية

تطورت بشكل كبير الأسواق العالمية في الآونة الأخيرة وعلى وجه الخصوص أسواق المواد الأولية منها، حيث أصبح سوق المواد الأولية من أكثر الأسواق استقطابا للمستثمرين وذلك لما يتميز به من خصائص وايجابيات تعود على المستثمرين بالفائدة عبر مختلف الجوانب.

ويمكن تلخص أهمية تنظيم أسواق المواد الأولية في النقاط الرئيسية التالية:

1. **اكتشاف الاسعار:**

يتمثل الهدف الرئيسي لسوق المواد الاولية في إحداث نظام فعال ومنتظم يسمح بمواجهة العرض والطلب، ما يساعد على تسهيل ظاهرة اكتشاف الاسعار التي يعتمد فيها السعر الحقيقي (سعر السوق) على معادلة العرض والطلب.

2. **التغطية ضد المخاطر المالية:**

تكمن الفائدة الرئيسية من أسواق العقود الآجلة للمواد الأولية في السماح للمتدخلين العاملين في هذا النوع من الأصول محل العقد، من حماية أنفسهم ضد تقلبات الأسعار، وحاليا تعرض مجموعة من الحلول على المتدخلين النشطين في أسواق المواد الأولية لضمان سلامة أسعارهم للشراء أو البيع باللجوء إلى عقود كالعقود الآجلة أو الخيارات.

3. **تشجيع الاستثمار:**

تقدم الأسواق المنظمة إضافة إلى الشفافية والزيادة الكبيرة للسيولة، فالتأثير المزدوج للقطاع الصناعي والمضاربة يسمح بالتحركات المفاجئة جدا التي تعرفها الأسعار.

[1]- مجلس القيم المنقولة، **اسواق المواد الاولية**، المغرب، يونيو،2013، ص، 6.

وعلى عكس ذلك، فأسواق المواد الأولية توفر الانتظام في تداول الأسعار، مما يدفع بشكل كبير المستثمرين الى التوجه نحو هذا النوع من الأسواق.

وعلاوة على ذلك، واستنادا لمنطق تنويع المخاطر؛ يختار العديد من المستثمرين التوجه نحو الاستثمار في المواد الأولية لحماية أنفسهم من مخاطر تضخم الأسعار، ومخاطر سلسلة التوريد، كما أن الأسواق المنظمة مقننة بشكل كبير وهذا عموما ما يثمنه بشكل كبير المستثمرون الا انه يشكل ضمانات في إطار الاستثمارات طويلة المدى.

4. تسهيل التدفقات على أسواق المواد الملموسة:

كانت في السابق أسواق المواد الأولية تعتبر محفوفة بالمخاطر، خاصة بسبب مخاطر التخلف عن الدفع / التسليم من قبل أحد المتدخلين خلال عملية الشراء / البيع؛ وقد تم حاليا السيطرة تماما على هذه المخاطر بفضل وجود مبدأ التغطية ضد المخاطر في الأسواق المنظمة -السالف الذكر-، وتكون بالتالي البورصة هي الضامنة لمخاطر الطرف المقابل، وقد ارتفعت بشكل حاد الأحجام المتداولة في سوق المواد الملموسة مع تطور هذه الأسواق " الورقية " للمواد الأولية وذلك للأسباب التالية:

- تحسين تداولات الأسعار بالنسبة لمختلف مقدمي المواد.
- يستفيد المشترون من المنافسة إذ يمكنهم التداول بأسعار شفافة بالنسبة لجودة موحدة.
- تقليص الاعتماد على الواردات إذا اعتبر الإنتاج المحلي جيدا.

5. تحسين التمويل:

يعتبر التمويل أبرز مؤثر لأي نوع من الأنشطة ذات الصلة بالمواد الأولية كلما كانت الأحجام ذات أهمية، وبالتالي فتحسين نجاعة الأسواق وشفافية الأسعار واللجوء إلى أسواق التغطية ضد المخاطر على الخصوص؛ ساهمت في زيادة التمويلات الممنوحة من قبل البنوك، فوضعيات البنك كطرف مقابل في العملية تجعله أكثر استعدادا لتمويل السفن الحاملة للمواد الأولية بالنسبة للمنتجات المتداولة في الأسواق الدولية، وفي الواقع للقيمة السوقية للمنتوج سعر معروف وشفاف، يستفيد المتدخلون أيضا من أفضل شروط التمويل نظرا للتعرض للمخاطر بنسبة أقل إضافة إلى ذلك، يقدم أيضا التمويل فرص جديدة للاستثمار بالنسبة للمتدخلين.

6. تطور السوق:

للأسواق ميزة تكمن في رفع المتدخلين نحو الأعلى بسبب رئيسي يتمثل في وجود منافسة حادة أكثر في سوق معينة، ومن بين الميزات التي تم تشخيصها نذكر:

- تكوين المتدخلين في القطاع حيث يتكيف المتدخلون مع محيطهم التنافسي ويطورون كفاءات جديدة مما يجعلهم يتميزون عن متدخلين آخرين.
- تسهيل التبادل على المستوى الدولي من خلال معايير موحدة: تشجيع اندماج أسواق المواد الأولية على الصعيد الإقليمي.
- يستخدم هذا السوق لتطوير أنظمة تكنولوجيا المعلومات واللوجيستيكيات.
- يستفيد منه القطاع الصناعي بكامله: الزيادة في الولوج إلى الأسواق واللجوء إلى الخبرة الخارجية للتوظيف وتراجع الطابع غير الرسمي للقطاع.[1]

[1]- مجلس القيم المنقولة، مرجع سبق ذكره، ص، 18.

المطلب الرابع: التحديات التي تواجه اسواق المواد الاولية

هناك العديد من التحديات والمعيقات التي قد تواجه أسواق المواد الأولية والتي قد تحول دون تطويرها وتفعيلها ويتطلب الامر الإسراع في معالجتها ومواجهتها واهم هذه التحديات ما يلي:

1. قواعد المنشأ التفصيلية ومعالجة منتجات أسواق المواد الأولية في المناطق الحرة:

لقد أصبح من الضروري الإسراع بإقرار قواعد المنشأ التفصيلية للسلع بحيث تبين ان معظم الدول خاصة العربية منها لا تتوفر لديها قواعد منشأ وطنية وفي ظل غياب هذه القواعد يصعب تحديد هذه السلع ومكوناتها ذات المنشأ العربي سواء في المواد الأولية او القيمة المضافة، ومن ناحية أخرى كان غياب مثل هذه القواعد سببا ومبررا يتطلب استثناءات من قبل عدد من الدول العربية، ومن ثم فان توفر قواعد المنشأ التفصيلية هو الضمان العملي لتوفر السلع عربية المنشأ بالإعفاءات والامتيازات وتحول دون منع سلع أخرى اجنبية بهذه الامتيازات من خلال عمليات صناعية بسيطة.

2. ترسيخ قواعد المنافسة ومنع الاحتكار:

تعتبر المنافسة الأساس الذي تقوم عليه أسواق المواد الأولية بهدف إعادة تخصيص منتجاتها بأفضل صورة ممكنة على أساس الميزة النسبية والميزة التنافسية وبالتالي يصبح من الضروري البحث في كيفية ترسيخ قواعد المنافسة ومنع الاحتكار حتى لا يحدث تحكم في الأسعار والتوزيع والإنتاج وتشير المعلومات المتاحة الى ان هناك من يعد التعميق وترسيخ المنافسة ومنع الاحتكار في كل من الأردن ومصر كما لا يوجد في الدول الأعضاء الأخرى قوانين لمنع الاحتكار.

ونظرا لطبيعة الاختلاف وتباين التشريعات والقوانين فيها فمن العسير وضع قانون موحد للمنافسة ومنع الاحتكار وبالتالي من المناسب قيام الدول خاصة العربية بالتشاور والاستفادة من تجارب وخبرات بعضها البعض لإعداد هذه القوانين مما يسهل توحيدها ويحقق الهدف ويعزز الانتاجات خاصة في ظل الاهتمام الكبير الذي توليه الدول للذكاء الاصطناعي لما له من أهمية في تنظيم المبادلات التجارية بأنواعها كما هو الحال في أسواق المواد الأولية.[1]

3. تعزيز استجابات العرض والطلب في أسواق المواد الأولية:

ينبغي ان ينصب التركيز على السياسات التي تهدف الى تحسين حساسية العرض والطلب مع تجنب التدابير التي يمكن ان تؤدي الى تفاقم ضيق الأسواق في الاجل القريب، كما ينبغي الاستمرار في إيقاف العمل بالسياسات غير المشجعة على التصدير بهدف دعم الأسواق المحلية.

كما ينبغي إعطاء الأولوية لتقوية استجابة العرض لارتفاع الأسعار، وضمان نقل التكنولوجيات الحديثة بفعالية أكبر بغية تحسين العائد في الاقتصادات النامية حتى يكون أكثر اتساقا مع العائد في الاقتصادات المتقدمة، كما يمكن ان تؤدي زيادة توافر المعلومات والبيانات المتعلقة بالموارد والمخزونات وخطط الاستثمار الى ترسيخ الأساس الذي يقوم عليه تراكم الاستثمارات اللازمة في هذا القطاع على المدى الطويل.[2]

4. تنمية راس المال البشري وتراكمه:

ان تراكم راس المال البشري هو العنصر الأهم والتحدي الأكبر في عملية التنمية وتنويع الاقتصادات، ذلك ان التركيز في جانب العرض لا يكفي لبناء راس المال البشري ففي دول العالم الثالث كثيرا ما يكون مصدر الانسداد في جانب الطلب اذ ان الطلب على التعليم وجودته وبناء القدرات واكتساب المهارات ينخفض ان كان العائد المتوقع منه منخفضا.

فالمطلوب اذا هو اصلاح مصدري في جانب الطلب من اجل تحفيز تنمية راس المال البشري وتراكمه وهما القطاعان العام والخاص وإصلاح القطاع العام الكبير الذي وصل الى مرحلة التشبع لرفع كفاءته وانتاجيته

---

[1]- مجموعة مؤلفين، **افاق الاقتصاد العالمي الضغط المالي والهبوط الاقتصادي والتعافي**، الطبعة الأولى، صندوق النقد الدولي، 2008، ص، 172.

[2]- عبد المطلب عبد الحميد، **السوق العربية المشتركة الواقع والمستقبل في الالفية الثالثة**، دار مجموعة النيل العربية، مصر، 2003، ص، 07.

من اجل استحداث حافز كاف للأجيال الناشئة لتنمية قدراتهم والتمكين لهم وإصلاح القطاع الخاص للحد من تركز الأسواق والثروة فيه من اجل انشاء قطاع خاص تنافسي منوع يساهم في توزيع الصادرات والدخل والتحول فضلا عن استحداث فرص عمل للمواطنين ويمكن في دول مجلس التعاون اعتماد سياسة صناعية ضمن اطار شامل لإصلاح القطاع الخاص.[1]

المبحث الثاني: ماهية المواقع الالكترونية

ظهرت المواقع الالكترونية بظهور الانترنت، وتُقدم باعتبارها من التقنيات الحديثة مختلف العوامل والطرق التي تجعل من الأسواق والمؤسسات أكثر فعالية، فأهميتها تكمن في تلك الأدوار والقيمة التي تمنحها لها، فهي تعتبر كقناة توزيع، ترويج وتبادل للمعلومات إضافة لكونها مصدر لخلق القيمة المضافة من خلال ذلك التكامل التي تحدثه ما بين العالم الافتراضي والواقعي للسوق او المؤسسة او غيرها، فبفضلها زادت عمليات التبادل التجاري عبر الشبكة من خلال الإعلان عن المشاريع والتعريف بالمنتجات والبضائع والاعمال والخدمات المقدمة ضمن بيئة إلكترونية، فلا يمكن التصور في وقتنا الحالي ان تكون مؤسسة أو شركة أو منظمة مكتملة التأسيس دون أن يكون لها موقع عبر الانترنت.

ونحاول في هذا المبحث التعرف وإلقاء الضوء على مختلف جوانبها وعليه قسم هذا المبحث إلى:

المطلب الأول: تعريف المواقع الالكترونية وأنواعها

نظرا لانتشار استخدام المواقع الالكترونية واحتوائها على جميع المعلومات، فقد أصبحت تشكل مصدرا يلجأ إليه الكثير من الطلاب والباحثين للبحث عن المعلومة من أجل استعمالها في بحوثهم أو في مجالات أخرى، وعليه نظرا لأهميتها سنتطرق لتعريف المواقع الالكترونية وأهم أنواعها:

أولا: تعريف المواقع الالكترونية

يمكن تعريف الموقع الالكتروني من وجهة النظر الإعلامية التواصلية بأنها: "رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج الى شبكة الأنترنت وعبر احدى متصفحات شبكة الويب، ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص الفائق المترابط Html تتخذ من الصفحة الرئيسية واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص، صورة، أو صوت أو فيديو...) أو متعدد Multimédia، وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف الى تعزيز التواصل والتفاعل معا المتلقي".[2]

كما تعرف المواقع الالكترونية بأنها: "مجموعة من الصفحات الالكترونية المرتبطة ببعضها والتي تحتوي على نصوص وصور ورسوم متحركة ووصلات وربما موسيقى وأفلام، بها معلومات حول موضوع ما قد يكون شركة أو جهة حكومية أو شخصا أو بحثا داخل صفحات منسقة، ويحمل الموقع اسما منفردا يمكن فتحه بواسطته من خلال شبكة انترنت[3]، ويتم انشاؤها إما عن طريق دفع تكلفة أو مجانا".[4]

كما تعرف بأنها: "مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت".[5]

---

[1]- مجموعة مؤلفين، **بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية التحديات الاجتماعية والاقتصادية**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، لبنان، نوفمبر 2016، ص، 12.

[2]- بن منصور رمضان، بكاي رشيد، **دور المواقع الإلكترونية في التثقيف الصحي من أمراض السرطانية**، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، العدد الثاني، ديسمبر 2020، ص ص 248-249.

[3]- كريم بدوي، **تصميم مواقع الانترنت**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005، ص

[4]- سعيد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي، **التسويق عبر الانترنت**، مكتبة المجتمع العربي، عمان-الأردن، 2007، ص

[5]- محمد بلال الزعبي، **الحاسوب والبرمجيات الجاهزة**، دار وائل للطباعة والنشر، لبنان، 2004، ص ص351-352.

ومنه نستنتج أن المواقع الالكترونية عبارة عن صفحات الكترونية على الويب، يتم انشاءها من طرف مختصين لصالح جهات أو مؤسسات معينة، بغرض تقديم أو عرض خدمات متنوعة وفي عدة مجالات، بحيث تسهل على الجمهور إمكانية الوصول الى احتياجاته.

ثانيا: أنواع المواقع الإلكترونية

حسب لغة البرمجة، تنقسم المواقع الالكترونية الى قسمين أساسيين هما:

1. **مواقع ستاتيك:**

وهي عبارة عن مواقع عادية تحتوي على صفحات ثابتة لا تتغير الا برمجيا بتغيير الكود الخاص بها، ليس لها قاعدة بيانات لإدخالها وإخراجها، تعتبر اقل استخداما ويتم برمجتها بلغة الوصف (HTML).

2. **مواقع تفاعلية:**

وهي مواقع تحتوي على صفحات إنترنت تفاعلية تقوم بعرض البيانات من خلال قاعدة بيانات، حيث تمكن المستخدم المتفاعل مع الموقع من الوصول اليها بسهولة، وهي الأكثر استخداما وهناك عدة لغات يتم برمجتها بها، من بينها PHP، APS.NET، ...[1]

كما يوجد تقسيم اخر للمواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، من زاوية المحتوى والمضمون الذي يتم بثه عليها وهي كما يأتي:

1. **مواقع تجارية:**

يتمثل دورها في دعم منتوجاتها وتسويقها مع التعريف بشركتها والسلع والخدمات التي تقدمها، وعرض إعلانات تجارية.

2. **مواقع تفاعلية:**

يعتمد هذا النوع من المواقع على التفاعل والتحاور مع الزوار من خلال غرف الدردشة.

3. **مواقع تعريفية:**

خاصة بالمؤسسات، كالمؤسسات الخيرية تعرف بنشاطاتها وفعالياتها، وأحيانا تقديم بعض الخدمات.

4. **مواقع إعلامية تكميلية:**

أهم ما يميز هذه المواقع هو عملية الترويج للمؤسسة الإعلامية سواء الصحيفة أو غيرها، وهذا النوع يمثل معظم مواقع الصحف الجزائرية.

5. **مواقع صحفية:**

مضمونها صحفي وعلى شكل قوالب صحفية ترتكز على هياكل إدارية وصحفيين محترفين.[2]

[1]- يوسف صالح الجرعي، **تصميم المواقع الالكترونية**، موقع رواد التكنولوجيا، الإصدار الأول، صنعاء-اليمن، 2014، ص 10.
[2]- قوراري صونية، **إتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية**، مذكرة ماجيستير في العلوم الإنسانية تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2011، ص ص 196-197.

المطلب الثاني: خطوات إعداد المواقع الالكترونية

لإنشاء موقع الكتروني يجب المرور بالخطوات الأساسية التالية:

1. اختيار اسم نطاق الموقع الالكتروني:

أول خطوة في إنشاء موقع الكتروني هي اختيار اسم نطاق للموقع، وهو بمثابة عنوان الموقع الالكتروني في عالم الأنترنت، كما انه الاسم الذي سيعرف به الموقع بين الناس، لذا من الضروري ان يحسن اختياره، واسم نطاق الموقع يتكون من قسمين:

اسم الموقع الأساسي و**لاحقة اسم المجال**، الاشهر في اللواحق للمواقع التجارية (.com)، لمواقع المنظمات (.org)، او مواقع لشركات شبكات الأنترنت (.net)، ويختار الاسم بعناية بحيث يكون سهل الحفظ والكتابة وذات صلة بنوع النشاط المقدم.

2. اختيار الاستضافة:

بعد تحديد اسم الموقع، يجب استئجار أو شراء مساحة على الأنترنت من الخادم لاستضافة هذا الموقع الالكتروني، وذلك ليتمكن الناس من زيارته والاستفادة من محتواه بسهولة.

يمكن الحصول على هذه الخدمة من عدة شركات للاستضافة، كما أن هناك معايير يجب أخذها بعين الاعتبار عند اختيار الخطة المناسبة لاستضافة الموقع كـ:

- حجم ذاكرة الوصول العشوائي (RAM).
- سرعة المعالج (Processor).
- مساحة التخزين (Bandwidth).

في الأخير يجب ان يكون تصميم الموقع جذاب وبسيط يجذب الزوار.

3. تحديد طريقة إنشاء الموقع:

يمكن إنشاء موقع إلكتروني عبر العديد من الطرق، وقد أصبح ذلك في متناول الجميع، فقد انخفضت تكلفة إنشاء موقع إلكتروني في السنوات الأخيرة بفضل ظهور منصات متخصصة في بناء المواقع، وانتشار منصات العمل الحر التي تربط بين أصحاب المشاريع ومبرمجي المواقع من كل أنحاء العالم، وهناك طريقتين أساسيتين لإنشاء موقع الكتروني، والمتمثلتين في:

- **استخدام منصات بناء المواقع:**

وهي الاسهل والاسرع، حيث لا يحتاج ذلك معرفة تقنية قوية بالبرمجة، وذلك عن طريق منصات تتكفل بكل ما هو تقني وتوفر لوحة تحكم سهلة الاستخدام، حيث يمكنك التعديل على المحتوى أو القالب بسهولة، ومن بين هذه المنصات Wordpress، Weebly، ...، مشكلته الوحيدة أنه يقيدك بشكل معين للموقع بحيث لا يمكنك انشاؤه بمواصفات خاصة والتعديل فيه بأريحية إلا في حالة الاستعانة بمبرمج.

- **إنشاء موقع الكتروني من الصفر:**

وذلك دون الاعتماد على منصات البناء الجاهزة، لكن ذلك يحتاج الى معرفة متقدمة في البرمجة، أو الاستعانة بخدمات مطوري المواقع مقابل مبالغ معقولة، لان عند انشائه يتم استعمال عدة لغات للبرمجة عبر عدة مراحل، والذي يميز هذه الطريقة إمكانية التحكم الكامل في الموقع ووظائفه وجعله أسرع، كما يمكن تصميم الموقع بمواصفات خاصة.

4. تأمين الموقع:

يمكن أن يحتوي الموقع على بيانات حساسة كبيانات العملاء، لذلك يجب أن يتمتع بأعلى درجة من الأمن والحماية لتفادي الثغرات التي تتيح للقراصنة التسلل عبرها، ومن بين أهم المعايير الأمنية التي ينبغي الالتزام بها هي شهادة بروتوكول طبقة المقابس الآمنة (SSL)، شراء إضافات أمنية، النسخ الاحتياطي للبيانات، الاستعانة بخبير...الخ.[1]

المطلب الثالث: أهمية ووظائف المواقع الالكترونية

للمواقع الالكترونية أهمية جد بالغة في الحياة والعديد من الوظائف والتي سنذكر منها ما يلي:

أولا: أهمية المواقع الالكترونية:

للمواقع الالكترونية أهمية كبيرة في حياة الفرد، حيث سهلت عليه عدة خدمات في حياته، ومن بينها:

- توفر مواقع الويب، حلقة وصل للشركات للتواصل مع العملاء بعدة طرق.
- تمثل نقطة مبيعات جديدة تقلل المسافات المادية التي تفصل بين البائعين والمشترين.[2]

كما أن المواقع الالكترونية أيضا تمثل:

- أهمية كبيرة في انجاز المعاملات وتسهيل الإجراءات.
- يمثل الجانب المعرفي والمعلومات لتزويد المتلقي، لذا تم الاهتمام بهذا الجانب من خلال اختيار التصاميم التقنية الجيدة والعمل على إظهار الموقع بطريقة سهلة ومريحة للمتلقي.
- تقديم المعلومات بشكل مجاني، وذلك من خلال المواقع الموسوعية والمواقع المتخصصة بأنواع معينة من العلوم والمعارف المتعددة، حيث تمكن مختلف الأفراد على الحصول على المعلومة بسهولة.
- المساهمة في توطيد العلاقات من خلال المنتديات أو مواقع التعارف.
- حل جميع المشاكل المترتبة عن ضيق الوقت وقلة المال.[3]

ثانيا: وظائف المواقع الالكترونية:

في ظل التغيرات التكنولوجية والتقنية، أصبح اكتساب وإنشاء موقع ويب في بعض المؤسسات وليد إرادة المسير ورغبته في الظهور دون وعي منه لوظائفه وفعالياته، وحقيقة الأمر إن الوظائف الأساسية للويب عادة ما تكون مرتبطة أو مكملة لبعضها البعض، وهناك بعض المواقع تشتمل على عدة وظائف مرة واحدة وهي:

1. الوظيفة التأسيسية:

هي الوظيفة المرطبة للويب والمتعلقة بالاتصال والتعريف بأنشطة المؤسسة أكثر مما هو مخصص لترويج المنتجات والخدمات، والوظيفة التأسيسية يمكن أن يخصص لها موقع ويب خاص أو تكون جزءا من موقع ويب أكثر شمولا ومن بين مجالات تطبيقها:

- عرض نشاط المؤسسة، ويشمل وصف قطاع النشاط ووصف مكان تواجد المؤسسة جغرافيا.
- عرض المعلومات المالية للمستثمرين الراغبين في الاستثمار في المؤسسة عن طريق إتاحة تقارير عن أنشطتها.

---

[1]- الموقع الالكتروني مستقل، **الدليل الشامل الى انشاء موقع الكتروني احترافي**، تاريخ الاطلاع 2022/06/06، توقيت الاطلاع، 18:03 https//blog.mostaql.com/building-website /

[2]- Domingo Fernández-Uclés and others ، **The importance of websites for organic agri-food Producers**, Economic Research, VOL. 33, NO. 1, Informa UK Limited, trading as Taylor & Francis Group,2020, p 2876.

[3]- تصر الدين حسن أحمد، **عناوين مواقع الأنترنت-تسجيلها وحمايتها، تنازعها مع الماركات التجارية**، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008، ص 61.

- عرض التربصات أو التوظيف الممكن للمؤسسة أن توفرها لزبائنها، مما يمكنها من حسن معالجة طلبات التوظيف والتربصات ويخفض عليها نفقات الإدخال.

2. وظيفة عرض المنتجات والخدمات:

إن وظيفة عرض المنتجات والخدمات في الوقت الحالي هي الأكثر تواجدا في المواقع التجارية، وهي تسبق مرحلة البيع على الخط، ويرجع لها الفضل في التسويق الإلكتروني، ذلك لأن المتصفح يلجأ إلى مواقع عرض المنتجات والخدمات، للاطلاع على خصائص وسعر تلك الخدمات، بغرض الشراء أو مقارنة الأسعار، وبالتالي فإن هذه الوظيفة تساهم في تنوير الزبائن وتحفزهم على الشراء، لكن هذه الوظيفة تتطلب تزويد المنتج أو الخدمة بمعلومات دقيقة، لأن العرض هو بمثابة إشهار وترويج.

3. وظيفة التحويل:

تعني هذه الوظيفة البيع على الخط لمختلف المنتجات والخدمات دون الاهتمام بطريقة التسديد المستخدمة، ولها أهمية نسبية حسب الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة ويمكن حصرها في:

- البيع المباشر حيث يكون الاتصال مباشر مع المستهلك النهائي دون الحاجة إلى شبكة توزيع.
- البيع عن بعد من خلال إنشاء موقع ويب يكون بمثابة وسيلة بيع عن بعد دون الحاجة إلى نشر قوائم البيع.
- الحصول على أسواق جديدة ذلك من خلال اقتحام الانترنت الأسواق الخارجية.
- خفض تكاليف التحويل باعتبار أن استخدام الشبكة في البيع يعتبر أداة لتخفيض التكلفة بالنسبة للبائع أو المشتري.

4. وظيفة تكوين القيمة المضافة:

الأساس في هذه الوظيفة هو استخدام موقع الويب لزيادة قيمة استخدام واستغلال منتج أو خدمة معينة عن طريق التحديث أو إثراء الخدمة المرطبة به، وتظهر هذه الزيادة خاصة في المنتجات والخدمات المعلوماتية.[1]

5. وظيفة العلامة التجارية:

إن الطريقة المتعبة غالبا في استخدام مواقع الويب لخدمة العلامة التجارية هي تحفيز المتصفح ليعود لزيارة الموقع مرة أخرى، فمن خلال الزيارات المتكررة للموقع يمكن غرس العلامة التجارية في ذهن رواد الموقع.[2]

6. وظيفة دعم الزبون:

يعتبر موقع الويب أداة قوية لدعم الزبائن خطيا بالمعلومات والوثائق في شكل استشارات ومساعدة في مختلف الميادين على مدار 24/24 ساعة 7/7 أيام خصوصا بالنسبة لتلك المؤسسات الكبيرة التي تنشط على المستوى الدولي، حيث يقوم الزبون بتسجيل رقم هاتفه على الويب لتتصل به المؤسسة لاحقا، لتقدم له المساعدة لحل مشكل متعلق بالمنتج أو بالخدمة.

7. وظيفة جمع المعلومات:

الويب والبريد الالكتروني يعتبر أداة بسيطة وسريعة بيد المستثمرين والعملاء للاستفسار عن منتج أو خدمة معينة، وبالتالي فهو يقوم بجمع المعلومات لتوظيفها في تحسين الأداء، لأن المؤسسة ليس لها اتصال

[1]- خضر مصباح الطيطي، **التعليم الإلكتروني من منظور تجاري وفني وإداري**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص ص 161-162.
[2]- إبراهيم بختي، **التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص ص 161-163.

مباشر مع المستهلك بل مع الوسطاء الموزعين، لكن من خلال الويب أصبح بمقدورها الاتصال المباشر مع المستهلك.[1]

المطلب الرابع: تحديات التجارة الالكترونية محليا وعربيا

تقف عدة عقبات وصعوبات في وجه تطور التجارة الالكترونية العربية والمحلية ومن أهمها:

- قلة حضور البنوك العربية في صفحات الانترنت وتخوف بعضها من اصدار بطاقات الائتمان بشكل عام.
- نقص الوعي وغياب محاولات التوعية حول أهمية التجارة الالكترونية للأفراد والمنظمات التجارية معا.
- عدم تبني الحكومات العربية استراتيجية قومية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات واعتمادها على العمل اليدوي والبيروقراطي.
- التخلي عن عدد من العمالة المتوسطة وعديمة الخبرة، وذلك لان استخدام شبكة الانترنت يحتاج الى أشخاص مؤهلين، ما يخلق فرص عمل للشباب.
- على الرغم من توافر قدرات التطوير وتصميم البرامج في الوطن العربي، فانه للآن لم يتم تحويل هذه القدرات الى طاقات إنتاجية مؤثرة لقطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يؤدي الى زيادة تخلفنا باللحاق بالعالم الالكتروني الجديد.[2]

[1]- خضر مصباح الطيطي، **مرجع سابق**، ص ص 110-111.
[2]- محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، **المعرفة والإدارة الالكترونية**، الطبعة الأولي، الأردن، 2011، ص-ص37، 38

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق تبين ان أسواق المواد الأولية وتنظيمها من اهم القضايا التي لابد من الالتفات لها بشكل واسع وذلك لأدوارها الفعالة في مختلف المجالات حيث يتقرر نجاح اقتصاد أي بلد بمدى نجاعة هذه الأسواق؛ لذلك أحطنا في هذا الفصل بمختلف وأبرز الجوانب المتعلقة بها من حيث كيفية نشأتها، تطورها، حقيقتها، أهميتها البالغة ومختلف الصعوبات التي تعيقها، وكل ذلك بطريق الإيجاز قدر الإمكان.

كما تطرقنا في هذا الفصل الى المواقع الالكترونية التي تعتبر من التعابير الحديثة فعمدنا الى تعريفها وتبيان أهمتها وأنواعها وكذا التحديات التي تواجهها، فالمواقع الالكترونية محليا وعربيا لا زالت في البداية وتحتاج إلى الكثير من الجهود والخبرات والعمل المتواصل لأجل تحقيق الأهداف المرجوة، ومواجهة جميع التحديات والعراقيل والتغلب على نقاط الضعف، والأكيد أن نمو الأسواق والمؤسسات ستنمو وتتطور أكثر ويسهل التعامل داخلها من خلال الاعتماد هذه المواقع وتبنيها في مختلف المعاملات.

الفصل الثاني

تمهيد:

بعد أن تم التطرق في الفصل الأول إلى الجانب النظري من موضوع الدراسة المتمثل في التعرف على أسواق المواد الأولية وعلى ماهية المواقع الالكترونية بصفة عامة.

ومع تطور التكنولوجيا في العصر الحالي، وتطور الأسواق والصناعة في الجزائر واختلاف المواد الأولية والمنتجات المتداولة في مختلف المناطق من البلاد، صار لزاما على الجميع مواكبتها من مختلف النواحي.

فكان لابد من تناول الأساس التطبيقي لدور المواقع الالكترونية في تنظيم سوق المواد الاولية فارتأينا لفكرة خلق وإنشاء موقع الكتروني لتداول المواد الأولية المختلفة، واخترنا المواد الأولية التي تدخل في الصناعات الإنتاجية البلاستيكية، لكون سوقها شامل ومتنوع ويحمل الكثير من الأفكار والخبايا في داخله.

ومن أجل إيصال فكرة الموقع الالكتروني قمنا بتقسيم هذا الفصل الى مبحثين وهما:

المبحث الأول: سوق المواد الأولية.

المبحث الثاني: شرح للموقع الالكتروني.

المبحث الأول: سوق المواد الأولية

تعتبر أسواق المواد الأولية من أقدم الأسواق في العالم، حيث شهدت في هذه السنوات الأخيرة تحسنا مستمرا بغية بلوغ الأهداف من ضمان سلامة المعاملات بين المتدخلين في الأسواق، الشفافية في التعامل وغيرها. وتسعى العديد من الدول الى تطوير وإقامة أسواق المواد الأولية ووفقا للمعايير الدوية ومن بين هذه الدول الجزائر إذ تعرف الجزائر في الوقت الحالي وجود العديد من أسواق المواد الأولية سواء المحلية أو المستوردة وفي مختلف المجالات، وبالتالي سوف نستعرض في هذا المبحث سوق المواد الأولية البلاستيكية.

وعليه تم تقسيم هذا المبحث الى المطالب التالية:

المطلب الأول: تقديم عام لسوق المواد الأولية البلاستيكية في الجزائر

كانت الانطلاقة سنة 1975م من قبل شركة " SONATRACH" تحت مسؤولية الشركة الفرعية التابعة لها ENIP أنداك، تزامنا مع الثورة الصناعية في البلاد؛ حيث قامت الشركة بإنشاء مشروع لإنتاج المواد الأولية «PEHD GAZ» التي تدخل في عملية انتاج الأنابيب البلاستيكية وأيضا الاغطية المستخدمة في البيوت البلاستيكية وهذا دعما للفلاحة والإنتاج الفلاحي. في بداية الثمانينيات ونظرا للطلب المتزايدة على المواد الأولية البلاستيكية من أجل انتاج ما يساهم في عمليات التخزين والنقل للمواد الفلاحية، القوارير البلاستيكية للزيت من أجل التخلص من الصفائح الحديدية، كان لزاما على الشركة الزيادة في الكميات نظرا للطلب الكبير في السوق، وكون المؤسسة حديثة النشأة صار واجبا عليها التوجه للاستيراد من أجل تلبية حاجيات السوق وبهذا صار السوق الجزائري للمواد الأولية البلاستيكية يتميز بالعديد من الأنواع المختلفة والتي تدخل في العديد من الصناعات الكبيرة منها والصغيرة وكل هذا من منطلق واحد حيث كانت الشركة الوطنية تستورد المواد الأجنبية لإضافتها الى المواد المصنعة محليا.[1]

وفي مطلع التسعينات ومع تطور سوق المواد الأولية في الجزائر أطلقت مشروع خط انتاج جديد للمواد التي كانت تستوردها سابقا مع الإبقاء على نفس الكميات المستوردة سنويا، وبهذا تمكنت الجزائر من خلق سوق وطنية متنوعة، والجدول التالي يوضح الكميات المنتجة محليا مقابل الكميات المستوردة

الجدول رقم (02-01): الكميات المنتجة محليا مقابل الكميات المستوردة :

السنة	الكمية المنتجة محليا(بالطن)	الكمية المستوردة (بالطن)
2015	65 ألف	1,7 مليون
2016	67 ألف	1,9 مليون
2017	70 ألف	2,03 مليون
2018	65 ألف	2 مليون

المصدر: من اعداد الطلبة، اعتمادا على: تصريحات رئيس قسم المبيعات سابقا، والمواقع الالكترونية التالية:2022/05/18 الساعة 02:25

https://radioalgerie.dz/news/ar/article/20190409/166645.html
https‹//www.aps.dz/ar/economie/54259-2018-03-12-09-04-11

[1]- مقابلة مع رئيس قسم المبيعات سابقا لشركة سوناطراك فرع CP2K،
https://radioalgerie.dz/news/ar/article/20190409/166645.html
https‹//www.aps.dz/ar/economie/54259-2018-03-12-09-04-11

المطلب الثاني: مفهوم المواد الأولية البلاستيكية

يعد البلاستيك أحد المواد التي تصنع بشكل خاص من المواد العضوية، ويعرف على انه أي بوليمر عضوي او صناعي او شبه صناعي يتكون بصورة دائمة من الكربون والهيدروجين، كما من الممكن ان يحتوي على عناصر أخرى غيرها، ويشار الى أن مصطلح البلاستيك يشير الى خاصية اللدونة والقدرة على التشوه دون الانكسار.

1. تعريف المواد الأولية البلاستيكية

تأتي تسمية البلاستيك من الكلمتين اليونانيتين "Plastikos" و" Plastos"، حيث تعني الكلمة الأولى قابلية القولبة، في حين تدل الثانية على قابلية الصب، مما يشير إلى خصائص البلاستيك المتمثلة بقابليته للتشكل بعدة أشكال مختلفة، ويتكون البلاستيك بشكل أساسي من وحدات كبيرة تعرف باسم البوليمرات، التي تتكون من مونومرات التي تعد وحدات صغيرة من الكربون، كما تتموضع هذه المونومرات وفق ترتيبات مختلفة مكونةً أعدادًا ضخمة من البوليمرات ذات التراكيب الكيميائية المختلفة.

والمواد الخام المستخدمة في صناعة البلاستيك والتي تدخل في تركيبته كثيرة، ومن هذه المواد نذكر ما يلي: مواد عضوية من نفط، وفحم، وغاز طبيعي، مادة الإيثلين "C2H4" التي تعد من الغازات العضوية، التي تكون بنيتها من ذرتي كربون وأربع ذرات هيدروجين، مواد كيميائية تستخرج من الفحم والغاز، مواد تعطي البلاستيك مزيدًا من الليونة والمرونة. [1]

2. ما هي مصادر المواد الخام لصناعة البلاستيك

يوجد عدد من المواد الخام والذي يتم استخدامها لصناعة البلاستيك وهي:

- مواد كيماوية والذي تستخرج من الفحم والنفط.
- الإيثلين وهو غاز عضوي يتألف من عنصري الهيدروجين والكربون.
- بعض المواد التي تزيد الليونة والمرونة.[2]

المطلب الثالث: شرح عام لسوق المواد الأولية البلاستيكية

من أجل شرح السوق ومحاولة إيصال الفكرة حوله ارتأينا أن نقوم بمقابلة مع بعض الناشطين في هذا السوق، حيث كان لنا لقاء مع أحد تجار الجملة ومع مستورد بولاية سطيف، صاحب مؤسسة لإنتاج القطع البلاستكية الميكانيكية للآليات، وأيضا رئيس قسم مبيعات سابقا لدى الشركة الوطنية CP2K سكيكدة.

ومن خلال هاته اللقاءات المتتالية جمعنا مجموعة من الأجوبة التي من شأنها أن توضح كيفية سير السوق والمعاملات والمبادلات بين مختلف الأطراف، نستعرضها في الجدول التالي:

[1]- موقع تجارتنا، **المواد الاساسية لصناعة البلاستيك وأنواع البلاستيك**، نبوغ صالح، تاريخ الاطلاع 2022/05/12، توقيت الاطلاع، 27،00: tijaratuna.com

[2]- موقع صناع المال، **كيفية تصنيع البلاستيك (المواد الخام، الخطوات)**، تاريخ الاطلاع، 2022/06/03، توقيت الاطلاع، 22:39. almaal.org

الجدول رقم (02-02): كيفية سير المعاملات والمبادلات داخل سوق المواد الأولية البلاستيكية.

الشخص	مناخ المقابلة	أهم النقاط
مستورد من ولاية سطيف	- **تاريخ المقابلة**: كانت المقابلة يوم 2022/05/15 على الساعة 11:00 في بلدية مزلوق، ولاية سطيف. **مدة المقابلة:** نصف ساعة، كان الاستقبال على مستوى وحدة التخزين الخاصة بالمستورد. - تم تسجيل الإجابة بشكل مباشر.	- شرح لعملية الاستيراد. - كيفية وضع الأسعار.
المدير التجاري لفرع CP2K التابع لشركة SONATRACH	- **تاريخ المقابلة:** كانت المقابلة **هاتفية** يوم 2022/05/16 على الساعة 10:30 صباحا. - **مدة المقابلة:** 25 دقيقة، قمنا بأخذ نقاط ثم صياغة الإجابات المناسبة.	المواد الأكثر طلبا في السوق. - كيفية دراسة أسعار السوق. - معيار الجودة.
رئيس قسم المبيعات سابقا لدى لفرع CP2K التابع لشركة SONATRACH	**تاريخ المقابلة:** 2022/05/16 على الساعة 18:00. **مدة المقابلة:** ساعة ونصف، المقابلة تمت في مقر سكن المعني بالأمر. - تم تسجيل الإجابات بشكل مباشر.	كيف يكون الطلب على المواد عبر مختلف المواسم. - العوامل المؤثرة على توفر المواد في السوق.
تاجر جملة بولاية سطيف	**تاريخ المقابلة:** 2022/05/18 على الساعة 10:30. **مدة المقابلة:** نصف ساعة، المقابلة كانت على مستوى مستودع الجملة ببلدية عين السفيهة، ولاية سطيف. - تم تسجيل الإجابات بشكل مباشر	- كيف يتم وضع أسعار المواد الأولية. إمكانية وجود فرق في الأسعار بين المناطق الشرقية والغربية للبلاد.
منتج في ولاية سطيف	**تاريخ المقابلة:**2022/05/19 على الساعة 11:00 صباحا. **مدة المقابلة:** 45 دقيقة، أجريت في مقر العمل، ولاية سطيف. - تم تسجيل الإجابات بشكل مباشر.	- استهلاك المواد. - العوامل المؤثرة على توفر المواد في السوق. المواد الأكثر طلبا في السوق.
صاحب مؤسسة نقل	**تاريخ المقابلة:** 2022/05/20، على الساعة 13:20. **مدة المقابلة:** 20 دقيقة، أجريت المقابلة في ولاية سكيكدة، أمام مقر شركة سوناطراك حيث كان يباشر عملية التحميل من أجل نقل حمولة، - قمنا بتدوين أهم المعطيات	- وسائل النقل المتوفرة. - طرق النقل الأكثر شهرة في الجزائر - كيفية وضع الأسعار.

المصدر: من اعداد الطالبين.

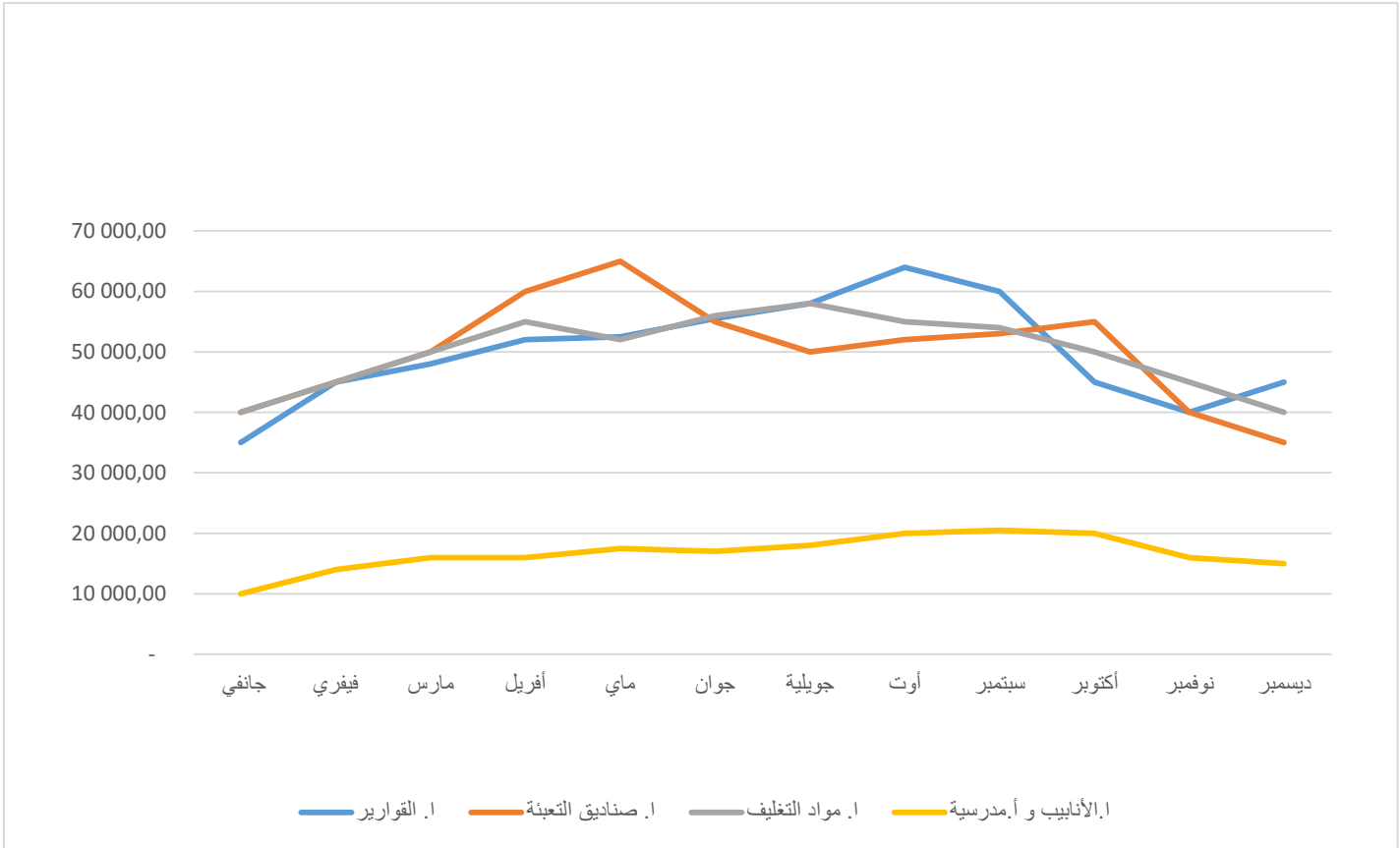
1. **يتم الاستيراد**

من بين أهم شروط الاستيراد في هذه السوق هو أنه لا بد أن يتوفر طلب الاستيراد على الوثائق التالية:

- نسخة من السجل التجاري.
- نسخة عن الفاتورة الشكلية التي تحدد المنتوج، الكمية، القيمة والبلد المنشأ.
- مستخرج عدم الإخضاع للضريبة.
- شهادة تحيين الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء أو الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء.
- وأيضا يجب أن تكون السلعة قانونية ولا يوجد حظر عليها.[1]

2. **الطلب على المواد البلاستيكية عبر مختلف المواسم**

يختلف الطلب على المواد البلاستيكية عبر المواسم باختلاف نوع المواد والمنتج المراد تصنيعه، حيث هناك مواد مستخدمة في الصناعات الكبيرة « PEHD GAZ PVC » مثلا يستخدم في صناعة الأنابيب البلاستيكية الكبيرة، يكون الطلب عليها منتظم على مدار السنة بينما مثلا « PEHD TR144 » يكون مطلوبا بكثرة في فصل الصيف وذلك لكونه يستعمل في صناعة الأكياس البلاستيكية وقوارير المياه. وهنا يكمن الفرق في الطلب على المواد باختلاف المواسم وذلك حسب نوع الصناعة الموجودة خلال الفترات الزمنية المختلفة.[2]



الشكل رقم(02-01): استهلاك المواد الأولية على مدار السنة

المصدر: من اعداد الطالبين، اعتمادا على تصريحات المدير التجاري لفرع CP2K التابع لشركة SONATRACH.

[1]- مقابلة مع أحد المستوردين من ولاية سطيف.

[2]- مقابلة مع رئيس قسم المبيعات لدى شركة سوناطراك فرع **CP2K** سابقا.

شرح المنحنى:

أ- انتاج الأنابيب وبعض الأدوات المدرسية:

يمثل المنحنى الأصفر استهلاك الكميات التي تدخل في إنتاج الأنابيب البلاستيكية وبعض الأدوات المدرسية حيث نرى أن استهلاك المواد الأولية الخاصة بهذا النوع يكون تقريبا ثابت حيث:

- الثلاثي الأول من السنة الإنتاجية يكون تقريبا 14,000 طن شهريا.
- الثلاثي الثاني يرتفع إلى حوالي 17.000 طن شهريا.
- الثلاثي الثالث من السنة وخاصة في فصل الصيف تزامنا مع اقتراب الموسم الدراسي يرتفع إلى حوالي 20,000 طن شهريا في هذه الفترة وذلك راجع لكونها تستهلك بكثرة في إنتاج الأدوات والأنابيب
- الثلاثي الرابع يعود إلى متوسط الاستهلاك الذي يمثل 15,000 طن شهريا.

ب- انتاج القوارير البلاستيكية:

بالنسبة لمنحنى إنتاج القوارير والممثل باللون الأزرق نلاحظ في:

- الثلاثي الأول من السنة أن استهلاك المواد الأولية يتراوح بين 35.000 طن إلى 42,000 طن شهريا وذلك نظرا لبرودة المناخ وبالتالي قمة الطلب على المنتجات.
- الثلاثي الثاني يكون ارتفاع طفيف وذلك راجع لبداية موسم الحر في البلاد حيث يكون الاستهلاك تقريبا بين 52.000 طن إلى 55,000 طن شهريا.
- الثلاثي الثالث من السنة الإنتاجية يكون استهلاك المواد الأولية مرتفع نسبيا حيث يتراوح بين 58,000 طن إلى 64,000 طن شهريا وذلك بسبب موسم الصيف حيث يكون استهلاك المياه والعصير وكل مشروبات بكثرة وهذا ما يجعل استهلاك المواد الأولية الخاصة بإنتاج القوارير بوفرة ويكثر الطلب عليه.
- الثلاثي الأخير من السنة الإنتاجية يعود الاستهلاك الشهري تقريبا الى المتوسط حيث تتراوح بين 40,000 طن إلى 45,000 طن شهريا وهذا بسبب كون الاستهلاك الخاص بالعصائر منخفض خارج موسم الاصطياف.

ج-انتاج مواد التغليف:

يمثل المنحنى الرمادي انتاج مواد التغليف على مدار السنة، حيث يظهر ما يلي:

- الثلاثي الأول من السنة الإنتاجية يكون الاستهلاك في المتوسط حيث يبلغ 45.000 طن شهريا.
- في الثلاثي الثاني يزيد الطلب على المواد الأولية التي تدخل في انتاج مواد التغليف تدريجيا حيث يصل الى متوسط 55.000 طن شهريا وذلك تحسبا لشهر رمضان وموسم الاصطياف.
- الثلاثي الثالث يبلغ استهلاك المواد الأولية ذروته حيث يصل الى 58.000 طن شهريا، وذلك راجع الى كثرة استهلاك مواد التغليف وخصوصا خلال موسم الاصطياف.
- الثلاثي الأخير يعود الاستهلاك الشهري تدريجيا الى متوسط 45.000 طن شهريا وهنا يستقر السوق.

د-انتاج صناديق التعبئة:

يمثل المنحنى الملون بالبرتقالي استهلاك المواد الأولية التي تدخل في انتاج صناديق التعبئة حيث يظهر المعطيات التالية:

- الثلاثي الأول يكون الاستهلاك عادي تقريبا مثل مواد التغليف والقوارير حيث يكون في متوسط 45.000 طن شهريا.
- الثلاثي الثاني يرتفع الاستهلاك الى حوالي 65.000 طن شهريا وذلك تزامنا مع البدأ في عملية انتاج الصناديق تحسبا لانطلاق جمع الفواكه الموسمية كالبرتقال والتفاح ...
- الثلاثي الثالث يبدا الاستهلاك في التراجع نسبيا حيث ينخفض الى 53.000 طن شهريا وذلك راجع الى استمرار عملية جني المحاصيل التي تتطلب صناديق التعبئة.

- الثلاثي الأخير من السنة الإنتاجية ينخفض فيه استهلاك المواد الأولية حيث يصل الى 35.000 طن شهريا وهذا بسبب انتهاء أغلب عمليات جمع المحاصيل وتخزينها.

بعد تحليلنا للمنحنى البياني نلاحظ أن أغلب المواد الأولية المستهلكة على مدار السنة ترتبط بطبيعة المواد المصنعة والمستهلكة من طرف المستهلكين حيث وجدنا أنها تختلف من مادة أولية لأخرى ومن موسم لأخر.

3. المواد الأكثر طلبا في السوق

هي المواد التي تدخل في صناعة الأكياس البلاستيكية ومواد التغليف حيث يعود ذلك لتوفر العديد من الورشات الصغيرة المختلفة والمتفرقة عبر الوطن، بينما المواد التي تدخل في الصناعات الثقيلة فتكون مطلوبة فقط من طرف أصحاب المصانع الكبرى في الجزائر.[1]

4. العوامل المؤثرة على توفر السلع في السوق

يوجد العديد من العوامل ومن بينها:

الطلب على المنتجات، حيث تختلف المنتجات في طبيعة المواد المستخدمة في صناعتها كون اذا كانت المادة مستوردة أو محلية الصنع وذلك يمكن أن يؤثر على توفرها في السوق وهذا بسبب ظروف الاستيراد بالنسبة للمواد الأجنبية حيث يمكن أن تخلق عوائق جمركية من شأنها أن تعطل وصول السلعة، أما بالنسبة للمواد المحلية فيعتبر توفر الغاز اللازم العامل الأساسي في إنتاجها وتوفيرها في السوق بالكميات المناسبة.[2]

5. يتم دراسة أسعار السوق

بالنسبة للسعر فان السعر مرتبط ببورصة عالمية حيث يكون السعر نفسه تقريبا في كل المناطق سواء عبر الوطن أو عالميا، وما يخلق الفارق في الأسعار هو قيمة العملة الوطنية وأيضا مصاريف النقل البحري لاستيرادها، أما بالنسبة لهامش الربح في الجزائر لدى الموردين وتجار الجملة فان الأغلبية يستخدمون المعادلة التالية "سعر البيع يساوي ثمن الشراء زائد هامش الربح (10 دج) للكيلوغرام".[3]

6. يوجد فرق في الأسعار بين شرق وغرب البلاد

لا يوجد فرق في الأسعار بين المناطق ولكن الاختلاف يكون في مبلغ إيصال السلعة من منطقة لأخرى ويختلف من سائق لأخر.[4]

7. اعتماد معيار الجودة في وضع السعر

طبعا يتم اعتماد معيار الجودة في وضع السعر حيث أن المواد تختلف من شركة لأخرى مثلا سعر PEHD SONATRACH الجزائري و PEHD SABICالقادم من السعودية يختلف بقيمة 10 دج للكلغ الواحد وهذا راجع لجودة المنتجات، وأيضا خصائص كل مادة أولية، أنظر الملحق"1،2،3،4،5،6،7،8،9».[5]

---

[1] مقابلة هاتفية مع المدير التجاري لفرع **CP2K** سكيكدة.

[2]- مقابلة مع رئيس قسم المبيعات لدى شركة سوناطراك فرع **CP2K** سابقا.

[3]- مقابلة هاتفية مع المدير التجاري لفرع **CP2K**، سكيكدة.

[4]- مقابلة مع تاجر جملة، سطيف.

[5]- مقابلة هاتفية مع المدير التجاري لفرع **CP2K**، سكيكدة.

8. استهلاك المواد

يتم استهلاك المواد الأولية حسب التقسيم الجغرافي للبلاد، حيث نجد أن المواد الأولية التي تدخل في صناعة الصناديق البلاستيكية يكون الطلب عليها أكثر في الولايات الفلاحية بينما المواد الأولية التي تدخل في انتاج مواد التغليف بشكل عام فيكون الطلب عليها كبير في المناطق ذات الكثافة السكانية العالية.[1]

9. النقل

تختلف وسائل النقل فيما يخص المواد الأولية ومن بين أحسن الطرق لدينا الشاحنات التي تحمل الوزن 22 طن او أكثر حيث تستغرق المدة 24 ساعة كحد اقصى لوصول السلعة، وفي الجزائر يوجد ثلاث طرق للنقل البري أولا الشركة الوطنية للنقل البري"**SNTR**" التي تعتبر أكثر طريقة آمنة لوصول السلع وأقلها تكلفة وذلك لحيازتها على تأمين للبضائع، ثانيا شركات النقل مثل شركة "**La Flèche Bleue Algérienne** " التي تتميز بدقة فيما يخص المواعيد وأيضا ضمان الحفاظ على سلامة السلع، اما الطريقة الثالثة فهي الشاحنات الخاصة والناقلين الخواص

ويكمل الفرق بين هذه الوسائل في السعر حيث يوجد طريقتين للتسعير:[2]

الجدول رقم (02-03): طرق لتسعير

التسعير حسب المسافة	التسعير حسب الوزن
SNTR تعتمد تسعيرة 5دج لكل 1 كلم	SNTR تعتمد سعر 2دج لكل 1كلغ
LFBA تعتمد تسعيرة 5.5 دج لكل 1 كلم	LFBA تعتمد سعر 2.5 دج لكل 1 كلغ
الخواص على حسب الاتفاق مع صاحب السلعة	الخواص على حسب الاتفاق مع صاحب السلعة

المصدر: من إعداد الطالبين، اعتمادا على تصريحات صاحب مؤسسة لنقل البضائع

10.أفضل وأنجح الطرق للدفع

حسب رأي أحد التجار وكذا تصريح أحد الزبائن فان أفضل طريقة هي الطريقة **التقليدية**، حيث تعتبر طريقة بسيطة وسهلة الاستعمال حيث يتم دفع ثمن السلعة نقدا، أما من بين سلبياتها هي التعامل بالدين مع التجار الأوفياء حيث يأخذ السلعة ويدفع ثمنها في المرة المقبلة وبهذا يبقى مدان دوما لدى التاجر، أما بالنسبة للموقع الالكتروني فان طريقة الدفع تتم باستخدام بطاقات الدفع الالكترونية ويمكن اعتبارها أكثر طريقة آمنة للطرفين حيث أن الزبون يحمي نفسه من خطر السرقة نظرا لكبر المبالغ وتاجر الجملة يتخلص من مشكلة الدين.

[1]- مقابلة مع أحد المنتجين، سطيف.
[2]- مقابلة مع صاحب شركة لنقل البضائع، سكيكدة.

المبحث الثاني: شرح للموقع الالكتروني الخاص بأسواق المواد الأولية

من أجل فهم الموقع الالكتروني الخاص بسوق المواد الأولية، تم وضع العديد من العناصر المختلفة من أجل الشرح انطلاق من طبيعة الموقع الالكتروني الى طريقة عمله ووصولا الى أهم الإضافات التي يمكن أن يوفرها في العديد من المجالات.

وعليه قسم هذا المبحث الى ثلاثة مطالب وهي كالآتي:

المطلب الأول: بطاقة تقنية للموقع الالكتروني.

المطلب الثاني: آلية عمل الموقع الالكتروني.

المطلب الثالث: استشراف آثار استخدام الموقع الالكتروني.

المطلب الأول: بطاقة تقنية للموقع الالكتروني

لا بد من وجود موقع الكتروني يسهل كافة التعاملات ويسهل التداول داخل سوق المواد الأولية البلاستيكية في الجزائر؛ لذلك قمنا بإنشاء هذا الموقع والذي له خصائصه المميزة له، وهي:

- اسم الموقع: DOUBLE FACE (DF).
-
- سبب اختيار الاسم: الأسواق ذات الوجهين كون الموقع يربط بين فئتين مختلفتين في المجتمع (الموردون والزبائن).
- اللغات المستعملة: HTML5 , CSS 3 , JAVA-SCRIPT.
- المكتبات: BOOT-STRAP5 , JQUERY .
- نوع الموقع: موقع الكتروني تفاعلي.

❖ **خطوات الانشاء:**

- تحديد نوع الموقع لاختيار لغة البرمجة المناسبة.
- تصور الشكل النهائي للموقع الالكتروني باستعمال برنامج الفوتوشوب.
- تنظيم هيكل الصفحات بلغة HTML.
- بعد تنسيق الصفحات بـ HTML يأتي دور لغة CSS لتزيين الموقع واعطاءه نمط فني بالألوان والأشكال الهندسية (Logo, Icônes, Boutons).
- استعمال BOOT-STRAP لتسهيل عملية التنسيق.
- استعمال « Font Awesome »للتحكم في الخط والأيقونات.
- لجعل الموقع ديناميكي متفاعل نستعمل لغة البرمجة JAVA-SCRIPT ولتسهيل ديناميكية الموقع قمنا بإضافة مكتبة تسمى JQUERY.[1]

[1] من اعداد الطلبة

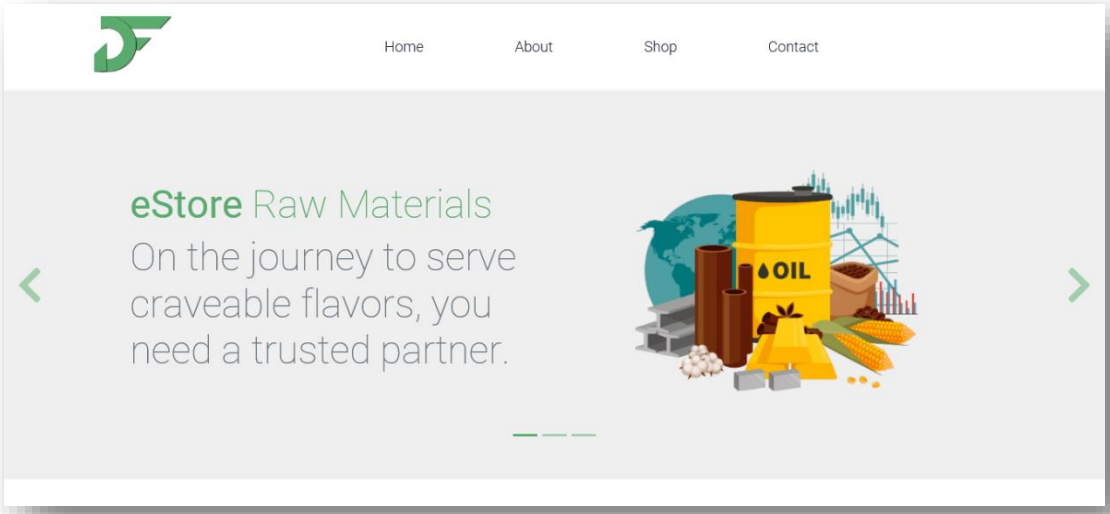
المطلب الثاني: آلية عمل الموقع الالكتروني

من أجل شرح ألية عمل الموقع سوف نقوم باستعراض بعض الصور مع شرح خفيف لكل مرحلة:

1. الدخول الى الموقع

بعد الدخول الى عنوان الموقع الالكتروني سوف نجد الصفحة الممثلة في الصورة والتي تشمل محتويات الموقع الالكتروني وكذا بعض التعاريف للمواد الأولية المتوفرة داخل الموقع الالكتروني.

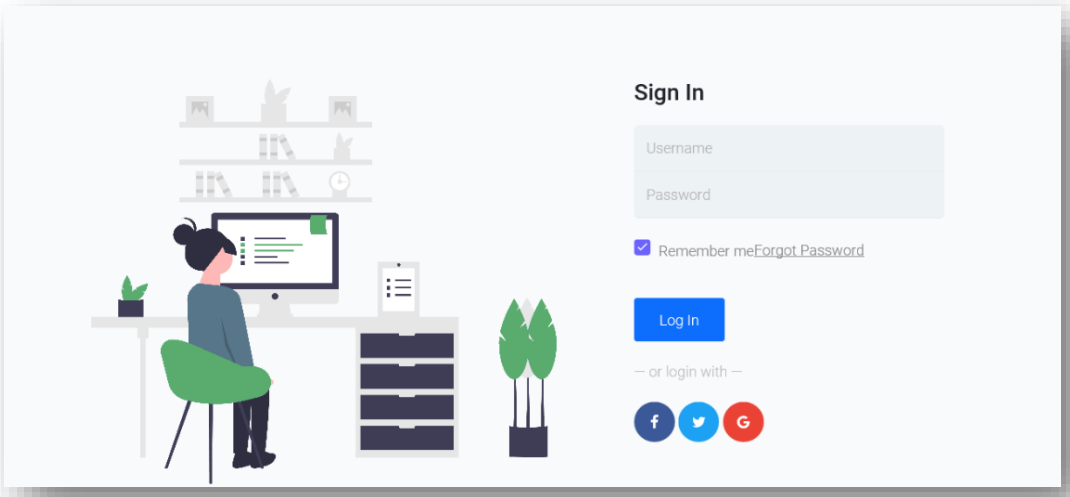
الصورة رقم (01): الواجهة الرئيسية للموقع الالكتروني.



2. تسجيل الدخول

في هاته الصفحة يقوم الزائر بتسجيل دخوله سواء كان زبونا أو بائعا أو متصفحا عاديا، أما إذا كانت أول زيارة للموقع، يقوم بالتسجيل في الموقع وذلك باستخدام أحد الحسابات مثل GMAIL ،FACEBOOK TWEETER وذلك باختيار الأيقونة المرغوب فيها.

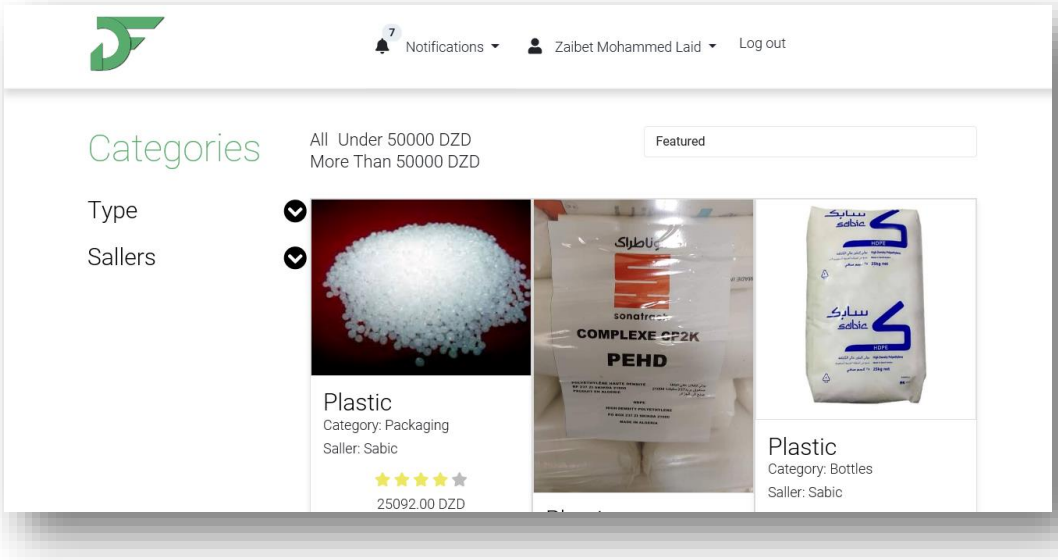
الصورة رقم (02): واجهة تسجيل الدخول للموقع الالكتروني.



3. التصفح

بعد القيام بعملية تسجيل دخول سوف يجد المتصفح نفسه في الصفحة الخاصة بالموقع حيث يوجد أنواع السلع المتوفرة وأيضا التجار، حيث يمكن للزائر أن يختار المواد الذي يبحث عنها ويعرف أسعارها.

الصورة رقم (03): واجهة تصفح السلع المتوفرة على الموقع الالكتروني

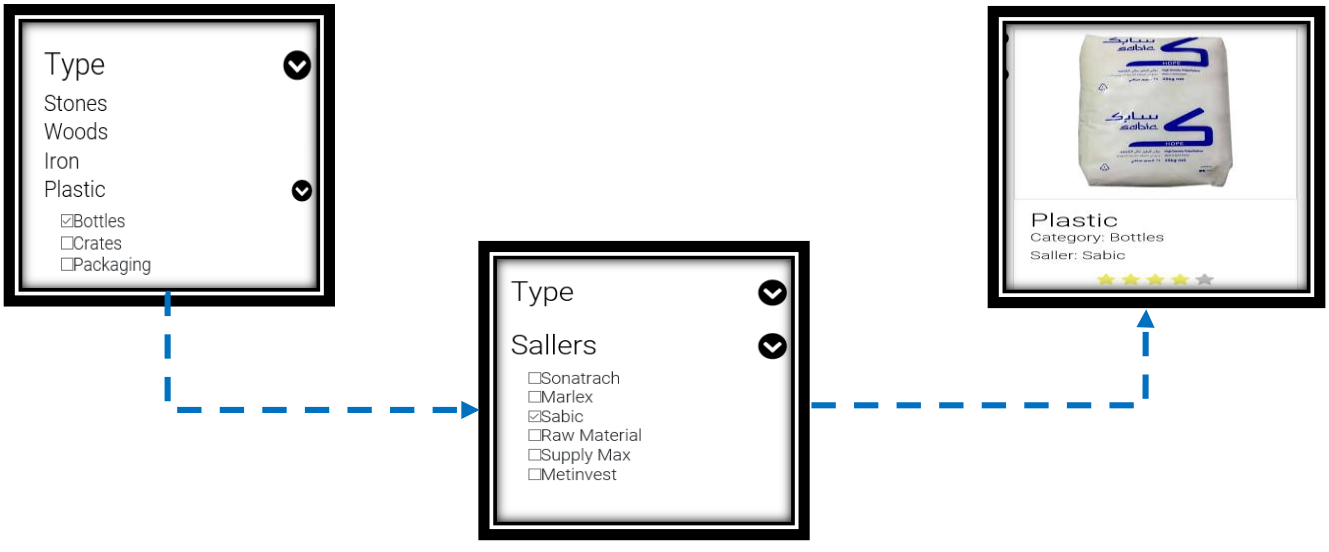


4. عملية الشراء

يقوم الزبون باختيار نوع المواد التي يرغب فيها، انطلاقا من طبيعة المنتج إلى الشركة التي يريد الوصول إليها حيث يمكن أن يختار أكثر من نوع وأكثر من شركة.

بعد أن يختار الزبون المنتج الذي يريد، تقوم الصفحة الخاصة بالتعريف به حيث تحتوي الصفحة على السعر، المصدر، التاريخ التعريف وأيضا البطاقة التقنية للمنتج، وفي أسفل صفحة عملية الشراء يجد الزبون طريقة الشحن التي يرغب فيها فمثلا عند وجود الكمية صغيرة يمكن أن يستعمل شاحنة صغيرة ويقوم باختيار الكمية المناسبة وبعدها الضغط على زر الشراء

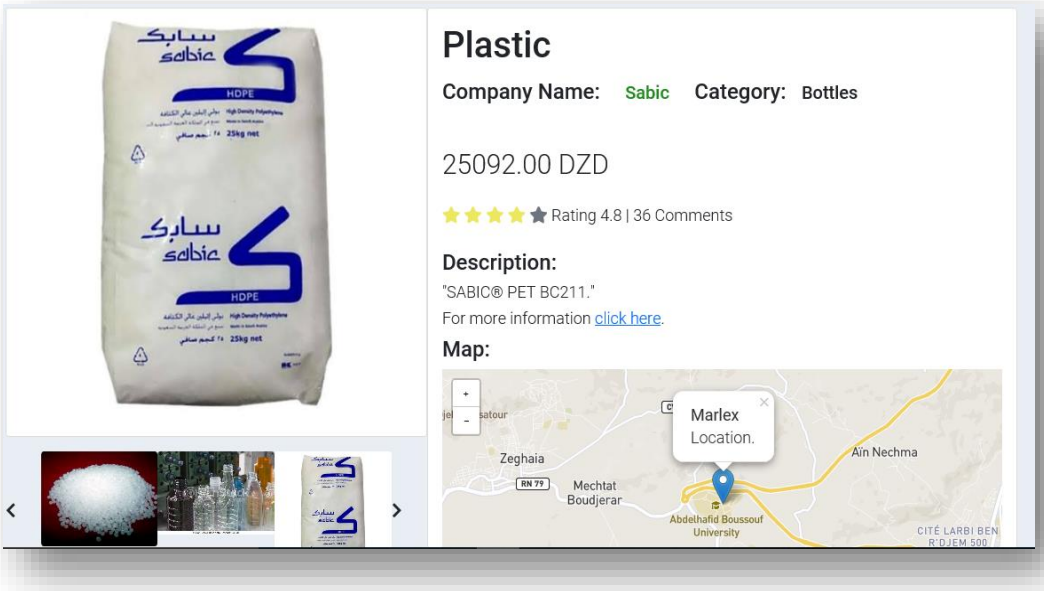
الصورة رقم (04): خطوات عملية الشراء



5. عملية اختيار المنتج:

بعد أن يختار الزبون المزاج الجيد الصفحة الخاصة بتعريف به حيث تحتوي الصفحة على السعر المصدر التاريخ التعريف وأيضا البطاقة التقنية للمنتج، في أسفل الصفحة عملية الشراء يجد الزبون طريقة الشحن التي يرغب فيها فمثلا عند وجود الكمية صغيرة يمكن أن يستعمل شاحنة صغيرة ويقوم باختيار الكمية المناسبة وبعدها الضغط على زر الشراء.

الصورة رقم (05): واجهة خاصة بالمنتج.



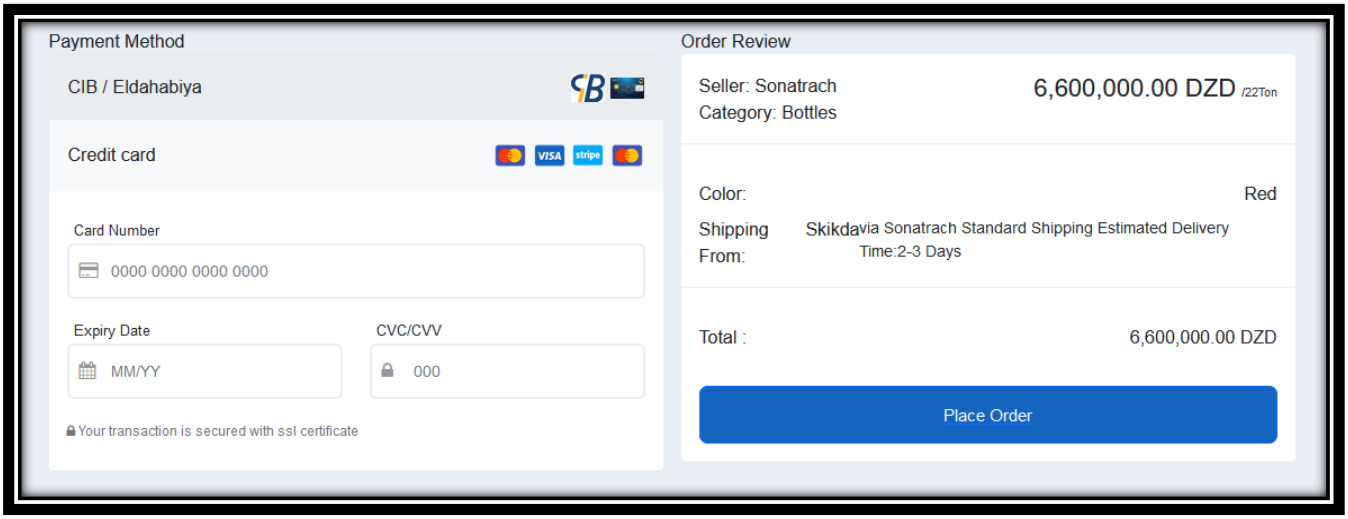
6. النقل:

بعد أن يتأكد الزبون من المنتج الذي يريد الحصول عليه يقوم باختيار نوع الشحن الذي يرغب في استعماله، أما اذا كان يملك وسيلة نقل خاصة فيمكنه استغلالها.

الصورة رقم (06): واجهة خاصة بالنقل

7. **الدفع:** بعد أن يقوم الزبون باختيار كل من المنتج والكمية وأيضا طريقة الشحن التي يرغب في استعمالها يصل الى مرحلة الدفع الموضحة في الشكل التالي:

الصورة رقم (07): واجهة خاصة بالدفع



حيث يقوم الزبون بإدخال بياناته الشخصية من أجل الدفع حيث يختار نوع وسيلة الدفع المناسبة له.

8. **تأكيد الدفع**

بعد أن يقوم الزبون باختيار كل من المنتج والكمية وأيضا طريقة الشحن، وبعد أن يقوم بالدفع يصل الى مرحلة تأكيد الدفع حيث يظهر له الشكل الموضح أسفله

حيث يحصل الزبون على نسخة من فاتورة الشراء بعد الضغط على «download It» يمكن الاطلاع على الملحق(10)

الصورة رقم (08): الواجهة خاصة بتأكيد الدفع

المطلب الثالث: استشراف أثار استخدام الموقع الالكتروني.

بعد متابعة عمل هذا الموقع ومراقبة عملية الشراء وكذا آراء وملاحظات بعض الأشخاص الذين ينشطون في القطاع، تمكنا من استخلاص أهم النقاط أو يمكن القول الإضافات التي يكمن أن يقدمها الموقع، وسوف نقوم باستعراضها في العناصر التالية:

1. **بالنسبة للمستورد (تاجر الجملة):**

- تسهيل عملية إيصال السلع عبر ما توفره من وسائل نقل، وضمان وصولها في ظرف قياسي.
- توفير مختلف المعلومات اللازمة عن المواد الأولية البلاستيكية المتوفرة في السوق.
- معرفة المواد الأكثر طلبا في السوق وهذا من خلال التقييمات التي يضعها رواد الموقع.
- وضع حد لمشكلة البيع بالدين، وهذا عن طريق الزامية دفع مبلغ السلعة لكي يستلم المورد الطلبية عبر بريد الكتروني.

2. **بالنسبة للمستهلك (المنتج):**

- التخفيض من التكاليف التي ينفقها أثناء البحث عن المواد الأولية لبلاستيكية، حيث عوضا عن التنقل من ولاية لأخرى يمكنه التصفح في الموقع من مكان تواجده.
- يمكن أن يجد الزبون كل المعلومات اللازمة عن المادة الأولية التي يبحث عنها من البطاقات التقنية الى الكميات المتوفرة الى مكان تواجدها.
- تسهيل الحصول على السلعة حيث تكون عملية الطلب مباشرة من مكان العمل عوضا عن التنقل الى مقر وجود السلعة.
- يقوم الموقع بذكر الكميات المتوفرة من السلع حتى يسهل على المنتج أن يسير مخزونه من المواد الأولية ويتفادى مشكلة ايقاف الإنتاج بسبب عدم توفر المادة الأولية لبلاستيكية.

3. **بالنسبة للنقل:**

- المساهمة في خلق مناصب شغل للناقلين من خلال توفير عمليات نقل بشكل مستمر لمختلف المواد مع احترام الحمولات المقيدة لتفادي المشاكل التي تنجم عن التحميل الزائد.

4. **بالنسبة للاقتصاد:**

- يمكن ان يساهم هذا الموقع في تنمية الاقتصاد وهذا بكونه يخلق منصة لتداول مختلف المواد الأولية لبلاستيكية مما يساهم في زيادة نشاطات الاستيراد وكذا الإنتاج.
- يوفر نوع من الرقابة على حركة الأموال وهذا يعتبر عامل من عوامل القضاء على التهرب الضريبي.
- خلق فرص جديدة للتداول مما يساهم في نشر ثقافة التجارة الالكترونية والخروج من نظام التجارة التقليدي
- مواكبة التطور التكنولوجي والاقتصاد الرقمي.

خلاصة الفصل:

يسعى الموقع الالكتروني الى تحسين صورة سوق المواد الأولية وإعطاء كافة المعلومات المرتبطة بالمواد المتداولة فيه والشركات التي تتعامل فيه بهدف إحياء عمل سوق المواد الاولية في الجزائر، تنميتها وتطويرها وذلك للوصول للفعالية والكفاءة المطلوبة، فهو يعتبر مصدر لخلق قيمة مضافة، إضافة الى كونه قناة توزيع وترويج وتبادل للمعلومات والاحصائيات.

لذلك سلطنا الضوء في هذا الفصل على فعالية الموقع الالكتروني ودوره في تنظيم سوق المواد الأولية البلاستيكية في الجزائر من خلال استعراض خصائص ومميزات هذا الموقع، توضيح آليات عمله وتبيان آثاره الايجابية على السوق.

خاتمة

الخاتمة:

فعالية المواقع الالكترونية في تنظيم أسواق المواد الأولية، موضوع تم التطرق اليه في هذه الدراسة، اذ يعتبر أحد أهم المواضيع الراهنة في ظل التوجهات العالمية نحو رقمنه الأنشطة عموما والاقتصادية منها خصوصا. وبغرض الإجابة على السؤال الرئيسي الذي استهل هذا البحث تم المرور بعدة مراحل بهدف تأكيد الفرضية التي انطلقنا منها.

بحيث تطرقنا في الفصل الأول لمختلف المفاهيم الأساسية في بحثنا ودراسة العلاقة بينها لإبراز الدور الفعال الذي تؤديه تكنولوجيا الاعلام والاتصال والذكاء الاصطناعي في تنظيم أسواق المواد الأولية بحيث سلطنا الضوء بصفة خاصة على المواقع الالكترونية.

أما الفصل الثاني فقد قمنا فيه بمحاولة انشاء موقع الكتروني بهدف تسهيل عمليتي البيع والشراء بالإضافة الى تقريب المسافات وتحسين نوعية التواصل بين مختلف المتعاملين للخروج من النطاق الضيق للمعاملات التجارية للمواد الأولية البلاستيكية كنموذج عن أسواق المواد الاولية. وباستغلالنا لهذين الفصلين قمنا باختبار صحة الفرضيات والتطرق الى اهم النتائج التي أسفرت عنها هاته الدراسة.

1. اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: تعمل المواقع الالكترونية على تسهيل التعاملات التجارية بين المورد والزبون من خلال تقليص الوقت وفترة الانتظار وأيضا ضبط الفوارق في الأسعار.

بعد إتمام انجازنا للموقع منحنا الفرصة لبعض الأشخاص من أجل محاولة القيام بعمليات التصفح والشراء وجدنا أن كل من شارك وجد سهولة كبيرة في الوصول الى مختلف المعلومات اللازمة واستعمال الموقع في وقت قصير، مما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية: تعمل المواقع الالكترونية على تقليص المسافات بين الزبون والمورد من خلال توفير أسرع وأفضل الطرق لنقل البضائع.

عند تواصلنا مع مختلف الناشطين في المجال من موردين وزبائن وطرح الفكرة الموجودة من أجل حل مشكلة المسافة والوقت، لاقينا استحسانا كبيرا من قبلهم. وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

الفرضية الثالثة: تعمل المواقع الالكترونية على تحسين نوعية التواصل بين مختلف المتعاملين من خلال توفير أفضل طرق للتواصل بين المورد والزبون.

بتوفيرنا لخاصية 7/24 أي عمل الموقع يوميا على مدار السنة (موقع مستمر)، كنا قد خلقنا حلا جزئيا لمشكلة التواصل بين المورد والزبون، ويبقا الحل المتبقي هو خاصية التواصل المباشر بين الطرفين، ونحن نعمل على توفير ذلك في أقرب الأجال.

2. نتائج الدراسة

- سوق المواد الأولية سوق شاملة ويكننه أن يقدم إضافات كبيرة للاقتصاد الوطني.
- سوق المواد الأولية يوفر حماية من مخاطر تضخم الأسعار لذلك أغلب المستثمرين يختارون التوجه اليه
- تقديم إضافات كبيرة لسوق المواد الأولية البلاستيكية حاليا وبقية المواد الأولية المتوفرة مستقبلا.
- بالنسبة للإنتاج الوطني يمكن لهذا السوق أن يساهم في رفعه وذلك بتخفيض قيمة الواردات والرفع من كمية الإنتاج المحلي.
- ترتبط أسواق المواد الأولية في الجزائر بالأسواق العالمية مما يجعل الأسعار وهوامش الربح فيها مدروسة
- تعتبر أسواق المواد الأولية من أهم القضايا التي لابد من الالتفات اليها لما تملكه من أدوار فعالة في الاقتصاد عامة والقطاع الصناعي خاصة.
- فيما يتعلق بالمواقع الالكترونية، يوجد بعض المواقع لتداول السلع ولكن ليس المواد الأولية.

- تعمل المواقع الالكترونية على تسهيل الإجراءات الإدارية لكل من المورد والزبون.
- تسهيل الخدمات على الفرد سواء كان مورد أو زبون عن طريق المواقع الالكترونية.
- توفر المواقع الالكترونية شفافية أكبر في السوق من خلال خاصية الأثرية (la trassibilité).
- غياب ثقافة التعامل الالكتروني لقلة الوعي وعدم الثقة.

3. افاق الدراسة

انطلاقا من دراستنا لهذا الموضوع، ومعرفة أهم الجوانب التي يشملها، وبإسقاط دراستنا على الواقع المعاش في الجزائر يمكن أن تقترح دراسة بعض المواضيع التالية:

- أسواق العمل والمقاولاتية في الجزائر.
- مدى قابلية المؤسسات الناشئة لتحقيق النجاح في الجزائر.
- التجارة الالكترونية في الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

1.الكتب:

- إبراهيم بختي، **التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- تصر الدين حسن أحمد، **عناوين مواقع الأنترنت-تسجيلها وحمايتها، تنازعها مع الماركات التجارية**، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008.
- خضر مصباح الطيطي، **التعليم الإلكتروني من منظور تجاري وفني وإداري**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- سعيد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي، **التسويق عبر الانترنت**، مكتبة المجتمع العربي، عمان-الأردن، 2007.
- عبد الفتاح. محمد سعيد، **إدارة التسويق**، الدار الجامعة، القاهرة، 1992.
- عبد المطلب عبد الحميد، **السوق العربية المشتركة الواقع والمستقبل في الالفية الثالثة**، دار النشر مجموعة النيل العربية، مصر، 2003.
- كريم بدوي، **تصميم مواقع الانترنت**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- مجموعة مؤلفين، **افاق الاقتصاد العالمي الضغط المالي والهبوط الاقتصادي والتعافي**، الطبعة الأولى، صندوق النقد الدولي، 2008.
- مجموعة مؤلفين، **بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية التحديات الاجتماعية والاقتصادية**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت نوفمبر 2016.
- محمد بلال الزعبي، **الحاسوب والبرمجيات الجاهزة**، دار وائل للطباعة والنشر، لبنان، 2004.
- يوسف صالح الجرعي، **تصميم المواقع الالكترونية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الإصدار الأول، صنعاء-اليمن، 2014.
- محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، **المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتها**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.

2.المذكرات:

- قوراري صونية، **إتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية**، مذكرة ماجيستير في العلوم الإنسانية تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011.

3.المجلات:

- بن منصور رمضان، بكاي رشيد: **دور المواقع الإلكترونية في التثقيف الصحي من أمراض السرطانية**، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، العدد 02، ديسمبر 2020.

مجلس القيم المنقولة، **اسواق المواد الاولية**، المغرب، يونيو،2013

4.المواقع الالكترونية:

- موقع ميم للأعمال، **المواد الأولية**، 04/16/ 2022.
- موقع صناع المال، **كيفية تصنيع البلاستيك (المواد الخام، الخطوات)** 2022/06/03، سا 22:29.
- radioalgerie.dz
- موقع تجارتنا، **المواد الاساسية لصناعة البلاستيك وأنواع البلاستيك**، نبوغ صالح (tijaratuna.com/ بتاريخ 2022/05/12 سا 00:27)
- www.almaal.org/how-to-manufacture-plastic-raw-materials-steps
- www.aps.dz
- وزارة التجارة الجزائرية) www.commerce.gov.dz/
- www.meemapps.com/term/raw-materials

5.المقابلات:

- مقابلة مع أحد المستوردين من ولاية سطيف،2022.
- مقابلة مع أحد المنتجين في ولاية سطيف، 2022.
- مقابلة مع تاجر جملة في ولاية سطيف، 2022.
- مقابلة مع رئيس قسم المبيعات سابقا لشركة سوناطراك فرع CP2K، 2022.
- مقابلة مع رئيس قسم المبيعات لدى شركة سوناطراك فرع CP2K سابقا، 2022.
- مقابلة مع صاحب شركة لنقل البضائع في ولاية سكيكدة، 2022.
- مقابلة هاتفية مع المدير التجاري لفرع CP2K سكيكدة، 2022.

المراجع باللغة الفرنسية:

- Cloude Demeure, "**Marketing** ", Paris : Dallaz, 1999.
- Domingo Fernández-Uclés and others, **The importance of websites for organic agri-food Producers**, Economic Research, VOL. 33, NO. 1, Informa

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01) بطاقة تقنية لمادة SONATRACH PEHD 5502

FICHE TECHNIQUE

POLYETHYLENE HAUTE DENSITE

GRADE 5502

APPLICATIONS PRINCIPALES

- Injection soufflage pour conteneurs de petite et moyenne capacité :
  - Eaux minérales
  - Cosmétiques
  - Produits pharmaceutiques
  - Eau de javel et détergent

CARACTERISTIQUES SPECIALES

Exceptionnelle résistance à la fissuration (ESCR)
Excellente rigidité et résistance au choc
Bon usinage

TEMPERATURES DE TRANSFORMATION RECOMMANDEES

Blow molding stock temp.	Extrusion meet temp.	Thermoforming surface temp.
171 à 204 °C	194 à 216 °C	171 à 182 °C

CARACTERISTIQUES

PROPRIETES	METHODES	UNITE	VALEUR
GENERALES			
▪ Indice de fluidité (2,16 g/190 °C)	ASTM D 1238	gr / 10 min	0,35
▪ Densité (23 °C)	ASTM D 1505	gr/ cm3	0,955
▪ Dureté, Shore D	ASTM D 2240	°	67
MECANIQUES			
▪ Résistance à la traction à la rupture (50 mn/min)	ASTM D 638 Type IV	MPa	28
▪ Elongation à la rupture (50 mn / min)	ASTM D 638 Type IV	%	>600
Module de flexion	ASTM D 790	MPa	1200
AUTRES			
▪ Résistance à la fissuration sous contrainte (ESCR), F50	ASTM D 1693	H	20
▪ Brittleness température	D 746	°C	> -76

الملحق رقم (02) بطاقة تقنية مادة MARLEX PEHD 5502-01ST

For more information and technical assistance contact:

Chevron Phillips Chemical
P.O. Box 4910
The Woodlands, TX 77387-4910
800.231.1212

Marlex® Polyethylene

PREMIUM EXTRUSION AND RIGID PACKAGING RESINS

Marlex® HHM 5502-01ST Polyethylene

HIGH DENSITY POLYETHYLENE (HDPE)

This high molecular weight, ethylene-hexene copolymer is tailored for extruded, thermoformed, and blow molded applications that require:

- Excellent stiffness
- Good processability
- Durability

Typical sheet extrusion and thermoforming applications include:

- Signage
- Tote boxes
- Food containers
- Fragility packaging

Typical blow molding applications include:

- Tote boxes
- Wastebaskets
- Storage sheds and cabinets
- Ice chests and coolers

This resin meets these specifications:

- ASTM D4976 - PE 235
- FDA 21 CFR 177.1520(c) 3.2a, use conditions B through H per Table 2 of 21 CFR 176.170(c)
- UL94HB yellow card per UL file E349283
- Listed in the Drug Master File

NOMINAL PHYSICAL PROPERTIES(1)	English	SI	Method
Density	---	0.955 g/cm^3	ASTM D1505
Flow Rate (MI, 190 °C/2.16 kg)	---	0.25 g/10 min	ASTM D1238
Tensile Strength at Yield, 2 in/min, Type IV bar	4,000 psi	27 MPa	ASTM D638
Elongation at Break, 2 in/min, Type IV bar	600 %	600 %	ASTM D638
Flexural Modulus, Tangent - 16:1 span:depth, 0.5 in/min	200,000 psi	1,370 MPa	ASTM D790
ESCR, Condition B (100 % Igepal), F_{50}	24 h	24 h	ASTM D1693
Brittleness Temperature, Type A, Type I specimen	< -103 °F	< -75 °C	ASTM D746

1. The nominal properties reported herein are typical of the product, but do not reflect normal testing variance and therefore should not be used for specification purposes. Values are rounded. The physical properties were determined on compression molded specimens that were prepared in accordance with Procedure C of ASTM D4703, Annex A1.

Revision Date: August, 2021

Chevron Phillips CHEMICAL

Before using this product, the user is advised and cautioned to make its own determination and assessment of the safety and suitability of the product for the specific use in question and is further advised against relying on the information contained herein as it may relate to any specific use or application. It is the ultimate responsibility of the user to ensure that the product is suited and the information is applicable to the user's specific application. Chevron Phillips Chemical Company LP does not make, and expressly disclaims, all warranties, including warranties of merchantability or fitness for a particular purpose, regardless of whether oral or written, express or implied, or allegedly arising from any usage of any trade or from any course of dealing in connection with the use of the information contained herein or the product itself. The user expressly assumes all risk and liability, whether based in contract, tort or otherwise, in connection with the use of the information contained herein or the product itself. Further, information contained herein is given without reference to any intellectual property issues, as well as federal, state or local laws which may be encountered in the use thereof. Such questions should be investigated by the user.

الملحق رقم (03) بطاقة تقنية لمادة SABIC PET BC211

SABIC® PET BC211

CRYSTALLINE POLYETHYLENE TEREPHTHALATE (PET)

DESCRIPTION

BC211 is a crystalline, high molecular weight thermoplastic polymer made by continues melt-phase polymerization process followed by solid-state polymerization. BC211 is especially formulated bottle grade PET characterized by low I.V., and low acetaldehyde generation during
melting.

TYPICAL APPLICATIONS

BC211 is especially suitable for the production of bottles for water and can be used for non-carbonated and other packaging applications.

TYPICAL PROPERTY VALUES

Revision 20210812

PROPERTIES	TYPICAL VALUES	UNITS	TEST METHODS
PHYSICAL PROPERTIES			
Intrinsic Viscosity [1]	0.76 ± 0.02	dl/g	SABIC method
DEG Content	<1.5	Wt. %	SABIC method
Crystalline Density	<1390	kg/m³	SABIC method
Moisture Content	<0.35	Wt. %	SABIC method
POLYMER PROPERTIES			
Acetaldehyde	<1	ppm	SABIC method
Color (L)	89 ± 4.0	L-value	IRC 0051
Color (b)	-1.5 ± 2.0	b-value	IRC 0051
Dust Content	<0.01	Wt. %	SABIC method
Bulk Density	850 ± 10	kg/m³	ASTM D1895

(1) Typical values; not to be construed as specification limits.

PROCESSING CONDITIONS

The PET (BC211) has to be dried to moisture content below about 30-40 ppm. The drying conditions typically used are 180 °C for 5 hours; the dew point of the drying air should be at least -40 °C. Typically, injection temperatures of 275 °C maybe used to get clear preforms with low acetaldehyde level. Even lower injection temperature can be tried, but if the preforms become hazy, the temperature should be raised. Low screw backpressures should be used.

FOOD REGULATION

BC211 is suitable for food contact application. Detail information provided in relevant Material Safety Datasheet and for additional specific information please contact SABIC local representative for certificate.

STORAGE AND HANDLING

PET resin should be stored in a manner to prevent a direct exposure to sunlight and/or heat. The storage area should also be dry with relative humidity below 50% and temperatures preferably do not exceed 50 °C. SABIC would not give warranty to bad storage conditions, which may lead to quality deterioration such as color change, bad smell and inadequate product performance. It is advisable to process PET within 6 months after delivery.

© 2021 Copyright by SABIC. All rights reserved

CHEMISTRY THAT MATTERS™

الملحق رقم (04) بطاقة تقنية لمادة SONATRACH TR-144

FICHE TECHNIQUE

POLYETHYLENE HAUTE DENSITE

GRADE TR 144

APPLICATIONS PRINCIPALES : Extrusion soufflage
De film pour sacs et sachets tous usage, sacs poubelle,
De film divers.

CARACTERISTIQUES SPECIALES
Bonne mise en œuvre
Bonne résistance à l'impact et au déchirement
Excellente soudabilité et impression

TEMPERATURES DE TRANSFORMATION RECOMMANDEES : 180 – 210 °C

PROPRIETES	ASTM	UNITE	VALEUR
GENERALES			
▪ Indice de fluidité (2,16 Kg/190 °C)	D 1238	gr / 10 min	0,16 – 0,22
▪ Densité (23 °C)	D 1505	gr / cm3	0,9430 – 0 ,9470
▪ Dureté	D 2240	Shore D	64
MECANIQUES			
▪ Module de flexion	D 790	MPa	1100
▪ Dart drop, 26'' (66cm)	D 1709	g	120
▪ Elongation : MD	D 882	%	500
TD			600
▪ Tensile strength @ break : MD	D 882	Mpa	45
TD			30
▪ Elmendorf tear: MD	D 1922		25
TD			300

الملحق رقم (05) بطاقة تقنية لمادة MARLEX TR-144

For more information and technical assistance contact:
Saudi Polymers Company
PO Box 11221
Jubail Industrial City
Saudi Arabia 31961
Tel: +(966) 3-356-8222
Email: customerservice@saudichevron.com
Visit our site: www.saudipolymers.com

MARLEX® POLYETHYLENE

SUPERIOR FLEXIBLE PACKAGING RESINS

Marlex® HHM TR-144

High Density Polyethylene

This high molecular weight, hexene copolymer is tailored for blown film applications that require:

- Toughness and durability
- Good processability
- Good blending characteristics with HDPE HMW resins

Typical applications for HHM TR-144 include:

- T-shirt bags
- Multi-wall liners
- Trash bags

This resin meets these specifications:

- FDA 21 CFR 177.1520(c) 3.2a
- EU No. 10/2011

For a Material Safety Data Sheet (MSDS), visit our site at www.saudipolymers.com

Nominal Resin Properties[1,2]	Value (SI Units)	Method
Density	0.946 g/cm^3	ASTM D1505
Melt Index, Condition 190°C / 2.16 kg	0.18 g/10 min	ASTM D1238
Brittleness Temperature, Type A clamp, Type I specimen	<-75°C	ASTM D746
ESCR, Condition B (100% Igepal), F_{50}	>1000 hrs	ASTM D1693
Flexural Modulus, Tangent - 16:1 span:depth, 12.7 mm/min	1150 MPa	ASTM D790
Nominal Blown Film Properties at 0.025mm[1,3]	**Value (SI Units)**	**Method**
Dart Drop (66 cm)	90 g	ASTM D1709
Tensile Strength at Yield, 50.8 mm/min MD	24 MPa	ASTM D882
Tensile Strength at Yield, 50.8 mm/min TD	26 MPa	ASTM D882
Elongation at Break, 50.8 mm/min MD	480%	ASTM D882
Elongation at Break, 50.8 mm/min TD	640%	ASTM D882
Elmendorf Tear Strength, MD	19 g	ASTM D1922
Elmendorf Tear Strength, TD	270 g	ASTM D1922

1. The nominal properties reported herein are typical of the product, but do not reflect normal testing variance and therefore should not be used for specification purposes. Values are rounded.
2. The physical properties were determined on compression moulded specimens that were prepared in accordance with Procedure C of ASTM D4703, Annex A1.
3. Based on 0.025 mm film produced at 4:1 blow-up ratio.

Revision Date February 2012

Saudi Polymers LLC

Before using this product, the user is advised and cautioned to make its own determination and assessment of the safety and suitability of the product for the specific use in question and is further advised against relying on the information contained herein as it may relate to any specific use or application. It is the ultimate responsibility of the user to ensure that the product is suited and the information is applicable to the user's specific application. Saudi Polymers Company does not make, and expressly disclaims, all warranties, including warranties of merchantability or fitness for a particular purpose, regardless of whether oral or written, express or implied, or allegedly arising from any usage of any trade or from any course of dealing in connection with the use of the information contained herein or the product itself. The user expressly assumes all risk and liability, whether based in contract, tort or otherwise, in connection with the use of the information contained herein or the product itself. Further, information contained herein is given without reference to any intellectual property issues, as well as any international laws which may be encountered in the use thereof. Such questions should be investigated by the user.

Marlex® is a registered trademark of Chevron Phillips Chemical Company LP. Marlex® products are manufactured under license from Chevron Phillips Chemical Company LP by Saudi Polymers Company.

الملحق رقم (06) بطاقة تقنية لمادة SAIBC PEHD F00952J

SABIC® HDPE F00952J

HIGH DENSITY POLYETHYLENE

DESCRIPTION

SABIC® HDPE F00952J resin is a high molecular weight, TNPP free high density polyethylene copolymer. The design of the product, molecular architecture and density, gives F00952J a good combination of easy extrusion and high melt strength with strong physical properties. Typical applications are thin films with excellent strength and rigidity. The material contains anti-oxidants.

SABIC® HDPE F00952J resin is typically used for blown film extrusion and production of high strength grocery sacks, shopping bags and high quality thin films for multi wall sack liners and replacement for thin paper products.

SABIC® HDPE F00952J can be extruded on conventional HMW-HDPE equipment at melt temperature settings between 200 and 220 °C.

Film properties have been measured at 15 µm blown film with a BUR = 4.

This product is not intended for and must not be used in any pharmaceutical/medical applications.

TYPICAL PROPERTY VALUES

Revision 20220512

PROPERTIES	TYPICAL VALUES	UNITS	TEST METHODS
POLYMER PROPERTIES			
Melt Flow Rate (MFR)			
at 190 °C and 2.16 kg	0.05	dg/min	ISO 1133
at 190 °C and 21.6 kg	9.5	dg/min	ISO 1133
Density	952	kg/m³	ASTM D1505
FILM PROPERTIES			
Dart Impact F50	180	g	ASTM D1709
Tear strength TD Elmendorf	60	g/µm	ASTM D1922
Tear strength MD Elmendorf	12	g/µm	ASTM D1922
Tensile test film			
Strain at break TD	550	%	ASTM D882
Stress at break MD	66	MPa	ASTM D882
Stress at break TD	64	MPa	ASTM D882
Yield stress MD	33	MPa	ASTM D882
Modulus of elasticity MD	1250	MPa	ASTM D882
Yield stress TD	40	MPa	ASTM D882
Modulus of elasticity TD	1500	MPa	ASTM D882
Strain at break MD	400	%	ASTM D882
THERMAL PROPERTIES			
Vicat Softening Temperature			
	125	°C	ASTM D1525

ENVIRONMENT AND RECYCLING

The environmental aspects of any packaging material do not only imply waste issues but have to be considered in relation with the use of natural resources, the preservations of foodstuffs, etc. SABIC Europe considers polyethylene to be an environmentally efficient packaging material. Its low specific energy consumption and insignificant emissions to air and water designate polyethylene as the ecological alternative in comparison with the traditional packaging materials. Recycling of packaging materials is supported by SABIC Europe whenever ecological and social benefits are achieved and where a social infrastructure for selective collecting and sorting of packaging is fostered. Whenever 'thermal' recycling of packaging (i.e. incineration with energy recovery) is carried out, polyethylene -with its fairly simple molecular structure and low amount of additives- is considered to be a trouble-free fuel.

© 2022 Copyright by SABIC. All rights reserved

CHEMISTRY THAT MATTERS™

الملحق رقم (07) بطاقة تقنية لمادة SONATRACH GRADE 6060

FICHE TECHNIQUE

POLYETHYLENE HAUTE DENSITE

GRADE 6060

APPLICATIONS PRINCIPALE : Injection
De caisses, bidons et autres produits, chaises, boites, poubelle, jouets et articles divers.

CARACTERISTIQUES SPECIALES
- Bonne mise en œuvre,
- Excellentes propriétés mécaniques

TEMPERATURES DE TRANSFORMATION RECOMMANDEES : 190 – 240 °C

PROPRIETES	ASTM	UNITE	VALEUR
GENERALES			
▪ Indice de fluidité (2,16 Kg/190 °C)	D 1238	gr / 10 min	7,0 – 9,0
▪ Densité (23 °C)	D 1505	gr / cm3	Min 0,9600
▪ Dureté, Shore D	D 2240	°	70
MECANIQUES			
▪ Résistance à la traction (50 mm) / min	D 638 Type IV	MPa	28
▪ Elongation à la rupture (50 mm) / min	D 638 Type IV	%	>600
▪ Module de flexion	D 790	MPa	1300

الملحق رقم (08) بطاقة تقنية لمادة MARLEX PEHD 9708

For more information and technical assistance contact:

Chevron Phillips Chemical
P.O. Box 4910
The Woodlands, TX 77387-4910
800.231.1212

Marlex® Polyethylene

PREMIUM EXTRUSION AND RIGID PACKAGING RESINS

Marlex® 9708 Polyethylene

HIGH DENSITY POLYETHYLENE (HDPE)

This ethylene homopolymer is tailored for injection molded applications that require:

- Excellent stiffness
- Good impact strength
- Durability
- Moderate flow

This resin meets these specifications:

- ASTM D4976 - PE 243
- FDA 21 CFR 177.1520(c) 3.2a, use conditions B through H per 21 CFR 176.170(c)

Typical injection molded applications for 9708 include:

- Crates
- Tote boxes
- Structural foam

Nominal Physical Properties[1]	English	SI	Method
Density	---	0.962 g/cm^3	ASTM D1505
Flow Rate (MI, 190 °C/2.16 kg)	---	8.0 g/10 min	ASTM D1238
Tensile Strength at Yield, 2 in/min, Type IV bar	4,700 psi	32 MPa	ASTM D638
Tensile Elongation at Break, 2 in/min, Type IV bar	800 %	800 %	ASTM D638
Flexural Modulus, Tangent - 16:1 span:depth, 0.5 in/min	230,000 psi	1,580 MPa	ASTM D790
ESCR, Condition B (100 % Igepal), F_{50}	< 10 h	< 10 h	ASTM D1693
Durometer Hardness, Type D (Shore D)	66	66	ASTM D2240
Vicat Softening Temperature, Loading 1, Rate A	261 °F	127 °C	ASTM D1525
Heat Deflection Temperature, 66 psi, Method A	185 °F	85 °C	ASTM D648
Heat Deflection Temperature, 264 psi, Method A	126 °F	52 °C	ASTM D648
Brittleness Temperature, Type A, Type I specimen	< -103 °F	< -75 °C	ASTM D746
Izod Impact, notched, 73 °F (23 °C)	0.8 ft•lb/in	40 J/m	ASTM D256

1. The nominal properties reported herein are typical of the product, but do not reflect normal testing variance and therefore should not be used for specification purposes. Values are rounded. The physical properties were determined on compression molded specimens that were prepared in accordance with Procedure C of ASTM D4703, Annex A1.

Revision Date: August, 2021

Chevron Phillips CHEMICAL

Before using this product, the user is advised and cautioned to make its own determination and assessment of the safety and suitability of the product for the specific use in question and is further advised against relying on the information contained herein as it may relate to any specific use or application. It is the ultimate responsibility of the user to ensure that the product is suited and the information is applicable to the user's specific application. Chevron Phillips Chemical Company LP does not make, and expressly disclaims, all warranties, including warranties of merchantability or fitness for a particular purpose, regardless of whether oral or written, express or implied, or allegedly arising from any usage of any trade or from any course of dealing in connection with the use of the information contained herein or the product itself. The user expressly assumes all risk and liability, whether based in contract, tort or otherwise, in connection with the use of the information contained herein or the product itself. Further, information contained herein is given without reference to any intellectual property issues, as well as federal, state or local laws which may be encountered in the use thereof. Such questions should be investigated by the user.

الملحق رقم (09) بطاقة تقنية لمادة SABIC PP56M10

SABIC® PP 56M10

PP IMPACT COPOLYMER

DESCRIPTION

SABIC® PP 56M10 has high impact resistance, even at low temperatures, and high stiffness. It is typically used in a variety of applications e.g. containers and crates & boxes. It is also used in automotive components, like for example battery cases.

Health, Safety and Food Contact regulations:Material Safety Data Sheets (MSDS) and Product Safety declarations are available on our Internet site http://www.SABIC.com

The product mentioned herein is in particular not tested and therefore not validated for use in pharmaceutical/ medical applications.

This grade material is UL registered under File E111275 (www.ul.com). IMDS 80775790

TYPICAL PROPERTY VALUES

Revision 20211203

PROPERTIES	TYPICAL VALUES	UNITS	TEST METHODS
POLYMER PROPERTIES			
Melt Flow Rate (MFR)			
at 230 °C and 2.16 kg	6.2	dg/min	ISO 1133
Density	905	kg/m³	ASTM D1505
FORMULATION			
Anti static agent	☐	-	-
Nucleating agent	☐	-	-
MECHANICAL PROPERTIES			
Tensile test			
strain at yield	5	%	ISO 527-2 1A
tensile modulus [1]	1400	MPa	ISO 527-2 1A
stress at yield [2]	27	MPa	ISO 527-2 1A
Izod impact notched			
at -20 °C	5	kJ/m²	ISO 180/1A
at 23 °C	11	kJ/m²	ISO 180/1A
at 0 °C	7	kJ/m²	ISO 180/1A
Charpy Impact Strength Notched			
at 0 °C	8	kJ/m²	ISO 179/1eA
at 23 °C	12.5	kJ/m²	ISO 179/1eA
at -20 °C	6	kJ/m²	ISO 179/1eA
Hardness Shore D	65	-	ISO 868
THERMAL PROPERTIES			
Heat deflection temperature [3]			
at 0.45 MPa (HDT/B)	85	°C	ISO 75
at 1.80 MPa (HDT/A)	55	°C	ISO 75
Vicat Softening Temperature [4]			
at 50 N (VST/B)	78	°C	ISO 306
at 10 N (VST/A)	152	°C	ISO 306

© 2021 Copyright by SABIC. All rights reserved

CHEMISTRY THAT MATTERS™

الملحق رقم (10) فاتورة الشراء

Auth. To Load

01/2022

DOUBLE-FACE WEBSITE

Send from:

petrochemical operations division sales and marketing department

:

Client X Setif

Date:	Jun 19, 2022
Payment Terms:	Edahabia
Due Date:	Jun 23, 2022
Tracking Number:	DF-21S19F
Balance Due:	**DZD 7,909,000.00**

Item	Quantity kg	Rate	Amount
SONATRACH PEHD 5502	22000	DZD 300.00	DZD 6,600,000.00

TOTAL HT:	DZD 6,600,000.00
Tax (19%):	DZD 1,254,000.00
Shipping:	DZD 55,000.00
TOTAL TTC:	DZD 7,909,000.00

Shipping Adress:

COMPLEX CP2.K SKIKDA

SHIPPING AGENCE:

LA FLECHE BLUE ALGERIENNE