

## ملاحج التجارة الالكترونية و اعتماد أنظمة الدفع الالكترونية في الجزائر، مشاكلها وحلولها المقترحة

د. عجيبة محمد - جامعة غارداية

أ. غزيل محمد مولود - جامعة غارداية

### ملخص:

ضمن هذا المقال، سنناقش مسألة استفادة قطاع التجارة و الأعمال من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، فالإحصائيات التي تتكلم عن التجارة الالكترونية تعطي صورة مهمة جدا عن الاختلاف بين المجتمعات التي تعتمد هذا المفهوم دون غيرها، وقد وقفنا في هذا المقال على حالة الجزائر، فوجدنا العديد من القضايا المهمة، فقد توصلنا لأهم ملاحج التجارة الالكترونية في الجزائر، والمشاكل المثبطة لنموها، وحاولنا اقتراح حلولاً اتجاه ذلك.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الاعلام و الاتصال، الأنترنت، البريد الالكتروني التجارة الالكترونية، الحماية الالكترونية، النقود الالكترونية، الأنترنت، بطاقات الدفع، أنظمة الدفع الالكتروني، البنك الالكتروني، التوقيع الالكتروني.

### abstract

We'll discuss in this article, how commerce benefits from (TIC), and achieve incredible objectives.

Statistics in e-commerce shows a clear difference between those communities who rely on this technology and those who do not. We'll discuss also the most features and serious obstacles in e-commerce in the case of Algeria and propose some solutions that might lead to the development in this field.

Key words : information and communication technology, internet, , e-mail, e-commerce, electronic Security, e-money, internaute, , payment system, payment card banking, electronic signature

#### مقدمة:

تصرح بعض وكالات الأنباء الجزائري بأن هناك العديد من حالات التجارة الالكترونية التي تنشط من خلال وجود حوالي 60 موقعا إلكترونيا يعرض فيها أصحابها خدمات وسلعا تباع عبر الشبكة العنكبوتية. واعتبر الخبراء وجود هذا العدد من المواقع الجزائرية بادرة خير على الاقتصاد الإلكتروني في بلاد تضم تقريبا 4 ملايين مشترك في الانترنت<sup>1</sup> وإن عابوا ضعف بنائها التحتية وتأخر السلطات في تطوير هذه التقنيات الإلكترونية، خاصة ما يتعلق بالدفع الإلكتروني.

في هذا المقال، نسلط الضوء على ملامح النشاط التجاري الإلكتروني في الجزائر، و أهم المؤسسات الرائدة في هذا المجال، و محتوى خدمات هذه المؤسسات، كما سنتطرق للمشاكل التي تعاني منها هذه الأخيرة، نتيجة اللقاءات التي أجريناها شخصا مع مسؤولي هذه المؤسسات من جهة، و مع مسؤولي القطاع من جهة ثانية، و من جهة أخرى من خلال ما اطلعنا عليه من حالات ميدانية عبر الأنترنت و المجالات المتخصصة و المطبوعات الدراسات المتعلقة بالموضوع، و نحاول من هذا المنطلق طرح الحلول التي قد تكون موجودة إلا أن هؤلاء النشطين لا يعلمون بوجودها، أو باقتراح توفير حلول أخرى ان كانت غير متوفرة أصلا.

#### I. أهم خدمات التجارة الالكترونية في الجزائر :

ما يروج له الآن هو أن قيمة سوق التجارة الالكترونية في العالم ستبلغ في 2012 أكثر من 13 ألف مليار دولار في العالم في ظل توقع إحصاء 1.5 مليار مشترك في الانترنت في 2009 ومليونين في 2012، نصفهم يشتري ما يحتاجه و يسوي معاملاته الإدارية عبر الشبكة العنكبوتية العالمية<sup>2</sup>. و السؤال المطروح هنا، هو ما نصيب النشاط الاقتصادي و الاجتماعي الجزائري من هذه الهجرة، أو على الأقل في الجزء المتواجد ضمن إقليمنا الذي ورثناه بدم شهدائنا الأبرار، و هل بالفعل وصلنا إلى أن نكون بحاجة إلى بنية تحتية للاتصالات و الانترنت من أجل أن نبدأ بتفعيل برامج التجارة الالكترونية في الوطن؟

## I.1. المواقع النشطة في ميدان التجارة الالكترونية في الجزائر

بدأت الاستعمالات الاولى لقنوات الاتصال التي تركزت بفعل جهود الدولة في مجال تنمية و تعزيز قطاع تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في الوطن، وهذا عبر انشاء و تنمية البنية التحتية للاتصالات و الانترنت، فقد أصبحت شركات الاتصالات تحقق ارباحا ضخمة جراء نشاطها في السوق الجزائرية، و الأرقام المتوفرة لدى السلطات تدل على ذلك.

إن ما يعتقده الكثير من الجزائريين في خصوص تواجد مواقع للتجارة الالكترونية أنه معدوم عندنا، او قليل عددها لم يعد صحيحا مطلقا في السنوات الحالية، إذ أنه بات واضحا للعيان أن هذه المواقع بدأت ليس بتثبيت مكانها لدى مقدمي خدمات الانترنت فحسب، و إنما تعدى ذلك إلى أن تكون جزءا من حياة الكثير من المواطنين، وقد صادفنا عدد كبير من المواقع التي أصبحت تلقى اقبالا كبيرا من طرف الزائرين الجزائريين، ومن طرف حتى المؤسسات الاقتصادية التي اعتمدت عليها في العمليات الاشهارية الحديثة، و قد سجلنا حالات نجد فيها أن الانترنت تمثل محور نشاطها الأساسي مثل مؤسسة "ايباد" و موقع "وادكنيس" و مكتب دراسات "وابديالنا" و موقع "الحلقة أنفو" و كذا الموقع الواعد "أسواق الجزائر" و غيرهم مما سنذكر فيما بعد.

و لم تكن تلك المواقع تتطلب استثمارا كبيرا في بداية الامر بقدر ما تطلبت قرارا شجاعا من أجل الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية.

و قد تحولت أنشطة الكثير من المؤسسات التي كانت تدار بطريقة تقليدية، إلى أن أصبحت تبث معظم خدماتها عبر مواقعها الالكترونية، و قد لمست هذه الأخيرة الفوائد التي قد تنجر عن هذا القرار الذي لم يتوقع أن يزيد من كفاءتها وفعالية أدائها الاقتصادي بالشكل الذي تحقق، وأمثلة عن ذلك ما يلي.

### أولا: موقع ايباد نشاطه ومساهماته

منذ سنة 2006 تضم هذه المؤسسة أكثر من 314.628 مشترك خدمة أي دي اس ال، و ربط 1623 مقهى انترنت بخدمة أي دي اس ال "اسيلا"، بتأطير طاقم مشكل من 40% مهندسين تقنيين، و 45% رجال بيع و تسويق، و 15% أطارات اداريين و ماليين، و هذا بتواجد موزع ضمن 35 ولاية.

قد كان رقم أعمال هذه المؤسسة يتجاوز 1.5 مليار دينار سنة 2005، أما الآونة الأخيرة- قبل النزاع مع اتصالات الجزائر- ارتفع هذا الرقم إلى أكثر من سابقه.

"كانت البداية في هذا المسار الطويل ليس من حيث المدة الزمنية، و إنما من حيث تحايل الأفكار حينما إنطلقنا في تجسيد تصورنا للتعليم عن بعد، كان ذلك سنة 1991، وكان وقتها هناك طلب كبير على هذا التكوين بسبب العدد الكبير للراشدين في شهادة البكالوريا، كما أن المشاريع التكوينية التي كانت آنذاك لم تكن كافية لتغطية كافة الطلبة"، كان هذا التصريح للسيد المدير العام لمؤسسة إبيادالسيد نوار حرز الله<sup>3</sup>، و كان يقصد هنا إنجاز مركب عناية الخاص بالمؤسسة، الذي قامت بإنجازه من أجل تركيب أجهزة الحاسوب ذات العلامة " زالة"، وقد وصف المركب بالإنجاز العظيم و بالمغامرة الناجحة و التي لا تعتبر المغامرة الناجحة الوحيدة و لا الأولى و لا الأخيرة بالنسبة لهذه المؤسسة الرائدة.

من هذا التصريح، و الذي بالرغم من -عدم سلامته اللغوية-، يحوي الكثير من معاني الإيجابية الموضحة للأهداف الطموحة التي يخطط لها هذا المسؤول مع طاقمه الإداري في مؤسسة إبياد، فلا تنحصر هذه الأهداف في مساعدة الطلبة على اجتياز شهادة البكالوريا وإنما كذلك توفير الوسائل التقنية اللازمة لتمام هذه المهمة على أحدث و أكمل وجه ممكن، لأنه و ببساطة كان يتكلم عن مركب زالة الذي من خلاله ترمي المؤسسة إلى تركيب الحواسيب و انتاج المعلومات التي يتطلبها هذا المشروع التكويني و التعليمي عبر هذا الجهاز الجزائري التركيب الذي يعد الأول من نوعه في الوطن، وقد اختار مؤولو المشروع أن تكون مدينة الزهور "عناية" مهدا لانطلاق المشاريع الكبرى في هذا المجال.

في نفس السياق، يصرح السيد نوار حرز الله بأنه يجب علينا كجزائريين، مؤسسات و أفراد، أن نتنتج معلوماتنا بأنفسنا من أجل التواصل مع عالمنا الخارجي، و كذا ضمان التواصل الداخلي، الأمر الذي يجعلنا نفكر في انتاج المعلومات الأساسية للمواطن الذي يحتاج للكثير من المعلومات التي تخص محيطه، حيث يجب أن تنتج محليا، و يحتاج هذا المواطن لشراء تذكرة سفره على سبيل المثال كما صرح ذات المسؤول، أو القيام بطلب خدمات أخرى مثل تسديد فواتير الكهرباء و الغاز.

تجدر بنا الإشارة الى أن المؤسسة إبياد تمتلك اضافة لمركب تركيب أجهزة الحواسيب المحمولة بعناية، قسم مخصص للبحث و التطوير، و مديرية للاستغلال و الصيانة و قسم للأعمال و التسويق، و مركز للمكالات المعنون بالرقم 1599، و مركز وطني للصيانة، و أخيرا وحدة لتطوير البرامج بمونتريال.<sup>4</sup>

و بما أن الهدف الأساسي لهذه المؤسسة كان يتمثل في التكوين<sup>5</sup> فإنه ومع التطور الذي شهدته سوق الأنترنت في العالم ككل و الجزائر بصفة جزئية، خططت هذه المؤسسة إلى أن تضع قاعدة برمجية للتكوين تضم مقررات بيداغوجية، مع التحلي عن الورق بصفة تدريجية، و تعويضه ببرامج تعتمد على وسائل الاعلام الآلي، حيث وصف مسؤولها هذا الانجاز بالثورة آنذاك<sup>6</sup>.

تنشط هذه المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها المتمثلة في التكوين عن طريق موقع اسمه كليكتروما « clic forma.com » ، هذا الموقع الذي خططت ابياد أن يضم حوالي 300000 طالب بحلول سنة 2008 بتغطية لـ 48 ولاية في الوطن انجز على أرضية برمجية تدعم اللغتين العربية و اللاتينية، حيث لاقى نجاحا مقبولا عموما، لأنه كان مدعما بأجهزة حاسوب محمولة من علامة زالة المنخفضة الثمن و كذا ربط انترنت بتدفق الـ دي اس ال، حيث تم كذلك التخطيط لجعل كل من الجزائر و وهران مدينتين رقميتين بنسبة 100%، مع العلم أن مدينة عنابة بلغت هذه النسبة في نفس الصدد، وهذا بتوفير الانترنت ذات التدفق العالي بتقنية الـ واي فاي<sup>7</sup>.

سنة 2007، قامت المؤسسة ابياد باطلاق مشروع جديد، طموح و واسع الأفق، يتمثل في مشروع سمي بـ tarbiatic نسبة للدور التربوي التعليمي الذي تهدف هذه المؤسسة للقيام به من خلال هذا المشروع المواكب للعصرنة و طرق التعليم الالكتروني الحديثة.

كان هذا الحدث عقب المؤتمر الدولي الذي نظم تحت عنوان المدرسة الرقمية برعاية وزير التربية، و الذي شهد مداخلات لخبراء جزائريين في الموضوع.

- ضمن المدرسة الرقمية تربيتيك، يحصل كل مشارك في العملية على مكتب افتراضي كالتالي:
- مكتب للإدارة المركزية: و هو مكتب لإدارة ابياد المشرفة على المشروع، حيث يمنح لها رؤية عامة لإداء البرنامج الدراسي التدعيمي، بما يسمح لها بتعديل و تنمية و تطوير المشروع نحو الاحسن.
  - مكتب افتراضي للمدرسة: عبر هذا المكتب يستطيع التلاميذ استغلال و استكشاف ما يحويه خادام الشبكة من دروس و ملفات الملتيميديا المتعلقة بعملية الدعم المدرس، و التي تغطي كل المستويات التعليمية، مع اعطاء الأولوية للمستويات النهائية، مثل البكالوريا و شهادة التعليم الاساسي و الابتدائي.
  - المكتب الافتراضي لأولياء التلاميذ: عبر هذا المكتب يكون الأولياء على علم بكل مجريات العملية التعليمية و ما يلزم معرفته من اجل متابعة أبنائهم بكل سهولة وراحة واطمئنان.

- المكتب الافتراضي للمعلم: كل معلم ينشط في أي مدرسة رقمية ضمن الشبكة تربيتيك، يتمتع بوسائل تسمح له باجراء الاتصال مع زملائه و متمدرسيه و اوليائهم، و ادارة الشبكة تربيتيك، كما يستطيع انتاج و ادراج مختلف المحتويات التعليمية و المصادر التي يمتلكها ضمن الشبكة ليشارك فيها التلاميذ و المدارس الرقمية الاخرى إذا رغبوا في ذلك<sup>8</sup>.

و توفر المؤسسة الدعم التقني من أجل جعل البرنامج في مساره الصحيح، ومنذ سنة 2007، أخذ هذا المشروع بالتوسع يوما بعد يوم، و أحصت ادارة الموقع سنة 2008 انخراط عشرات المدارس على مستوى الوطن، و تحضى مدارس الشبكة تربيتيك بتسعييرة انترنت خاصة و دخول مجاني لبرامج و المحتوى البيداغوجي المتوفر ضمن خوادم الشبكة.

يمكن الاشتراك في هذه الشبكة بمأ استمارة طلب الانضمام التي يمكن الحصول عليها من الموقع

www.eepad.dz أو . www.tarbiatic.dz

### ثانيا: نجاح وتألق موقع واد كنيس

بطريقة احترافية و ابداعية و جد حديثة يفرض هذا الموقع الذي تحدث عنه كافة وسائل الاعلام الوطنية الرسمية و غيرها، قلنا يفرض هذا الموقع مكانته سريعا في اوساط مستعملي الأنترنت، نتيجة لأفكار مبتكره الخمسة، الذين يذكروننا بقصة انشاء ياهو و قوقل و المواقع العالمية الرائدة على الشبكة العنكبوتية الأنترنت.

خمسة طلبة جامعين جزائريين من الفئة الشابة جدا، مزجوا خبراتهم المتواضعة و معلوماتهم القليلة مع طموحهم الشامخ و جهم للوطن، من أجل رفع غطاء التخلف على شعبهم و مجتمعهم في مجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال.

وقد صرح أحدهم قائلا "للاعلاقة بين ما ندرسه في الجامعة كمهندسي اعلام آلي بالإجاز الذي تمثل في موقع واد كنيس"، الأمر الذي يوجه أصابع الاتهام لمن عمجزوا على انشاء مواقعهم بحجة أنهم لم يدرسوا الاعلام الآلي كتخصص في الجامعة.

إن أول دافع أدى إلى انشاء موقع واد كنيس تمثل أساسا في قرار الدولة بتعليق نشاط سوق واد كنيس الذي هو عبارة عن مجمع تجاري فوضوي قرب بلدية القبة، الأمر الذي أثار انفعال مهدي و فريقه، و

بدأت التحركات نحو تفعيل النظام الالكتروني الذي كانت أرضيته التقنية حاضرة ، متمثلة في محتوى أولى لموقع كتب أن يطلق عليه فيما بعد إسم واد كنيس<sup>9</sup> OuedKniss.

يقدم هذا الموقع خدمات عدة متميزة، تتمثل في تصميم المواقع بأنواعها، استضافة أي موقع في خوادم قوية جدا، دعم المواقع بالبرامج و الأفكار اللازمة حسب مجال نشاط الموقع، و بصفة أساسية يقوم بتوفير فرص الاعلان المجاني لكل من يريد عرض أي صنف من السلع و الخدمات، كما يوفر مساحات اشهارية للشركات و المؤسسات الاقتصادية و الاجتماعية بأسعار جد تنافسية.

إن التقنيات والبرامج التي ادرجها أصحاب هذا الموقع تسمح بالقيام بعدة مهام، وقد لاحظنا بشارة من أصحاب الموقع أثناء تواجدها في مكتبهم أمثلة حية على هذه التقنيات، حيث يستطيع المطلع على الاعلانات معرفة ما اذا كان المعلن لدى الموقع متصل حاليا بالموقع أم لا، و إذا كانت النتيجة ايجابية، يمكنه اجراء محادثة مباشرة معه عبر برنامج محادثة نصية يوفره الموقع نفسه، و إن كانت النتيجة سلبية فإنه في أسوء الحالات يترك رسالة نصية بيدي فيها نيته اتجاه السلعة أو الخدمة العلى عنها، و الجيد في العملية هو ان المعلن سيستقبل رسالة ضمن إيميله المصرح به لدى الموقع سابقا أثناء التسجيل الذي يعد شرطا أساسيا قبل ادراج مادة الاعلان.

سنة 2008، كان عدد زوار الموقع يفوق 16000 يوميا، حيث أن هذه الاحصائية تخص معدل الزيارات اليومية خلال طوال السنة، و يمكن ان يصل هذا العدد أحيانا في سنة 2008 إلى 25000 زائر يوميا مما كان يشكل ضغطا على خوادم الشبكة مما اضطر الفريق إلى تدعيم خوادمهم بمعدات أخرى و برامج أحدث.

سنة 2009 و في شهر جويلية وصل عدد الزائرين إلى 30000 زائر يوميا، بحضورنا واطلاعنا على قواعد بيانات الموقع احد أيام جولية لنفس السنة، لاحظنا تواجد 17000 متصل في الفترة الصباحية، و العدد مرشح للصعود أثناء فترة القيلولة كما صرح أحد أعضاء الفريق.

سجل سنة 2008 أكثر من 9 مليون صفحة مطلع عليها عبر الموقع و هذا كل شهر، وهذا بعدد نقرات يفوق 25 مليون نقرة، بمحتوى يتجاوز 160000 اعلان منذ بداية نشاط الموقع، حيث ان الاعلانات المعروضة فترة ديسمبر 2008 يفوق 15000 اعلان، هذا العدد الكبير الذي يعطي تصور بأن هناك حوالي 500 اعلان كل يوم.

في سنة 2008 دائما، و حسب الاحصائيا التي استقينها من وطبوعة منجزة من طرف الفريق، التي كانت تحت عنوان « OKprod agence de communication et de publicité- offre de services » ، نجد أن عءء المنخرطين ضمن الموقع يفوقون 35000 عءءا .

ضمن قواعد بيانات الموقع وجدنا أن 21% من زائري الموقع هم من الذي تتراوح أعمارهم بين 15 و 20 سنة، وهذا الرقم يدل على وعي هذه الفئة من الصغار الذين يبدو أنهم مجبرون على التكيف والتعامل مع هذه الاحءاء التي أصبحت لاتءار إلا عن التحكم في تقنيات العلام و الاتصال.. 41% من الذين يزورون الموقع هم ممن سنهم تتراوح بين 20 و 30 سنة، أي من فئة الشباب الأول، و 22 % هم من فئة الشباب الثاني أي سنهم ما بين 30 و 40 سنة، و الجءير بالذكر هو ان هذه الفئة هي التي يقوم عليها الموقع بنسبة كبيرة، إذ أننا لاحظنا تواءهم الكثيف ضمن منتدى و ساحة الحوار و الءرءشة ضمن الموقع، و تجء خلال كل الحوارات شيء مهم من الجءية والاحترام والتلاحم و تبادل الخبرات بشكل عجيب جءاء، إذ تجء هناك الاعلامي والجامعي والطبيب والصحفي وغيرهم، و شهدت حضور أحد الخبراء الجزائريين في الخارج حيث قام باعطاء ءروس ونصائح وارشاءات مجانية للمتءاورين مما رشح معرفتهم الى الزيادة في المجال.

الزائرين الذين تفوق أعمارهم الاربعين تمثلت نسبة زياراتهم بـ 16%، وهذا يعني أن الموقع سهل الاستعمال، يتناسب مع كل الفئات، وقد صرح لنا اصحاب الموقع بأنهم قبل أن يضعوا أي خطة لتطبيقها على الموقع نحاول وضع انفسنا مكان المواطن الجزائري ونطرح الأسئلة التي تؤدي الى معرفة ما ذا يريد ها المواطن وكيف يريءه و ما هي الوسيلة التي تسمح بتوفير ذلك.

سنة 2008 كان الموقع يحوي ثلاث مساحات للاعلان، اثنتين عموءيتين و الثالثة افقية، تتراوح اسعار الاعلان عىرها بين 110000 ءينار باءتساب كل الرسوم و 60000 ءينار بنفس الصيغة.

قامت الشركات مثل موبيليس و سمسونغ و رونو و بيجو و اسلام واب و ال جي و ءانون و كوكا كولا و عءة شركات أخرى بالاعلان ضمن الموقع نظرا لما لاقاه من نجاح على المستوى الوطني، حيث وجدت هذه الشركات عءء الزائرين الذي يتميز بهم الموقع شريحة مهمة من اجل بث مواءه الاعلانية في اطار استراتيجياتهم الترويجية المهمة.

نعلم ان المداخليل التي يمكن أن تنتج عن هذا النشاط لهذا الموقع 20000000 مليون سنتيم نظرا لعدد الاعلانات من الشركات المهمة التي تعلن عبر الموقع، و نظرا للمساحات الاضافية ونوع الاعلانات الحركية التي يزيد سعرها عن ما ذكرنا سابقا، إلا أن اصحاب الموقع تحفظو من ابداء أي رأي في الموضوع لاعتباره سرا.

يمكن زيارة الموقع الذي هو بالعنوان الالكتروني التالي: [www.ouedkniss.com](http://www.ouedkniss.com).

### ثالثاً: مساهمات و طبيعة موقع واب ديالنا

أثناء فترة بحثنا، ومن خلال مطالعتنا لمختلف المصادر الاعلامية في الوطن، اكتشفنا مكتب دراسات يهتم بالاحداث الجديدة الاجتماعية و الاقتصادية في الوطن، جاءت فكرة انشاء هذا المكتب بعدما تحصلت الأنسة لبنة لهميسي على شهادة مهندس دولة في الالكترونيك من جامعة باب الزوار بالعاصمة، لم تكن محظوظة في أن تجد لنفسها منصب عمل يوافق تخصصها، فقررت انشاء مكتب للدراسات يعتمد على التقنيات التكنولوجية الحديثة، وقامت هي و فريقها اجراء عدة دراسات رائدة في الميدان، ونشرت الدراسات في عدة وسائل اعلام ذات شهرة و مصداقية، كما طلبت دراسات هذا المكتب من طرف عدة شركات لاستعمالها لأهداف تسويقية و ادارية استراتيجية.

و قد تم الاعلان عن بداية "دراسة احصائية عن سلوكات الانترنت الجزائري"، وقرر ان هذه الدراسة ستعتمد أساسا على الانترنت في جمع المعلومات الخام، و قد انخرطنا ضمن عينة الدراسة عبر الادلاء بعنوان البريد الالكتروني، فقد تحصلنا على استمارة الاستبيان التي طلب منا ملؤها حيث كانت ترمي لتقييم جاهزية المجتمع لأن يياشر مفهوم التجارة الالكترونية.

ساهم مكتب "أن تيك" بشكل كبير في هذه الدراسة، و هو مختص في الدراسات التقنية و التكنولوجية للاتصالات و الاعلام، حيث يصدر هذا الأخير مجلة تحت اسم "أن تيك".

هدفت الدراسة إلى معرفة استعمالات الانترنت و اهتمامات الانترنت الجزائري عبر هذا الاستعمال، حيث حددت معيات هذه الدراسة بالمعطيات المستقاة من طرف الانترنت الجزائريين فقط، حيث ارسلت استمارات الاستبيان الالكترونية عبر الايمالات، و كانت العينة تشمل على 5944 انترنت وقد كانت الفترة التي لزمتم عملية تجميع المعلومات تنحصر بين 22 جوان و 27 جويلية 2009.

تحصل المكتب على النتائج التالية وفقا للدراسة المذكورة سابقا:

3.4% من الانترنت الجزائريين قاموا بعملية شراء أو طلب أو حجز قبل 8 أيام من مشاركتهم في هذه الدراسة، و9.2% هم ممن قامو بذلك بين 8 ايام إلى 6 أشهر، بينما 7.9% هم ممن قامو بما ذكرنا في مدة تتجاوز الستة أشهر.

الذين لم يقوموا بولا عملية مما سبق كانت نسبتهم 79.5%، مما يدل على أن الانترنت الجزائري لم يحتك بانشطة التجارة الالكترونية بشكل كبير جدا.

و عن أهم سؤال، و الذي يتمثل في الحالات التي يمكن أن يستعمل فيها الانترنت الجزائري الدفع الالكتروني فقد كانت الاجابة متمثلة في البيانات التالية:

هذه النسب المشجعة جدا، لا يمكن أخذها بالقليل من الأهمية، لأنها تعبر عن حجم التكاليف التي سوف توفرها الكثير من المؤسسات التي تلزم نفسها بتوفير مكاتب التخليص و الحجز و نشر نقاط بيعها على مختلف انحاء الوطن، فهي تكفي لأن نقول أن الجو بدا يتناسب مع اطلاق المشاريع الاولى للتجارة الالكترونية ضمن المؤسسات الخدمية خاصة و لو بتحفظ تقني كبير.

#### رابعا: مواقع أخرى..:

هناك عدة مواقع أخرى واعدة، لم يكتب لها أن تنمو بسرعة، إلا أنها تمضي في طريق النجاح نظرا لما تتوفر عليه من خطط استراتيجية و خدمات يحتاجها شريحة كبيرة من المجتمع، فهنا موقع أسواق الجزائر [www.dzsoq.dz](http://www.dzsoq.dz)، هذا الموقع الذي يشبه إلى حد كبير موقع ايباي eBay الذي اشتهر في الدول المتقدمة و لاقى نجاحا باهرا، حيث تشير الاحصائيات الى أنه خلال ثانية واحدة يباع حوالي 5 ساعات ثمينة عبر الموقع و خلال 5 دقائق من الزمن تباع سيارة في الولايات المتحدة الامريكية لوحدها، و مجموعة مهمة من الحلي و الألماس في زمن قصير كذلك.

هذا الموقع جاء بمبادرة من صاحبه السيد سالم يوسف، الذي شغل مدير لشركة مواقع في مصر سنوات 2001 و 2003، و شغل قبلها مدرب لاسواق المال في المملكة العربية السعودية، ليأتي بعدها و يستثمر خبراته في وطنه الجزائر<sup>10</sup>.

يوفر الموقع كذلك عروض مهمة جدا، مثل امكانية الاعلان ضمن صفحاته، و يعرض كذلك خدمات الدفع الالكتروني مثل بطاقات فيزا و مستر كارد، و يعتبر صاحب الموقع أنها الأرخص ثمنًا مقارنة بكل البطاقات التي توفرها مصالح اخرى، وقد تهافت الناس على طلب بطاقات فيزا لاستعمالها في الدفع الالكتروني عبر المواقع العالمية.

تجدر الاشارة أن هذا الموقع يحوي ضمنه عدة فروع مثل masterdz و غيره من المواقع التي تقيم بالتبادل التجاري الالكتروني، و قد نصبت ادارة الموقع وكلاء معتمدين عبر حوالي 24 ولاية عبر الوطن، من أجل القيام بتأمين النشاط التجاري المتمثل في تسويق بطاقات الدفع و تأطير عمليات المزادات العلنية التي بدأت تكبر يوما بعد يوم.

يوفر الموقع خدماته عبر واجهتين، واحدة باللغة العربية و الثانية اللغة الفرنسية، و هذا من أجل خدمة كلا الشريحتين لاحتمال و جود أعدا كبيرة لا تتقن استعمال المعلوماتية الا باللغة العربي، مما يعني تسهيل المهمة اما الشعب من أجل الاستفادة من خدمات الموقع بشكل مقبول.

نجد أن موقع دي زاد سوق في مستوى المواقع العالمية من حيث التصميم و التفاعلية و مستوى التقنية و الأرضية البراجمية التي يتمتع بها، و يسهر على تسييره طاقم اداري فذ و خبير يرأسهم السيد يوسف، هذا الشخص الذي يتميز باطلاعه الواسع على حيثيات التجارة الالكترونية و تقنياتها، و هذا من خلال ماستقيناه أثناء مقابلاتنا معه.

نذكر كذلك موقع لاقى نجاحا كبيرا فيب أوساط الجزائريين، هذا الموقع يتمثل في اسم الدومين الجلفة انفو « [www.djelfa.info](http://www.djelfa.info) » ، كان هذا الموقع في بداية الامر يهتم بنشر أخبار المنطقة "الجلفة"، بعدها تطور الى أن يهتم بالامور التعليمية في المنطقة، و قد رتب هذا الموقع ضمن موقع اليكسا المذكور سابقا، و قد شهد زيارات يومية تفوق 20000 زيارة يوميا نهاية سنة 2008، حضى الموقع بعقود اشهار لعدة مؤسسات مثل موبيليس و نجمة وغيرها من المؤسسات الاقتصادية.

## 2.I. المؤسسات التي تعتمد أنظمة الدفع الالكتروني في خدماتها في الجزائر

يمكن اعتبار الأموال التي يسحبها المواطنون من اجهزة الموزعات الالية للاوراق النقدية عمليات دفع الكترونية بشكل من الأشكال، حيث أن مختلف البنوك و المؤسسات المالية أصدرت بطاقات بلاستيكية

ممغنطة تحتوي على شريحة ميكروية تسمح لصاحبها بسحب مبالغ معينة من الأموال من حسابه الشخصي متى شاء، نذكر على سبيل المثال بطاقات بريد الجزائر للحسابات الجارية، و بطاقات الشفاء لمؤسسة الضمان الاجتماعي.

بالنسبة لبطاقات السحب لبريد الجزائر تمثل فقط وسيلة تمكن المواطنين من سحب اموالهم الموجودة ضمن حساباتهم الجارية لدى مصالح بريد الجزائر، وهذا عبر المزعزات الآلية للاوراق المالية المنتشرة في الوطن.

البطاقة الخاصة بالضمان الاجتماعي المسماة ببطاقة "الشفاء"، وهي مصممة في غاية الدقة بحيث تصل مدة صلاحيتها الى حوالي 05 سنوات، وتحتوي هذه البطاقة على ذاكرة بسعة تخزين 32 ميغا اوكتي، تستعمل هذه الذاكرة من اجل تخزين معلومات ضرورية عن المستخدم مثل صورته و تاريخ ازدياده و اسمه و لقبه و عنوانه و رمزه التسجيلي ضمن المؤسسة، وكذا حقوقه التأمينية من حيث نسبة التعويض و غيرها من المعلومات التي كانت تطلب بصفة دورية عند عمليات التسوية بين المؤمنين و المؤسسة<sup>11</sup>.

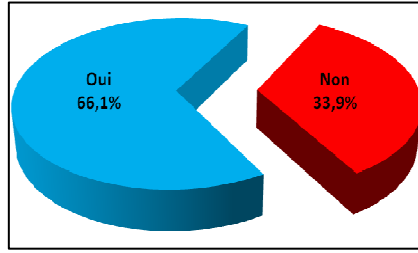
هذه البطاقة تستجيب في صنعها الى المعايير الدولية من حيث الجودة و السلامة و الأمن، إذ أن المؤسسة عمدت الى طلب استخدام آخر تقنيات التشفير و الأمن عند توفيرها من طرف الجهات المختصة.

تمكن بطاقة الشفاء المذكورة سابقا بالقيام بالعمليات التالية آليا:

- التأكد من إثبات حقوق المؤمن و ذوي حقوقه (عائلته مثلا)
- مراقبة و متابعة الاستفادة من العلاج بالنسبة لصاحب البطاقة و ذوي حقوقه.
- فويزة الخدمات باستعمال التوقيع الالكتروني ثم الارسال الكترونيا عوض ورقة العلاج المستعملة في العملية التقليدية.

يؤمن المواطن الجزائري بفوائد طرق الدفع الالكترونية بأنها تسهل العديد من العقبات، و تمنح الكثير من الوقت و توفر الجهد التكاليف، و يصرح المشاركون ضمن دراسات مكتب وابدالنا المذكور سابقا بأنهم على استعداد بأن يباشرو طرق الدفع الالكتروني في حالة اعتمادها في الجزائر، و هذا حسب التوزيع النسبي ضمن الشكل التالي.

الشكل رقم(1): نسبة المشاركين في دراسة المكتب حسب القبول و الرفض لطرق الدفع الالكترونية



#### المصدر: مكتب واب ديالنا

و الأهم هو أين هي المؤسسات التي تقبل المدفوعات الالكترونية عبر موقعها مقابل خدماتها و منتجاته، لأنه و ببساطة هناك مؤسسات جزائرية توفر هذه الطرق لكن لم نلاحظ عدد من المؤسسات الجزائرية ادرجت نظم الدفع الالكتروني ضمن تعاملاتها المالية.

و للاشارة فقط، فإن عددا مهما من المواطنين يتعاملون مع شركات اجنبية ضمن مواقعها الالكترونية، و يدفعون مرات عدة عن طريق بطاقات فيزا و مستر كارد و طرق الكترونية أخرى، من أجل تسديد مستحقات فواتير مشترياتهم التي تمت عن طريق الانترنت و من خلال موقع ذات المؤسسة<sup>12</sup>.

تجدر الاشارة الى أننا وأثناء تطرقنا لهذا الموضوع، صادفنا كم هائل من المعلومات المغلوطة حول توفر بطاقات الائتمان و الدفع الالكترونيين، والتي كانت تفيد بأن هناك بنوك تعتمد بطاقات الائتمان فيزا و ماستر كارد من غير أن يكون ذلك صحيحا، و الغريب في الامر ان هذه المعلومات كانت تصدر عبر مواقع هذه البنوك، مثل بنك التنمية المحلية الذي ادرج اعلانا ضمن موقعه الالكتروني، مفاده بأن البنك أصبح له الحق في اصدار بطاقات الائتمان الالكترونية فيزا بي دي ال و أنها متوفرة للجميع، لكن لما اتصلنا بمصالح القرض الشعبي الوطني تبين أن هيئة فيزا لم تعطي ترخيصا لأي هيئة مالية في الجزائر عدى القرض الشعبي الجزائري<sup>13</sup>.

لم تنتهي القصة عند هذا الحد، فقد زرنا المديرية العامة لبنك الخليج الجزائر في منطقة دالي براهيم بالجزائر العاصمة، و نصادف أن نجد البنك بدا باصدار بطاقات فيزا منذ مدة 2 على الأقل في الجزائر، و هذا في شهر جويلية<sup>14</sup>. 2009.

مقارنة بالتكاليف التي تتميز بها بطاقات فيزا التي تصدرها هيئة فيزا و المعتمدة من طرف القرض الشعبي الجزائري، نجد أنها لا تقارن بقرينتها لدى بنك الخليج الجزائر، حيث أن هذه الأخير هي الأرخص ثمنًا بشكل كبير جدا يصل الى توفير أكثر من 90 % من تكاليف الأولى.

لدى فنانا لا نفضل الخوض في توضيح خدمات القرض الشعبي الجزائري، لأن الأمر غير مهم مادام هناك البديل الذي يخدم مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر، فقد نتفق أن الشرط الذي يلزم المتعاملين بأن يكون لديهم ما قيمته 6000000 سنتيم على الأقل من أجل فتح حساب فيزا<sup>15</sup>، حيث يبقى محتجزا ولا يتصرف فيه أمرا لا يقبله عاقل لما يعرف أن هناك من يوفر نفس الخدمة بحساب يحوي صفر دينار أو أي عملة أخرى للتأكيد .

عبر موقعه [www.ag-bank.com](http://www.ag-bank.com) يوفر هذا البنك الخليجي الجزائري مجموعة من الخدمات التي لا تتوفر لدى باقي الهيئات المالية و المصرفية في الجزائر، عدا خدمة الاطلاع على الرصيد ومجريات العملية لدى بريد الجزائر، حيث يمكن الاطلاع على الحساب و مختلف المجريات المصرفية التي تعرض لها العميل، و كذا تحميل كشوفات الحساب بصيغة اكسل أو بي دي أف، في أي فترة من الأسبوع ولجميع المشتركين ضمن هذه الخدمة عبر الموقع المذكور، وهذا بملء استمارة يمكن طلبها عبر الموقع، وبعدها الحصول على رمز سري خاص بالعميل عبر الايميل المصريح به ضمن الاستمارة، و يطلب من العميل تغيير هذا الرمز مباشرة فور تلقيه هذه الرسالة عبر الايميل، و يطلب منه الاحتفاظ به شخصيا بكل حيطة و حذر من أجل دواعي امنية تستوجبها العملية محل الطرح<sup>16</sup>.

ومن أجل تغطية واسعة بالخدمات عبر الوطن، فقد انشأت للبنك عدة فروع، منها سبعة بالعاصمة، و 3 في الشمال الشرقي للوطن بمدينة سكيكدة و عنابة و سطيف، وفرعين بمدينتي وهران و الشلف بغرب البلاد.

وينوي الصرف الى توسيع شبكته الى مدن اخرى مثل تلمسان التي بدأت الخدمات تتوفر فيها منذ هذه السنة، و بجاية بنقطين و بسطيف بنقطين اضافيتين في العلةمة و برج بوعرييج، ثم باتنة وبسكرة وقسنطينة وسيدي بلعباس ومستغانم عبر وكالة أو وكالتين إلى ثلاثة وكالات لكل ولاية حسب نسبة السكان و النشاط المالي المتوفر فيها<sup>17</sup>.

يوفر المصرف عبر وكالاته العءيء من الخدمات المصرفية، من اءءار بمعدلات فائءة تنافسية، ومن استثمارات ضمن ءفءر ءوفير ءساهمي، يسمح في نفس الوقت بسحب الاموال عءء الحاجة، كما يوفر حسابات لوءائع ءء الطلب يمكن سحبها متى شاء العميل<sup>18</sup>.

أهم ءءمة في الموضوع هي بطاقات الدفع فيزا كارد، التي يوفرها المصرف عبر نوعين، البطاقة المسبقة الدفع، أو البطاقة الائءمانية، و ءءءلف شروط و استعمالات كل بطاقة على ءءى-انظر الملءق رقم 18-.

### I.3. بطاقة الدفع المسبق فيزا الخاصة ببنك الخليج الجزائر:

ءتميز هذه البطاقة بءرءة مقبولة من المرونة و الأمن، ءيء يتم فءء حساب بالعملة الصعبة "أورو" بءقءسم نفس الوءائق التي ءقءم لكل المصارف الموجودة في الجزائر، ولا يشءرء البنك مبلغ اءنى للعميلة. يتم ءفع مبلغ البطاقة مسبقة الدفع التي يطلبها العميل بعء ملء استمارة الطلب و ءءعهد الخاص بالاستعمال القانوني، وفورا يءءصل العميل على بطاقءه ءيء يستطيع استعمالها فورا في ءفع مستءءقات مقءنياءه عبر الانترنت أو عءء المؤسسات ءءارية التي ءحمل شعار "فيزا" أو أءهزة الصراف الآلي المءواءءة في العالم بءيء ءحمل لوغو "فيزا"، فهي ءعءبر بطاقة ءولية ءقبل من طرف الأعلبية.

بواسطة هذه البطاقة يستطيع العميل سحب أمواله من أءهزة الصراف الآلي المعءمءة لفيزا بالعملة اءلية للبلء الذي يقوم بالسحب منه ما عءاء الجزائر التي ءمكنه من السحب بعملة الاورو.

إن مءة صلاحية هذه البطاقة صالحة لمءة 24 شهرا منذ ءفعيلها من طرف المصرف، وءشءن بطريقة بسيطة بءيء يءحمل العميل الرسوم الاءارية و ءكاليف الشءن حسب القوائين المصرفية المعمول بها، لكن لما سألنا مسؤولة مصلءة النقءية عن كيفية الشءن، صرءت بأءه يجب على العميل القيام بعميلة الشءن من الفرع الذي قام بمنءه البطاقة ليس من أي فرع من الوطن، مما يشكل نقصا في مستوى الءءمة التي من المفروض ءكون غير مركزية من ءيء قواعد الببانات<sup>19</sup>.

يوفر البنك عبر وكالاته كافة بطاقة فيزا التي ءمكن من إءراء ءفوعات التي من الفروض أءا ءفوق رصيء العملاء، و هء حسب ءسمية التي ءطلق على هذه الءءمة المشهورة عالميا، لكن الغرب في الأمر هو أنه و حسب ما استقيناها من مقبلاءنا مع مسؤولة مصلءة النقءية لءى البنك، لا يمكن أن يقوم العميل

باجراء تعاملات تفوق رصيده لدى البنك باستعمال بطاقة فيزا الائتمانية الصادرة عنه، اضافة على أنه ملزم بأن يكون لديه رصيد أدنى بقيمة 500 اورو، حيث لايمكن أن يتصرف فيها العميل طول فترة امتلاكه للبطاقة، مما أثار استغرابنا في الموضوع، إذ أنه بهذه الطريقة لا يمكن أن تسمى هاته البطاقة بأنها ائتمانية، و هكذا فإنه أي رشيد سيختار بطاقات الدفع المسبق التي لاتحمل العميل ما تحمله عليه البطاقات الائتمانية من غير أي مزايا اضافية.

## II. المشاكل التي تقف امام نمو خدمات التجارة الالكترونية في الجزائر وحلولها:

إن المشاكل التي تحول دون تطبيق و تطور التجارة الالكترونية في الوطن لاترجع فقط للمشاكل الخاصة بمدى توفر الأرضية البرمجية و المادية للمشروع، و إنما هناك مشاكل تتعدى ما ذكرنا، لدى سنحاول طرح حل هذه المشاكل باقتراح الحلول المناسبة لها ضمن ما يأتي.

### 1.II مشكلة الموارد البشرية و التكنولوجية الكفيلة بتأطير و حماية العمليات التجارية الالكترونية.

قبل بداية مناقشة مشاكل التجارة داخل الوطن، من الواجب ان نجيب على السؤال التالي: هل لنا الحرية المطلقة في ادارة شبكتنا الداخلية و محتوياتها؟ وهل نملك كل السيادة في ذلك، مع امكانية تطويرها كيف نشاء؟

في هذا الصدد صرح الامين العام لوزارة البريد و تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ضمن محريات المنتدى العلمي لسياسات الاتصال بالتالي: " ينبغي ضمان السيادة في إدارة موارد الإنترنت من خلال إنشاء معهد إقليمي (إفريقي) لإدارة الإنترنت بالتعاون مع الاتحاد الدولي للاتصالات والجهات ذات الصلة التابعة لمنظمة الأمم المتحدة."<sup>20</sup>

واقترح الامين العام المقترحات التالية ضمن ذات السياق:

**(1)** إنشاء سلطة عليا لإدارة موارد الإنترنت تحت رعاية الأمم المتحدة وبدعم تقني من الاتحاد الدولي للاتصالات. ومن شأن المؤتمرات العالمية والإقليمية بشأن إدارة الإنترنت أن تدعم تطوير شبكة الإنترنت، كما من شأن إنشاء مجلس للإدارة يتألف من ممثلين عن مجموعات الأطراف صاحبة المصلحة أن يضمن اتباع مبادئ الإدارة التشاركية.

**(2)** إنشاء معهد إفريقي لوضع معايير الاتصالات.

**(3)** توفير تمويل المشاريع الهيكلية للبحث والتطوير (مثل DNS إفريقيا).

إن التجارة الالكترونية لا يمكن ان تستغل من طرف من لا يحسن مبادئ استعمال اجهزة الاعلام الآلي، إذ أن هذه الوسائل قد لا تكون مفيدة لهذا النوع من الناس، بل قد تكون مجلبة للمشاكل القانونية و الخسائر المادية في حال استخدامها بغير علم.

و المجتمع الجزائري باختلاف شرائحه قد لا يكون في المستوى المطلوب لمعرفة كل حيثيات التجارة الالكترونية و تطبيقاتها، فمنهم من يقول أنها حرام شرعا، خاصة بالجانب الذي يتعلق بعملية الدفع الالكتروني، ومنهم من لا يبدي ثقة في هذا التعامل، و منهم كذلك من يفضل معاينة المنتج في الوقت الذي يستفسر عنه بائعه ليقوم باصدار قراره المتعلق بعملية الشراء، حيث يصرح الخبير المعلوماتي السيد احمد نيهي بأنه: "في الجزائر لا توجد عقود إلكترونية لانعدام الثقة، لكن في الدول الغربية توجد قاعدة بيانات للمتعاملين الاقتصاديين، حيث يمكن لأي متعامل معرفة كل شيء عن الشخص الآخر الذي سيتعامل معه قبل إبرام الصفقة وتوقيع العقد يكون إلكترونيا عن طريق مواقع متخصصة تشبه مواقع الدردشة وهي مخصصة لرجال الأعمال فقط ومن يضمن جدية البائع أو الزبون؟ فالثقة لا تكون في الشخص ولكن في الموقع الذي لا يسجل فيه إلا بالاشتراك الموثق فيكون الموقع بمثابة الضامن".<sup>21</sup>

## II.2. مشكل التوزيع ضمن مفهوم التجارة الالكترونية

في سنة 2006 عرف سوق البريد انفتاح كبير مقارنة بسنة 2005 حيث أن الوزن الأدنى للبريد المستثنى بلغ 350 غرام سنة 2005 عوض 2 كيلوغرام سنة 2004، ليص بذلك سنة 2006 الى

250 غرام ليعدل القانون رقم 04-397 الصادر عن سلطة الضبط بتاريخ 6 ديسمبر 2004، و يبقى هذا الوزن غير مخفز للمتعاملين في قطاع البريد لكونه لا يساعد في تطور البريد حسب رأيهم.<sup>22</sup> بالرغم من الصعوبات التي كان يشهدها القطاع، لم يتوقف ترشح العديد من الاشخاص الاعتباريين و العاديين ضمن قوائم طلبات الترخيص و التسجيل من أجل الدخول الى سوق البريد في الوطن، فقد سلمت السلطة 10 شهادات ترخيص جديدة تشمل كل من *Algerie chrono* و *société d'assistance au sol* و *teslim express* و *algerie poste* و *AS express* و *R mss* و *Trans mail package service* اضافة الى ماسبق من متعاملين عالميين كبار، مثل *Fedex* و *chronopost* و *Ups* منذ 2004 و *DHL* التي بدأت نشاطها في الجزائر منذ 1998 بترخيص وزاري سوته سلطة الضبط للبريد و المواصلات سنة 2002 وفقا لأحكام القانون رقم 03-2000. -أنظر الملحق رقم 19-

الجدول رقم(1) تطور حصة السوق للمتعاملين الثلاثة خلال الفصلين الأولين من سنة 2004 و

## 2005

| حصة السوق- البريد الذاهب |                  |        |                  |        |       |        |
|--------------------------|------------------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| المتعامل                 | الفصل الاول 2005 |        | الفصل الاول 2004 |        | الفرق |        |
|                          | العدد            | %      | العدد            | %      | العدد | %      |
| DHL                      | 15 998           | 74,30% | 16 413           | 75,87% | - 415 | -2,52  |
| EMS                      | 4 105            | 19,06% | 4 621            | 21,36% | -516  | -11,16 |
| UPS                      | 1 429            | 6,64%  | 600              | 2,77%  | 829   | 138,20 |
| المجموع                  | 21 532           | 100%   | 21 634           | 100%   | -102  |        |

| حصة السوق- البريد القادم |                  |       |                  |       |        |        |
|--------------------------|------------------|-------|------------------|-------|--------|--------|
| المتعامل                 | الفصل الاول 2005 |       | الفصل الاول 2004 |       | الفرق  |        |
|                          | العدد            | %     | العدد            | %     | العدد  | %      |
| DHL                      | 62 853           | 77,5% | 64 189           | 79,6% | -1 336 | -2,1%  |
| EMS                      | 8 185            | 10,1% | 9 995            | 12,4% | -1 810 | -18,1% |
| UPS                      | 10 073           | 12,4% | 6 427            | 8,0%  | 3 646  | 56,7%  |
| المجموع                  | 81 111           | 100%  | 80 611           | 100%  | 500    |        |

Source : ARPT info, 01.07.2005, p :07

من الجدولين نلاحظ تفوق الشركة دي اش ال على كل منافسيها في الفصلين الأوليين خلال السنتين محل الدراسة، و نلاحظ هذا التفوق في كلا جانبيه، سواءا بالنسبة للبريد القادم أو الوارد، و هذا التفوق كان بفارق كبير جدا ليدل ذلك الى عالمية هذه الشركة و قدرتها التنافسية، كما نلاحظ لدى هذه الشركة ان البريد القادم أكثر من الذاهب، ويرجع ذلك الى العناوين التي يطلب من الشركة وصولها بخدمة التوزيع بالبريد المتفق عليه من طرف القاطنين في الخارج، حيث يصل عددها الى 62853 مقارنة بـ 15998

فقط كبريد وارد، ويمكن أن يكون ذلك نتاج تعاملات عبر الأنترنت قام بها مواطنين أو شركات في بعض الحالات.

كما نلاحظ تراجع عدد العمليات البريدية المعالجة من طرف دي اش ال و أي ام اس، في المقابل نمو هذا العدد بالنسبة ل يو بي اس وهذا خلال نفس فترة المقارنة حيث وصلت نسبة النمو الى 56% تقريبا.

هذا يدل على الحركة التي يتميز بها سوق البريد في الجزائر، بصفة خاصة في الحالات التي تفوق فيها رزمة البريد وزن 250 غراما، مما يدل على امكانية اجتياز مشكلة التوزيع ضمن التبادل الدولي من غير أن نحزم في ذلك.

لقد تمت هذه السوق بين تلك الفترتين بشكل مقبول، وهذا قد يكون بفضل نمو المعاملات بين الأجانب و من ينشطون داخل الوطن، وحتى الجالية الجزائرية بالخارج التي تبقى لها تعاملات مع ذوي جنسيتهم. و نورد الشكل التالي لتبين درجة هذا النمو بمقارنته ضمن الفترتين محل الدراسة.

الشكل رقم(2) تطور الحصص السوقية للمتعاملين الثلاثة في نفس الفترة



Source : idem, p :07

ونشير الى أن اضافة المتعاملين الجديدين ضمن السوق نفسها، كرونوبوست و فالكون اكسبرس خلال الفصلين الاخيرين لسنة 2005 أدى الى تغير تلك النسب، حيث بلغت حصتهما السوقية للبريد الوارد و الصادر قرابة 15799 عملية، ليصبح التوزيع السابق ضمن الشكل التالي:

لكن السؤال المطروح هو: ماذا عن التوزيع للبريد ضمن المراسلات الداخلية، أي التي قد تنجم عن تعامل داخل الوطن؟ (باعتباره الاهم في قيام التجارة الالكترونية في البلاد).

علينا تحديد متعاملي البريد المسموح لهم بالنشاط بمعالجة عمليات البريد الداخلي، ومن أجل ذلك وجدنا ما يعادل 13 متعامل، حيث أن بطل البريد أي ام اس الجزائري يتوزع على 112 مكتب منتشرة في الوطن، تليها دي اش أل ب 11 مكتب و يتقاسم المتعاملون الاحدى عشر الباقيين حوالي 65 مكتب من مجموع 148 مكتب لكل المتعاملين<sup>23</sup>.

تسيرة نقل ابريد الذي وزنه يفوق 250 غرام إلى 1 كيلوغرام تختلف من موزع الى آخر، حيث أن بطل البريد يسعرها بـ 450 دج بالنسبة للمسافات القصيرة، بينما دي اش ال فيعادل ذلك 800 دج، أي ضعف السابقة تقريبا، وتبقى تسعيرات المتعاملين الآخرين قريبة جدا من هذه الأسعار حيث أن الأرخص هي عند R mess مساواتها 220 دج لكن عيب هذه المؤسسة أنها تملك فقط مكتب واحد على مستوى الوطن، مما يجعل خدماتها محدودة جدا.

الجدول رقم(2) تطور اعداد مكاتب البريد لمختلف المتعاملين بين سنة 2005 و 2006

| Opérateurs         | Nombre d'agences       |                        | Evolution (%) |
|--------------------|------------------------|------------------------|---------------|
|                    | 2005                   | 2006                   |               |
| DHL                | 9                      | 11                     | 22,22         |
| SAS                | -                      | 5                      | -             |
| Quick Line Cupidon | 1                      | 2                      | 100,00        |
| Kazi Tours         | 3                      | 4                      | 33,33         |
| Champion Poste     | 112 (bureaux de poste) | 112 (bureaux de poste) | -             |
| Teslim Express     | -                      | 1                      | -             |
| La Colombe         | -                      | 1                      | -             |
| FedEx              | -                      | 5                      | -             |
| Chronopost         | -                      | 2                      | -             |
| R Mess             | -                      | 1                      | -             |
| HSD                | 1                      | 1                      | -             |
| UPS                | -                      | 2                      | -             |
| HSD                | 1                      | 1                      | -             |
| Rym Sahara         | 22                     | -                      | -             |
| Total              | 149                    | 148                    | - 0,67        |

Source : Arpt 2006, op cite, p : 121

من الجدول نلاحظ انسحاب ريم الصحراء ليستبعد من القضية، قلة مكاتب المتعاملين الباقيين عددي دي اش ل و بطل البريد، ليبقى التنافس بينهما، لكن لما نقارن اسعار الخدمات فنجد أن بطل البريد الأرخص بلا منازع، و نلاحظ توفر هذا الأخير على عدد أكبر بكثير من المكاتب مقارنة بنفس العدد لدى دي اش ال، مما يسمح بالميل نحو بطل البريد EMS.

يتوفر بريد الجزائر على بنية تحتية مهمة من أجل ادارة شبكته البريدية عبر الوطن، تتمثل في 3256 مكتب في سنة 2006 مع اعتبار 2882 منها مربوطة بشبكة محوسبة، و الجدول التالي يوضح الفكرة أكثر.

جدول رقم(3): نمو شبكة بطل البريد وعدد المكاتب المحوسبة ضمن الشبكة

| Développement du réseau postal        |      |      |               |
|---------------------------------------|------|------|---------------|
| Rubriques                             | 2005 | 2006 | Evolution (%) |
| Nombre total de bureaux de poste      | 3227 | 3256 | 0,9           |
| Nombre total de centres               | 51   | 54   | 5,8           |
| Bureaux créés                         | 64   | 26   | - 59,4        |
| Bureaux fermés                        | 98   | 93   | - 5,1         |
| Bureaux reliés au réseau Informatique | 2816 | 2882 | 2,3           |

Source : idem ,p : 83

مع عدد معتبر من وسائل النقل من سيارات و شاحنات و درجات نارية، و بعداد كبير من الموظفين، تعالج هذه المؤسسة كمية من البريد الداخلي يحقق رقم أعمال يساوي الى 11 مليار و 40 مليون دينار. لكن المشكل المطروح هو هل يمكن أن نجد تقارب بين أصحاب مواقع التجارة الالكترونية وهذه الشركة من أجل تأمين عمليات التسليم بعد عمليات البيع؟ أي هل هي في مستوى تطلعات مشاريع التجارة الالكترونية في البلد؟.

نجد الكثير من المتعاملين الاقتصاديين يهتمون المؤسسة بالتقصير من حيث مدد التسليم، وأن هناك عمليات ضياع و تلف لبعض لطرود، و حتى يهتمونها بالسرقة في هذا المجال، وربما يرجع ذلك لحدوث بعض من تلك الحالات و عدم تصرف ادارة الشركة في الحين بالشكل المناسب.

وتعاني مؤسسة بطل البريد EMS من ارتفاع تكاليف نشاطها، وهذا لعدة اسباب منها:

- قدم حضيرة وسائل النقل لديها.
- قلة عدد وسائل النقل.
- سوء شبكة الطرقات.
- انعدام الامن في بعض المناطق.
- رجوع بعض الطرود لتغير عناوين المرسل اليهم.

- عدم وضوح عناوين بعض المرسل اليهم.
- غياب الوعي القانوني لدى المتراسلين.
- ارتفاع تكاليف التخزين الآمن، حيث لا يمكن توفير شروط تخزين آلاف المقتنيات.
- و تشتت مواقع التجارة الالكترونية توفر مقدمي خدمات البريد على انظمة و برامج التسيير الآلي للطلبات، حيث يتم ربطه بقواعد بيانات الموقع من أجل جدولة و تسيير طلبات التوزيع بصفة آلية وسريعة و آنية، و يمكن للمعنيين متابعة مسار و نسبة تقدم العملية عن طريق الانترنت. و هذا هو المطلوب من الشركات التي تتعامل مع مواقع التعامل على النت. و بما ان بطل البريد لا يتوفر على هذا الشرط، لم يتم اقتراح أي نوع من هذه الصفقات عليه حسب علمنا.

#### خاتمة:

موضوع التجارة الالكترونية و تطبيقاتها في الجزائر، لا يمكن أن يعرج فيه دون الخوض في مشاكل اعتمادها بشكل مفصل، و ان كانت المعلومات ضمن هذا المقال غير كافية لدى البعض، فإنه كما يقال لكل مقام... مقال. و اخيرا فإن مضي شركة طيران الجزائر وبنوك الجزائر و بنك الخليج الجزائر و عدة مؤسسات أخرى نحو الاستثمار في هذا المجال، لدليل جيد للمستقبل الزاهر للقطاع، و الذي هو ليس ببعيد المنال عنا كجزائريين.

#### المراجع والإحالات:

<sup>1</sup> أربع ملايين جزائري مشترك في الانترنت مقابل 32 مليون مشترك و 37 ألف موقع تجاري بفرنسا

<sup>2</sup> جريدة الشروق الجزائرية، عدد 24.02.2009

<sup>3</sup> الجزائر دوت كوم، المغامرة الابداعية لمؤسسة ابياد، مجلة تكنولوجيايات الاعلام و الاتصال، عدد

2008/07/05 ، ص: 22.

<sup>4</sup>Profil de l'eepad, document num 01, disponible chez la secretariat de PDG de l'eepad,p : 02

<sup>5</sup> تتعدى أهداف المؤسسة التكوين إلى أنشطة أخرى مثل المساهمة في مشاريع الصيرفة الالكترونية و التجارة الالكترونية ككل.

<sup>6</sup> نفس المرجع السابق، ص: 22

<sup>7</sup> جاء هذا في نفس الوثيقة السابقة كمشروع في طور الانجاز، حيث تتميز التقنية بتوفير الانترنت في الهواء الطلق بدون الحاجة الى اسلاك و هذا في نطاق واسع يتعدى 100 متر مربع

<sup>8</sup>Eepad et le e-learning, document de la secrétariat du PDG  
eepad, extrait le 01.12.2008, p :01

<sup>9</sup> لقاءات متعدد مع الشائبي مهدي و عثمان، أحد مؤسسي موقع واد كنيس و المشرفين على ادارته من المكتب الواقع بحي القبة بالعاصمة.

<sup>10</sup> مقابلات شخصية متكررة مع مدير الموقع، السيد يوسف سالم، سنة 2008 و 2009.

<sup>11</sup> داو علي بوجعة، تقنيات التجارة الالكترونية، مرجع سابق، ص: 95

<sup>12</sup> مقابلات مع عدة مع مواطنين قاموا بعمليات الدفع الالكتروني من خلال عدة مواقع، سنوات 2007 إلى 2009.

<sup>13</sup> مقابلة شخصية مع السيد خوجة، مدير مصلحة النقدية في وكالة القرض الشعبي الجزائري شارع اول نوفمبر العاصمة الجزائر، شهر جويلية 2009.

<sup>14</sup> مقابلة شخصية مع السيدة خثيري، مديرة مصلحة النقدية بمديرية بنك الخليج الجزائر، دالي براهيم، الجزائر العاصمة، جويلية 2009.

<sup>15</sup> مقابلة شخصية مع السيد نقو محمد، رئيس مصلحة بوكالة القرض الشعبي الجزائري، وكالة غرداية، سبتمبر 2008.

<sup>16</sup>Algeria gulf bank, pour connaître votre situation bancaire,  
dépliante 2009

<sup>17</sup>Algeria gulf bank, réseau d'agences, dépliante 2008

<sup>18</sup>Algeria gulf bank, livret d'épargne participative, 2009

<sup>19</sup> مقابلة مع السيدة خثيري، مسؤولة مصلحة النقدية بالمصرف ، مرجع سابق

<sup>20</sup>World telecommunication politic forum , opcite, p :05

21 حوار مع السيد اءمء نبيهي عبر مكالمات هاتفية و مراسلات بالمنسجر ءلال طيلة سنة 2009.

<sup>22</sup>Arpt 2006, opcite, p : 78

<sup>23</sup>Idem,p :120