



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي الشيخ المقاوم امود بن مختار
-ايليزي-
معهد الحقوق



مذكرة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق
تخصص: قانون خاص معمق
بعنوان:

رقمنة قطاع التجارة ودوره في ضبط الممارسات التجارية في الجزائر

تحت إشراف:
الأستاذة: نجاة حملاوي

إعداد الطالبة:
بوضرسة هاجر

وتتكون لجنة المناقشة من الاساتذة:

رئيسا	المركز الجامعي الشيخ المقاوم أمود بن مختار-ايليزي-	أستاذ مساعد-ب-	د. محمد الصالح الحاج
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي الشيخ المقاوم أمود بن مختار-ايليزي-	أستاذ محاضر - ب -	د. نجاة حملاوي
مناقشا	المركز الجامعي الشيخ المقاوم أمود بن مختار-ايليزي-	أستاذ مساعد-ب-	د. حفصة درويش

السنة الجامعية 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الحمد لله الذي وفقني على اتمام هذا العمل وأنار لنا طريق العلم
والمعرفة ، والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين.

أتقدم بجزيل الشكر وامتناني وجل تقديري إلى:

الأستاذة الفاضلة " نجاة حملاوي " التي قبلت الإشراف على هذه
المذكرة ولما لها من فضل في إرشادي وتوجيهي لاتمام هذا العمل.
وألّف شكر إلى من قبل فيهم " من علمني حرفا صرفت له عبدا "
جميع أساتذة معهد الحقوق

بالمركز الجامعي الشيخ المقاوم امود بن مختار
-إيليزي-

الذين ساهموا في تكويننا طيلة المشوار الدراسي
ولعمال مديرية التجارة الذين مدوا لي يد العون لانجاز
هذا العمل المتواضع

وكما لا أنسى أن أشكر لجنة المناقشة لقبولهم دعوة
المناقشة وتقييم مذكرتي،

وفي الأخير أتقدم بجزيل الشكر لكل من ساهم من قريب أو من بعيد في
انجاز هذا العمل.





إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع الى:

امي الغالية والأب العزيز وكل العائلة الكريمة والى رفيق دربي وسندي

عمراني نور الدين الذي وقف بجانبى في كل خطوة

إلى نور خياتي وأولادي: شبيب، منيب، الاء

إلى أختي أميرة وأختي جمال وعماد وعائلة زوجي كل باسمه

إلى جميع من مد لي يد المساعدة والنصح والعمالى كل من عبز القلم عن عدهم ورسخت

أسمائهم في ذاكرتي أهديكم هذا العمل

وأخيراً نأنا أن الحمد لله رب العالمين



هذه

ان الإدارة في الآونة الأخيرة تشهد مرحلة من التقدم العلمي والتطور التقني في أسلوب التسيير الإداري وتحسين مستوى أعمال الإدارة وضمان جودة خدماتها، إذ أن هذه التحولات السريعة التي شهدناها في القرن الحالي إنما هي نتيجة للتراكمات الحاصلة في الماضي، فالإدارة من المنظور التقليدي كانت تعتمد على التجارب والممارسات اليومية القائمة على مراقبة الفرد وأدائه، فهي تسيير على هذا التفكير القيادي، أما الإدارة اليوم فلقد أصبحت تسيير على معطيات التكنولوجيا وأحدث التقنيات والمعلومات، ونتيجة التطورات والأحداث السريعة التي شهدتها العالم في كافة المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية مع نهاية القرن العشرين الكثير من التحديات أمام المجتمعات التي ألقت على الإدارة عبئا كبير مما جعلها تغير من أسلوبها في العمل من خلال الانتقال من الإدارة التقليدية التي تعتمد على الأوراق إلى الإدارة التكنولوجية المعاصرة التي تتميز بالسرعة والذكاء وغياب الأوراق في العمل، ويعد العصر الحالي عصر المعلومات والتكنولوجيا ونتيجة التقدم التقني في مجالات الحياة المختلفة ظهر اهتمام متزايد بالموضوعات ذات الصلة بحقل الإدارة ومن ابرز تلك الاهتمامات ما يتصل بالبحث في طبيعة الإدارة الرقمية في قطاع التجارة وترقية الصادرات لما لهذه المفاهيم من تأثيرات جوهرية في بناء الاتجاه العام لضبط السوق، وكذا تقليص الإجراءات والابتعاد على الأوراق والسرعة في التنفيذ مما يؤدي بطبيعة الحال إلى زيادة كفاءة الأداء لدى ادارات الدولة.

وتعبيرا عن ذلك فقد انصبت الجهود حديثا حول دور الإدارة الرقمية في مجال العمل الإداري بشكل عام، ويأتي هذا الاهتمام بالإدارة الرقمية على ضوء تأثيراتها المتزايدة بالنظر لأهدافها وفوائدها على الأعمال التجارية، وكذلك في ضبط سلوكيات المتعاملين الاقتصاديين، وإضفاء الشفافية في الممارسات التجارية على ضوء القانون الذي ينظم الممارسات التجارية 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم¹.

فقطاع التجارة وترقية الصادرات التابع لوزارة التجارة، باعتباره من القطاعات الإستراتيجية فقد شهد هو الآخر عصرنة ورقمنة معظم المعاملات التجارية (تمكين التاجر من طلب السجل التجاري الإلكتروني عن طريق البوابة الإلكترونية لسجل التجاري - سجل كوم - دون عناء التنقل، إيداع الحسابات الاجتماعية بالنسبة للشركات التجارية عبر الخط الإلكتروني، كذلك الأمر بالنسبة تسليم شهادة اثبات الاحترام إلى المستوردين تسلم الكترونيا عن طريق المنصة الرقمية ...) تماشيا مع متطلبات الإدارة الرقمية وإيجابياتها، وعليه فقد اتسعت دائرة رقمنة بعض الممارسات في جوانبها التنظيمية الخاضعة لمديريات التجارة الولائية والجهوية على حد سواء قصد تسهيل الاجراءات أمام المتعاملين الاقتصاديين

¹ القانون 02/04 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 المعدل والمتمم، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج رقم 41.

واستجابة لتطورات البيئة الرقمية في البيئة الخارجية. مؤخرا في حقل الإدارة لتشمل جوانب متعددة في مسيرة المنظمات المعاصرة فمنها ما يتصل بدراسة التجارة الالكترونية في هذه المنظمات وتأثيرها في توجهاتهم العامة إزاء الاستجابة لأحداث البيئة الخارجية.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من اعتبارات عديدة تتقدمها الجوانب الآتية :

- تستكمل هذه الدراسة نظريا الجهود المبذولة في إبراز الدور الحيوي للإدارة الرقمية والاستجابة للتغيرات التكنولوجية والبيئة المحيطة بهم.

- كذلكندرة الدراسات الخاصة بحقل الإدارة الإلكترونية في قطاع التجارة وترقية الصادرات، لتضيف أهمية أخرى إلى هذه الدراسة من خلال مواكبة التطور والتقدم في هذا المجال الحيوي للنهوض بالتجارة والاقتصاد الوطني.

- وفي الواقع أهمية دراسة هذا الموضوع تبرز على مستويين الاول نظري والثاني عملي:

- فعلى المستوى النظري ، فإن الموضوع يكتسي أهمية بالغة من حيث ضبط وتبسيط المفاهيم المختلفة للإدارة الالكترونية ، والاهداف المرجوة من عصنة قطاع التجارة وترقية الصادرات وكذلك ادراك مدى فعاليته في الحياة الواقعية والوقوف على مجالات الرقابة الرقمية ومزاياها.
- اما على المستوى العملي فان الدراسة تتسع لتشمل بعدا تطبيقيا يساعد على نشر ثقافة قانونية فيما يخص المعاملات الالكترونية، وتتبع شبكة توزيع المواد واسعة الاستهلاك وضبط المتعاملين الاقتصاديين الكترونيا ليتسنى للمستفيد منها إكتساب رؤية واضحة ومعاملة نزيهة، و هذا من خلال تسليط الضوء حول المنصات الرقمية لوزارة التجارة وترقية الصادرات لاستيعاب عمق التعامل مع الإدارة الرقمية وإبراز دورها الفعال في اضعاء الشفافية والنزاهة في ظل التحول المعلوماتي والرقمي.

اهداف الدراسة:

في ضوء دراسة موضوع رقمنة قطاع التجارة من خلال المنصات الرقمية المستحدثة لهذا الغرض فيمكن حصر أهداف الدراسة على النحو التالي:

- تشخيص ما يمكن ان تفرزه التحولات الرقمية والتعرف على الدور الذي يؤديه التحول الرقمي في مجال الرقابة الرقمية وكذلك التنظيم الرقمي.
- ادراك الدور الفعال والاستراتيجي الذي تلعبه عصرة قطاع التجارة في مواكبة التطورات التقنية الحديثة خاصة فيما يتعلق بالتطبيقات والمنصات الرقمية التي تمكن من توفير نظام وطني للمعلومات يتولى مهمة التنفيذ والتنسيق مع مختلف الجهات .

الدراسات السابقة:

- هناك ندرة واضحة في الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع ويعود سبب ذلك الى حادثته، غير أنه يمكن الإشارة والاستئناس ببعض الدراسات التي تدور في فلك موضوع الرقمنة عموماً في الجزائر وبعض الدول العربية كما يلي:
- تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في مجال الأرشيف أرشيف ولاية قسنطينة نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات، تخصص اعلام الي علمي وتقني، جامعة منتوري قسنطينة، للطالب إبراهيم مومغون 2009، حيث عالج الباحث كيف يمكن تطبيق تكنولوجيا المعلومات في مجال الأرشيف وتوصل إلى أن تكنولوجيا المعلومات لها الدور الفعال والكبير في ميلاد ثورة جديدة في تسيير الأرشيف الذي عرف بالأرشيف الرقمي الالكتروني او الرقمنة الالكترونية الإدارية .
 - رقمنة الأرشيف في الجزائر: الإشكالية والتنفيذ مذكرة ماجستير كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية تخصص مانجمت، انظمة المعلومات، جامعة وهران، للطالبة خثير فوزية فاطمة بحيث عاجلت الباحثة عملية رقمنة الأرشيف وتطبيقاته ومداخل تنفيذه .
 - دراسة ابراهيم، ليث سعد الله حسين، 2004 جاءت هذه الدراسة بعنوان "الحكومة الالكترونية وتأمين خدمات واداء متميز لمستقبل الادارة العامة، امكانات ومتطلبات التطبيق في العراق"، وهدفت الى بلورة مفهوم الحكومة الالكترونية في اطار اداء المنظومة العامة وعدة خيارات استراتيجية في بناء وتطور مستقبل المنظمة والتعرف على اراء الادارات العليا في المنظمات المبحوثة.
 - دراسة العمري، سعيد ، بن معلا ، 2003، "المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الإدارة الالكترونية في المؤسسة العامة للموانئ بالرياض، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، الرياض، السعودية ، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الإدارة الالكترونية، والوقوف على فوائدها.

صعوبات الدراسة:

- نقص الدراسات السابقة والمراجع، في المواضيع التي تخص الرقمنة والتحول الرقمي خاصة في الجزائر.
- نقص الدورات العلمية والمكتبيات التي تبنت مثل هذه المواضيع الحديثة المتعلقة بموضوع الرقمنة.

منهج الدراسة:

اقتضت طبيعة البحث الاستعانة بأكثر من منهج تتكامل في ما بينها وهي المنهج الوصفي عند التطرق إلى المفاهيم العامة حول الرقمنة وبيان خصائصها وأهدافها، والمنهج التحليلي والملائم لمثل هذه الدراسات القانونية من خلال تحليل نصوص قانون الممارسات التجارية والمرسوم التنفيذي المتعلق بالسجل التجاري الإلكتروني وغيرها من القوانين السارية المفعول.

اشكالية الدراسة:

تأسيسا على ما سبق فان الدراسة الحالية ستحاول الاجابة على الاشكالية التالية:

ما مدى تكريس الرقمنة في قطاع التجارة تفعيلا للقواعد الخاصة بالممارسات التجارية ؟

كما يمكن الاجابة على الاسئلة الفرعية التالية:

- هل يمتلك قطاع التجارة البنية التحتية لتطبيق الادارة الرقمية ؟
- هل يساهم التحول الرقمي لقطاع التجارة في ضبط التموين وشفافية المعاملات التجارية ؟.
- وهل يعود استخدام المنصات الرقمية بالفعالية في تأطير عمليات الإنتاج؟.
- هل المنصات الرقمية لها دور في القضاء على التحايل والغش من قبل المتعاملين الاقتصاديين؟

خطة الدراسة:

للإحاطة بمختلف جوانب الموضوع سنقسم الدراسة إلى فصلين، نتناول في الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لرقمنة قطاع التجارة وترقية الصادرات، والذي سنقسمه بدوره إلى مبحثين عالجا في المبحث الأول. الإطار المفاهيمي لرقمنة قطاع التجارة، وفي المبحث الثاني. الممارسات التجارية المعنية بالرقمنة في قطاع التجارة على ضوء القانون 04/ 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. أما بالنسبة للفصل الثاني سوف نتطرق إلى الآليات الرقمية لضبط الممارسات

التجارية و الذي سنقسمه أيضا إلى مبحثين، المبحث الأول سوف نتناول فيه المنصات الرقمية التابعة لوزارة التجارة وترقية الصادرات ، أما المبحث الثاني سوف نتطرق إلى رقمنة المركز الوطني للسجل التجاري والمعاملات التجارية.

الفصل الأول:

تحول قطاع التجارة وترقية

المصادر نحو الرقمنة

الادارة الالكترونية أو التحول نحو الرقمنة في كل القطاعات نظام حديث تتبناه الادارات باستخدام الشبكة العنكبوتية والانترنت، من خلال ربط مؤسساتها بعضها البعض ووضع المعلومة في متناول الافراد ،ودلك لخلق علاقة شفافية وسرعة في ايصال المعلومة في حينها بكل مصداقية، حيث انه يمثل عصر المعلومات وسيطرة التقنيات الرقمية تغييرا جذريا في الأداء البشري، ولما كان الإطار المفاهيمي الركيزة الأساسية للبحث العلمي، حيث يمكن الباحث من ادراك المفاهيم والتعاريف المتعلقة بمشكلة الدراسة ويساعده في تحديد صياغتها وتوضيح اهدافها، كما توفر له المعلومات لإيجاد حلول لتلك المشكلة، فإننا من خلال هذا الفصل سنحاول التطرق الى التحول الرقمي في قطاع التجارة وترقية الصادرات وانتقالها من ادارة تقليدية الى ادارة الكترونية مسلطين الضوء في ذلك وفي المبحث الأول حول الإطار المفاهيمي من خلال التطرق الى ماهية وخصائص الإدارة الالكترونية ومتطلبات تطبيقها وبنيتها الأساسية في قطاع التجارة، أما المبحث الثاني فسنخصصه للممارسات التجارية المعنية بالرقمنة في قطاع التجارة، من خلال تبين مصالح قطاع التجارة وترقية الصادرات والممارسات التجارية التي مستها الرقمنة.

المبحث الأول الإطار المفاهيمي لرقمنة قطاع التجارة وترقية الصادرات

يسعى قطاع التجارة الى تجسيد هدف صفر وثيقة في التعاملات الادارية، من خلال مخطط يتم تجسيد لرقمنة القطاع وفق نظام معلوماتي حديث وتطوير الراجح الاحصائية، بما يساعد المورد البشري الاداري على القيام بمهامه بسهولة وكما تعتبر التطبيقات التي يتضمنها هذا المخطط لوحات تحكم رقمية تساعد متخذي القرار على التسيير واتخاذ القرار المناسب في حينه وكذلك تبادل المعلومات حول مختلف العمليات التجارية المجسدة عبر التراب الوطني ومعلومات عن السلع والاسعار سواء جملة او بالتجزئة¹. وسوف نحاول التطرق لكل هذه المفاهيم والخصائص من خلال المطلبين التاليين على النحو الآتي:

المطلب الاول ماهية وخصائص الادارة الالكترونية في قطاع التجارة

تهدف هذه الدراسة الى معرفة التغيرات والتأثيرات التي احدثها التحول الرقمي على قطاع التجارة في الجزائر، وخاصة انه اصبح من اهم الاستراتيجيات والاهداف التي تسعى الى تحقيقها الحكومات ودلك لما لها من أهمية بالغة في تسيير الأعمال والخدمات بطريقة الرقمنة التي توفر الوقت ورفع الإنتاجية لكل من القطاعين العام والخاص حيث ان

¹ موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات www.commerce.gov.dz، الادارة المركزية، الاربعاء 20 يناير 2021.

الجزائر تعتبر من الدول العربية السبّاقة لتبني مشروع التحول الرقمي مع سعيها الى تطبيقه على ارض الواقع¹. وعليه سوف نسلط الضوء على مفهوم واهمية الادارة الالكترونية من خلال الفرعين التاليين على النحو التالي:

الفرع الأول مفهوم الإدارة الالكترونية وأهميتها

لا شك إن مسألة تحديد تعريفات دقيقة لمصطلحات الإدارة تعتبر احد المداخل الضروري والمعقدة لإعداد أي بحث علمي، فالإدارة هي من أصل لاتيني ويطلق عليها بالإنجليزية Management مهام الإدارة في مستويات التنفيذ وهي الوظيفة أو النشاط الذي يقوم به المديرون وليست الهيئات الادارية التي تديرها هي القيام بالأعمال بالاعتماد على الافراد والآخرين.

حيث انه سوف يتم إعطاء تعريف للإدارة الالكترونية، من خلال إعطاء مجموعة من التعاريف والتي منها ماهو مبسط، ومنها ماهو أكثر عمقا. ومن اجل تبسيط هذه المفاهيم نتطرق إليها من خلال النقاط التالية:

أولا. تعريف الادارة الالكترونية:

تعرف الإدارة الالكترونية بأنها مجموعة من الأنشطة الحكومية التي تعتمد على الانترنت. بالاعتماد على الاتصالات الالكترونية لتتقدم خدمات ومعاملات عن بعد للأفراد من اجل تزويدهم بالمعلومات المطلوبة في شتى المجالات².

ورغم حداثة المصطلح في الدول العربية الا انه توجد تعاريف كثيرة ومتنوعة من اهمها:

- يتضح من مفهوم التحول الرقمي الانتقال من التعاملات الكلاسيكية إلى التعاملات الالكترونية، التي تتم بين الاشخاص والمؤسسات المالية فظهرت كل من التجارة الالكترونية والسجل التجاري الالكتروني¹ والمنصات الرقمية الالكترونية .

¹ دهبني سعاد، لعوج زواوي، بلفكرون خضرة، ملامح التحول الرقمي لقطاع التجارة في الجزائر، مجلة تنمية الموارد البشرية، مجلد 17، العدد 03، تاريخ 2022/11/16 ص 713.

² عبد السلام عبد لاوي، الادارة الالكترونية للخدمة العمومية في الجزائر -الواقع والمأمول-، ابن النديم للنشر والتوزيع، مؤسسة الكتاب القانوني، الطبعة 1، الجزائر، 2023، ص 12.

وعليه فان الإدارة الرقمية تعد مفهوما املته المراحل المتقدمة من ثورة تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة والاقتصاد الرقمي واسهمت في تكوينه برمته وانتشاره فالإدارة الرقمية تترعرع وتنمو في بيئة الابتكار والخلق والابداع، حيث ان التحولات السريعة والحديثة في تقنية المعلومات التي بدا القرن الحادي العشرون يشهدها نتيجة التراكمات الحاصلة في الماض انعكست على عمل الادارة¹.

ثانيا. اهمية الادارة الالكترونية في قطاع التجارة

تتجلى أهمية الإدارة الالكترونية خاصة في قطاع التجارة في قدرتها على مواكبة التطور النوعي والكمي الهائل في مجال تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات وما يرافقها من انبثاق ما يمكن تسميته بالثورة المعلوماتية المستمرة، فضلا عن ذلك، تمثل الادارة الرقمية نوعا من الاستجابة القوية لتحديات عالم القرن الواحد والعشرين الذي تختصر العولمة والفضاء الرقمي واقتصاديات المعلومات والمعرفة وثورة الانترنت وشبكة المعلومات العالمية كل متغيراته وحركة اتجاهاته².

وبذلك أصبحت الإدارة الرقمية فلسفة متكاملة وتحولا جذريا في الفكر الاداري وجعلها صيغة متطورة للإدارة التقليدية التي تمثل الروتين الزائد والتسلط والفساد وغيرها من المظاهر والممارسات التي تؤثر سلبا في ادائها.

وبعد تطور نظم المعلومات العالمية والمحلية، وبعد توفير حماية عالية نسبيا للمعلومات على شبكة الانترنت أصبحت الإدارة الالكترونية عنصرا رئيسيا في واقع النشاط الإداري المعاصر، وامتد تأثيرها ليغطي معظم مجالات الحياة المعاصرة، تسهل الإدارة الرقمية للهيئات الإدارية إيجاد أسواق جديدة على زيادة قدرة تلك الشركات والمنظمات على النفاذ الى هذه الاسواق، كما تساعد على سرعة الاستجابة لمتطلبات السوق او الاسواق لما يتوفر لدى المنظمات من معلومات عن الرغبات والاسعار وصفات الأعمال، تسهم الإدارة الالكترونية في التخفيف من التعامل الورقي في قطاع التجارة باعتباره من القطاع الإستراتيجية المتوجهة نحو الرقمنة وما يترتب عليه من بدل جهد وضياح الوقت وزيادة التكاليف ويتحقق ذلك من خلال استخدامات الحاسوب، زيادة الترابط بين العاملين والادارة العليا ومتابعة الموارد كافة وادارتها، معالجة مشكلة الحفظ والتوثيق للأوراق مما يؤدي الى عدم الحاجة الى اماكن التخزين .

¹ نبا مؤيد عبد الحسين الطائي، امكانية تطبيق الادارة الرقمية ، دار الكتب القانونية ، دار شتات للنشر والبرمجيات ، مصر، ص 39.

² نبا مؤيد عبد الحسين الطائي، مرجع نفسه ، ص 52.

- الدقة والوضوح في تنفيذ العمليات الادارية المختلفة داخل المؤسسة¹.

الفرع الثاني. خصائص الإدارة الالكترونية ومتطلبات تطبيقها وبنيتها الأساسية

سوف نتطرق الى خصائصها من خلال النقاط التالية

أولاً. الخصائص

سلسلة أدائها وإيقاعها السريع، وقد أصبحت أداة فاعلة في انجاز كل الأعمال والمعاملات بين اطراف التعامل من خلال وسيط الكتروني بحيث يتم تداول البيانات والوثائق الكترونياً وذلك من خلال استخدام الاتصالات الالكترونية².

التعامل بكل سلسلة ومصادقية في عرض مختلف البيانات واحصاء كل المعلومات ووضعها بكل دقة باستخدام الانترنت عند بعد دون حدود جغرافية.

1. السرعة والوضوح

السرعة في انجاز المعاملات الادارية بفعل التحول إلى أسلوب الإدارة الالكترونية³.

2. عدم التقيد بالزمان والمكان

بالإمكان مراجعتها طوال ساعات اليوم، فهي لا تتقيد في عملها بزمان معين فمواقع هذه الادارة متاحة عبر الانترنت او عبر أجهزتها وهذا ما يتضح جلياً في ادارة قطاع التجارة فكل الروابط الالكترونية والاتصالات الالكترونية متاحة في كل وقت وحتى المراسلات المستعجلة بين وزارة التجارة وترقية الصادرات ومختلف المصالح الخارجية التابعة له تتم بطريقة سلسلة وسريعة دون القيود الجغرافية.

3. إدارة المعلومات لا الاحتفاظ بها

تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائهم حسب برامج معينة، كما تهتم بإدارة الملفات وليس الاحتفاظ بها وتكديسها فوق بعضهم على أرفف الأرشيف الإدارة لكن في الإدارة الالكترونية تحتفظ بها عبر شبكتها الالكترونية⁴.

¹ نيا مؤيد عبد الحسين الطائي، مرجع سابق، ص 56.

² بدر محمد السيد القزاز، الادارة الالكترونية ودورها في مكافحة الفساد الاداري، ماجستير في القانون، دار الفكر الجامعي، ص 51.

³ بدر محمد السيد قزاز، مرجع سابق، ص 52.

⁴ بدر محمد السيد قزاز، مرجع نفسه، ص 53.

4. المرونة

يمكنها بفعل التقنية وبفعل امكانياتها الاستجابة السريعة للأحداث والتجارب متعددة بذلك حدود الزمان والمكان وصعوبة الاتصال مما يعين الادارة على تقديم الكثير من الخدمات التي لم تكن متاحة¹، وهذا ما نلمسه في قطاع التجارة وترقية الصادرات مند تبنيها التحول الرقمي وعصرنة القطاع بحيث كل الملفات تتابع بمرونة وسرعة استجابة الانية والمعالجة الفورية من خلال روابط الكترونية ترسل الملفات دون جهد.

5. الرقابة المباشرة والصادقة

أصبح بإمكانها ان تتابع مواقع عملها المختلفة عبر الشاشات الرقمية التي في وسع الادارة الالكترونية ان تسلطها على كل مواقعها الإدارية، حيث انها أصبحت أداة تقيم بها أنشطتها وتتابع بها مواقعها بعيد عن أسلوب المتابعة بالمدكرات و التقارير التي يرفعها الافراد في الادارات التقليدية ومثاله موقع حماية المستهلك المتواجدة عبر بوابة وزارة التجارة وترقية الصادرات والتي يمكن المستهلكين رفع شكاوهم الكترونيا من خلال الولوج الى الموقع ورفع انشغالهم ويتم التكفل به في حينه بطريقة سريعة وانية .

6. السرية والخصوصية

السرية والخصوصية للمعلومات المهمة بما تملكه تلك الادارة من برامج تمكنها من حجب المعلومات والبيانات المهمة وعدم إتاحتها الا لدوي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور للولوج الى تلك المعلومات وعليه فالسرية والخصوصية نلمسها جليا عند الاطلاع على المنصات الالكترونية التابعة لوزارة التجارة وترقية الصادرات يجب ادخال رقم السري واسم المستخدم حتى يتسنى للشخص الولوج للمنصة و الاطلاع على المعلومات فهي ليست متاحة لكافة الموظفين حتى لا يتم التلاعب بالبيانات والمعلومات الخاصة بالمعاملين الاقتصاديين. لان المعلومات الشخصية محمية بموجب قانون رقم 18-07 الذي يتعلق بحماية الاشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي وهذا ما نصت عليه المادة 03 من القانون السالف الذكر والتي اعطت مفهوم واسع للمعطيات ذات الطابع الشخصي بقولها "كل معلومة بغض النظر عن دعامتها متعلقة بشخص معرف او قابل للتعرف عليه والمشار اليه ادناه "الشخص المعني " بصفة

¹ بدر محمد السيد قزاز، مرجع نفسه، ص 54 .

مباشرة او غير مباشرة ، لاسيما بالرجوع الى رقم التعريف او عنصر او عدة عناصر خاصة بهويته البدنية او الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية او النفسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية¹ وعليه فان الشخص المعني يقصد به كل شخص طبيعي تكون المعطيات ذات الطابع الشخصي المتعلقة به موضوع معالجة. اما فيما يخص الموافقة المسبقة للشخص المعني فهي ليست مطلقة فبقراءتنا لنص المادة 07 الفقرة الاولى من القانون السالف الذكر نجد انها تلزم الموافقة قبل القيام بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، لكن الاستثناء نجده في الفقرة الرابعة بقولها "غير ان موافقة الشخص المعني لا تكون واجبة اذا كانت المعالجة ضرورية"² ومثاله ما جاءت به نفس المادة 07 فقرة 04 احترام التزام قانوني يخضع له الشخص المعني او المسؤول عن المعالجة ، حماية حياة الشخص ، لتنفيذ اجراءات متعلقة بالعقد ، للحفاظ على المصالح الحيوية للشخص المعني ، كذلك لتنفيذ مهمة تدخل ضمن مهام الصالح العام او ضمن ممارسة مهام السلطة العمومية لتحقيق مصلحة مشروعة من قبل المسؤول عن المعالجة مع مراعاة مصلحة الشخص المعني³.

7. زيادة الإتقان

إن الإدارة الالكترونية كآلية عصرية في قطاع التجارة تعتبر عملية التطوير الإداري والتغيير التنظيمي تمثل منعرجا حاسما في شكل المهام، والانشطة الادارية التقليدية ، وتنطوي على مزايا اهمها المعالجة الفورية للطلبات والدقة والوضوح التام في انجاز المعاملات ، وعليه فان اتقان الخدمة في الادارة الالكترونية يمكن تقديم خدمات افضل لمستحقيها⁴. كذلك يحقق الشفافية الادارية التي تعد اهم عنصر في الادارة الالكترونية ، والقضاء على البيروقراطية ، والسرعة في انجاز كل الملفات الادارية على مستوى كل الهيئات الادارية والقدرة على معالجة كل الانشغالات ، بشكل سريع واني دون حواجز مكانية فالاتصال الالكتروني ذلل كل هذه الصعوبات .

¹ قانون رقم 18_07 المؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، المتعلق بحماية الاشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي ج ر ج ر ج رقم 34، الصادرة بتاريخ 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018.

² المادة 07 فقرة 01 من القانون 18-07 ، مرجع سابق.

³ المادة 07 فقرة 04 من القانون 18-07 ، مرجع، نفسه.

⁴ عبد السلام عبد اللاوي، مرجع سابق، ص 22.

8. تحقيق الشفافية الإدارية

فالشفافية الكاملة داخل المنظمات الالكترونية هي محصلة لوجود الرقابة الالكترونية، التي تضمن المحاسبة الدورية على كل ما يقدم من خدمات اذ تعرف الشفافية في المعاملات التجارية الجسر الذي يربط بين المواطن ومؤسسات المدنية جهة، والسلطات المسؤولة عن مهام الخدمة العامة من جهة اخرى فهي تتيح مشاركة بأكمله في الرؤية¹.

9. تبسيط الاجراءات

اما الحاجة لعصرنة الإدارة عملت جل الإدارات من بينها قطاع التجارة على إدخال المعلومات إلى مصالحها، وحرصت على استخدامها الاستخدام الأمثل، بشكل مبسط وسريع. وعليه فان الادارة الالكترونية كفيلة بتوفير المعلومات وتقديم الخدمات بكل سهولة.

ثانيا. متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية وبنيتها الأساسية:

مع بروز مفهوم الادارة الالكترونية وتطبيقاتها في المؤسسة فقد أدى هذا التحول جذري في الأساليب والاجراءات، فهي تعتبر نظام متكامل من المكونات المعلوماتية والمالية والتقنية، وبالتالي يجب توفر متطلبات

وعليه فإن المؤسسات الجزائرية اليوم تسعى إلى كسب تحدي العصر ومسايرة التطورات وهذا لا يتأتى إلا بتوفير جملة من المتطلبات، وبما أن الإدارة الإلكترونية هي عملية تطويرية ونشاط اتصالي تفاعلي حديث يعمل على ربط البيئة التنظيمية بمجتمع المعلومات فإنها تحتاج إلى إمكانيات مادية وبشرية محددة؛ حيث أن تطبيقها في ظل عدم توفر الإمكانيات المادية والبشرية أمر لا فائدة منه، نتيجة بطء الأداء وعدم الاستفادة من السرعة والدقة التي توفرها الإدارة الإلكترونية.

عديدة ومتكاملة لتطبيقها وهي المتطلبات الإدارية:

-متطلبات الادوات والمعدات :اتصال مخصص وسريع بالإنترنت.

-جهاز كمبيوتر ذو إمكانيات قوية لتشغيل البرامج الخاصة بوحدة الخدمة كوميبيوتر مكثي مخصص لعمليات التطوير والاختبار بحيث يتم الاستعانة بها للقيام بعمليات التطوير والاختبار.

¹عبد السلام عبد اللاوي، مرجع سابق، ص 23.

- سرعة التحميل اي كلما كان موقع الويب قريب من قنوات الانترنت الرئيسية ازدادت سرعة التحميل¹.

- وضع استراتيجيات وخطط التأسيس: يعد التخطيط أولى العمليات الإدارية، حيث يتطلب وجود رؤية مستقبلية واضحة حول ما يسمى بمشروع الإدارة الإلكترونية، هذا الأخير الذي يتطلب تحديد منطلقاته وأبعاده والأهداف المرجوة منه.

- تطوير وتطبيق استراتيجيات الأعمال الالكترونية. وتنمية الموارد الإلكترونية وابتكار الثقافة الإلكترونية. واستقطاب ورعاية صناع المعرفة.

أما فيما يخص المتطلبات البشرية: فان العنصر البشري يعتبر من أهم الموارد التي يمكن استثمارها لتحقيق نجاح أي مشروع، -تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من الأفراد المؤهلين في نظم المعلومات والبرمجيات والعمل على الانترنت واستقطاب أفضل الخريجين المؤهلين في مجالات نظم المعلومات والبرمجيات - إيجاد نظم فعالة للمحافظة على الإداريين وتطويرهم وتحفيزهم.²

المطلب الثاني مصالح قطاع التجارة وترقية الصادرات

تتكون مصالح قطاع التجارة من مصالح مركزية على مستوى وزارة التجارة وترقية الصادرات و 09 مديريات جهوية، الجزائر، البليدة، عنابة، وهران، بشار، سطيف، باتنة، سعيدة، ورقلة و 58 مديرية ولائية على مستوى الوطن وسوف نوضح مهام هذه المصالح من خلال الفروع التالية³

الفرع الأول الإدارة المركزية لوزارة التجارة

تشمل الادارة المركزية في وزارة التجارة، الموضوعة تحت سلطة الوزير على ما يلي:

-الامين العام :ويساعده مديرا 02 دراسات ويلحق به المكتب الوزاري للأمن الداخلي في المؤسسة ومكتب البريد

-رئيس الديوان: ويساعده 08 مكلفين بالدراسات والتلخيص، يكلفون بما يأتي:

¹عبد السلام عبد لاوي، مرجع سابق، ص 32.

² وهيبه حارش، سمير يوسف خوجة، متطلبات تطبيق الادارة الالكترونية ومعوقاتهما في الادارة الجزائرية، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، مجلد 07، العدد 02، 2021/12/31، ص 173.

³موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات www.commerce.gov.dz

تحضير مشاركة الوزير في النشاطات الحكومية وتنظيمها، وتحضير نشاطات الوزير في مجال العلاقات الخارجية وتنظيمها. والاتصال مع الهيئات العمومية و اعداد حصائل النشاطات للوزارة كلهامتابعة العلاقات الاجتماعية والمهنية وتطبيق التشريع المتعلق بالعمل في الشركات والمؤسسات العمومية التابعة للقطاعتحضير نشاطات الوزير في مجال العلاقات العمومية وتنظيمهاواربعة ملحقة بالديوان والمفتشية العامةالتي يحدد إحداثها وتنظيمها وعملها بمرسوم تنفيذي.

أولا. الهياكل

- مديريات عامة، المديرية المالية والوسائل العامة، مديرية التنظيم والشؤون القانونية، المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، المديرية العامو للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، مديرية الموارد البشرية¹

ثانيا. مهام وزير التجارة

في ميدان التجارة الخارجية يكلف وزير التجارة بما يأتي:

- يعد و/أو يساهم في وضع الإطار المؤسسي والتنظيمي المتعلق بالمبادلات التجارية الخارجية.
- ينظم تحضير الاتفاقيات التجارية الدولية والتفاوض بشأنها، بالاتصال مع المؤسسات المعنية، ويتولى تنفيذها ومتابعتها، يسهر على جعل القوانين والتنظيمات مطابقة للنصوص التي تسير التجارة الدولية، ينشط و يحفز عبر الهياكل الملائمة، بالاتصال مع الدوائر الوزارية والمؤسسات المعنية، الأعمال التجارية الخارجية الثنائية والمتعددة الأطراف، يعالج في حدود صلاحياته، الخلافات المتعلقة بالتجارة الدولية، يعد ويقترح كإستراتيجية لترقية الصادرات خارج المحروقات، يسهل ويشجع مشاركة المتعاملين الاقتصاديين في التظاهرات الاقتصادية داخل الوطن أو خارجه، ينشط، بالتنسيق مع الهيئات المعنية، المصالح الموضوعة لدى الممثلات الدبلوماسية الجزائية في الخارج والمكلفة بالشؤون التجارية، يساهم في وضع وتنظيم سير مناطق التبادل الحر، يسهر على وضع وتطوير نظام اتصال و إعلام إحصائي حول المبادلات التجارية الدولية، في مجال ضبط وترقية المنافسة، يكلف وزير التجارة بما يأتي:

- يقترح كل إجراء من شأنه تعزيز قواعد وشروط ممارسة منافسة سليمة ونزيهة في سوق السلع والخدمات،

¹ مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، جرج رقم 85، لمعدل المتمع.

- يساهم في تطوير القانون وممارسة المنافسة، ينظم الملاحظة الدائمة للسوق، ويقوم بتحليل هيكله ويعين الممارسات غير الشرعية الهادفة إلى إفساد المنافسة الحرة ويضع حدا لها، بالتنسيق مع الهيئات المعنية، يساهم، بالاتصال مع المؤسسات المعنية، في العمل على الإطار المرجعي وإثرائه في ميدان ضبط المنفعات العمومية،¹ يشارك في إعداد سياسات التسعير، وعند الاقتضاء، في تنظيم انسجام الأسعار وكذا هوامش الربح ويسهر على تطبيقها، يقترح كل الإجراءات المتعلقة بشروط وكيفيات إنشاء إقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهن المقتنة، ويسهر على وضعها حيز التنفيذ مع الهيئات المعنية، يبادر بكل التدابير المتعلقة بإنشاء غرف التجارة والصناعة، وتطويرها، يساهم في تحديد السياسة الوطنية للمخزون الأمني بالاتصال مع الهيئات المعنية. في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك يكلف وزير التجارة بما يأتيحدد، بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية، شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة، والنظافة الصحية والأمن،
- يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية، والتسميات الأصلية، و متابعة تنفيذها، يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من اجل تطوير الرقابة الذاتية، يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة، يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية و الجهوية المختصة في مجال الجودة، يعد وينفذ إستراتيجية للإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية و المستهلكين التي يشجع إنشاءها.
- في مجال الرقابة الاقتصادية و قمع الغش يكلف وزير التجارة بما يأتي:
- ينظم ويوجه ويضع حيز التنفيذ المراقبة ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية والممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبط بالجودة والتقليد، يساهم في التوجيه والتنسيق ما بين القطاعات لبرامج الرقابة الاقتصادية و قمع الغش، ينجز كل تحقيق اقتصادي معمق، و اخطار الهيئات القضائية عند الضرورة في مجال ترقية الإنتاج الوطني:²
- يشارك وزير التجارة في اعداد سياسات حماية التعاريف الجمركية وغير الجمركية، ويبادر بكل اجراء وقائي خاص.

¹ موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات، مرجع سابق

² موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات ، مرجع نفسه

- في مجال الدراسات والاعلام الاقتصادي والتجاري يكلف وزير التجارة بما يأتي:
- ينجز كل الدراسات الاستكشافية حول التنمية الاقتصادية والمبادلات التجارية الدولية، يسهر على وضع بنوك للمعطيات تتعلق بالتجارة الداخلية والمبادلات الدولية، يساهم في تنظيم و تطوير النظام الوطني للإعلام الاقتصادي، في إطار التكفل بصلاحياته، يقوم وزير التجارة بوضع الإطار التنظيمي وكذا الوسائل البشرية والمالية والمادية الضرورية لتجسيد الأهداف والمهام المسندة إليه.
- يمكنه اقتراح كل إطار مؤسسي للتشاور والتنسيق ما بين القطاعات و/أو كل هيئة أخرى أو جهاز ملائم من طبيعتها السماح بالتكفل الأحسن بالمهام الموكلة إليه¹.

الفرع الثاني المديرية الجهوية وسوف نوضح مهامها من خلال النقاط التالية

المديرية الجهوية تعتبر هيكل تابعة للسلطة المركزية وهي 09 على مستوى الجزائر وسوف نوضح مهامها من خلال ما يلي

أولا مهامها

المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة مهام تأطير وتقييم نشاطات المديرية الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وتنظيم و/أو إنجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية و الجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات.

وتكلف بهذه الصفة بما يلي:

- تنشيط وتأطير وتنسيق و تقييم نشاطات المديرية الولائية والمصالح الخارجية للهيئات التابعة لقطاع التجارة، إعداد برامج الرقابة بالتنسيق مع الإدارة المركزية والمديرية الولائية والسهر على تنفيذها، برمجة وتنظيم وتنسيق عمليات الرقابة والتفتيش ما بين الولايات، المبادرة بكل تدبير في ميدان اختصاصها يهدف إلى عصرة نشاط المرفق العمومي لاسيما عن طريق تحسين طرق التسيير وتنفيذ التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال إنجاز كل دراسة وتحليل أو مذكرة ظرفية لها علاقة بميدان اختصاصها، المبادرة بمهام تفتيش مصالح المديرية الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي²

¹ موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات ، مرجع سابق .

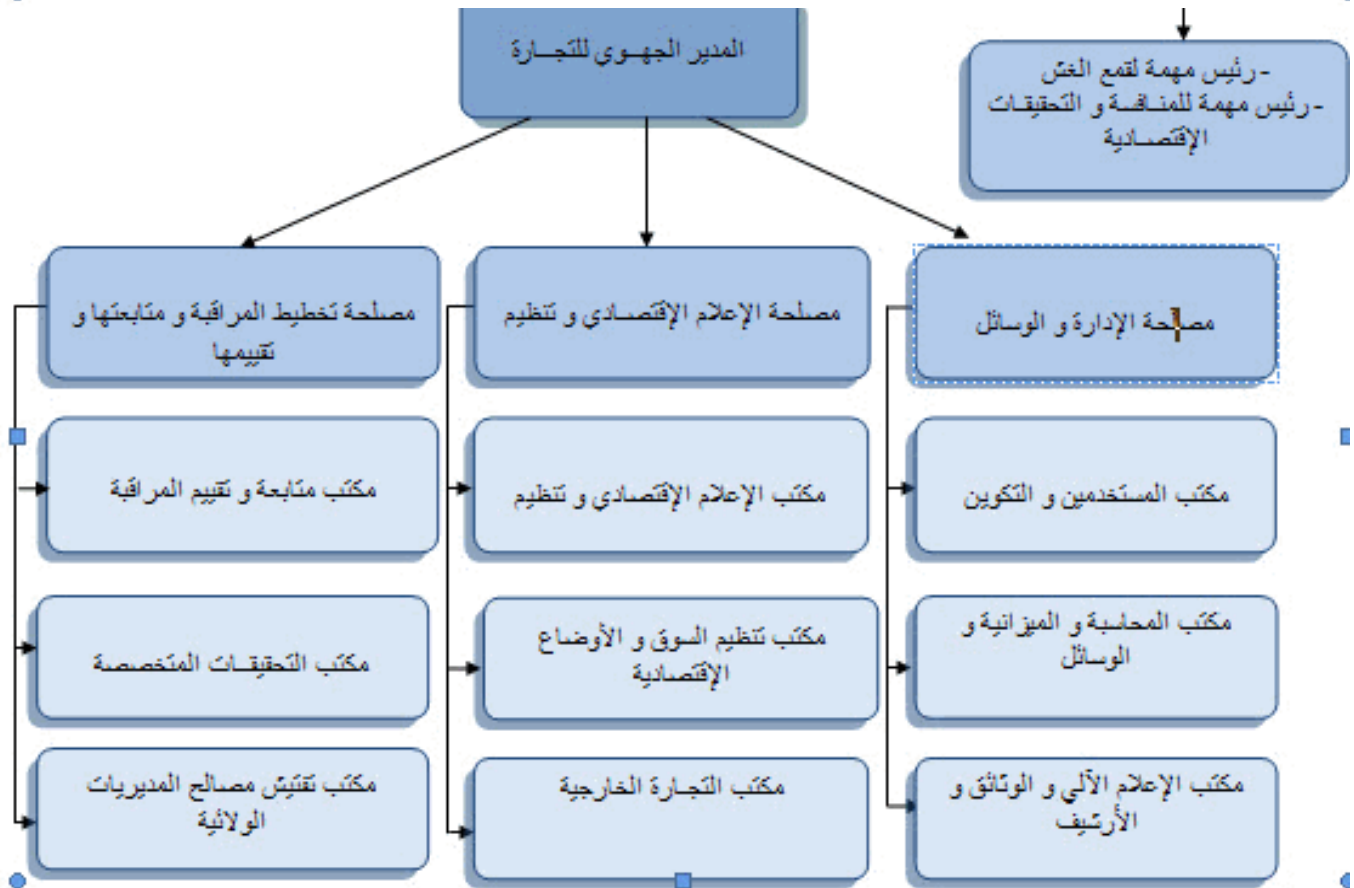
² موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات ، مرجع سابق ، مرجع نفسه.

– الهيكل التنظيمي للمديرية الجهوية للتجارة وترقية الصادرات¹

سوف نوضح للمديرية الجهوية للتجارة وترقية الصادرات لولاية ورقلة والمديرية الجهوية للتجارة وترقية الصادرات لولاية غرداية.

جارية لولاية ورقلة، مديرية التجارة لولاية الأغواط، مديرية التجارة لولاية تلمسان، مديرية التجارة لولاية غرداية. – مديرية

التجارة لولاية إيليزي، مديرية التجارة لولاية الوادي.²



¹ قرار وزاري مشترك مؤرخ في 18 سبتمبر سنة 2005 الموافق 14 شعبان عام 1426، يحدد تنظيم المديرية الجهوية للتجارة الى مكاتب ، ج ر ج ج رقم 69.

² مرسوم تنفيذي رقم 03-409 مؤرخ في 10 رمضان عام 1424 الموافق 5 نوفمبر سنة 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها. (ج ر ج رقم 68).

الفرع الثالث: المديرية الولائية

تتمثل المديرية الولائية لقطاع التجارة في 58 ولاية تقوم بمتابعة تطبيق القوانين والتنظيمات، سوف نتناول مهامها المنوطة بها من خلال النقاط التالية:

اولا. مهام المديرية الولائية للتجارة

تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة بصفة عامة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

ثانيا. مجالات نشاط المديرية الولائية للتجارة:

المهام الأساسية المنوطة للمديرية الولائية للتجارة بصفة عامة بتنفيذ السياسة الوطنية المقررة في الميادين التالية:

التجارة الخارجية، يتمثل نشاط المديرية في مجال التجارة الخارجية في متابعة تطبيق القوانين والتنظيمات المتعلقة بعمليات الاستيراد والتصدير وتطهير التجارة الخارجية وترقيتها.¹، في مجال المنافسة والجودة تطبيق البرنامج المسطر حسب الأهداف في مجال تطبيق قوانين الممارسات التجارية والمنافسة، والجودة وقمع الغش، اما في مجال حماية المستهلك، القيام بعمليات التحسيس والتوعية لترقية ثقافة الاستهلاك والتعريف بالمخاطر الناجمة عن استهلاك المواد غير الصالحة والتي لا تستجيب لشروط السلامة والصحة والأمن. اما في مجال تنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة، من النشاطات التجارية ما يخضع لنصوص تنظيمية خاصة نظرا لما تتمتع به من خصوصيات ولممارسة هذه الانشطة تقوم مصالح التجارة بمتابعة تنظيم هذه النشاطات بالتنسيق مع المصالح والإدارات المعنية.¹

1. تنظيم وهيكل المديرية:

تتوزع مهام المديرية على 05 مصالح لكل مصلحة 03 مكاتب وهي:

¹قرار وزاري مشترك مؤرخ في 18 سبتمبر سنة 2005، مرجع سابق.

- مصلحة الإدارة والوسائل، مصلحة المنازعات والشؤون القانونية، مصلحة حماية المستهلك و قمع الغش، مصلحة مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة، مصلحة ملاحظة السوق و الإعلام الاقتصادي¹.

مهام المديرية الولائية للتجارة تتمثل :

- في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش . تكلف بالمهام التالية
- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والمنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة واقتراح كل التدابير من أجل تكييفها والسهر على احترام القواعد المتعلقة بالمنافسة وضمان مراعاة شروط التنافس السليم والنزاهة بين المتعاملين الاقتصاديين، والمساهمة في تطوير وترقية قانون المنافسة فيما يخص نشاطات إنتاج وتوزيع السلع والخدمات، ومتابعة تطور الأسعار عند إنتاج واستهلاك السلع والخدمات الضرورية و/أو الإستراتيجية، ولسهر على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، تنظيم تسير الشؤون القانونية والمنازعات المرتبطة بنشاط المراقبة ومتابعة تطبيق قرارات العدالة والتكفل بها، عند الاقتضاء، ووضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام، ومتابعة النشاطات المرتبطة بعمليات التجارة الخارجية على المستوى المحلي، لاسيما الصادرات خارج المحروقات،² القيام بالتحقيقات ذات الطابع الاقتصادي، بالاتصال مع الهيكل المعنية، تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين والمستهلكين في ميدان الجودة²

المبحث الثاني الممارسات التجارية المعنية بالرقمنة في قطاع التجارة المنظمة بموجب القانون 02/04

يعتبر القانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية² من بين أهم النصوص القانونية المنظمة للسوق، حيث كرس من خلاله المشرع الجزائري قواعد النزاهة والشفافية في الممارسات التجارية

¹ المرسوم التنفيذي رقم 03 - 409 ، مرجع سابق.

² القانون 02/04 مؤرخ في 5 جمادى الاولى عام 1425 الموافق 23 ل يونيو سنة 2004، المعدل والمتمم، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج رقم 41.

بين الأعوان الاقتصاديين وبينهم وبين المستهلكين باعتبارها من ركائز اقتصاد السوق، والتي تشمل مختلف أنشطة العملية الاقتصادية من إنتاج وتوزيع السلع والخدمات وعرضها للاستهلاك التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية،¹ خصوصا من خلال إبرام اتفاق الشراكة الأوروبية والسعي للانضمام للمنظمة العالمية للتجارة، والتوجه نحو التجارة الإلكترونية كما يعتبر أول قانون تطرق للممارسات التي يشكل خرقها مساسا بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية فمن خلال التوجه نحو المعاملات الإلكترونية تم صدور قانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18، فبقرائتنا لمواده نجد المشرع خاصة المادة².

سلط الضوء حول ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بكل البيانات الضرورية للتعاقد وكذا الإعلام بالأسعار والذي أحالنا في تطبيق أحكامه إلى القانون 02/04 السالف الذكر بموجب المادة 06 من القانون 05/18، والذي ذهب إلى حماية المستهلك الإلكتروني من خلال تكريس مجموعة من الالتزامات على عاتق المورد الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد بحيث فرض عليه أن يسبق معاملاته الإلكترونية بعرض تجاري إلكتروني مرئي، مقروء ومكتوب، يتضمن قدرا من المعلومات ما يجعل المستهلك الإلكتروني يتعاقد بعلم ودراية تامة. وهذا نفسه ما نجه من خلال قراءتنا لمواد القانون 02/04 السالف الذكر والمتعلقة بضرورة إعلام المستهلك بالأسعار إضافة إلى تضمين العقد الإلكتروني بمجموعة من المعلومات إلزاما وإلا جاز للمستهلك الإلكتروني إبطال العقد وطلب التعويض³.

وبحسب المادة الأولى من قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم المتعلق فإن هذا القانون يهدف إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه حيث أسس هذا القانون تنظيمية للممارسات التجارية على مبدأي الشفافية والنزاهة⁴. وسوف نفصل كالممارسة من خلال المطلبين التاليين :

المطلب الأول: القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية:

¹ سعيود محمد الطاهر، نطاق تطبيق القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، مجلد 02، العدد 02، بتاريخ 2020/09/07، ص 181.

² قانون رقم 05/18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج ج العدد 28.

³ القانون 05/18، المادة 06، مرجع نفسه.

⁴ المادة 01 لقانون 02/04، مرجع سابق.

ان الهدف من القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية هو ضبط وتنظيم العلاقات التجارية فيما بين الاعوان الاقتصاديين ، وفيما بينهم وبين المستهلكين ، وذلك بتوفير المناخ الملائم للمعاملات التجارية التي يجب ان تسودها الشفافية والوضوح وتوفير الأمان والنزاهة، فالمشروع الجزائري أولى عناية فائقة لقطاع التجارة تجلت من خلال توضيح مختلف العلاقات التي تسود هذا الميدان، ولم يكتف بهذا القدر من التقنين والتنظيم بل وضع أيضا قواعد قانون خاص خارج القانون التجاري يلزم التجار لكيفية الممارسة التجارية في حد ذاتها، بسن بمراعاة أعراف المهنة التجارية ومقتضيات النزاهة و الشفافية عند ممارسة نشاطهم سواء فيما بينهم باعتبارهم أعوانا اقتصاديين، أو في إطار تعاملهم مع الزبائن، إذ حدد القواعد الواجب احترامها . ونظم شفافية الممارسات التجارية ضمن القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹، حيث يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين المستهلكين، بل أكثر من ذلك فقد سعى المشروع من خلال هذا القانون إلى حماية المستهلك في علاقته مع العون الاقتصادي بالرجوع لأحكام الباب الثاني منه، الذي كان تحت عنوان شفافية الممارسات التجارية نجد أن المشروع قد نص على مجموعة من الالتزامات التي تهدف إلى تحقيق شفافية الممارسات التجارية، حيث ألقى على عاتق العون الاقتصادي واجب الإعلام بالأسعار والتعريفات و بشروط البيع بالإضافة إلى التزامه بالفترة وسوف نحاول توضيح كل التزام من خلال الفرعين التاليين :

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وبشروط البيع

يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع عنصرًا جوهريًا لضمان شفافية الممارسات التجارية، ولكي يكون الإعلام بالأسعار وشروط البيع مفيدًا للتنمية وتطوير المنافسة، فإن إعلام المشتري بها يجب ان يكون سابقا على ابرام العقد او اداء الخدمة مما يسمح له باختيار الموردين الذين يقدمون افضل المنتجات وأحسن الخدمات من حيث النوعية والسعر.

يتضمن الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع التزامين: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات والالتزام بتقديم شروط البيع وأداء الخدمات عند طلبها من المشتري أو المستفيد من الخدمة. سوف نحدد كل التزام من خلال النقاط التالية:

اولا. الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات:

¹سهيلة بوزيرة ، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون 02/04 ، مجلة أبحاث قانونية وسياسية ، عدد 05 ، ديسمبر 2017 ، ص 123 ، المعدل والمتمم.

يلتزم البائع او مقدم الخدمات بالإعلام بالأسعار سواء تجاه المشتري المهني او المستفيد من الخدمة المهني وتجاه المشتري والمستهلك .

01. الالتزام بالإعلام في مواجهة الأعوان الاقتصاديين:

نصت المادة 4 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على ان " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع "¹. ونصت المادة 07 من نفس القانون على انه " يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها "².

ويكون هذا الاعلام بواسطة جداول الاسعار او النشرات البيانية ،او دليل الأسعار او بأي وسيلة أخرى ملائمة بصفة عامة في المهنة ، وواضح من المادتين ان القانون يلزم كل عون اقتصادي سواء كان منتجا او مقدم خدمات او مستوردا او بائع جملة ، بتقديم المعلومات المتعلقة بالأسعار والتعريفات لكل عون اقتصادي مشتريا كان او مستفيدا من الخدمات، وذلك عند طلب شراء تلك السلع والخدمات³

02. الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في مواجهة المستهلكين :

سعى المشرع الى ضبط الأسعار من اجل طرح شفافية أكثر على الأسعار من خلال فرض التزام قانوني بإعلام بالأسعار والتعريفات على عاتق العون الاقتصادي.⁴

وعليه فان الفائدة المرجوة من اعلام المستهلك يسمح له بالاختيار بين المنتجات والخدمات التي تستجيب لحاجاته ورغباته ، والاطلاع على الخصائص الاساسية للمنتجات ، والاسعار وشروط البيع وبفضل إعلام المستهلك يتخذ هذا الأخير قراراته عن علم ودراية .

حيث أن المشرع الجزائري ألزم البائع حتى يكون نشاطه نزيها بوجوب إعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات وشروط البيع وهذا حسب مقتضيات الفصل الأول من الباب الثاني 2، والذي يلزم البائع وجوبا بإعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو رسم معلقات بأية وسيلة أخرى

¹المادة 4 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق .

²المادة 07 قانون 02/04 ، المادة 04 ، مرجع سابق .

³ محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 80.

⁴سميرة معاشي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل الممارسات التجارية 02/04، مجلة الحقوق والحريات ، عدد 04، افريل 2017 ، ص 661.

مناسبة، بحيث يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية أما مقدمي الخدمات فيقومون ببيان الأسعار بواسطة النشر، وتختلف كيفية وضع الأسعار باختلاف السلعة أو الخدمة، فيجب أن تعد وتوزن السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالكيل أمام المشتري وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن الكمية على الأشياء المقابلة للسعر المعلن وهذا الالتزام لا يقتصر فقط على تعامل العون الاقتصادي مع المستهلك بل في تعامله مع الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وهذا شيء منطقي بغرض تنظيم السوق وضمان شفافية المعاملات التجارية بين أطرافه¹

ويتحقق إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات بعدة وسائل ، حيث نصت المادة 05 من القانون 02/04 على انه "يجب ان يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو رسم أو ملاحظات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة".²

ونصت الفقرتان الثانية والثالثة من المادة الخامسة من نفس القانون على انه " يجب ان تبين الاسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة "

الفرع الثاني: الالتزام بتسليم الفاتورة:

بالرجوع الى الباب الثاني المتعلق بشفافية الممارسات التجارية يندرج تحته الفصل الثاني المتعلق بالفاتورة حيث أوجبت تسليم الفاتورة في المعاملة بين العون الاقتصادي و المستهلك من خلال نص المادة 10 فقرة 03 - من القانون 02/04 السالف الذكر حيث نصت على أنه "جيب أن يكون البيع للمستهلك حمل وصل صندوق أو سند يبرر المعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون"²

وعليه ومن خلال استقراءنا للمادة السالفة الذكر نستشف أن الفاتورة في القانون الجزائري عبارة عن سند تجاري، قانوني، جبائي، ومحاسبي يثبت شراء أو بيع المنتج أو تأدية الخدمة . بالرجوع إلى القانون التجاري تنص المادة 30 على انه "يثبت كل عقد تجاري :بسندات رسمية - بسندات عرفية - بفاتورة مقبولة - بالرسائل - بدفاتر الطرفين -الاثبات بالبينة أو بأية وسيلة أخرى إذا رأت المحكمة وجوب قبولها ". كما أن المبدأ العام في القانون التجاري هو حرية الإثبات ،أي أن العمل التجاري يمكن إثباته بطرق الإثبات كافة مهما بلغت قيمته³،

¹ سهيلة بوزيرة ، مرجع سابق ، ص 124.

² المادة 05، قانون 02/04 ، مرجع سابق.

³ الأمر رقم 59/75 ، المتضمن القانون التجاري ، المؤرخ في 20 رمضان عام 1395، الموافق ل سبتمبر سنة 1975، المعدل والمتمم.

كما تنص المادة 33 من القانون رقم 02-04 على أنه دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المادة 10 و 11 و 13 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80 من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما كانت قيمته. ومن النتائج المتوصل إليها في العرض أن القانون الجزائري لم يهمل الفاتورة بحيث أكد على ضرورة التعامل بها بين الأعوان الاقتصاديين¹، كما أكد على دورها في إثبات العمل التجاري واشترط لذلك شرطان الكتابة والتوقيع ، ووضح ضمن المواد 30 و 33 و 34 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الآثار التي يخلفها عدم الفوترة حيث اعتبر عدم الفوترة جريمة يرتكبها المتعامل الاقتصادي. الممارسات التجارية- الالتزام القانوني- مقال بعنوان دور الفاتورة².

وسوف نبين كل ما يتعلق بها من خلال النقاط التالية:

اولا. تسليم الفاتورة الورقية للعون الاقتصادي :

نصت المادة 10 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على انه "يجب ان يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكور في المادة 2 اعلاه مصحوبا بفاتورة او بوثيقة تقوم مقامها.³

يلزم البائع او مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة او الوثيقة التي تقوم مقامها، ويلزم المشتري بطلب أي منها، حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة"⁴.

اوجب المشرع ان يكون كل تعامل بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة او وثيقة تقوم مقامها، تفرغ في محرر مكتوب، يتكون من اصل وصورة او عدة صور وحدد لها بيانات يجب ان تحتوي عليها .ويمكن ان يحل محل الفاتورة بدائل حددها القانون .و يجب على العون الاقتصادي تسليمها للمشتري المهني ، كما يجب

¹المادة 33، من القانون رقم 02-04، مرجع نفسه.

²بوشيشي عائشة، لزرع نور الهدى آية ، دور الفاتورة في اثبات المعاملات التجارية واثّر مخالفة العمل بها في التشريع الجزائري، مجلة الصدى الدراسات القانونية والسياسية ، المجلد 5، العدد 3، صادرتاريخ 08 سبتمبر 2023، ص 89.

³ المادة 10، القانون 02/04، مرجع سابق .

⁴المادة 07م،ن القانون 02/04 ، مرجع نفسه.

على هذا الاخير ان يطلبها من البائع .فالمشتري مسؤول مثل البائع على طلب الفاتورة ، ومسؤول ايضا عما ورد فيها ومراقبتها ويجب ان تسلم بمجرد إجراء البيع او تأدية الخدمات¹.

1. البيانات التي يجب توفرها في الفاتورة: سوف نوضح البيانات من خلال مايلي

- البيانات المتعلقة بالمشتري، اسم الشخص الطبيعي ولقبه، تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- الشكل القانوني وطبيعة النشاط ، العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الالكتروني عند الاقتضاء، رقم السجل التجاري، رقم التعريف الاحصائي، يجب ان تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه اذا كان مستهلكا².
- فيما يخص تدوين الأسعار فانه يتم تدوين السعر الاجمالي مع احتساب كل الرسوم عند الاقتضاء، على جميع التخفيضات أو الاقتطاعات أو الانتقاضات الممنوحة للمشتري و التي تحدد مبالغها عند البيع أو تأدية الخدمات مهما يكن دفعها، تدوين تكاليف النقل صراحة على هامش الفاتورة أو كعنصر من عناصر سعر الوحدة، تدوين الزيادات في السعر لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالآجال و التكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع، تدوين الرزم القابل للاسترجاع و كذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير عندما تكون غير مفوترة فاتورة منفصلة
- اما البيانات المتعلقة بالبائع، اسم الشخص الطبيعي ولقبه، تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري . العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الالكتروني عند الاقتضاء، الشكل القانوني للبعون الاقتصادي وطبيعة النشاط ، رأس المال الشركة، عند الاقتضاء، رقم السجل التجاري ورقم التعريف الإحصائي، طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة، تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها، السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محررا بالأرقام والأحرف، تسمية السلع المباعة وكميتها أو

¹ محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 88.

² المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر سنة 2005، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكميات ذلك ج ر ج ج، العدد 80.

تأدية الخدمات المنجزة، سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة أو تأدية الخدمات المنجزة، السعر الاجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة أو تأدية الخدمات المنجزة، طبعة الرسوم¹

2. تسليم الفاتورة الالكترونية:

الفاتورة الالكترونية مصطلح انتشر في الفترة الأخيرة وتم تداوله بين كثير من القطاعات وفي سبيل مواكبة التكنولوجيا والتوجه نحو عالم التعاملات الرقمية ويقصد به بانها فاتورة تجارية صادرة من البائع للمشتري تبين المنتج المباع والكمية والسعر المتفق عليه او الخدمات التي يقدمها البائع للمشتري وتدل على ان المشتري يجب عليه ان يدفع للبائع وفقا لشروط الدفع المتفق عليها فالفاتورة الالكترونية هي اجراء يهدف الى تحويل عملية اصدار الفواتير والمحروقات والاشعارات الورقية الى عملية الكترونية ومن وجهة نظر البائع يطلق عليها عبارة فاتورة البيع ومن وجهة نظر المشتري فتعرف بانها هي فاتورة شراء² أو هو ما جاء به المشرع الجزائري في أحكام قانون التجارة الالكترونية السالف الذكر فبقراءتنا لمواده خاصة المادة 20 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية ،ستشف أن المشرع خول للمورد الالكتروني عند قيامه بالمعاملات التجارية في إطار التجارة الالكترونية ضرورة تقديم الفاتورة في شكلها الالكتروني أو الورقي إذ يترتب على كل بيع لمنتج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية ،إعداد فاتورة من قبل المورد الالكتروني ، تسلم للمستهلك الالكتروني، وخول للمستهلك الالكتروني طلبها ورقيا أي المورد الالكتروني ملزم بتقديمها الكترونيا وإذا طلبها المستهلك الالكتروني ورقيا يقدمه له³ وإحالة إعداد الفاتورة طبقا للتشريع و التنظيم المعمول بهما، خاصة أحكام المرسوم التنفيذي المنظم له والذي يحدد شروطها رقم 05-468 السالف الذكر وكذا القانون 02/04 السالف الذكر،

1. أهمية الفاتورة ومدى إلزامية التعامل بها مع المستهلك

أهميتها كوثيقة حيث اعتنى المشرع بالفاتورة كوثيقة للتعاملات اليومية، نتج عنه أنه أصبح لها عدة أدوار، ولكل دور أهمية بالنسبة للتاجر أو الدولة،

الفاتورة وسيلة محاسبية ووسيلة رقابية في المجال الجبائي، وكذا وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية فالفاتورة وسيلة محاسبية حيث فرض المشرع على كل تاجر تسجيل المعاملات في الدفتر اليومي، وهو ما نصت عليه المادة 09 من القانون التجاري السالف الذكر التي تشترط الاحتفاظ بكل الوثائق التي يمكن

¹ المرسوم التنفيذي رقم 05-468 ، مرجع سابق.

² احمد جابر الجزار، الفاتورة الالكترونية، ماجستير في القانون العام، دار الاهرام للإصدارات القانونية والنشر والتوزيع، ص 04.

³ المادة 20 من قانون 05/18 ، مرجع سابق.

معها مراجعة العمليات اليومية، ومن بين هذه الوثائق الفاتورة¹، كما تفرض المادة من نفس القانون على التاجر أن يقيّد رقم التسجيل في السجل التجاري، ومقر المحكمة التي سجل فيها كل الوثائق في عنوان فواتيره أو طلباته أما بالنسبة للفاتورة كوسيلة رقابية في المجال الجبائيتعتبر وسيلة لمحاربة المخالفات الجبائية، وخاصة بعد تقويم الرسم على القيمة المضافة وتمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من ضمان حق الخزينة من الضرائب المفروضة على على الأعوان الاقتصاديين وفي هذا الصدد اخص بالذكر الفاتورة

وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية، فإن القانون قد اعتبر الفاتورة وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية، فهي تمكن المهني من معرفة مدى وقوعه ضحية المعاملات التمييزية التي قد يلجأ إليها مهين آخر، كما تفيد المستهلك في معرفة مدى وقوعه أيضا ضحية هذه الممارسات²

المطلب الثاني القواعد المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية

ان العلاقات التجارية مشروعة ومتوازنة وقائمة علمبدا حسن النية والمساواة ومنع التمييز ومنع الاحفاف بالعون الاقتصادي وفرض بنود تعسفية على المستهلكين .

وقد منع المشرع الجزائري في المادة 22 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم ممارسات كثيرة ومتفرقة لا يجمع بينها سوى أن متابعتها تكون من اختصاص القاضي العادي، عكس الممارسات المقيدة للمنافسة التي يختص بها مجلس المنافسة أساسا.³

وقد نص على الممارسات التجارية التي تخل بالنزاهة في الباب الثالث من القانون المذكور وجمعها في خمس مجموعات :الاولى تتعلق بالممارسات التجارية غير الشرعية والثانية تتعلق بممارسة اسعار غير شرعية والثالثة خاصة بالممارسات التجارية التدليسية والممارسات التجارية غير نزيهة والخامسة الممارسات التعاقدية التعسفية وسنقوم بالتعريف بهذه الممارسات وبإجراءات متابعتها من خلال الأربعة فروع على النحو التالي:

¹المادة 09 من القانون التجاري ، مرجع سابق

²مهمزة معاشي ، مرجع سابق ، ص 673.

³المادة 22 القانون رقم 04-02 ، مرجع سابق.

الفرع الاول منع الممارسات التجارية غير الشرعية

ادرج المشرع عنوان الممارسات التجارية غير الشرعية مجموعة من الممارسات من شأنها ان تؤدي الى الاخلال بالعلاقات التجارية الشريفة والنزينة فيما بين الاعوان الاقتصاديين وفيما بين هؤلاء والمستهلكين وهي : ممارسة الاعمال التجارية دون اكتساب صفة التاجر التي تكتسب بموجب القيد في السجل التجاري وهذا بموجب نص المادة 04 من القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، التي تلزم كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري القيد في السجل التجاري، وله حجية مطلقة أمام الغير ولا يمكن الطعن فيه إلا أمام الجهات القضائية ، وعليه فانه بموجب هذا القيد التاجر يمارس النشاط التجاري المدون في مدونة النشاطات واستثنى المشرع الجزائري بموجب هذه المادة المهن المقننة التي تخضع ممارستها إلى الحصول على ترخيص أو اعتماد اللازمة لذلك¹. ورفض البيع مثالتاجر يرفض بيع منتوجات للمستهلك معروضة للبيع، والبيع المشروط مثال بيع منتج مع اشتراط بيع منتج معه مثالا بيع كيس حليب وكيس لبن بقر وبيع المواد الأولية على حالتها الأصلية وإعادة البيع بالخسارة ومثاله بيع منتج اقل من سعر التكلفة وممارسة عون اقتصادي نفود على عون اقتصادي اخر²

الفرع الثاني ممارسة أسعار غير شرعية

تمنع ممارسة اسعار غير شرعية سواء تم ذلك طريقة مباشرة او غير مباشرة

أولا. تطبيق أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة:

تنص المادة 23 من القانون 02 /04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على انه "يجب على كل عون اقتصادي في مفهوم هذا القانون تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما"³.

¹ المادة 04 من القانون 08/04، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، الصادر بتاريخ 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت 2004 ، ج ر ج ج 52. المعدل والمتمم.

² المادة 19 من القانون، 02/04، مرجع سابق .

³ المادة 23 من القانون 02/04، مرجع سابق .

من المعلوم ان قانون المنافسة نص على حرية تحديد الاسعار وفقا لقانون العرض والطلب كما نصت على ذلك المادة 4 من الامر 03-03 المتعلق بالمنافسة "تحدد اسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة"¹

ومن المفروض ان حرية الاسعار، في اقتصاد السوق هي القاعدة اما تحديدها فهو الاستثناء، حيث هناك بعض السلع والخدمات، تكون اسعارها او هوامش الربح محددة من قبل الاجهزة الحكومية أو تكون مسقفة أو مصدق عليها، نظرا لاعتبارات كثيرة من اهمها القضاء على كل اشكال المضاربة التي تتسبب في الارتفاع المفرط وغير المبرر لأسعار السلع والخدمات فالأسعار المحددة لا يمكن مخالفتها بالرفع من مستواها أو خفض منها من طرفا لأعوان الاقتصاديين لما في ذلك من ضرر بالمنافسين والمستهلكين والاقتصاد بشكل عام.²

ويلاحظ ان هذه الممارسات يشترط لقيامها بعض شروط:

- وجود نص تشريعي او تنظيمي يحدد ويقتن أسعار بعض السلع أو الخدمات وبيع السلع أو أداء خدمات أي لا بد من وجود علاقة تعاقدية بين البائع والمشتري او بين مقدم خدمات والمستفيد منها
- ويلاحظ أن النص لم يتطرق الى حكم عرض او اقتراح سعر سلعة او خدمة بما يخالف الاسعار المقننة، دون اجراء البيع أو تقديم الخدمة فعلا، أن تكون هناك مخالفة للنص الذي يحدد السعر عن طريق الرفع او الخفض منه وقد جاء النص عاما، مما يجعل المخالفة لا تقتصر على الرفع من السعر فحسب وانما تشمل التخفيض منهم³.

ثانيا. المخالفات الملحقة بممارسة اسعار غير شرعية

نصت المادة 23 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁴ على مجموعة من الممارسات واعتبرتها ممارسة الأسعار غير شرعية رغم أنها لا تنصب مباشرة على رفع الاسعار او خفضها وانما تنصب على استعمال حيل تفضي إلى التأثير على السعر المقنن لاسيما تصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح واسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة إخفاء زيادات غير الشرعية في

¹ المادة 04، الامر رقم 03_03 المؤرخ في 19 جويلية، المعدل والمتمم بالقانون 10_05 المؤرخ في 19 يونيو سنة 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر ج رقم 52 الصادرة بتاريخ 18 غشت 2004، المعدل والمتمم .

² الامر رقم 03_03، مرجع سابق.

³ محمد كتو الشريف، مرجع سابق، ص 108.

⁴ المادة 23 من القانون 04_02، مرجع سابق .

الأسعار وعدم تجسيد اثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على اسعار البيع والابقاء على ارتفاع اسعار السلع والخدمات المعنية.

عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، تشجع غموض الاسعار والمضاربة في السوق، انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع

الفرع الثالث الممارسات التجارية التدليسية

منع المشرع تحت عنوان الممارسات التجارية التدليسية، المناورات التي ترمي الى إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية وبعض صور المضاربة غير المشروعة. وهذا ما جاء به القانون 02/04. السالف الذكر حيث بموجبها تمنع الممارسات التجارية

- دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة، تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة، إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفاءها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية¹

اما فيما يخص إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات، منعت المادة 24 من القانون 02-04 السالف الذكر جملة من المناورات التي تؤدي إلى عتامة المعاملات التجارية وإخفاء شروطها و تتمثل في مايلي:

- دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة فالقانون منع هذه الممارسة التدليسية لكونها تؤدي إلى إخفاء المعاملات التجارية وطابعها أو شروطها الحقيقية.

- تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة فالفواتير الوهمية هي الفواتير التي ليس لها وجود حقيقي، وإنما يتم إعدادها لإيهام أعوان الرقابة بسلامة المعاملات التجارية وشرعيتها والواقع انها غير ذلك تماما إما الفواتير المزيفة فهي عكس الفواتير الوهمية هي فواتير حقيقية ولكن تم تزويرها وتزييفها لكي لا تعكس المعاملات الحقيقية بين المتعاقدين كعدم تسجيل المعلومات الموجودة في الفواتير وإخفاءها عمدا.²

وعليه سوف نوضح بعض صور المضاربة غير المشروعة، لقد وضع المشرع الجزائري تشريعا خاصا لمكافحة جريمة المضاربة غير المشروعة وفقا للقانون 15-21 المتعلق بالمكافحة المضاربة غير المشروعة³ القانون والتي تعتبر من بين الممارسات التجارية الغير المشروعة وغير نزيهة التي تضر بالاقتصاد الوطني واستقرار السوق من جهة ومن جهة

¹المادة 24 من القانون 02_04، مرجع سابق.

²المادة 25 من القانون 02_04، مرجع نفسه.

³القانون رقم 15_21 المؤرخ في 28 ديسمبر سنة 2021، المتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة، ج ر ج عدد 99 الصادرة بتاريخ 29 ديسمبر 2021.

اخرى بالمستهلك ومصالحه الاساسية وقدرته الشرائية، وكذلك تتم من خلال تواطئ بين التجار المتنافسين وفرض نفوذهم على السوق او اخفائها بهدف احداث ندرة مما يؤدي الى ارتفاع ثمنها¹

وكذلك منعت المادة 25 من القانون 04-02 بعض صور المضاربة غير المشروعة

- حيازة منتوجات مستوردة او مصنعة غير شرعية سواء كانت محلية او مستوردة.
- حيازة مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار إذ يمنع القانون احتباس المخزون من المنتوجات وذلك بعد عرضها للبيع بصفة عادية وتأجيل البيع بقصد المضاربة وتحفيز وتشجيع الارتفاع الغير مبرر للأسعار وقانون المضاربة سواء كان المنتج محفوظا في المحل التجاري او ملحقاته او في اي مكان مصرح به او لا،² حيازة مخزون منتوجات خارج موضوع التجارة الشرعية : اناحتجاز مخزون منتوجات خارجة عن موضوع التجارة والصناعة الاصلية المقيدة في السجل التجاري يعتبر من الممارسات التي تتعارض مع نزاهة واستقامة المعاملات التجارية.³

الفرع الرابع الممارسات المتضمنة اعتداء على المصالح الاقتصادية لعون اقتصادي وكذلك الاشهار التضليلي

اولا. منع الاعتداء على المصالح الاقتصادية للأعوان الاقتصاديين:

تسمح حرية التجارة لكل تاجر منافسة غيره من التجار ، ولكن التعسف في هذه الحرية يعتبر ممنوعا ، يلاحظ في هذا الوضع تمثل صورا واساليب متنوعة للمنافسة غير المشروعة التي يعتدي فيها عون اقتصادي على عناصر المحل التجاري لعون اقتصادي اخر

وجاءت من العموم بحيث تسمح بالإحاطة بجميع الاساليب والصور ، التي تسمح بالإحاطة بجميع الاساليب والصور التي يمكن ان تدرج تحت وصف المنافسة غير المشروعة ويلاحظ ان الحماية التي قررها القانون ليست لحماية العون الاقتصادي المنافس فحسب بل لحماية المستهلك والنظام الاقتصادي بشكل عام⁴.

¹حسان دواحي سعاد ، المضاربة الغير المشروعة . في التشريع الجزائري ، دراسة على ضوء القانون 21_15 المتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة ، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية ، المجلد 08 العدد 01 ، 01_06_2023

²المادة 25 من القانون 04_02، مرجع سابق.

³القانون 04-02 ، مرجع نفسه.

⁴محمد الشريف كتو ، مرجع سابق ص 114.

وقد نصت المادة 26 من القانون 02-04 على انه "تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون او عدة اعوان اقتصاديين اخرين " ¹

وبقراءتنا لنص المادة 27 من القانون 02-04 نستنتج الممارسات والأساليب التي تضر بمصالح عون اقتصادي اخر مثل :

- تشويه سمعة عون اقتصادي، تقليد العلامات المميزة للعون الاقتصادي ومنتجاته واشهاره ،استغلال مهارات عون اقتصادي احدث الخلل والاضطراب من امثلتها اغراء مستخدم على ترك العمل لدى صاحب العمل القديم . - وافشاء اسرار العمل والصنع وانتهاك شبكة توزيع وانشاء مؤسسة جديدة واقامة محل تجاري قرب المحل المنافس.²

ثانيا. الاشهار التضليلي:

تلجأ المؤسسات في اطار المنافسة ، غالبا الى الاشهار من اجل جذب الزبائن اليها ويعتبر الاشهار وسيلة فعالة من اجل اعلام المستهلكين بخصائص المنتجات والخدمات ، ولكن بمجرد ان يكون الاشهار قد تجاوز الوظائف المحددة له يصبح وسيلة للاحتيال والخداع ولهذا يجب منعه حماية للنظام العام.

1. تعريف الاشهار التضليلي:

ان الاشهار التضليلي حسب ما عرفته الفقرة الثالثة من المادة الثانية من القانون رقم 02-04 هو "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة او غير مباشرة الى ترويج بيع السلع او الخدمات مهما كان المكان او وسائل الاتصال المستعملة"

وقد نصت المادة 28 من نفس القانون 02/04 المحدد لقواعد المطابقة على الممارسات التجارية على ان الاشهار يكون تضليليا، وبالتالي ممنوع وغير شرعي لا سيما اذا كان "يتضمن تصريحات او بيانات او تشكيلات يمكن ان تؤدي الى تضليل بتعريف منتج او خدمة او بكميته او وفرته او مميزاته،

يتضمن عناصر يمكن ان تؤدي الى الالتباس مع بائع اخر او مع منتجاته او خدماته او نشاطه،

¹المادة 26، من القانون 02_04، مرجع نفسه.

²المادة 26، من القانون 02-04، مرجع سابق.

يتعلق بغرض معين لسلع او خدمات في حين ان العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع او لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الاشهار¹

2. شروط منع الاشهار التضليلي:

لكي يمنع الاشهار التضليلي، لابد ان يوجد هناك اشهار وان يكون الاشهار تضليليا

- الطابع التضليلي للإشهار: ان خداع المتعاقد لأخر يعتبر خطأ مدنيا يثير المسؤولية العقدية لمرتكبه مع ملاحظة ان هذا السلوك يمكن ان يبرز في مرحلة ما قبل التعاقد لمرتكبه مع ملاحظة ان هذا السلوك يمكن ان يبرز في مرحلة ما قبل التعاقد، وبتعبير ادق في مرحلة الاشهار والطابع التضليلي للإشهار يشكل العامل الاساسي للجنة التي نصت عليها المادة 28 من القانون 04-02 التي أوردت بعض الامثلة له كالإشهار الذي يتضمن تصريحات او بيانات او تشكيلات يمن ان تؤدي الى التضليل بتعريف منتج او خدمة او بكميته او وفرته او مميزاته او الاشهار الذي يتضمن عناصر يمكن ان تؤدي الى الالتباس مع بائع اخر او مع منتوجاته او خدماته او نشاطه ويتم تقدير الطابع التضليلي للإشهار من طرف القاضي بالرجوع الى معيار المستهلك المتوسط وهذا المعيار يختلف في الحقيقة عن معيار الرجل العادي النبیه والحريص².

ثالثا. الممارسات التعاقدية التعسفية:

ان المشرع الجزائري بموجب المادة 29 من القانون 02/04 السالف الذكر اعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع لاسيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير:

- أخذ حقوق او امتيازات لا تقابلها حقوق او امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك
- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في حين انه يتعاقد هو بشروط يحققها متى اراد امتلاك
- حق تعديل عناصر العقداو التفرد بحق تفسير شرط او عدة شروط من العقد او التفرد في اتخاذ قرار البث في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية، الزام المستهلك بتنفيذ التزامه دون ان يلزم بها نفسه ورفض حق المستهلك في فسخ العقد،
- التفرد بتغيير اجال تسليم منتج او اجال تنفيذ خدمة .

¹ المادة 28، من القانون 02_04، مرجع نفسه .

² محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 120.

- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية غير متكافئة.¹
وعليه فان الممارسات التجارية التي عمل المشرع على رقمنتها. سواء تعلق الأمر بنزاهة الممارسات التجارية أو الممارسات التدليسية. او الممارسات التعاقدية التعسفية ولها تأثير كبير على المعاملات التجارية بين الأعوان لاقتصاديين والمستهلكين

ان الممارسات التجارية المعنية بالرقمنة في قطاع التجارة وفق القانون 02/04 أعطاهما المشرع الجزائري أهمية كبيرة وخذا لحماية المستهلك الالكتروني كما جاء به أحكام قانون التجارة الالكترونية 05/18 ما يتماشى والتحول الرقمي مع اعطاء المشرع الجزائري أهمية بالغة لحماية المعطيات الشخصية للمعني واستعمالها في حدود ما يسمح به القانون لان متطلبات الادارة الالكترونية

¹ المادة 29، من القانون 02_04، مرجع سابق.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا للآطار المعرفي للإدارة الإلكترونية ومجالات تطبيقها توصلنا في نهاية الأمر ان مفهوم الإدارة الإلكترونية مفهوم غير واضح وهذا نتيجة لشموله وتنوعه فعلى الرغم من المفاهيم المقدمة له الا اننا وجدنا انه لا يمكن اعطائه تعريفا دقيقا ونهائيا له وهذا راجع لاتخاذ عدة أشكال ولقد اجتمعت هذه التعريفات في نقطة واحدة وهي ان الإدارة الإلكترونية ما هي الا عبارة عن تنفيذ كافة المعاملات والخدمات المقدمة بواسطة وسائل الاتصال المتطورة كالأنترنت وغيرها، فادنا التحول من الإدارة التقليدية الى الإلكترونية لابد ان تقوم على مجموعة من المبادئ والخصائص والاهداف وتوفير المعلومات والبيانات بطريقة بسيطة للاستفادة من ثورة تكنولوجيا المعلومات، وقد عرجنا الى الممارسات التجارية التي مستها الرقمنة في قطاع التجارة فهي مختلفة ومتنوعة فمنها ما يتعلق بالشفافية ومنها ما يتعلق بالنزاهة كما ذكرناه سابقا حيث وصلنا في نهاية المطاف ان لتحقيق الأهداف المرجوة من الرقمنة الإدارة يكون من خلال التحكم في كل الممارسات التجارية المتعلقة بالمعاملات التجارية لتشجيع التعامل الإلكتروني بين الإدارات والربط والتنسيق مع مختلف القطاعات بالطرق الإلكترونية عبر البوابات الرقمية حتى تكون هناك فعالية ونجاعة وتحقيق النتائج بكل اريحية وبدقة وبسرعة وبطريقة انية لأنه حتى يمكن بلوغ الأهداف المرجوة من الإدارة الإلكترونية خاصة في قطاع التجارة يجب العمل بطريقة الكترونية تشاركية مع مختلف الإدارات للتحكم الجيد في التوجه نحو الرقمنة والقضاء على الأوراق وتطبيق مبدأ صفر ورقة. كما ان الممارسات التجارية المعنية بالرقمنة في قطاع التجارة وفق القانون 02/04 اعطاها المشرع الجزائري أهمية كبيرة وخذا لحماية المستهلك الإلكتروني كما جاء به قانون التجارة الإلكترونية 05/18 الذي خلال تكريس مجموعة من الالتزامات على عاتق المورد الإلكتروني في اطار المعاملات التجارية المبرمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، فجميع الإسقاطات المتعلقة بالرقمنة المتعلقة بالقانون 02/04 المتعلقة بالتعاملات التجارية نجدها في هذا القانون انطلاقا من العقد الإلكتروني المبرم بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني

وكذلك كل ما يتعلق بإعلام المستهلك وكذلك إلزام المورد الإلكتروني بإعطاء الفاتورة للمستهلك الإلكتروني الكترونيا وورقية و كذلك حماية البيانات الشخصية للشخص المعني واستعمالها بما يسمح به القانون والتشريعات المنضمة لحماية المعطيات الشخصية وبالتالي التحول الرقمي والتعاملات الإلكترونية تشهد تقدما ملحوظا وتوجه سريع نحو استعمال التكنولوجيا الحديثة .

الفصل الثاني:

دور المنظمات الرقمية في

ضبط الممارسات التجارية

في قطاع التجارة

بالنظر لمسعى المشرع الجزائري لتطوير خدمات المرفق العام ورقمنة خدمات الإدارة خاصة عصرنة قطاع التجارة وترقية الصادرات ،تبنى المشرع الجزائري نظام السجل التجاري الالكتروني وذلك بإضفاء الشكل الإلكتروني على السجل التجاري التقليدي وتحويله من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي. والاعتماد على المنصات الالكترونية ذات الأهمية البالغة في إضفاء الشفافية والنزاهة في التعاملات التجارية ، كما تم تبني مجموعة من الآليات حول نظام القيد في السجل التجاري تسمح باختصار الوقت والتكلفة وكذلك شفافية المعاملات التجارية ،فقد كان من الضروري بذل المزيد من الجهد في مجال تطوير نظام القيد في السجل التجاري لتحقيق الاستفادة القصوى من مما أتاحته التكنولوجيا الحديثة. لذلك تهدف هذه الدراسة إلى توضيح انعكاسات هذا النظام على التاجر أو على الإدارة في نفس الوقت. حيث ان استخدام السجل التجاري الرقمي يبعدنا عن البيروقراطية وينشط الدورة الاقتصادية مما يوفر الجهد والوقت والتكلفة في إنجاز مختلف عمليات القيد على المواطن والإدارة في آن واحد.¹ وتجدر الإشارة ،ان لفظ منصة قد ظهر في القرن الخامس عشر وفق قاموس الاكاديمية الفرنسية بينما تداوله فيما بعد في مجال السياسة والعمل النقابي في اللغة الانجليزية للولايات المتحدة ،اما فيما يخص الكلمة بمعناها الخاص المتداول في مجال الانترنت والتكنولوجيا الرقمية الدال على المنصات الرقمية قد ظهر هذا الاسم مع التحول الذي طرا على مجموعة من الشركات العالمية مثل شركة امازون .²

وعليه سوف نتناول هذه المنصات الرقمية و سنحاول إبراز الأهمية ودورها في ضبط الممارسات التجارية وفق المبحثين التاليين:

¹كردي نبيلة، السجل التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، السجل التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد15، العدد 01، 2022، ص225.

²دلول شيماء، بن طيبة خلود ،دور المنصات الرقمية في تسويق الخدمات، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اكايمي تخصص تسويق الخدمات ،جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي ،تبسة ، 2023، ص06.

المبحث الأول المنصات الرقمية التابعة لوزارة التجارة وترقية الصادرات

من المصطلحات الأكثر رواجًا وشيوعًا في السنوات العشرة الماضية، وبلغ المصطلح قمة انتشاره وشهرته خلال جائحة كورونا في العام 2020، حينما لجأت مختلف الدول بقطاعاتها ومؤسساتها وشركاتها إلى تنفيذ أعمالها وتقديم خدماتها عن بعد باستخدام المنصات الرقمية.

وإزاء هذا الانتشار الواسع، بدأت أهمية المنصات تتزايد، وأصبح من البديهي ظهور مئات المنصات التي تقدم خدماتها للمستفيدين على نطاق واسع، فهناك منصات رقمية للتعليم، ومنصات للصحة، ومنصات لتقديم خدمات الطعام أو النقل أو بيع المنتجات وروابط الكترونية خاصة بالمستهلك وأخرى متعلقة بالمصدرين والمستوردين وغيرها،

المطلب الأول مفهوم المنصات الرقمية واليات الرقابة الالكترونية

تعتبر المنصات الرقمية بأنها، ارضيات عن بعد، قائمة على تكنولوجيا الويب وتتكون من عرض تقني وتجاري متماسك من أجل النفاذ إلى عالم من الخدمات البعيدة التفاعلية أو غير التفاعلية والتي يمكن بثها أو توفيرها عن بعد وسوف نتناول مفهومها وأنواعها من خلال الفرعين الآتيين

الفرع الأول المنصات الرقمية

المنصات الرقمية هي أجهزة أو برامج تستخدم تطبيق أو خدمة ما تعمل وفق نظام التشغيل وتنسيق البرامج التي تستخدم مجموعة من التعميمات لمعالج معين، كما يمكن تعريفها بأنها أرضيات عن بعد، قائمة على تكنولوجيا الويب وتتكون من عرض تقني وتجاري من أجل النفاذ إلى عالم من الخدمات البعيدة والتي يمكن بثها أو توفيرها على الخط، والتي يمكن أن تخضع إما للدفع أو تكون مجانية والوصول إليها إما محدود أو غير محدود¹.

وعليه فإن المنصات الرقمية في قطاع التجارة تعتبر أهم متطلبات التجارة الالكترونية وانتشارها ما هو إلا حصيلة لتطور وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال، واستخدام شبكة الانترنت العالمية، فالمنصات الرقمية تعتبر أهم متطلبات التجارة الالكترونية من خلال تصميمها لمواقع عرض السلع والخدمات المتاحة وتلقي الطلبات من مختلف العملاء المستخدمين للانترنت عبر العالم حيث ان منصة امازون الرقمية اشهر المنصات في مجال التجارة الالكترونية²

¹بوعتلي محمد، سامي ليلية، واقع المنصات الرقمية وتأثيرها على التنمية المستدامة في الجزائر، مجلة المدبر، المجلد 09، عدد خاص، 2022، ص 14.

²وفاء حرمة، سيف الدين تلي، واقع المنصات الرقمية للتجارة الالكترونية "منصة امازون الرقمية نموذجاً"، مجلة المدبر، المجلد 09، عدد خاص، 2022، ص 41.

إنّ المغزى الأساسي في عمل المنصات الرقمية هو دورها في تعزيز التعاون بين المستخدمين النهائيين والمنتجين ومزودي الخدمات للتعامل مع بعضهم، بحيث تتيح هذه الأنظمة للمستخدمين مشاركة معلومات مختلفة مثل الاسم والعنوان والعمر وطبيعة العمل وأرقام بطاقة الائتمان، فضلاً عن معلومات أخرى متنوعة تعتمد على طبيعة المنصة والخدمات التي تقدمها للمستخدم.

وقد عرفها تاج الدين بشير وبرز إيجابياتها على النحو الآتي :

➤ **présentation de la plateforme** ; la plateforme de dématérialisation des démarches administratives est un outil en ligne permettant aux administrations.¹

فالكاتب من خلال هذا التعريف وضع مفهوم المنصات الرقمية واعتبرها أداة تستخدم للقيام بالإجراءات الإدارية عبر الانترنت .

➤ **AVANTAGES:** la plateforme de dématérialisation des démarches administratives présente plusieurs avantages notamment _:

- la plateforme est entièrement en ligne ;ce qui permet aux utilisateurs de réaliser leurs démarches administratives sans avoir à installer ou configurer un logiciel
- la plateforme est connectée au porte –documents électroniques des utilisateurs ce qui permet une récupération automatique des documents nécessaires.²

أبرز الكاتب من خلال هذا التعريف إيجابيات المنصات الرقمية حيث أنه اعتبر نظامها الأساسي متصل بالإنترنت مما يسمح للمستخدمين بتنفيذ إجراءاتهم دون الحاجة إلى البرامج المثبتة. وعليه نستنتج من خلال التعريف أن المنصات الرقمية هي آلية لتبادل المعلومات إلكترونياً وتحويل كل الوثائق الورقية إلى ملفات إلكترونية .

¹tadjeddine&partners . e Gouvernement en Algerie Etat des lieux Obstacles et Solution ,1ERE EDITION ; PREFACE PAR ;PR YOUCEF MENTALECHETA .P 115

²tadjeddine&partners . e Gouvernement en Algerie Etat des lieux Obstacles et Solution ,1ERE EDITION ; PREFACE PAR ;PR YOUCEF MENTALECHETA .P 129 .

الفرع الثاني انواع المنصات الرقمية

تعد المنصات الرقمية من التطبيقات التكنولوجية الحديثة لتوصيل محتوى او معلومة الكترونيا و عليه سوف نتناول هذه الانواع من خلال النقاط التالية:

يُسمّى النوع الأساسي منها " المنصّات ذات الجانبين (Two-Sided Platforms) " وفي هذا النوع يحصل التفاعل بين طرفين فقط عن طريق المنصة مثل تطبيقات نقل (Uber, Careem) الركاب او (Instantmessaging) أو تطبيقات التراسل وقد تزايدت أهمية المنصات ذات الوجهين في السنوات الأخيرة، فهي تُطابق مجموعتين أو أكثر من العملاء مما يؤدي إلى تطوير استراتيجيات الابتكار التي تعتمد عليها الشركات لتوسيع هيكلها الأساسي. وإنّ الغاية الأساسية من إستراتيجية المنصات الرقمية، بمفهومها الأساسي، هي الانتشار في السوق واختراقه من خلال التركيز على السماح لشريحة معينة أو عدة شرائح من المشاركين بالاستفادة من وجود الآخرين أو تفاعلهم لتقديم خدمة أو قيمة أو مهمة معينة؛ لأن مشاركة المستخدم على المنصة تعتمد على اختياراته واهتماماته، وتشمل إستراتيجية المنصات الجوانب التقنية لتكنولوجيا المعلومات لاختيار المنصات الرقمية وتحسينها¹، وتبرز كذلك أهميتها من خلال إزالة الحواجز والعوائق أمام التواصل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية وكذلك تمكن المؤسسات من الوصول الى جمهور عريض، وانخفاض التكاليف والاحتياجات من الموارد وسهولة الاستخدام والتحديث الفوري².

وعليه ومن خلال ما تم عرضه وبعد التعرف على الرقمنة والمنصات الرقمية فإننا يمكن إعطاء تعريف بأها احدى مجالات الرقمية التي تقدم خدماتها الافتراضية للمستخدمين على شبكة الانترنت ، وهي منظومة رقمية تفاعلية متكاملة وكذلك يعتبر فضاء رقمي يلتقي فيه اصحاب المصالح المشتركة المنتجين والزبائن ، حيث توفر مساحة للتداول ونقل المعلومات بواسطة البرمجيات والتعليمات وتستخدم نظام تشغيل وتنسيق يمكنها من معالجة البيانات بسرعة وفعالية³، و ان لها دور جد فعال يتميز بالسرعة والمرونة في معالجة الملفات الادارية وكذلك فللمنصات الرقمية اهمية كبيرة لضبط الممارسات التجارية وهذا ما سوف نتطرق اليه من خلال المطلب الثاني من خلال ما يلي

¹ بلال حفاوي، استراتيجيات المنصات الرقمية، تاريخ النشر 08 جويلية 2023، موقع linked in.com، تاريخ الاطلاع، 20 مارس 2024 على الساعة 11:00 صباحا .

² وفاء حرمة ، سيف الدين تلي ، مرجع سابق ، ص 44.

³ دلول شيماء ، بن طيبة خلود ، مرجع سابق ، ص 05.

المطلب الثاني المنصات الرقمية ودورها في ضبط الممارسات التجارية

سوف نحاول من خلال هذا المطلب توضيح كل المنصات التابعة لوزارة التجارة والهدف المنشود من خلال عصرنة قطاع التجارة والتوجه نحو الرقمنة في كل المعاملات التجارية من خلال الفرعين الاتي ذكرهما على النحو التالي:

الفرع الأول المنصات الرقمية المتعلقة بالإحصاء للمتعاملين والوحدات الانتاجية

سوف نسلط الضوء حول هذه المنصات التي خصصت لإحصاء الوحدات الانتاجية، والمتعاملين الناشطين فيها لمعرفة القدرات الانتاجية الحقيقية لهذه الوحدات، لوضع استراتيجية محكمة، وسوف نتناول مختلف هذه المنصات من خلال النقاط التالية

اولا. منصة رقمية لإحصاء قدرات الوحدات الإنتاجية

تهدف هذه المنصة الرقمية لإحصاء الوحدات الإنتاجية التي تمون السوق بمختلف المواد الاستهلاكية وهذا من اجل وضع إستراتيجية وطنية لبناء اقتصاد فعلي، وفي هذا الصدد شرعت وزارة التجارة وترقية الصادرات في حملة إحصاء وكذلك جرد قائمة المواد المصدرة وكذا المنتجات المستوردة من الخارج لسد العجز بهدف ضبط الأسعار ومحاربة المضاربة والحفاظ على القدرة الشرائية للمواطنين، وتحظى المؤسسات الإنتاجية المحلية بأهمية خاصة ضمن المؤسسات الإنتاجية المحلية بأهمية خاصة ضمن الحملة الإحصائية التي باشرت وزارة التجارة ، من اجل تحديد القدرات الإنتاجية الفعلية للاقتصاد الوطني، وما يمكن للمتعاملين من توفيره من كميات لتلبية حاجيات السوق من شتى المواد الاستهلاكية، الى جانب مقارنة الأسعار المطبقة على المنتجات المختلفة مع تكلفة الإنتاج بهدف منع الزيادة غير المبررة في الأسعار.

كما ترمي هذه المبادرة الى ترشيد عملية الاستيراد بجعلها تقتصر على المنتجات غير المتوفرة محليا، وعليه فان منصة إحصاء قدرات الوحدات الإنتاجية الهدف منها إعطاء معطيات دقيقة وشاملة للقدرات الاقتصادية للبلاد، خاصة ما تعلق بنسبة تغطية المنتج المحلي لحاجيات السوق، وكذا مستوى الأسعار والجودة إلى جانب مستوى الاستيراد الذي ينبغي ان يستهدف الفائض في المنتج بهدف ضمان استقرار السوق وتفاذي الاضطرابات التي تؤدي إلى ارتفاع الأسعار وتكون أداة لدى السلطات العمومية لتحسين مستوى أداء الاقتصاد الوطني لتحقيق الاكتفاء الذاتي وتوفير منتج بنوعية جيدة تنافس المواد المستوردة وكذلك إعادة

هيكله أسعار العديد من المواد التي شهدت ارتفاعا في السنوات الأخيرة باحتساب تكاليف الإنتاج والشحن والتوزيع.

ثانيا. المنصة الرقمية لشبكة توزيع لضبط 13المنتوح

منظومة رقمية لضمان توزيع عادل لـ 13 مادة غذائية أساسية عبر الوطن بمتابعة التوزيع للمواد الغذائية '13 (منتوح اساسي) بداية من الوحدات الانتاجية مرورا بالموزعين وتجار الجملة وصولا الى تجار التجزئة (الحلقة الاخيرة)الهدف من خريطة الطريق الرقمية هو وضع بنك معلومات يتضمن التعريف بكل الفاعلين في ميادينالإنتاج وتوزيع هذه المواد ذات الاستهلاك الواسع مع التحيين الدوري لها"، مشيرا في هذا الصدد أنه تم إحصاء أكثر من 1067 وحدة إنتاجية يضمن من خلالها 14431 موزع.وتتضمن القائمة المواد الآتية : زيت المائدة، السكر الأبيض، السميد، العجائن الغذائية، الحليب المعقم، المياه المعدنية والمشروبات وحليب وفرينة الأطفال، الخميرة والطماطم المصبرة والبقول الجافة. وعليه فان اهداف هذه الخريطة هو ضمان متابعة دورية لمستويات تخزين المنتوجات على مستوى المخازن سواء التابعة للمجمعات العمومية أو قطاع الخاص مع تحديد مدة تغطيتها.

وعليه فان هذه المنصة تضمن إعطاء وضعية دقيقة لمسار المنتوجات من المنتج الى الموزع الى تاجر التجزئة وبالتالي ضمان شفافية الممارسات التجارية. وكذا تشكل أداة هامة لضبط السوق والتحكم في هيكله الأسعار.¹

ثالثا المنصة الرقمية الخاصة بالمخازن والمستودعات

تم استحداث المنصة الرقمية خلال سنة 2023 الخاصة بإحصاء المخازن وغرف التبريد المتواجدة على مستوى الوطن وهذا بالتنسيق المتبادل بين مصالح الرقابة الهدف منها محاربة الاحتكار والمضاربة الغير شرعية من خلال هذا الرابط يتم معرفة الموقع الجغرافي لكل مخزن او مستودع عبر googlemap بالإضافة الى كل المعلومات المتعلقة بكل مخزن او غرفة تبريد او مستودع (المتعامل، السجل التجاري، أو الحرفي، أو بطاقة فلاح، السعة، المساحة، قدرات التخزين، عدد الفضاءات لكل متعامل)، حيث وصل حاليا عدد المتعاملين بولاية

¹محمد مزعاش المدير العام للرقابة وقمع الغش بوزارة التجارة وترقية الصادرات، بتاريخ <https://news.radioalgerie.dz/ar> (تاريخ الاطلاع على

المنشور يوم 24 /04/2024 على الساعة 11:36:30 - 08/01/2024

ايليزي إلى 88 مستودع أو مخزن مصرح به لدى مصالح الفلاحة بقدرة استيعاب 10000 م 03 خاصة ب ccls ايليزي بلدية ايليزي بالإضافة إلى 9 غرف تبريد مصرحة لدى مصالح الفلاحة بقدرة تخزين 689م³ وهي للاستعمال الشخصي لأصحاب المحلات، القصابات، وبيع اللحوم

رابعاً. المنصة الرقمية متابعة إحصاء المنتج الوطني

تهدف هذه المنصة الرقمية لإحصاء الوحدات الإنتاجية التي تمون السوق بمختلف المواد الاستهلاكية وهذا من اجل وضع إستراتيجية وطنية لبناء اقتصاد فعلي، وفي هذا الصدد شرعت وزارة التجارة وترقية الصادرات في حملة إحصاء وكذلك جرد قائمة المواد المصدرة وكذا وكذا المنتجات المستوردة من الخارج لسد العجز بهدف ضبط الأسعار ومحاربة المضاربة والحفاظ على القدرة الشرائية للمواطنين، وتحظى المؤسسات الإنتاجية المحلية بأهمية خاصة ضمن المؤسسات الإنتاجية المحلية بأهمية خاصة ضمن الحملة الإحصائية التي باشرت وزارة التجارة، من اجل تحديد القدرات الإنتاجية الفعلية للاقتصاد الوطني، وما يمكن للمتعاملين من توفيره من كميات لتلبية حاجيات السوق من شتى المواد الاستهلاكية، الى جانب مقارنة الأسعار المطبقة على المنتجات المختلفة مع تكلفة الانتاج بهدف منع الزيادة غير المبررة في الأسعار.¹ كما ترمي هذه المبادرة الى ترشيد عملية الاستيراد بجعلها تقتصر على المنتجات غير المتوفرة محليا، وعليه فان منصة إحصاء قدرات الوحدات الإنتاجية الهدف منها إعطاء معطيات دقيقة وشاملة للقدرات الاقتصادية للبلاد، خاصة ماتعلق بنسبة تغطية المنتج المحلي لحاجيات السوق، وكذا مستوى الأسعار والجودة الى جانب مستوى الاستيراد الذي ينبغي ان يستهدف الفائض في المنتج بهدف ضمان استقرار السوق وتفاذي الاضطرابات التي تؤدي الى ارتفاع الأسعار وتكون اداة لدى السلطات العمومية لتحسين مستوى أداء الاقتصاد الوطني لتحقيق الاكتفاء الذاتي وتوفير منتج بنوعية جيدة تنافس المواد المستوردة وكذلك إعادة هيكلة أسعار العديد من المواد التي شهدت ارتفاعا في السنوات الأخيرة باحتساب تكاليف الإنتاج والشحن والتوزيع.²

¹مقابلة مع السيد حميداني رشيد ، مدير التجارة وترقية الصادرات ولاية اليزي يوم 2024/04/25 على الساعة 15 زوالا بمقر مديرية التجارة وترقية الصادرات

²مقابلة مع السيد حميداني رشيد ،مرجع نفسه.

الفرع الثاني المنصات الرقمية لضبط السوق من الممارسات الغير نزيهة

ان المنصات الرقمية تمكن من متابعة المتعاملين الاقتصاديين وضبط شبكة توزيع المواد ذات الاستهلاك الواسع وبالتالي المساهمة بشكل كبير في الشفافية و منع كل اشكال الغش وسوف نوضحها من خلال عرض النقاط التالية

اولا. المنصة الرقمية للبطاقة الوطنية للغشاشين

الهدف من هذه المنصة إضفاء الشفافية في الممارسات التجارية اذ تمكن من التأكد من المتعاملين الاقتصاديين بأنهم ليسوا في قائمة الغشاشين” ، “يمكن لوزارة التجارة أن تحدد لجان خاصة لمراقبة تموين السوق. وتعتبر هذه المنصة قاعدة معطيات ممرزة للمعلومات متعلقة بمرتكي المخالفات الخطيرة للتشريعات والتنظيمات الجبائية والتجارية والجمركية والبنكية والمالية وكذا عدم القيام بالإيداع القانوني لحسابات الشركة. فمن خلال هذه المنصة يمكن التعرف على المتعاملين الاقتصاديين المخالفين للقوانين المعمول بها . ويسجل في البطاقة الوطنية لمرتكي أعمال الغش كل شخص طبيعي أو معنوي ارتكب مخالفة خطيرة للتشريعات والتنظيمات الجبائية والتجارية والجمركية والبنكية والمالية وكذا الذي لم يتم بالإيداع القانوني لحسابات الشركة عندما ترتكب المخالفة من طرف شخص معنوي يمتد هذا التسجيل إلى ممثليه القانوني.. وهذا تنفيذا لنص المادة 35 من القانون 08/04¹ والمتعلقة بالمتعاملين الذين لم يقوموا بإيداع الحسابات الإجتماعية والذي يعاقب عليه بموجب المادة 11 من القانون 08/04 المؤرخ في 2004/08/14 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل والمتمم بالقانون 13/06 المؤرخ في 2013/07/23 لاسيما المادة 04 منه وكذلك أحكام المادة 717 فقرة 03 من القانون التجاري والمتضمنة إجبارية الإشهار القانوني لهذه الشركات²

حيث انه تعدّ مخالفات خطيرة يترتب عنها تسجيل مرتكبيها في البطاقة الوطنية لمرتكي أعمال الغش المخالفات المتعلقة على الخصوص:

- التملص من الوعاء ودفع الضرائب.

¹المادة 35، من القانون 08/04 ، مرجع سابق.

² المادة 11، من لقانون 08/04 ، مرجع نفسه .

- المناورات التدليسية والتصريحات في المجال الجبائي والجمركي وكذا التجاري .
- تحويل الامتيازات الجبائية والجمركية والتجارية عن وجهتها.
- ممارسة الأنشطة التجارية وحماية وصحة المستهلك
- العمليات البنكية والمالية والإشهار القانوني والمساس بالاقتصاد الوطني¹

ثانيا. المنصة الرقمية متعلقة بتطور الأسعار اليومية

تم استحداث منصة رقمية لأسعار المواد الغذائية الأساسية والواسعة الاستهلاك في هذا الإطار يتم الولوج يوميا إلى المنصة الرقمية الخاصة بأسعار المواد الغذائية الأساسية والواسعة الاستهلاك بما فيها أيام العطل الأسبوعية والأعياد الدينية والوطنية والتي من خلالها يتم إدراج متوسط الأسعار اليومية المتداولة لدى محلات الجملة والتجزئة. والهدف منها القدرة على التحكم في الأسعار من كل ممارسات تجارية غير نزيهة مثل الارتفاع الغير مبرر والمفرط وكذا التدخل الفوري في حالة تذبذب أو ارتفاع أو نقص في مادة معينة

ثالثا. المنصة الرقمية متابعة الحليب المبسترالمعبأ في أكياس الموجه للاستعمال العائلي والمقنن

هدف من انشاء هذه المنصة متابعة توزيع مادة الحليب المدعم فيما يخص تزويد الملبئات العمومية والخاصة بالمادة الأولية من طرف الديوان الوطني للحليب ومشتقاته"و بتتبع مسار الحليب منذ خروجه من المصنع إلى غاية وصوله إلى المستهلك بالسعر المقنن متابعة يومية والحصة اليومية لكل موزع إضافة إلى الحصة اليومية لحليب الأكياس المبستر والدعم لكل تاجر تجزئة. وكذلك الحصول على المعلومات في حينها وبكل شفافية ووضوح وتعتبر دعامة حقيقية لصناعة القرار في الوقت المناسب.²

رابعا المنصة الرقمية شهادة إثبات الاحترام

المنصة الرقمية لاستخراج شهادات إثبات الاحترام المطلوبة في ممارسة نشاط استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة للبيع على الحالة, حيز التنفيذ في 5 نوفمبر سنة 2023. وتهدف هذه المنصة، إلى "تقريب الإدارة من المتعاملين الاقتصاديين وإضفاء الشفافية والحد من البيروقراطية, فضلا عن تقديم الخدمات بشكل

¹ المادة 04، المرسوم التنفيذي رقم 13- 84 مؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1434 الموافق 6 فبراير سنة 2013 ،الذي يحدد كفاءات تنظيم ر وتسير البطاقية الوطنية لمرتكبي أعمال الغش ومرتكبي المخالفات الخطيرة للتشريعات والتنظيمات والجبائية والتجارية والجمركية والبنكية والمالية وكذا عدم القيام بالإيداع القانوني لحسابات الشركة، الجريدة الرسمية رقم 2023/09 .

²مقابلة مع السيد ، حميداني رشيد مدير التجارة وترقية الصادرات ولاية الزي، مرجع سابق .

أسرع وأكثر فعالية، بحيث تتيح للمتعامل إدراج طلبه ومتابعته والحصول على الوثيقة الكترونياً. لفائدة المستوردين عبر المنصة الرقمية الجديدة "respect.commerce.gov.dz"، ويشترط الحصول على هذه الوثيقة الصالحة لمدة سنتين، بالنسبة للمستوردين، للتأكد من استيفاء الراغبين في مزاوله نشاط الاستيراد للشروط والكيفيات المحددة قانوناً، حيث يتم من خلالها التصريح بالبيانات المتعلقة بالنشاط كالمقر الاجتماعي للمستورد، الوسائل البشرية والمادية واللوجستية التي يمتلكها، على حسب طبيعة المواد المستوردة، كغرف التبريد ووسائل التخزين الخاصة بكل منتج. ويتم التسجيل والحصول على حساب في هذه المنصة الرقمية الجديدة التابعة لوزارة التجارة وترقية الصادرات من خلال رقم السجل التجاري، ويمكن للمستخدم المسجل في هذه المنصة إيداع طلب شهادة الاحترام ومتابعة مسار معالجته، وهذا من خلال ملئ الاستمارة الخاصة بذلك، ثم تحميل الشهادة كمرحلة أخيرة، مع إمكانية طلب التعديل أو التجديد.

وزيادة على ربح الوقت، من شأن هذه المنصة إضفاء "المزيد من الشفافية" في عملية استخراج الوثيقة، و"تندرج هذه المنصة ضمن الجهود الرامية إلى رقمنة قطاع التجارة وتبسيط الإجراءات الإدارية أمام المتعاملين الاقتصاديين"، حيث ستنجح لهم "معالجة انشغالاتهم وملفاتهم بشكل إلكتروني وسريع بدلا من نقلهم إلى المديرية الولائية للتجارة وترقية الصادرات".¹

خامسا. المنصة الرقمية مراقبة المستوردين

منصة رقمية موجهة لمستوردي المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على الحالة.

سادسا. المنصة الرقمية الخاصة بالمخازن والمستودعات

تم استحداث المنصة الرقمية خلال سنة 2023 الخاصة بإحصاء المخازن وغرف التبريد المتواجدة على مستوى الوطن وهذا بالتنسيق المتبادل بين مصالح الرقابة الهدف منها محاربة الاحتكار والمضاربة الغير شرعية من خلال هذا الرابط يتم معرفة الموقع الجغرافي لكل مخزن أو مستودع عبر googlemap بالإضافة الى كل المعلومات المتعلقة بكل مخزن أو غرفة تبريد أو مستودع (المتعامل، السجل التجاري، او الحرفي، او بطاقة فلاح، السعة، المساحة، قدرات التخزين، عدد الفضاءات لكل متعامل)، حيث وصل حاليا عدد المتعاملين بولاية

¹ موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات www.commerce.gov.dz، تاريخ الاطلاع 2024/04/20 على الساعة 11:00 صباحا.

ايليزي إلى 88 مستودع او مخزن مصرح به لدى مصالح الفلاحة بقدرة استيعاب 10000 م 03 خاصة ب ccls ايليزي بلدية ايليزي بالإضافة إلى 9 غرف تبريد مصرحة لدى مصالح الفلاحة بقدرة تخزين 689م³ وهي للاستعمال الشخصي لأصحاب المحلات، القصابات، وبيع اللحوم.¹

1. تطبيق خاص بمخزون الفرينة والسמיד:

الهدف من هذا التطبيق التصريح اليومي بمخزون السמיד والفرينة كل نقاط البيع والوحدات الإنتاجية كالمطاحن وقروديف .

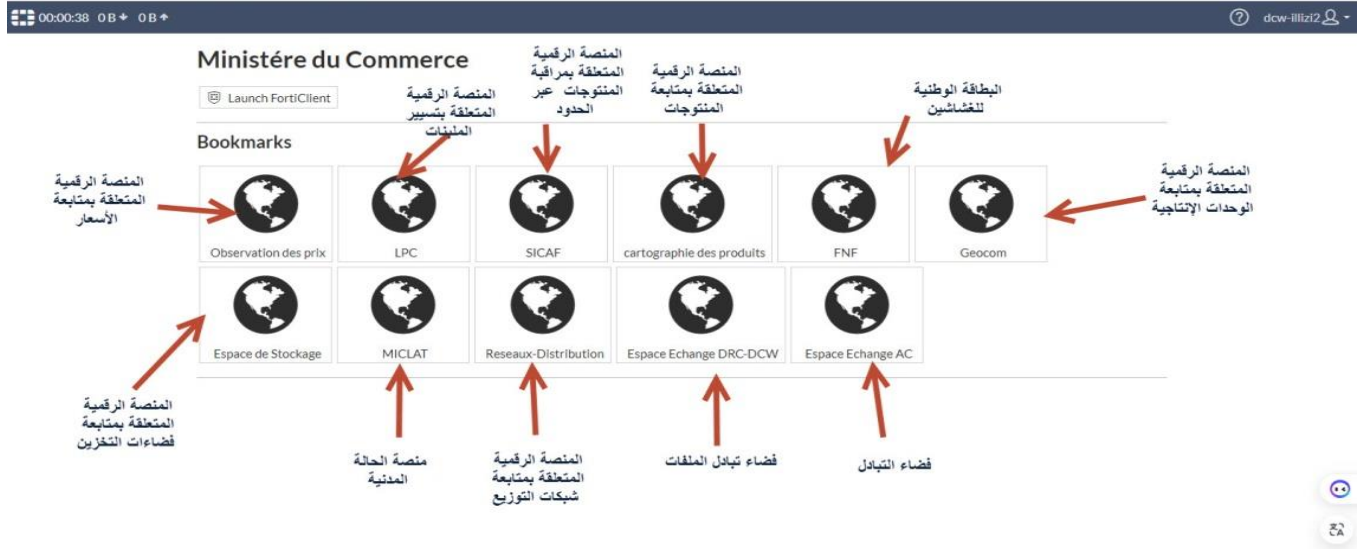
بوابة مخزون ومبيعات البقول الجافة والحبوب: هذه البوابة تتكفل بمتابعة مخزون البقول الجافة والحبوب والارز على مستوى تعاونيات الحبوب ونقاط البيع التابعة لها والتي من خلالها يمكن للسلطات التطلع لمخزون الضبط ومخزون الامان وهذا يضمن ضبط القدرات والإمكانيات لتلبية جميع الطلبات على مستوى كل الوطن

2. الرابط اليومي للأسعار والأسبوعي لمتابعة مخزون البقول الجافة والارز:

يتم يوميا إدراج المعلومات المتعلقة بوضعية مخزونات الحبوب والبقول الجافة والأرز على مستوى الرابط اليومي المخصص لهذا الغرض وهذا بعد التنسيق اليومي مع المكلف بمتابعة مخزونات الحبوب والبقول الجافة والأرز و رؤساء نقاط البيع لمجمع الصناعات الغذائية حول مخزون الحبوب والبقول الجافة والأرز اليومي المتواجد وكذا المبيعات اليومية لهذه المواد وتتبع مسار توزيعها. حيث تم تقسيم الرابط الى 11 قسم متعلقة بالمخزونات المتواجدة عبر تعاونيات الحبوب وعلى مستوى نقاط البيع التابعة للتعاونيات جهة ورقلة والمتمثلة في (المخزون اليومي ، المبيعات اليومية، تجار الجملة، تجار التجزئة، مموني المطاعم المدرسية، مموني المطاعم الجامعية، الوفرة على مستوى السوق.

¹مقابلة مع السيد ،حميداني رشيد مدير التجارة وترقية الصادرات ، ولاية البزي، مرجع سابق.

مخطط يوضح المنصات الرقمية التابعة لوزارة التجارة وترقية الصادرات¹



المبحث الثاني رقمنة المركز الوطني للسجل التجاري والمعاملات التجارية

ساهمت الرقمنة في تغيير مسار الإطار القانوني والمؤسسي، خاصة رقمنة قطاع التجارة وباعتبار أن المركز الوطني للسجل التجارية يعتبر هيئة إدارية مستقلة موضوعة تحت إشراف وزير التجارة منذ شهر مارس 1997 حيث تمت رقمنته من خلال إرساء مجموعة الإصلاحات التي باشرتها السلطات العمومية، وعليه تم انشاء بوابة المركز الوطني للسجل التجاري لتقديم الخدمات للمواطنين إلكترونياً وعليه هيأ المشرع الجزائري البنية التشريعية للبيئة الرقمية قبل إقراره للتجارة الإلكترونية؛ من خلال إرساء مجموعة من النصوص القانونية، فكانت من بين المواقف التي كرس فيها تكنولوجيا المعلومات؛ هو عملية القيد في السجل التجاري إلكترونياً بموجب القانون رقم 13.06 المؤرخ في المؤرخ 13 يوليو 2013 والمعدل والمتمم للقانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 غشت 2008 المتعلق بشروط الممارسات التجارية، وعليه قام المركز الوطني للسجل التجاري ببعض الإصلاحات التي تتماشى ومقتضيات البيئة الرقمية²، فقد أنشأ بوابة الكترونية خاصة بالمركز دعماً منه للشفافية وتبسيط الإجراءات على المتعاملين الاقتصاديين. كما قرر المشرع في سبيل رقمنة السجل التجاري إلزام المتعاملين الاقتصاديين بمسك السجل التجاري إلكترونياً عن طريق تعديل

¹ موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات، مرجع سابق .

² القانون 06/13 مؤرخ في 14 رمضان عام 1434 الموافق 23 يوليو سنة 2013، الذي يعدل ويتمم القانون رقم 08/04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت سنة 2004، والمتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ج ر ج ج ، العدد 39.

مستخرجات السجل الورقية وإضافة الرمز الإلكتروني "س - ت - إ"، لما له من مزايا تتعلق بالأمان، والإثبات وحماية هوية التاجر. يقوم المركز الوطني للسجل التجاري بدور مهم وفعال في مجال التجارة الإلكترونية، خاصة بعد صدور القانون 05-18 الذي يتعلق بالتجارة الإلكترونية،¹ فلا يمكن ممارسة أي نشاط يتصل بالأخيرة إلا بتسجيل رمز النطاق لدى المركز وفقا لإجراءات محددة. بفضل السجل التجاري الرقمي سيصبح للتاجر كشخص طبيعي أو شخص معنوي (شركة) رمز رقمي عوض السجل الورقي يتم التعامل به عبر الإنترنت،² هذا الاتجاه الرقمي من طرف المشرع الجزائري بدأت بوابره سنة 2013 وعليه، بقرائنا لمضمون القانون رقم 06/13 المؤرخ في 23 يوليو 2013 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية نجد ان المشرع الجزائري تبنى لأول مرة القيد في السجل التجاري بالطريقة الإلكترونية والتي مفادها ان كل متعامل اقتصادي يمكن القيد في السجل التجاري الإلكتروني واصدار مستخرج السجل التجاري بواسطة اجراء الكتروني³

سوف نبرز اهم التحولات الرقمية للمركز الوطني للسجل التجاري من خلال المطالبين التاليين :

المطلب الاول: البوابة الالكترونية الخاصة بالمركز الوطني للسجل التجاري:

تم إنشاء البوابة المركز الوطني للسجل التجاري لتقديم الخدمات للمواطنين الكترونيا التي تسمح بإمكانية القيد في السجل التجاري والاطلاع الكترونيا على نشرة الإعلانات القانونية ، فضلا على العديد من الخدمات عن بعد، لكن ميزت بين تقديم الخدمات المجانية التي في الغالب تخص المعلومات الموجزة حول بيانات التجار و وضعية المالية للشركات و تسمية النشاط -مع أنها تتطلب انشاء حساب خاص- إلى جانب إمكانية تحميل الإحصائيات و الاستثمارات و المناقصات كذلك تتيح خدمة الاشتراك الوصول إلى جميع قواعد البيانات المتاحة في البوابة حسابات التاجر ، التسميات للأنشطة الاقتصادية ، والحسابات الاجتماعية؛ كما تحتوي البوابة على الخدمات بمقابل التي تخص المعلومات مفصلة حول بطاقة التجار فضلا على الحسابات الاجتماعية و نشرة الإعلانات القانونية، وحجز التسمية و طلب نسخ من الملفات، فضلا على طلب قرص مضغوط لقاعدة البيانات؛ كما تضمن التبويب الخاص

¹ القانون رقم 05-18 ، مرجع سابق.

² سامية حساين، القيد في السجل التجاري الرقمي احد بنود وانجازات الحكومة الالكترونية في الجزائر، تاريخ النشر 2016/06/01، تاريخ الاطلاع

2024/03/25 على الساعة 10:41 صباحا، ص 63.

³ المادة 05 مكرر من القانون 06/13 08 23 06 ، مرجع سابق.

بالخدمات المقدمة الخدمات الموجهة للمهنيين¹. وعليه سوف نتناول المفاهيم والخدمات المقدمة من خلال ثلاث فروع التالية :

الفرع الاول التعريف بالبوابة الالكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري

بوابة سجل كوم بوابة الكترونية تقدم خدمات الكترونية للمتعاملين الاقتصاديين عن بعد دون عناء التنقل و الدفع الكترونيا عن طريق وسائل الدفع المرخص بها قانونا في التشريع الجزائري و تقدم مزايا كثيرة للأشخاص الذين يقومون بالعمليات عن بعد بخفض نسبة معينة من المصاريف المخول تسديدها فعلى المتعامل الاقتصادي الولوج الى البوابة للحصول على مختلف خدمات البوابة المعلوماتية.نشر المعلومة التجارية عبر بوابة «SIDJILCOM» سجل كوم.

الفرع الثانيالخدمات المقدمة الكترونيا من طرف البوابة الالكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري

سوفنتناول هذه الخدمات التي تقدمها البوابة الالكترونية وابرار مختلف التسهيلات للمتعاملين الاقتصاديين من خلال النقاط التالية:

تسهيلات كبيرة للحصول على مختلف خدمات البوابة المعلوماتية سجل كوم، يجب إكتتاب اشتراك الذي يسمح لكم ب:

— البحث في فهرس التجار،البحث في مدونة النشاطات و البحث في فهرس التسميات التجاريةوالبحث في ميزانيات الحسابات الاجتماعيةوالبحث في النشرة الرسمية للإعلانات القانونيةومساحة مخصصة لإرسال تساؤلاتكم عبر الإنترنت حول السجل التجاري أو الإشعارات القانونية أو مخاوف أخرى تتعلق بنشاطكم التجاري²، وايداع الحسابات الاجتماعية عبر الخط ورقمنة الفرع المحلي للسجل التجاري من خلال إطلاق تطبيق ايداع الحسابات الاجتماعية عبر الخط.

¹الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري sidjilcom.cnrc، تاريخ الاطلاع 25/03/2024 على الساعة 12:30 زوالا .

²موقعالرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري،مرجع نفسه .

إيداع الحسابات الاجتماعية عبر الخط عن طريق التطبيق الإلكتروني الجديد عبر البوابة الإلكترونية سجل كوم SidJILCOM.DZ بطاقة الذهبية أو البنكية قصد تسهيل الخدمة لفائدة المتعاملين الاقتصاديين وأصحاب الشركات التجارية لتخفيف عناء التنقل إلى المراكز ودفع الحسابات¹

الفرع الثالث البوابة الإلكترونية المخصصة لإنشاء مؤسسة التابعة للمركز الوطني للسجل التجاري

مع صدور المرسوم التنفيذي رقم 23-169 المؤرخ في 24 أبريل 2023، أصبحت البوابة الإلكترونية المخصصة لإنشاء المؤسسات يديرها المركز الوطني للسجل التجاري، بالتنسيق مع مصالح الضرائب والصندوق الوطني للضمان الاجتماعي غير الأجراء (CASNOS)، والصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للأجراء والديوان الوطني للإحصائيات بالتالي، فإن تسجيل الشركة الذي يتم عبر البوابة الإلكترونية، بعد المصادقة عليه من قبل المركز الوطني للسجل التجاري وتأكيده، يشكل التسجيل الوحيد لدى الإدارات المعنية. ولا يشترط على مقدم الطلب، بعد تسجيل طلبه، التقرب من الإدارات لتقديم المستندات الورقية التي تبرر إنشاء شركته.

يتم تحديد هوية مقدم الطلب من قبل المركز الوطني للسجل التجاري من خلال السجل الوطني الآلي للحالة المدنية، إما باستخدام رقم التعريف الوطني (NIN)، أو رقم وثيقة الميلاد، أو رقم جواز السفر الأجانب غير المقيمين ويتم توقيع طلب التسجيل إلكترونياً. بمجرد تثبيت توقيع مقدم الطلب، تبدأ إجراءات التحقق من صحة الطلب وتأكيده. يتم إرسال الوثائق المطلوبة لإنشاء المؤسسة إلكترونياً من قبل مقدم الطلب.

ويجب على مصالح المركز الوطني للسجل التجاري والإدارات المعنية التحقق من صحة طلب التسجيل والمصادقة عليه خلال ثلاثة أيام بعد تأكيد التسجيل، يتلقى مقدم الطلب عبر البوابة إشعاراً إلكترونياً بقبول طلبه. ويتحصل على:

– مستخرج من السجل التجاري، رقم التعريف الضريبي؛ التعريف الإحصائي والانتساب إلى الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء (CASNOS) أو الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للأجراء. (CNAS) ورقم تعريفي مشترك².

¹ موقع المركز الوطني للسجل التجاري centre-national-du-registre-de-commerce-c-n-r-c، مرجع سابق،

² المرسوم التنفيذي رقم 23-169 المؤرخ في 24 أبريل 2023، الذي يحدد كفاءات تسيير وسير البوابة الإلكترونية المخصصة لإنشاء المؤسسات ج. ر. ج. ج. رسمية رقم 29.

المطلب الثاني السجل التجاري الالكتروني

أصدر المشرع الجزائري مجموعة من القوانين و المراسيم من أجل تهيئة بيئة رقمية من أجل ممارسة التجارة الالكترونية، عن طريق عصرنه قطاع التجارة، بالأخص السجل التجاري نظرا لدورها لإحصائي والاقتصادي والإشعاري؛ ما دفعنا إلى البحث في مدى تنظيم المشرع لقواعد السجل التجاري الالكتروني لاسيما أنه عبارة عن تشفير في النظام المعلوماتي للمركز الوطني للسجل التجاري، لاسيما بعد صدور القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية¹ الذي ساهم في تفعيل المواقف التشريعية الخاصة بالسجل التجاري، الذي ترتب عنه إصدار المرسوم التنفيذي رقم 18-112 الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء الكتروني المعدل والمتمم والذي يفرض مطابقة كل التجار غير الحائزين على الرمز الالكتروني مطابقة سجلاتهم، ما جعل الالتزام بالسجل التجاري الالكتروني حتمية تجارية² وسوف نتناول مفهومه واهيته من خلال الفرعين التاليين:

الفرع الاول: مفهوم السجل التجاري الالكتروني:

السجل التجاري يعتبر ورقة معدة من طرف الدولة ممثلة في المركز الوطني للسجل التجاري ، لتسجيل المعلومات الخاصة بالتاجر (طبيعيا كان أو معنويا التي يتطلبها القانون والأنظمة الصادرة بمقتضاها، أو يمكن القول بأنه ورقة توضع فيها لكل تاجر سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا مجموعة من البيانات الخاصة به وبنشاطه التجاري تحت رقابة المركز الوطني للسجل التجاري. أما بالنسبة للسجل التجاري الالكتروني فهو شفرة بيانية تتضمن معلومات ومعطيات مشفرة حول التاجر³، وعليه فان السجل التجاري الالكتروني يتضمن رمز الكتروني مطبوع بالأسود على خلفية بيضاء في يمين أعلى الوجه الأمامي للسجل التجاري، ويتم قراءة هذا الرمز الالكتروني بواسطة جهاز مزود بنظام النقاط الصور عبر تطبيق للمركز الوطني للسجل التجاري يحمل مجانا من البوابة الالكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري⁴. المعنيون بالتقرب لمصالح السجل التجاري من أجل استخراج السجل التجاري الالكتروني

¹ القانون رقم 18-05، مرجع سابق.

² مزور صورية ، السجل التجاري الالكتروني في القانون الجزائري ، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، المجلد 6، العدد 3، الصادرة بتاريخ 25/01/2022، ص 460-477.

³ المادة 03 ، من المرسوم التنفيذي رقم 18-112 مؤرخ في 18 رجب عام 1439 الموافق 5 ابريل سنة 2018 ، الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري بواسطة اجراء الكتروني ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 21.

⁴ المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 18-112 مؤرخ في 18 رجب عام 1439 الموافق 5 ابريل سنة 2018 ، الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري بواسطة اجراء الكتروني ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 21.

هم المتعاملين الاقتصاديين الذين لهم سجل تجاري قبل 2014، كون المسجلين بعد هذه السنة يحوزون مباشرة على سجل تجاري الكتروني.

يعد هذا السند القانوني الوحيد الذي ينص على إمكانية القيد في السجل التجاري الكترونيا في غياب نصوص تضبط أكثر الأحكام العامة والإطار القانوني لهذه العملية بالإضافة الى توضيح المهام التي يلعبها هذا الإجراء امام تطبيق نظام المعلوماتية.

مع العلم وتعليقا على هذا نعتقد انه كان الجدر بالمشروع القيام بالتعديل الخاص بالسجل التجاري الرقمي على مستوى القانون التجاري لاسيما المادة 19 و 21 من القانون التجاري الجزائري¹ بالإضافة إلى ضرورة تعديل تنظيم آخر لاسيما مرسوم تنفيذي رقم 06-222 مؤرخ في 25 جمادى اولى عام 1427 الموافق 21 يونيو سنة 2006 ،الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري ومحتواه²، الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري وبهذه الصورة سيتم تحقق التناسب بين كل الأحكام الأساسية والمتعلقة بالموضوع. من أجل تجسيد العملية تم إعطاء إشارة الانطلاق الرسمي للمرحلة النموذجية للمشروع على مستوى ولاية الجزائر في 16 مارس 2014 ففي إطار تطبيق السياسة القطاعية لوزارة التجارة المتضمنة تطوير وعصرنة ادارة التجارة، وفقا لما جاء في كلمة السيد وزير التجارة في أشغال اليوم الدراسي المخصص لعرض برنامج عصرنة النظام المعلوماتي للمركز الوطني للسجل التجاري فان هذا المشروع يستدعي تعاضد عدة قطاعات لا سيما قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي له تأثير أفتقواسع على مختلف قطاعات الصناعة والتجارة والخدمات ومن ثمة لا يمكن عصرنة الاقتصاد والتجارة دون التحكم في هذه التكنولوجيات والنظم الرقمية من طرف مختلف الفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين (إدارات، شركات، بنوك، ومواطنين)، مع ضرورة تبني مقاربة بربط الادارة بالأنترنت، وترقية موقع.الوزارة للتفاعل مع وبين الإدارة والمتعاملين الاقتصاديين³.

¹ المادة 19 القانون التجاري الجزائري مرجع سابق و المادة 21 ، القانون التجاري جزائري، مرجع نفسه.

².مرسوم تنفيذي رقم 06-222 مؤرخ في 25 جمادى اولى عام 1427 الموافق 21 يونيو سنة 2006

³ سامية حساين ، القيد في السجل التجاري الرقمي احد بنود وانجازات الحكومة الالكترونية في الجزائر ، مجلة الادارة ، عدد 44، دون طبعة ، ص 69.

الفرع الثاني وظائف وأهداف السجل التجاري الإلكتروني

في إطار انجاز أهداف مسار التنمية الاقتصادية والاجتماعية في القطاع التجاري او الاقتصادي تعتبر الهيئات تحت الوصاية كالمركز الوطني للسجل التجاري كإحدى البوابات المعول عليها في تحقيق الأهداف المسطرة للسجل التجاري الإلكتروني وهي أهداف لا يمكن ان تتحقق دون ان يلعب هذا الأخير وظائفه الأساسية وهو ما يجعلنا نتناول في بادئ الأمر وظائفه ثم أهدافه ليتسنى لنا إبراز أهميته في الحياة التجارية عموماً.

فبالنسبة للوظائف التي يؤديها السجل التجاري فهي عديدة تشمل الكلاسيكية منها وتلك المواكبة لخاصية استعمال الانترنت لا نجاز العمليات عن بعد وسوف نوضحها من خلال النقاط التالية:

أولاً الوظيفة القانونية للسجل التجاري

تتمثل هذه الوظيفة في منح صفة التاجر أساساً بالنسبة للشخص الطبيعي والمعنوي الممارس للعمل التجاري وعدم القيد بالسجل التجاري يؤدي إلى عدم إمكانية الاحتجاج به في مواجهة الغير سواء بالنظر لصفة التاجر أو بالنسبة للبيانات غير المقيدة ولكن يجوز للغير إذا كانت له مصلحة أن يتمسك من جانبه بالبيانات والوقائع التي لم تقيد، كما يحرم التاجر غير المقيد بالسجل من الاستفادة من الحقوق المقررة للتاجر وبالتالي لا يستطيع طلب إخضاعه لنظام التسوية القضائية ويجبر على الخضوع لنظام تصفية الأموال.

وفي المقابل يسمح القيد من إنشاء الشخصية المعنوية للشركات اذ يترتب ميلاد الشركات واكتساب شخصيتها المعنوية وتمتعها بالأهلية القانونية، كما لا يحتج في مواجهة الغير بالتعديلات التي تطرأ على نظام الشركة الا بعد القيد بالسجل . والسجل التجاري في الجزائر لا يشكل سوى أداة للنشر والعلانية فقط، وإنما أصبح قرينة قاطعة على إثبات صفة التاجر ،ومنه فإن عدمه يؤثر في وجود الصفة القانونية للتاجر ويكون أمام ثبوت الصفة الفعلية عليه مما يترتب عليه توقيع الالتزامات عليه وفقاً للقانون التجاري دون الاستفادة والتمتع بمزاياه.¹

¹سامية حسانين مرجع سابق، ص 74.

ثانيا. الوظيفة الإحصائية للسجل التجاري

يستعمل السجل التجاري كمصدر لإحصائيات، يسمح ببيان عدد المؤسسات التجارية عامة كانت أو خاصة، فردية كانت أو جماعية، الموجودة على التراب الوطني.

وعليه فإن الدولة تعتمد على التجار والمؤسسات التجارية ونوع النشاطات الممارسة والشركات التجارية، سواء كانت جزائرية أو اجنبية، على ما يقدمه التاجر من بيانات، وبذلك فهو يقوم بوظيفة إحصائية هامة والسبب وراء حرص المشرع على تنظيم السجل التجاري، بطريقة يضمن بها صحة المعلومات الواردة، لكي يقوم بالوظيفة الإحصائية على اكمل وجه فقد ساهم السجل التجاري الإلكتروني بشكل كبير في تقديم معلومات دقيقة تخص التجار والنشاطات التجارية الممارسة عبر التراب الوطني اذ يمكن عن طريقه ارساء مراقبة فعالة للتجار والأنشطة التجارية، من خلال منع التزوير في مستخرجات السجلات التجارية.¹

ثالثا. الوظيفة الاقتصادية للسجل التجاري

ففي المجال الاقتصادي، يعد وسيلة لتحقيق المستمر في الأنشطة التجارية داخل البلاد، لذا تتمثل أهداف المركز الوطني للسجل التجاري في سير وضبط باستمرار قائمة الأنشطة الاقتصادية الخاضعة للقيود في السجل التجاري.

رابعا. الوظيفة الاستعلامية أو الاشهارية للسجل التجاري:

فهو أداة للشهر القانوني أي إعلام الغير، إذ يسمح لهذا الأخير بمعرفة كل ما يتعلق بالتاجر أو المحل المستغل له حجية فيما يدون فيه من بيانات مما يترتب عليه آثار قانونية هامة.²

اما بالنسبة لوظائف السجل التجاري الإلكتروني فهو أكد يحتفظ بهذه السابقة الى جانب انه ووفقا لبرنامج عصرنة النظام المعلوماتي للمركز الوطني للسجل التجاري المعروض من وزارة التجارة وعليه فان السجل التجاري الإلكتروني يمثل مراة صادقة عن التاجر بجميع ما يخصه من معلومات³، حيث يستطيع من يتعامل

¹ الموسوس عتو، وظائف السجل التجاري الإلكتروني على ضوء أحكام المرسومين التنفيذي 15 _ 111 و 112 _ 18، مجلة القانون، المجلد 09، العدد 02، 2020 ص 39.

² سامية حساين، مرجع سابق، ص 71.

³ الموسوس عتو، مرجع نفسه، ص 33.

معه سواء كان يتمتع بصفة التاجر ،شخص طبيعي او معنوي مما يجعله مطمئنا على مركز هذا التاجر الذي يتعامل معه وهو ما نصت عليه المادة 16 من القانون 04_08 السالفة الذكر بقولها "يجوز لكل شخص يهمله الامر،وعلى نفقتهم الحصول من المركز الوطني للسجل التجاري على كل معلومة تتعلق بشخص طبيعي او معنوي مسجل في السجل التجاري"¹

الى اربعة وظائف أساسية وهي :

محاربة الممارسات التجارية الاحتيالية، إن الحد من ممارسات تزوير مستخرج السجل التجاري الورقي ومواجهة ظاهرة الغش والاحتيال في استعمال السجل يعد الوظيفة الأساسية التي تتصدر كل الاهداف خاصة وبعد ان تم تقديم إحصاءات عن العمليات التي تتضمن الغش وتزوير لهذا المستند، وقد تضمنت أكثر من 8080 حالة في 2013 الأمر الذي جعل الحكومة تتجند لمحاربة ذلك وتعاطى مع هذا التحدي بأساليب تقنية حديثة .وبالتالي يضمن السجل الرقمي بتحديد حالات تزوير هذه الوثيقة وهو ما يرر وظيفته الرقابية على أعلى مستوى.²وتطهير البطاقة الوطنية للسجل التجاري: يقصد بالبطاقة الوطنية هو قائمة التجار المسجلين على مستوى الوطن ومن خلال السجل التجاري الالكتروني يمكن التحقق من هوية التجار المتعاملين معهم والتعرف عن التاجر الحقيقي عن غيره في اطار شبكة وطنية تضم المسجلين عبر النت والذين لهم رقم للسجل التجاري حسب المعايير الخاصة التي يتم ضبطها. وهي وظيفة تسمح برقمنة ملفات التجار الذي يفوق عددهم مليون و600 الف تاجر على المستوى الوطني، بالإضافة الى تطهير الملفات من تسجيل وهمي او رقم وهمي.وتسهيل مهام اعوان الرقابة مما يساهم في تحسين ادائهم كما ونوعا: هذه الوظيفة الرقابية تتم بالتعاون مع كل أنواع اجهزة الرقابة والسلطات العمومية المتمثلة في مفتشون على مستوى مديرية الضرائب، والجمارك، والامن ، مصالح التجارة ...، وهي تنجز عن طريق امكانية هؤلاء الأعوان المراقبون الولوج الى بنك المعطيات الخاص بالمركز قصد الاطلاع على المعلومات المتعلقة بالتجار والمتعاملين الاقتصاديين،ومن خلاله يتم مراقبة دخول وخروج البضاعة تتبع مسارالعمليات المنجزة من طرف المتعاملين، سيما أولئك الذين ينشطون في تجارة الجملة والاستيراد والتصدير: حيث يتم

¹المادة 16 من القانون 04_08،مرجع سابق .

²سامية حساين ،مرجع سابق،ص71.

مراقبة ومتابعة كل العمليات التجارية الخاصة بالتصدير والاستيراد (خروج البضاعة ودخولها) عبر نظام معلوماتي مرتبط بصورة مباشرة بمركز مراقبة .

من خلال الوظائف السابقة تتضح لنا أهمية السجل التجاري الالكتروني والذي له أهداف و أبعاد أخرى تمس عدة زوايا وتتمثل في:

- تسهيل الاتصال والتواصل مع المتعاملين الاقتصاديين، وتمكينهم من الحصول على كل المعلومات المتعلقة بأنشطتهم..، تدعيم شفافية الصفقات التجارية بين المتعاملين، القضاء على البيروقراطية وتسهيل الحصول على المعلومة وبالتالي التيسير بدال من التسيير، إنشاء قنوات اتصال ما بين المواطنين وقطاع العمال من جهة والحكومة من جهة أخرى..، تقليص التكاليف وزيادة الفعالية لاسيما التقليل من تكلفة الإجراءات الحكومية وما يتعلق بها من عمليات إدارية، نقل صلاحيات الرقابة والمحاسبة من المديرين الى المواطنين.
- زيادة نشر أجهزة الكمبيوتر وزيادة وعي المواطنين بخدمات الانترنت، تمكين المواطنين من خدمة أنفسهم بدال من فرض شكل واحد للخدمة عليه.

يساهم السجل التجاري في المجال التنظيمي في تطهير ممارسة المهنة التجارية لكونه يمثل الوسيلة اللازمة لمراقبة تطبيق النصوص القانونية التي تمنع بعض الأشخاص من مزاوله التجارة، أو التي تفرض لممارسة تجارة معينة للحصول على رخصة، و حرصا على متابعة السوق و ضبطه بهدف إضفاء الشفافية في عمليات المراقبة و نجاعتها، عمد المشرع إلى تحديث مستخرج السجل التجاري ليصبح سجل الكتروني وتسهيل عملية القيد في السجل التجاري الالكتروني من خلال امكانية القيد عن بعد، عن طريق ارسال الوثائق المتعلقة بالقيد بالطريقة الالكترونية،¹

وتكمن أهمية السجل التجاري الالكتروني فيا لتقليص من عمليات الغش، الحد من استعمال السجلات التجارية المزورة للتهرب من الفاتورة، و دفع الجباية، و القضاء على المنتجات غير مطابقة التي تدخل الجزائر، يساعد أعوان الرقابة في عملهم، ويخفف من الوثائق المطلوبة بالنسبة للمعاملات في البنوك و كذا المعاملات التجارية البينية بين المتعاملين، و الحكم في تأطير و عصرنه عمليات الرقابة الاقتصادية، متابعة السوق وضبطه بهدف إضفاء الشفافية في عمليات المراقبة والنجاعة . وعليه فان المشرع اولى اهتمام تشريعي بالسجل التجاري الالكتروني في الآونة الأخيرة كونه أداة إحصائية واشهارية في إطار التوجه نحو الرقمنة ومر بعدة مراحل كانت تواكب المسار

¹الموسوس عتو ، مرجع سابق ، ص 35.

التنظيمي للسياسة التشريعية الى حين اقرار السجل التجاري الالكتروني من اجل ارساء بيئة رقمية تتماشى مع التجارة الالكترونية والتوجهات القانونية التي تبنتها الدولة.¹

¹مزوز صبرينة، فيلاي بومدين، السجل التجاري الالكتروني في القانون الجزائري، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2021، ص 474.

خلاصة الفصل

وعليه ومن خلال الدراسة حول الاليات الرقمية لضبط الممارسات التجارية بالمنصات الرقمية المستحدثة لوزارة التجارة تعد استراتيجية فعالة لتطوير خدماتها ورقمنة خدمات الإدارة وإضفاء الشفافية والنزاهة وعليه فان الغاية الأساسية من استراتيجية المنصات الرقمية، بمفهومها الأساسي، هي الانتشار في السوق واختراقه من خلال التركيز على السماح لشريحة معينة أو عدة شرائح من المشاركين بالاستفادة من وجود الآخرين أو تفاعلهم لتقديم خدمة أو قيمة أو مهمة معينة؛ لأن مشاركة المستخدم على المنصة تعتمد على اختياراته واهتماماته، وتشمل إستراتيجية المنصات الجوانب التقنية لتكنولوجيا المعلومات لاختيار المنصات الرقمية وتحسينها .

وكذلك أهمية رقمنة المركز الوطني للسجل التجاري من خلال إنشاء بوابة الكترونية خاصة بالمركز دعما منه للشفافية وتبسيط الإجراءات على المتعاملين الاقتصاديين لتقديم الخدمات للمواطنين الكترونيا التي تسمح بإمكانية القيد في السجل التجاري والاطلاع الكترونيا على نشرة الإعلانات القانونية ، فضلا على العديد من الخدمات عن بعد التي في الغالب تخص المعلومات الموجزة حول بيانات التجار وعليه فان اهم الخدمات الالكترونية التي تقدمها بوابة المركز الوطني للسجل التجاري تتمثل فيالبحث في فهرس التجاروالبحث في مدونة النشاطات ،البحث في فهرس التسميات التجاريةالبحث في ميزانيات الحسابات الاجتماعية ،اما فيما يخص الشركات والمؤسسات فقد تم استحداث منصة الكترونية تتكفل بكل انشغالاتهم مع مختلف الادارات يديرها المركز الوطني للسجل التجاري، بالتنسيق مع مصالح الضرائب والصندوق الوطني للضمان الاجتماعي غير الأجراء(CASNOS) ، والصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للأجراءوالديوان الوطني للإحصائيات.

حيث انه من أجل تهيئة بيئة رقمية من أجل ممارسة التجارة الالكترونية، عن طريق عصنة قطاع التجارة، بالأخص السجل التجاري نظرا لدوره الإحصائي والاقتصادي والإشعاري؛ مادفع إلى البحث في مدى تنظيم المشرع لقواعد السجل التجاري الالكتروني لاسيما أنه عبارة عن تشفيره في النظام المعلوماتي للمركز الوطني للسجل التجاريبتغييرالسجل التجاري التقليدي الى سجل تجاري الكتروني لما له من مزايا كثيرة لعل اهمها يسمح باختصار الوقت والتكلفة وكذلك شفافية المعاملات التجارية، لتقديم الخدمات للمواطنين الكترونيا.

خاتمة:

من خلال ماتم عرضه يمكن القول بان رقمنة قطاع التجارة وترقية الصادرات يعتبر مرحلة حاسمة في التحول الى الخدمات الالكترونية والانتقال بالاتصال المباشر الى الاتصال الافتراضي عبر الشبكات الالكترونية المختلفة ومواكبة التطورات الحاصلة خاصة لترقية وظائف المؤسسات والادارات العمومية حيث تبنت احداث سلسلة من التغيرات على وظائفها التقليدية في ظل التحول الالكتروني بغية التجسيد الفعلي لشفافية الممارسات التجارية وضبط وجهة المواد واسعة الاستهلاك وكذلك شبكة التوزيع وفي حين ان ميدان الخدمة العمومية هو المرآة العاكسة للصورة الحقيقية لتجسيد الادارة الالكترونية على اعتبار ان لها علاقة مباشرة مع المتعاملين الاقتصاديين فكان النصيب الأوفر والتركيز لرقمته وتوظيفه على نحو يتماشى مع التقنيات الحديثة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

فأهمية الإدارة الرقمية في قدرتها على مواكبة التطور وتحسين جودة الاداء من خلال استخدام اساليب رقمية تتسم بالكفاءة والفعالية ، حيث انها تسعى لتسهيل الاجراءات الادارية وتحسين الخدمات وخفض التكاليف.

- اختصار الجهد والكلفة وتنفيذ التعليمات الادارية المختلفة.
 - تقليل استعمال الورق بشكل ملحوظ مما يؤثر ايجابا على الانجاز السريع والدقيق للمهام والمعاملات.
 - توفير البيانات والمعلومات لأصحاب القرار بصورة فورية.
 - تحقيق الكفاءة والفاعلية في تقديم الخدمات.
 - تعد وسيلة للرقابة لما تتمتع به النظم التقنية من إمكانية التحليل والمراجعة أليا بشكل مؤتمن للأنشطة الإدارية.
 - تستمد بياناتها ومعلوماتها من الأرشيف الالكتروني وتراسل البريد الالكتروني .
 - تنتقل من المتابعة بالمذكرات الى المتابعة الرقمية على الشاشات وهو ما يوفر التكلفة ويزيد من الكفاءة .
- وعليه فان الإدارة الالكترونية على مستوى الادارة المركزية او المديرية الجهوية والولائية تعمل بشكل جد فعال في بناء وترقية الاعمال الادارية او المعاملات التجارية بما يحقق النزاهة والشفافية والحد من الممارسات التدلسية للحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك من خلال كل المنصات الرقمية التي تم اطلاقها لتتبع كل الملفات الادارية الكترونيا بين مختلف الجهات الادارية بكل مصداقية وبمعلومات دقيقة فتتبع مسار الحليب مند خروجه من المصنع وضبط التجار المراد توزيع لهم الحليب المبستر المدعم يوميا الى غاية وصوله الى المستهلك كل هذه الاجراءات يتم ادراجها في المنصة يوميا فهذه المتابعة الصارمة تساهم بشكل كبير في ضبط الممارسات التجارية الغير شرعية والتصدي لها في حينها
- حيث انه من خلال هذه الدراسة تحصلنا على عدة نتائج ومقترحات فيما يخص رقمنة قطاع التجارة ودوره الفعال في ضبط الممارسات التجارية في الجزائر يمكن ذكر اهمها :

اولا. النتائج :

- الإدارة الالكترونية او التحول نحو الرقمنة ليس مجرد تحويل النظام الاداري التقليدي الى نظام رقمي الكتروني وانما هي منظومة متكاملة على كافة الابعاد القانونية والاجتماعية والادارية والتكنولوجية والاقتصادية
- الرقمنة في قطاع التجارة هي بديل جديد يعيد النظر في علاقة المتعاملين الاقتصاديين بالإدارة من خلال سرعة الاستجابة والشفافية وتقريب الادارة من المتعاملين الاقتصاديين خاصة منها منصة شهادة اثبات الاحترام تمنح الكترونيا دون تنقل المستوردين إلى مقر الولاية ويكون بذلك الرد والتنفيذ اني وسريع لكل المعاملات التجارية والملفات المعالجة الكترونيا دون دعائم ورقية وهذا يزيد من مستوى فعالية الأجهزة الإدارية أثناء تأدية مهامها
- تعتبر المهارات البشرية المؤهلة من اهم مرتكزات نجاح التوجه نحو الرقمنة وهذا جراء السرية في ادراج المعلومات الشخصية والمحافظة عليها
- الادارة الالكترونية تقوم على مفهوم جديد و متطور - اتصل ولا تنتقل - خاصة المتعاملين لاقتصاديين الفاعلين في استعمال البوابة الالكترونية للسجل التجاري التي تعتبر بوابة متاحة للمتعاملين الاقتصاديين لإيداع حساباتهم الاجتماعية واستخراج السجل التجاري الالكتروني عبر الخط وغيرها من الخدمات المقدمة من طرف المركز الوطني للسجل التجاري .

ثانيا. الاقتراحات

- ضرورة توفير نظم اتصالات فعالة لنقل البيانات والمعلومات بين مختلف الإدارات التي تربطها علاقة مباشرة مع بعضها فالتعامل الكترونيا بين مختلف الإدارات وإرسال المعلومة المطلوبة الكترونيا تزيد من تطوير نظم العمل في الادارة واساليبها
- وضع برامج وخطط إستراتيجية تتماشى مع التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وكذلك ضرورة تحين الترسنة القانونية ما يتماشى والتوجه نحو الرقمنة.
- ضرورة وضع بنية قانونية متماسكة لتأمين التعاملات الالكترونية وحماية المتعاملين عبر الشبكات الالكترونية.
- التشجيع على نشر التعامل مع الإدارات بالطريقة الالكترونية مقابل تحفيزات متمثلة في تخفيض من التكاليف، التكفل السريع بالملف الإداري.
- تقليل الأوراق واستبدالها بالوثائق الالكترونية عن طريق توفير متطلبات البنية التحتية كالحاسوب والبرمجيات وشبكات الاتصال المتقدمة والمتخصصين ذوي الخبرة في التقنيات الحديثة لتطبيق الإدارة الرقمية.

قائمة المصادر

والمراجع:

أولا: المصادر

01: النصوص القانونية:

الأوامر :

- الأمر رقم 59/75 ، المتضمن القانون التجاري ، المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 ، الموافق ل سبتمبر سنة 1975 ، المعدل والمتمم .

القوانين

- قانون رقم 18_07 المؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، المتعلق بحماية الاشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي ج ر ج ج رقم 34، الصادرة بتاريخ 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018

- القانون رقم 21_15 المؤرخ في 28 ديسمبر سنة 2021، المتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة ، ج ر ج ج عدد 99 الصادرة بتاريخ 29 ديسمبر 2021.

- القانون 02/04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج رقم 41.

- القانون 06/13 مؤرخ في 14 رمضان عام 1434 الموافق 23 يوليو سنة 2013 ، الذي يعدل ويتمم القانون رقم 08/04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت سنة 2004، والمتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 39.

- القانون 08/04 المؤرخ في 14/08/2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل والمتمم بالقانون 13/06 المؤرخ في 23/07/2013.

- القانون 05/18 المؤرخ في :24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو 2018 ، المتعلق بالتجارة الالكترونية .

المراسيم التنفيذية:

- المرسوم التنفيذي رقم 14-18 مؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1435 الموافق 21 يناير سنة 2014 ، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02- 454 المؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002، والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.رج ج رقم 4-2014.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 I الموافق 10 ديسمبر سنة 2005، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك ج ر ج ج، العدد 80.
- المرسوم التنفيذي رقم 23-169 المؤرخ في 24 أبريل 2023، جريدة رسمية رقم 29.
- المرسوم التنفيذي رقم 18-112 مؤرخ في 18 رجب عام 1439 الموافق 5 ابريل سنة 2018، الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري بواسطة اجراء الكتروني ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 21.
- المرسوم التنفيذي رقم 13-84 مؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1434 الموافق 6 فبراير سنة 2013، الذي يحدد كيفيات تنظيم ر وتسيير البطاقية الوطنية لمرتكبي أعمال الغش ومرتكبي المخالفات الخطيرة للتشريعات والتنظيمات والجبائية والتجاري والتجارية و الجمركية والبنكية والمالية وكذا عدم القيام بالإيداع القانوني لحسابات الشركة، الجريدة الرسمية رقم 2023/09
- مرسوم تنفيذي رقم 03-409 مؤرخ في 10 رمضان عام 1424 الموافق 5 نوفمبر سنة 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحيتها وعملها) . ج ر ج ج رقم 68/2003

ثانيا : المراجع

01. الكتب

أ. باللغة العربية

- سامية حساين، استادة محاضرة —ب- ، القيد في السجل التجاري الرقمي احد بنود وانجازات الحكومة الالكترونية في الجزائر ، كلية الحقوق ، جامعة احمد بوقرة ، بومرداس.
- عبد السلام عبد للاوي، الادارة الالكترونية للخدمة العمومية في الجزائر —الواقع والمأمول— ،ابن النديم للنشر والتوزيع،مؤسسة الكتاب القانوني، الجزائر، ط1، 2023 .
- محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية ، منشورات بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع ، طبعة 2010 .
- نبامؤيد عبدالحسين الطائي، امكانية تطبيق الادارة الرقمية، دارالكتاب القانونية، دارشتا للنشر والبرمجيات، مصر .
- احمد جابر الجزار، الفاتورة الالكترونية، ماجستير في القانون العام، دارالاهرام للاصدار والقانونية والنشر والتوزيع.

ب. باللغة الاجنبية:

- tadjeddine&partners . e Gouvernement en Algerie Etat des lieux Obstacles et Solution ,1ere edition ; preface par ;pryoucefmentalecheta.

ثالثا. الأطروحات و المذكرات:

- بدر محمد السيد القزاز، الإدارة الالكترونية ودورها في مكافحة الفساد الإداري ، ماجستير في القانون ،دار الفكر الجامعي .
- دلول شيماء ،بن طيبة خلود ،دور المنصات الرقمية في تسويق الخدمات، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اكاديمي تخصص تسويق الخدمات ،جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي ،تبسة ،2023، ص 06.

رابعا. المقالات:

- بلال حفناوي، استراتيجيات المنصات الرقمية ،تاريخ النشر 08 جويلية 2023، موقع linked in.com
- بوشیخي عائشة، لزعر نور الهدى آية ، دور الفاتورة في إثبات المعاملات التجارية واثر مخالفة العمل بها في التشريع الجزائري،مجلة الصدى الدراسات القانونية والسياسية ، المجلد 5، العدد 3، الصادرة بتاريخ 08 سبتمبر 2023.
- بوعتلي محمد ، واقع المنصات الرقمية وتأثيرها على التنمية المستدامة في الجزائر، المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي الجزائر،سامي ليلية المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي الجزائر، تاريخ قبول الاستلام 2022/09/18، تاريخ قبول النشر 2022/10/10.
- سامية حساين، ، القيد في السجل التجاري الرقمي احد بنود وانجازات الحكومة الالكترونية في الجزائر، ، مجلة الادارة، عدد 44.
- كردي نبيلة، السجل التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، السجل التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية ،المجلد 15، العدد 01، 2022، ص 225.
- صورية ، السجل التجاري الالكتروني في القانون الجزائري ، مجلة الاستاد الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، المجلد 6، العدد 3، الصادرة بتاريخ 25/01/2022.
- وهيبه حارش، سمير يوسف خوجة ، متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية ومعوقاتها في الإدارة الجزائرية ، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية ، مجلد 07 ، العدد 02، 31 الصادر بتاريخ 2021/12/31
- سعيود محمد الطاهر ،نطاق تطبيق القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية ، مجلد 02 ، العدد 02 ، بتاريخ 2020/09/07.

- سميرة معاشي ، مبدا الشفافية لحماية المستهلك في ظل الممارسات التجارية 02/04 ،مجلة الحقوق والحريات ، عدد 04، افريل 2017
- حسان دواجي سعاد، المضاربة الغير المشروعة .في التشريع الجزائري ،دراسة على ضوء القانون 21_15 المتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة ، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية ،المجلد 08 العدد01، 01-06 - 2023الموسوس عتو ،وظائف السجل التجاري الالكتروني على ضوء احكام المرسومين التنفيذي 15_111 و 18_112 ،مجلة القانون ،المجلد 09،العدد02 ،سنة 2020.مزوز صبرينة ،فيلاي بومدين ،السجل التجاري الالكتروني في القانون الجزائري ،مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ،المجلد06،العدد02 ،دسمبر 2021 .

خامسا. المقابلات:

- مقابلة مع السيد حميداني رشيد ،مدير التجارة وترقية الصادرات ولاية اليزي .

سادسا. مواقع الانترنت:

- <https://news.radioalgerie.dz/ar>
- موقع وزارة التجارة وترقية الصادرات www.commerce.gov.dz.
- الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري sidjilcom.cnrc.
- موقع المركز الوطني للسجل التجاري centre-national-du-registre-de-commerce-c-n-r-c

قائمة المحتويات:

أ	شكر و عرفان.....
ب	الاهداء
2	مقدمة.....
	الفصل الاول: تحول قطاع التجارة وترقية الصادرات نحو الرقمنة
7	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لرقمنة قطاع التجارة وترقية الصادرات.....
7	المطلب الاول: ماهية وخصائص الادارة الالكترونية في قطاع التجارة
8	الفرع الاول: مفهوم الادارة الالكترونية و أهميتها
10	الفرع الثاني: خصائص الادارة الالكترونية ومتطلبات تطبيقها وبنيتها الاساسية
14	المطلب الثاني: مصالح قطاع التجارة وترقية الصادرات
14	الفرع الاول: الادارة المركزية لوزارة التجارة
17	الفرع الثاني: المديرية الجهوية
19	الفرع الثالث: المديرية الولائية
	المبحث الثاني: الممارسات التجارية المعنية بالرقمنة في قطاع التجارة وفق القانون 02/04 واسقاطها بما هو
20	متعلق بالرقمنة
21	المطلب الاول: القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية
22	الفرع الاول: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات و بشروط البيع
24	الفرع الثاني: الالتزام بتسليم الفاتورة
28	المطلب الثاني: القواعد المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية
29	الفرع الاول: منع الممارسات التجارية غير الشرعية
29	الفرع الثاني: ممارسة اسعار غير شرعية
31	الفرع الثالث: الممارسات التجارية التدليسية
	الفرع الرابع: الممارسات التي تؤدي الى الاعتداء على المصالح الاقتصادية لعون اقتصادي وكذلك الاشهار
32	التضليلي للمساس بهذه المصالح
36	خلاصة الفصل الاول
	الفصل الثاني: دور المنصات الرقمية في ضبط الممارسات التجارية في قطاع التجارة:
38	المبحث الاول: المنصات الرقمية التابعة لوزارة التجارة وترقية الصادرات.....
39	المطلب الأول: مفهوم منصات الرقمية واليات الرقابة الالكترونية.....
39	الفرع الاول: المنصات الرقمية.....
41	الفرع الثاني: انواع المنصات الرقمية.....

42	المطلب الثاني: المنصات الرقمية ودورها في ضبط الممارسات التجارية
42	الفرع الاول: المنصات الرقمية المتعلقة بالإحصاء المعلوماتي للمتعاملين والوحدات الاننتاجية.....
45	الفرع الثاني: المنصات الرقمية لضبط السوق من الممارسات الغير نزيهة.....
49	المبحث الثاني: رقمنة المركز الوطني للسجل التجاري والمعاملات التجارية
50	المطلب الاول: البوابة الالكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري.....
51	الفرع الاول: التعريف بالبوابة الالكترونية الخاصة بالمركز الوطني للسجل التجاري
51	الفرع الثاني الخدمات المقدمة الكترونيا من طرف البوابة الالكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري.....
52	الفرع الثالث البوابة الإلكترونية المخصصة لإنشاء مؤسسة التابعة للمركز الوطني للسجل التجاري.....
53	المطلب الثاني: السجلات التجارية الالكترونية
53	الفرع الاول: مفهوم السجلات التجارية الالكترونية
55	الفرع الثاني: وظائف وأهداف السجلات التجارية الالكترونية.....
60	خلاصة الفصل الثاني
62	الخاتمة
65	قائمة المصادر و المراجع
70	قائمة المحتويات

الملخص:

إن الإدارة الرقمية في مجال العمل الإداري يقصد بها تبادل الأعمال والمعلومات بين الأطراف من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية بدلا من الاعتماد على الدعائم الورقية ومعالجة مشكلة الحفظ والتوثيق للأوراق مما يؤدي إلى عدم الحاجة إلى أماكن التخزين وعليه فإن تقدم الادارة العامة الالكترونية وجها اخر مغاير لوجه الإدارة التقليدية ، نظرا لسلاسة ادائها وإيقاعها السريع، وقد أصبحت أداة فاعلة في أيدي الدين بادروا بتطبيق التقنية وتشير ممارسات الإدارة انها أصبحت بإمكانها ان تتابع مواقع عملها المختلفة عبر الشاشات والكاميرات الرقمية التي في وسع الإدارة الالكترونية ان تسلطها على كل بقعة من مواقعها الإدارية من خلال البوابات الالكترونية وإدراج المعلومات وتتبع مسار الوثائق الكترونيا ومعالجة أنية وفورية لها ضمان السير الحسن للإدارة من جهة وإضفاء الشفافية والنزاهة في المعاملات من جهة أخرى .

الكلمات المفتاحية: رقمنة،قطاع التجارة،الممارسات التجارية.

Summary:

Digital management in administrative work refers to exchanging tasks and information electronically instead of relying on paper-based methods, solving issues of storage and documentation, eliminating the need for physical storage spaces. Consequently, e-government advancement presents an alternative to traditional management, offering smooth and rapid performance. It has become an effective tool in the hands of those who adopt technology, allowing monitoring of various work sites through digital screens and cameras. Electronic management can oversee its administrative locations through electronic portals, input information, electronically track document paths, and instantly process them, ensuring efficient management and promoting transparency and integrity in transactions. Keywords: digitization, commerce sector, business practices.