الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الإقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير

مخبر دراسات
التنمية الاقتصادية

فرقة البحث F02N01 UN0301 2018 0004 (PRFU)

كتاب جماعي دولي: أكتوبر 2020 : ISBN: 978-9931-745-81-5

واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم - التحديات والحلول –
المصادق عليه من طرف المجلس العلمي للكلية بدورته الثانية(2) المنعقد في: 2020/10/15

شهادة رقم: 2020/89 الأغواط يوم: 2020/10/26

إفادة بالنشر

يشهد عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة عمار ثليجي بالأغواط ومدير مخبر دراسات التنمية الاقتصادية ورئيس الكتاب بأن:

ط.د.مبروك بوقرة، علي بو صنوبرة

جامعة باجي مختار -عنابة (الجزائر)؛ مخبر الانتماء: LARIEF؛ boumab23@gmail.com

جامعة باجي مختار -عنابة (الجزائر)؛ مخبر الانتماءLARIEF:؛ ali.bousnobra@graduateinstitute.ch

قد تم نشر مقاله/هم الموسوم بـ :

التجارة الإلكترونية وإشكالية منصات الأنترنت في إنفاذ ضريبية القيمة المضافة

سُلمت هذه الإفادة بطلب من المعني لاستخدامها فيما يسمح به القانون.

رئيس الكتاب | مدير المخبر | عميد الكلية

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –

رئيس الكتاب الجماعي الدولي

مخبر دراسات التنمية الاقتصادية
جامعة عمار ثليجي الأغواط

إمضاء: أ.د. معمر [illegible]

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير النيابة
إمضاء: جعفات الطاهر

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر دراسات التنمية الاقتصادية

كتاب جماعي محكم ذو ترقيم دولي

واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب

التحديات والحلول

رئيس الكتاب : الدكتور بساس أحمد

التنسيق العام : الدكتور حساب محمد لمين

الإشراف العلمي : الدكتور دوة محمد

دار الضحى للنشر والاشتهار
أكتوبر 2020- صفر 1442
ISBN: 978-9931-745-81-5

فرقـــة مشـــروع البحـــث الجامعـــــي
F02N01 UN0301 2018 0004 (PRFU)

ISSN :...../.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Superieur et de la Recherche Scientifique

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

كتاب جماعي محكم ذو ترقيم دولي

واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر واشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم - التحديات والحلول -

رئيس الكتاب : الدكتور بساس أحمد

الإشراف العلمي : الدكتور دوة محمد

التنسيق العام : الدكتور حساب محمد لمين

دار الضحى للنشر والإشهار

الجلفة – الجزائر

Dareldouha2014@gmail.com

027.92.27.38 / 05.50.87.37.71

الطبعة الأولى

2020

الإيداع القانوني: أكتوبر

ردمك: 978-9931-745-81-5

حقوق التأليف محفوظة للمؤلف

تصميم وتنسيق حمدي مصطفى الأزهر

hamdilazhar3@gmail.com



إشكالية جباية الأنشطة الإلكترونية وأثرها على التنمية الاقتصادية في الجزائر
– التحديات والحلول –



كتاب جماعي محكم ذو ترقيم دولي

صادر عن جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

بالتعاون مع

مخبر دراسات التنمية الإقتصادية

فرقة مشروع البحث الجامعي (PRFU)

F02N01 UN0301 2018 0004

الرئيس الشرفي للكتاب :

البروفيسور: جمال بن برطال مدير جامعة عمار ثليجي بالأغواط

تحت اشراف :

الدكتور : طاهر جعمات عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

البروفيسور : لعلا رمضاني رئيس ميدان علوم اقتصادية ، تسيير وعلوم تجارية

البروفيسور : معمر قربة مدير مخبر دراسات التنمية الاقتصادية

رئيس الكتاب :

الدكتور : بساس أحمد

الإشراف العلمي :

الدكتور : دوة محمد

التنسيق العام :

الدكتور : حساب محمد لمين



أعضاء اللجنة العلمية للكتاب

الإسم واللقب	مؤسسة الإنتماء	الإسم واللقب	مؤسسة الإنتماء
أ.د لعلا رمضاني	جامعة الأغواط	أ.د معمر قربة	جامعة الأغواط
أ.د مقدم عبيرات	جامعة الأغواط	أ.د براهيم بورنان	جامعة الأغواط
أ.د علال بن ثابت	جامعة الأغواط	أ.د محمد فرحي	جامعة الأغواط
أ.د العجال عدالة	جامعة مستغانم	أ.د ناصر مراد	جامعة البليدة
أ.د بوقلاع يوسف	الجامعة الأمريكية بباريس	أ.د عمر مفتاح ساعدي	جامعة سبها ليبيا
أ.د مامون ايسرح	مدير عام مؤسسة النبأ	أ.د أحلام بوعبدلي	جامعة غرداية
أ.د عبد القادر حفاي	جامعة الأغواط	أ.د محمد عجيلة	جامعة غرداية
أ.د محمد زرقون	جامعة ورقلة	أ.د عبد القادر قرش	جامعة الأغواط
أ.د أبو القاسم حمدي	جامعة الأغواط	أ.د ماجدة مدوخ	جامعة الأغواط
أ.د حمزة طيبي	جامعة الأغواط	أ.د محمد قويدري	جامعة الأغواط
أ.د ميلود زيد الخير	جامعة الأغواط	أ.د لحسن علاوي	جامعة ورقلة
د.طاهر جعمات	جامعة الأغواط	د.لمين حساب	جامعة الأغواط
د.أحمد بساس	جامعة الأغواط	د. محمد دوة	جامعة الأغواط
د.بن تربح بن تربح	جامعة الأغواط	د. شراف عقون	المركز الجامعي ميلة
د.أبو بكر أبوسالم	المركز الجامعي البيض	د.عبد الهادي مسعودي	جامعة الأغواط
د.طاهر مخلوفي	جامعة الأغواط	د. أحمد نصير	جامعة الوادي
د.طيب بن عون	جامعة الأغواط	د. قويدر نبق	جامعة الأغواط
د. لخضر عبيرات	جامعة الأغواط	د. عبد الجبار مخطاري	جامعة الأغواط
د. م. سعيد سعيداني	جامعة الأغواط	د. بشير عبد العالي	جامعة الأغواط
د. يحي جقيدل	جامعة الأغواط	د. رايس مراد	جامعة الأغواط
د. عبد العليم تاوتي	جامعة الأغواط	د. محمد بن جاب الله	جامعة الأغواط
د. مصطفى بورنان	جامعة الأغواط	د. ابراهيم عبد حفيظي	جامعة الأغواط
د. محمد بداوي	جامعة الأغواط	د. مختار رنان	جامعة الأغواط
د. أبو بكر نبق	جامعة الأغواط	د. العيد خيراني	جامعة الأغواط
د. سميرة مشراوي	جامعة الأغواط	د. عزوز مخلوفي	جامعة الأغواط
د. سارة بودربالة	جامعة الأغواط	د. طاهر بعداش	جامعة الأغواط
د. اسماء زاوي	جامعة الأغواط	د. احمد نقاز	جامعة الأغواط
د. فاطمة بوداود	جامعة الأغواط	د.خيرة بوهالي	جامعة الأغواط
د. عبد القادر قطاف	المركز الجامعي بافلو	د. بن عيسى طالبي	جامعة البليدة
د. مولود فتحي	المركز الجامعي بافلو	د. أبو القاسم بوفاتح	المركز الجامعي بافلو

د. فاطمة بدرة	المركز الجامعي بافلو	د. أحمد بوجلال	جامعة الأغواط
د. محمد حمران	جامعة جيجل	د. صالح حميداتو	جامعة الوادي
د.أحمد بن مويزة	جامعة الأغواط	د.احميدة فرحات	جامعة الأغواط
أ.أحمد قربة	جامعة الأغواط	أ.خالد بوخلخال	جامعة الأغواط
ط.د. فلة محتال	جامعة الأغواط	أ.مصطفى مراد	جامعة الأغواط
ط.د. رحيمة شخوم	جامعة الأغواط	ط.د. وفاء تعابدالله	جامعة الأغواط

تـوطئـــــــة

يعتبر فرض الضرائب والرسوم على المعاملات التجارية الإلكترونية من أهم التحديات التي تواجهها النظم الضريبية في ظل العولمة وظهور تكنولوجيات المعلومات والاتصال واستعمالها على مدى واسع من قبل الأفراد والمؤسسات والحكومات ، وعلى الرغم من النمو المذهل لهذا النوع من التجارة ، إلا أن فرض الضريبة عليها ما زال يمثل مشكلة لم يتم حسمها إلى الآن في مختلف دول العالم وحتى الدول المتقدمة منها ، هذا لأن الاقتصاد الرقمي ألغى قيود الزمان والمكان وأصبحت تتم المعاملات التجارية بكل بساطة عن بعد ودون ان يتلاقى البائع مع المشتري وعليه فإنه من الصعوبة بمكان في اقتصاد المعرفة تطبيق القوانين والقيود المألوفة في الاقتصاد الحقيقى .

في حين تعتبر جباية الضرائب من أهم الجوانب القانونية التي تُترجم تدخل الدولة وسيادتها على المؤسسات الاقتصادية ، وعلى اعتبار أن جباية الضرائب تشكل موردا هاما من الموارد المالية للدولة ، وإن التجارة الإلكترونية تتميز بسيطرتها على التجارة الحقيقية ، فإنه يبدو أن اقتران التجارة الإلكترونية بجباية الضرائب سيشكل موردا هاما من موارد الدولة ، يتميز بالزيادة المستمرة ، التي تتناسب وحجم التبادل التجاري الإلكتروني ، حيث يستدعي ذلك وضع سياسة جبائية تتلاءم مع طبيعة النشاط التجاري الإلكتروني ، غير أن موضوع الضرائب على التجارة الإلكترونية تباينت حوله الآراء في مدى إمكانية فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية .

غير أنه وبالرغم من أن الجزائر تواجه العديد من التحديات التي حالت دون تطور وانتشار التجارة الالكترونية ، إلا أنها قامت بإصدار القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية ، حيث تسعى الجزائر إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تذليل العقبات التي تواجهها ، ولا شك أن الجزائر بتقنينها للمعاملات التجارية الالكترونية وجب عليها التفكير في اعادة تصميم نظامها الضريبي بما يتوافق مع التغيرات الحاصلة كما هو معمول به في العديد من دول العالم ، مع الإشارة إلى أن القانون المذكور أعلاه تضمن العديد من النقاط حيث جاء في مادته الأولى على أن هذا القانون يُحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات ، كما نصت المادة الثانية منه على أنه يُطبق في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني متمتعا بالجنسية الجزائرية، مقيما إقامة شرعية في الجزائر، شخصا

معنويا خاضع للقانون التجاري أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر ، في حين نصت المادة الثالثة على أنه تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما ، حيث تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما ، كما جاءت المادة الرابعة منه على أنه يمكن أن تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الإلكترونية موضوع تدابير تحفيزية طبقا للتشريع المعمول به ، وبهذا الصدد تم انشاء نظام المعلومات (جبايتك) على مستوى كل المصالح الجبائية والذي يُعد الأول من نوعه فيما يخص تبسيط الإجراءات والخطوات ، كما يسمح بالقيام بطريقة أوتوماتكية بكل وظائف الضريبة ابتداء من استقبال دافعي الضرائب إلى غاية تحصيل الضريبة وكذلك فيما يخص النزاعات والمراقبة الجبائية ، علما أن الإدارة الضريبية ألزمت كل المؤسسات التابعة لمديرية كبريات المؤسسات بتقديم تصريحاتهم الدورية عن طريق الإنترنت بدءا من شهر جانفي 2018 وهذا بموجب المادة 58 من قانون المالية لسنة 2018.

على ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية التي سيتناولها هذا الكتاب ، وفق الصيغة التالية:

ما هو واقع التجارة الإلكترونية والإخضاع الضريبي لها في الجزائر ؟ وفيما تتمثل اشكالية الإخضاع الضريبي لهذا النوع من الأنشطة التجارية ؟

ونظرا لأهمية الموضوع جاء هذا الكتاب للإجابة عن هذه الإشكالية ، وفق العناصر الرئيسية التالية:

أهداف الكتاب

تعتبر المعاملات التجارية الالكترونية أمر حديث بالنسبة للجزائر ولم تتطور بعد بالشكل المطلوب ، فلم يتم اصدار قانون ينظم المعاملات التجارية الالكترونية إلا في سنة 2018، وعلى هذا الأساس يهدف هذا الكتاب على الخصوص إلى الوقوف على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر واشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم ، كما نهدف كذلك إلى توضيح أهم التحديات التي تواجه الدولة في فرض الضرائب والرسوم على التجارة الإلكترونية وايجاد الحلول المثلى للتعامل مع هذا النوع من الإخضاع الضريبي .

محاور الكتاب

المحور الأول : قراءة للنصوص الضريبية ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية وفق التشريع الجزائري؛

المحور الثاني : اتجاهات المعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية في العالم ومواقع النظام الجبائي الجزائري منها؛

المحور الثالث : طرق وأساليب التهرب الضريبي الإلكتروني؛

المحور الرابع : التحديات والحلول المقترحة لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في الجزائر وكيفية تحصيلها؛

المحور الخامس : واقع المراقبة والتدقيق الجبائي لأنشطة التجارة الإلكترونية محليا ودوليا؛

المحور السادس : أثر جباية التجارة الإلكترونية على التنمية والسياسات الاقتصادية محليا ودوليا؛

المحور السابع : تقييم مشروع إقامة حكومة إلكترونية في الجزائر، ومستقبل التجارة الإلكترونية بالجزائر.

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم – التحديات و الحلول –
كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير

الفهرس

عنوان المقال	اسم ولقب الباحث (ين)	صفحة
واقع التحقيق المصوب على التصريحات الدورية للأنشطة التجارية الإلكترونية-دراسة تطبيقية على نشاط تجاري إلكتروني خضع للتحقيق المصوب-	ط.د.فلة محتال (جامعة الأغواط) د. أحمد بساس (جامعة الأغواط)	16-1
الاتجاهات الضريبية على نشاطات التجارة الإلكترونية وموقع النظام الجبائي الجزائري منها.	د.لعريوي عبدالرزاق (جامعة جيجل) د.حيمران محمد (جامعة جيجل)	36-17
جباية التجارة الالكترونية- القيود والاقتراحات-	د.محمد دوة (جامعة الأغواط) د.محمد بداوي (جامعة الأغواط) د.يحي جقيدل (جامعة الأغواط)	50-37
التجارة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول– عرض تجارب دول عربية-	د.عبد القادر موزاوي (جامعة الجزائر) د.عائشة موزاوي (جامعة المدية)	68-51
واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر	د.بختاوي أمال (جامعة سعيدة)	82-69
إشكالات الإدارة الضريبية في تحصيل الوعاء الضريبي للتجارة الإلكترونية – تحديات وحلول مقترحة -	د. قطاف عبدالقادر (المركز الجامعي أفلو) د. فتحي مولود (المركز الجامعي أفلو)	95-83
قراءات ومنطلقات التجارة الالكترونية لتفعيل النظام الضريبي الجزائري – الرهانات والتحديات–	أ.دمحمد عجيلة (جامعة غارداية) د.سعيداني م.السعيد (جامعة الأغواط)	104-96
الضريبة على التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تحصيلها: تحديات وحلول	أ.د. شريف غياط (جامعة قالمة) أ. إبتسام سلاطنية (جامعة قالمة)	123-105
واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم - التحديات والحلول-	د.شوقي طارق (جامعة سطيف) د.حجيرة بدر الدين (جامعة سطيف)	139-124
التجارة الإلكترونية وإشكالية منصات الأنترنت في إنفاذ ضريبة القيمة المضافة	ط.د.مبروك بوقرة (جامعة عنابة) د.علي بو صنوبرة (جامعة عنابة)	156-140
تحديات تكييف النظام الضريبي مع التجارة الالكترونية	د.حمري نجود (جامعة البويرة) د.حمري نوال(جامعة الجزائر)	174-157
التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول	ط.د.تاعبد الله وفاء (جامعة الأغواط)	193-175
تحديات النظام الجبائي في ظل تطور أساليب التجارة والإلكترونية	سعد أولاد العيد (جامعة الأغواط) مصطفى بورنان (جامعة الأغواط)	210-194
مساهمة نظام المعلومات في التطور الإداري	د.إيمان بغدادي (جامعة قسنطينة)	221-211
الإطار القانوني للتجارة الالكترونية وفقا للمشرع الجزائري	ط.د. بديرينة هاجر (جامعة الأغواط)	232-222
مدى نجاح الحكومة الإلكترونية ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر	د.أحمد مسعود أسامة (جامعة البليدة 2)	247-233
إشكالية فرض الضرائب: تحدي من التحديات القانونية الواقعة على التجارة الالكترونية	د.معزوز دليلة (جامعة البويرة)	261-248
اشكالية الاخضاع الضريبي لصفقات التجارة الالكترونية-الصعوبات والحلول-	د.فاتح أحمية (جامعة جيجل)	283-262
التجارة الإلكترونية وإشكالية مراجعتها	حميداتو صالح (جامعة الوادي) ميسي سارة (جامعة الوادي)	297-284

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –
كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير

واقع التحقيق المصوب على التصريحات الدورية للأنشطة التجارية الإلكترونية

– دراسة تطبيقية على نشاط تجاري إلكتروني خضع للتحقيق المصوب -

THE REALITY OF THE INVESTIGATION FOCUSED ON THE PERIODIC STATEMENTS OF ELECTRONIC COMMERCIAL ACTIVITIES-AN APPLIED STUDY ON AN E-COMMERCE BUSINESS THAT HAS UNDERGONE CORRECTIVE INVESTIGATION-

فلة محتال[1]، أحمد بساس[2]

Fella Mahtal[1], Ahmed Bessas[2]

جامعة عمار ثليجي الأغواط (الجزائر)، مخبر العلوم الإقتصادية والتسيير، f.mahtal@lagh-univ.dz

جامعة عمار ثليجي الأغواط (الجزائر)، مخبر دراسات التنمية الإقتصادية ، bessasahmed2015@gmail.com

الملخص:

هدف هذه الدراسة إلى التعرف لواقع التحقيق المصوب على التصريحات الدورية للأنشطة التجارية الإلكترونية من خلال التطرق للمفاهيم العامة حول التحقيق المصوب، التجارة الإلكترونية، الالتزامات الجبائية بالتشريع الجبائي الجزائري ونظام الوفاء الإلكتروني في المعاملات التجارية، حيث صيغت إشكالية الدراسة من أجل معرفة واقع التحقيق المصوب على التصريحات الدورية للأنشطة التجارية الإلكترونية وللوصول إلى النتائج قمنا بدراسة تطبيقية على نشاط تجاري إلكتروني خضع للتحقيق المصوب، وخلصنا إلى توضيح مدى حرص المشرع الجزائري لتهيئة البنية التشريعية لإخضاع التجارة الإلكترونية جبائيا وهذا من خلال سن العديد من القوانين والتشريعات المنظمة للمعاملات الإلكترونية آخرها إصدار القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية ، كما بينا إمكانية اخضاع بعض العمليات الناتجة عن التجارة الإلكترونية لمختلف الضرائب والرسوم كما هو الحال عند استخدام الإدارة الضريبية لعملية التحقيق المصوب الإلكتروني من أجل التأكد من صحة الرسوم على القيمة المضافة المحسومة من طرف المؤسسة س ذات الشخص الوحيد (EURL).

كلمات مفتاحية: تحقيق مصوب، تجارة إلكترونية، تصريحات دورية والتزامات جبائية

تصنيفات JEL : K24, K34 , H27, H21

,

Abstract:

The aim of this study is to identify the reality of the investigation corrected on the periodic statements of electronic commercial activities by addressing the general concepts about the corrected investigation, e-commerce, tax obligations in the Algerian tax legislation and the e-fulfillment system in commercial transactions, where the problem of the study was formulated in order to know the reality of the investigation corrected on Periodic statements of e-business activities? In order to reach the results, we conducted an applied study on an electronic commercial activity that was subject to the correct investigation, and we concluded to clarify the extent to which the Algerian legislature is keen to prepare the legislative structure to subject electronic commerce to taxation, and this is through the enactment of many laws and legislations regulating electronic transactions, the latest of which is the issuance of Law No. 18-05 dated 10 May 2018 and related to e-commerce, as we showed the possibility of subjecting some of the processes resulting from e-commerce to various taxes and fees, as is the case when the tax administration uses the electronic correction investigation process in order to verify the correctness of the fees on the added value deducted by the single-person corporation X (EURL).

Keywords: *Corrected Investigation, E-Commerce, Periodic Declarations And Tax Obligations.*

JEL Classification Codes : **H21, H27, ;K24, K34**

مقدمة:

تعتبر جباية الضرائب من أهم الجوانب القانونية التي تُترجم تدخل الدولة وهيمنتها على المؤسسات الاقتصادية ، باعتبار أن جباية الضرائب تشكل موردا هاما من الموارد المالية للدولة ، و أن التجارة الإلكترونية تتميز بسيطرتها على التجارة الحقيقية ، فإنه يبدو أن اقتران التجارة الإلكترونية بجباية الضرائب شكل موردا هاما من موارد الدولة ، يتميز بالزيادة المستمرة، التي تتناسب وحجم التبادل التجاري الإلكتروني ، حيث استدعى ذلك وضع سياسة جبائية تتلاءم مع طبيعة النشاط التجاري الإلكتروني و هذا ما أدي إلى تحديد الاختصاص الضريبي للدولة على هاته المعاملات، الازدواج الضريبي، تحديد نوعية الدخل، الحصر الضريبي ، المراقبة الجبائية وكذا التهرب الضريبي للتجارة الإلكترونية .

و على اعتبار أن اساس قيام عمل الادارة الجبائية هو الرقابة الجبائية لان النظام الضريبي الجزائري هو نظام تصريحي بمعنى ان المكلف سواء كان شخص طبيعي او معنوي يصرح ويسدد ما عليه من مستحقات ضريبية، وبالتالي وجب على الادارة الجبائية التحقق من هذه التصريحات لكن مع ظهور الثورة الرقمية التي غزت جميع المجالات تم استحداث انشطة معصرنة تواكب هذه التطورات ومن بين هذه الانشطة التجارة الالكترونية، هذه الاخيرة لا تستثنى من هذه الرقابة بما في ذلك التحقيق المصوب وعلى هذا الاساس سنسلط الضوء في دراستنا هذه على واقع التحقيق المصوب على التصريحات الدورية لنشاط تجاري إلكتروني، وفي هذا السياق جاءت اشكالية الدراسة على النحو التالي:

إشكالية الدراسة

بناء على ما سبق ذكره، يمكن أن نخلص إلى الإشكالية التالية:

ما هو واقع التحقيق المصوب على التصريحات الدورية للأنشطة التجارية إلكترونية ؟

فرضيات الدراسة

ولمعالجة موضوع الدراسة استدعى الأمر طرح الفرضيات التالية:

- وجود توجه المشرع الجزائري لتهيئة البنية التشريعية لإخضاع التجارة الإلكترونية جبائيا.
- وجود توجه نحو فرض الالتزامات الجبائية الإلكترونية.
- وجود توجهات إستراتيجية لإجراءات المراقبة الجبائية الإلكترونية في النظام الضريبي الجزائري.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في تبيان المجهودات التي تبذلها الإدارة الجبائية في إطار الرقابة الجبائية والوقوف على مدى حرص المشرع الجزائوي لتهيئة البنية التشريعية لإخضاع التجارة الإلكترونية جبائيا وذلك من خلال دراسة وتحليل واقع عمل التحقيق المصوب على نشاط تجاري إلكتروني.

أهداف الدراسة

تتجلى الأهداف المرجوة من هذه الدراسة في الآتي:

- الإحاطة بكل المفاهيم العامة حول التحقيق المصوب و التجارة الإلكترونية.
- تبيان أهمية الالتزامات الجبائية بالتشريع الجبائي الجزائري لسنة 2020.
- عرض واقع نظام الوفاء الإلكتروني في المعاملات التجارية حسب الهيئة التشريعية في الجزائر.
- عرض متطلبات اجراء التحقيق المصوب على نشاط التجارة الالكترونية.
- دعم الجانب النظري بدراسة تطبيقية على نشاط تجاري إلكتروني خضع للتحقيق المصوب.

منهجية الدراسة

نظرا للطبيعة المتشابكة لهذا الموضوع تم استخدام المناهج والاساليب المعتمدة في الدراسات الاقتصادية عموما، بحيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجزء النظري، وذلك من خلال التطرق للتحقيق المصوب، التجارة الإلكترونية، الالتزامات الجبائية، نظام الوفاء الإلكتروني،....إلخ، كما استخدمنا المنهج التطبيقي بدعمنا للجانب النظري بدراسة تطبيقية على نشاط تجاري إلكتروني خضع للتحقيق المصوب.

الدراسات السابقة

دراسة (منذر و الحاج، 2018) بعنوان **واقع الإدارة الإلكترونية الضريبية في فلسطين** هدفت الدراسة الى التعرف على واقع الإدارة الإلكترونية الضريبية في فلسطين من خلال أهمية الخدمات الضريبية الإلكترونية المقدمة وخلصت إلى انه هناك عوائق تتسبب في ذلك وهي غياب التشريعات القانونية الخاصة بالوثائق الإلكترونية وخلل في البنية التحتية للبرامج الإلكترونية المستخدمة فالدراسة تطرقت إلى خدمات الإدارة الضريبية الإلكترونية بصفة عامة إلا أنها لم تتطرق بالتفصيل في الخدمات الضريبية الإلكترونية المقدمة على سبيل المثال التحقيق المصوب الذي تناولته دراستنا.

دراسة (الحمزة، 2018) بعنوان **Electronic Tax Inspection as tool for activiting tax administration work Towards a model of electronic information system for tax administration in algeria** فقد هدفت هذه الدراسة إلى إجراء دراسة تحليلية للجوانب المتعلقة بالرقابة الجبائية الإلكترونية الذي سيؤدي إلى تنفيذ العديد من إجراءات الرقابة والفحص بدقة عالية

وبأسرع وقت ممكن غير أن هذه الدراسة أهملت الطرق العملياتية لمختلف أو بعض أنواع الرقابة الجبائية وعلى وجه الخصوص التحقيق المصوب الذي تناولته دراستنا.

أولا . مفاهيم عامة حول التحقيق المصوب و التجارة الإلكترونية :

1. التحقيق المصوب (بن غماري، 2018، صفحة 235): يتم هذا التحقيق لسبب شكوك في صدق المعطيات المصرح بها في التصريحات وهذا من خلال الاطلاع على الوثائق المحاسبية مثل الفواتير وكشوف الحسابات والتصريحات لدى الادارات العمومية الاخرى مثل التصريح بعدد العمال لدى الصندوق الوطني للعمال الاجراء واثبات ذلك من خلال التصريحات المودعة لدى مصالحها ، ويعتبر هذا النوع من الرقابة المعمقة بانه (عياشي و سماش، 2018، صفحة 281) اقل ارهاقا للمكلف بالضريبة والمحقق، اكثر سرعة واقل مدة من التحقيق المحاسبي، حيث يتم من خلاله التحقق من الوثائق والقيود المحاسبية والوثائق المبررة لنوع واحد من الضريبة او الرسم اوعدة انواع و ليس كل الضرائب والرسوم ، او لنوع واحد من الحسابات سواء في الاصول او الخصوم او الاعباء او النواتج.

أ. خصائص التحقيق المصوب : من خلال ما سبق يمكن استنتاج الخصائص التالية :

- أن التحقيق المصوب هو إجراء رقابي موجه وهذا ما يسمح بالتشخيص السريع للمحاسبة؛
- يعتبر فرصة إضافية للبحث والتحقيق في الوثائق موضوع التحقيق؛
- يحقق في نوع أو عدة أنواع من الضرائب والرسوم ؛
- يحقق في كل المدة غير المتقادمة أو جزء منها؛
- يشمل مجموعة من العمليات أو المعطيات المحاسبية؛
- هو إجراء أكثر سرعة وأقل شمولية من التحقيق في المحاسبة.

ب. نطاق التحقيق المصوب (رسالة المديرية العامة للضرائب، 2013): يتمحور التحقيق المصوب اساسا حول: مراقبة قانونية للحسومات المتعلقة بالرسم على القيمة المضافة واصل التسبيقات والحصص الممنوحة والنسب المطبقة والاستردادات الملتمسة ، مراقبة عناصر المحاسبة بناء على التصريح بالنتيجة (اعباء الاهتلاكات والمؤونات) ومراقبة العجز المتكرر والامتيازات الجبائية الممنوحة والإرباح المعاد استثمارها.

ت. هدف التحقيق المصوب : يكمن الهدف الرئيسي للتحقيق المصوب في السماح للمصالح الجبائية بالرفع من عدد عمليات الرقابة مع التخفيض من عدد المعاينات بعين المكان اذ يسعى الى تصحيح الاغفالات ، الاخطاء والنقائص التي يتم الكشف عنها.

2. التجارة الالكترونية:

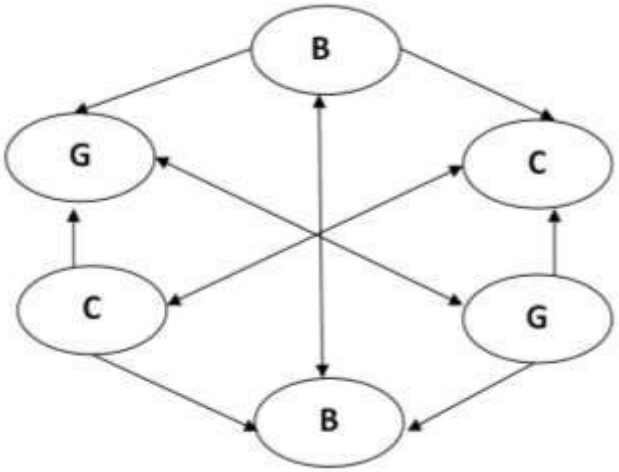
ان التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات وأهمية دورها في التطوير نتج عنها انماط وأساليب مختلفة في طرق انجاز الاعمال بشكل مختلف عن التقليدي، ومن اهم هذه الاعمال لدينا التجارة الالكترونية التي استطاعت (الحداد، 2004، صفحة 9) أن تتحول من نظريات أكاديمية تتعلق في الأساس بالنصوص التشعبية إلى كيان مهم في العديد من المشاريع التجارية حول العالم ذلك لأنها تساهم في فتح أسواق جديدة تساعد على اتساع رقعة إمكانيات أو قدرات التجارة التقليدية .

أ. تعريف التجارة الإلكترونية : هي العملية (الشويرف، صفحة 30) التي تشتمل على أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها من خلال الوسائط الإلكترونية ووفقا لهذا التعريف فإن المراحل التي يتم من خلالها إنجاز المعاملات التجارية الإلكترونية تشمل: الإعلان، التفاوض وتبادل المعلومات، إتمام عملية البيع وإبرام العقد، سداد القيمة المالية، تسليم السلعة أو الخدمة وهذا المفهوم لا يحصر مهمة التجارة الإلكترونية في عمليات إنتاج وبيع السلع بل تتعداها لتشمل أي معلومة أو

خدمة يتم تبادلها بين الشركات أو الشركات والأفراد من خلال شبكة المعلومات الدولية أو غيرها من وسائل الاتصال ابتداء من معلومات ما قبل الشراء وانتهاء بالخدمات المقدمة بعد إتمام عملية البيع .

ب. أشكال التجارة الالكترونية: يمكن تمييز أشكال التجارة الالكترونية في الشكل التالي (يحيوش، 15-17 مارس 2011، صفحة 178):

الشكل01: اشكال التجارة الالكترونية



المصدر: يحيوش حسين، التجارة الالكترونية عامل من عوامل التنافسية، المؤتمر العلمي الدولي الثامن بعنوان" الاعمال الالكترونية والتحول في اقتصاديات الأعمال جامعة الزرقاء الخاصة، 15-17مارس 2011، ص178.

أما أهم تلك المعاملات هي:

- **التجارة الالكترونية بين وحدات الاعمالB2B:** هي تجارة تقوم بين مؤسسات الاعمال اي شركات موردة وشركات موزعة للسلع والخدمات، يعتبر اكثر انواع التجارة الالكترونية شيوعا في العالم.

- **التجارة الالكترونية بين وحدات الاعمال والمستهلكB2C:** تتمثل في بيع السلع والخدمات الى المستهلك بصورة مباشرة من طرف الشركات وهذا من خلال تسوق المستهلك عبر الانترنت ، حيث يقوم بزيارة المواقع ويختار السلع حسب ذوقه وامكانياته المالية وتنفيذ عملية الشراء والدفع بالطرق المحددة من طرف الشركة.

- **التجارة الالكترونية بين وحدات الاعمال والحكومة:** تتجسد في العمليات التي تقوم بها شركات الاعمال الكترونيا دون الحضور الشخصي للمكاتب والمؤسسات الحكومية والادارة المحلية ، حيث تتولى هذه الاخيرة عرض اجراءاتها ولوائحها ونماذج معاملاتها عبر الانترنت وتقوم الشركات باداء التزاماتها الادارية والمالية اتجاه الحكومة الكترونيا.

- **التجارة الالكترونية بين المستهلك والحكومة:** هذا النوع من التجارة الالكترونية يتم بين المستهلك والحكومة والادارات المحلية مثل دفع الضرائب وتسوية الفواتير الخاصة باستهلاك الماء والطاقة وتسوية الايجار لدواوين املاك الدولة.

ت. خصائص التجارة الالكترونية: تتميز التجارة الالكترونية بمجموعة من الخصائص اهمها (رزيق و رحمون، 15-17 مارس 2011):

- **الطابع العالمي للتجارة الالكترونية:** باستعمال الانترنت والوسائط الاخرى يجعل النشاط التجاري الالكتروني يتم في مساحة مفتوحة وغير محددة جغرافيا.

- **الطابع اللابيروقراطي للعملية التجارية:** تتم مراحل العملية التجارية الالكترونية بطرق ووسائل الكترونية بدلا منها تقليدية وورقية .

- **الهوية الالكترونية للمتعاملين:** التجارة الالكترونية تقرب البائع والمشتري دون معرفة الشخص للاخر.

الدفع الالكتروني وسرية المعلومات:يعتبر الدفع الالكتروني من المقومات الاساسية للتجارة الالكترونية مما يتطلب تطوير انظمة التامين وحماية الانظمة الالكترونية للحفاظ على سرية معلومات الزبون والمورد.

الطابع الالكتروني لادلة الاثبات (أحمد قايد و بن زاف، 2019، صفحة 300):بحيث نجد في مجال التجارة الالكترونية ان ادلة الاثبات مثل الفواتير وصول التسليم ذات طابع الكتروني عكس الطابع التقليدي الورقي.

ث. متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية: يمكن تلخيص متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية فيما يلي (اعزان، 15-17مارس 2011، صفحة 202):

- وجود بنية تحتية للاتصالات ونظام معلوماتي متكامل يتلائم مع نظم الاتصالات العالية؛

- وجود نظام مصرفي متطور ينخرط في شبكات الاتصال ويقبل التعامل فيها ويقدم مستلزمات انجاز المعاملات التجارية الالكترونية مثل طرق الدفع الالكترونية؛

- توفر موارد بشرية قادرة على ادارة النظام الجديد للتعامل وإقناع رجال ومنظمات الاعمال بهذا النظام، كل هذا يتطلب تغيرات جذرية في اسلوب العمل والادارة في الشركات والمؤسسات التي تستخدم تطبيقات التجارة الالكترونية؛

- توفر تقنيات سرية وامن المعلومات من حيث سلامة بياناتها وصحة توثيقها بالتوقيع المصدق عليه؛

- توفر اطار قانوني تستجيب قواعده لمتطلبات التجارة الالكترونية وقادر على ضبط معاملاتها ومن بين هذه المتطلبات الاعتراف بالعقود الالكترونية فيما يخص اسلوب تحريرها وتوثيقها بالطرق الالكترونية.

ثانيا. أهمية الالتزامات الجبائية بالتشريع الجبائي الجزائري لسنة 2020:

على اعتبار أن ثقة الإدارة الضريبية في المكلفين هي أساس العلاقة بينهما، لذا كانت وسيلتها في تحصيل معظم الضرائب والرسوم هي تصريحات المكلفين أنفسهم، و لكن لما كانت هذه التصريحات تُعد بمعرفة المكلفين بعيدا عن أعين الإدارة الضريبية، و كانت مظنة الغش قائمة في جانب بعضهم و لو بنسبة ضئيلة، فإن التشريع الضريبي ركز على بعض التزامات المكلفين كتقديم ممختلف التصريحات الدورية و السنوية و كذا وجوب مسك دفاتر وسجلات محاسبية منتظمة.

وحتى يُسمح للتحقيق المصوب من التأكد من تقديم كافة الالتزامات الجبائية ، جاء القانون التجاري ومختلف القوانين الجبائية لتُقدم للمكلفين بالضريبة بعض الالتزامات المحاسبية و الجبائية خاصة مسك محاسبة منتظمة و موثوقة بالنسبة للذين يخضعون للنظام الحقيقي، الذي يعتمد على التصريحات الضريبية المقدمة من المكلف الضريبي نفسه، بحيث تقبل مصلحة الضرائب هذه التصريحات و يُلزم القانون عادة المكلف بدفع الضريبة المحددة في التصريح مقدما مع التصريح الضريبي، كما تعطي الإدارة قدرا كبيرا من السلطات، والنص على عقوبات رادعة لمن يُقدم بيانات غير صحيحة، أو يسلك طرقا غير مشروعة للتهرب الضريبي مع النص في نفس الوقت على حق المكلف في عدم إفشاء أسراره بواسطة مصلحة الضرائب.

1. اهمية الالتزامات الجبائية لكل من الإدارة الضريبية والمكلف بها:

تتمثل التصريحات الجبائية في تلك الوثائق القانونية التي تربط بين المكلف بالضريبة و مصالح الإدارة الضريبية، و هذا لتسهيل عملية الاتصال بينهما، بحيث تحتوي هذه التصريحات على معلومات مهمة تعبر عن الوضعية الجبائية للمكلف بالضريبة، كالذمة المالية له، أرقام الأعمال المحققة من طرفه، نتائج نشاطاته...الخ ، و هاته الوضعية الجبائية المصرح بها من خلال مختلف التصريحات الملزم بها

المكلف بالضريبة قانونا يمكن استغلالها من طرف الإدارة الضريبية أثناء الرقابة الجبائية بمختلف أنواعها لتحديد أسس الأوعية الضريبية، و عليه يعرف التصريح الضريبي على أنه (قحموش، 2013، صفحة 47) عبارة عن مجموعة من البيانات المعالجة و المنظمة، التي باستطاعتها التأثير على الوعاء الضريبي، سواء بطرق مباشرة أو غير مباشرة ، حيث تتضمن أغلب هاته البيانات على عناصر ثروة المكلف بالضريبة أو دخله أو المادة الخاضعة للضريبة مع افتراض حسن نيته و أمانته باعتباره أقدر شخص يعرف مقدار دخله على نحو صحيح (محرزي، 2008، صفحة 147)، لهذا ألزم المشرع كل من يزاول نشاطا تجاريا أو صناعيا بأن (البديوي و الجمال، 2001، صفحة 259) يقدم إلى مصلحة الضرائب مجموعة من التصريحات منها ما يُلزم بتقديمه مرة واحدة سواء عند بدء مزاولة نشاطه أو توقفه، ومنها ما يقدم بصفة دورية ومنتظمة سنويا.

ويعتبر التصريح الضريبي الذي يقدمه المكلف ومرفقاته بذلك بداية العلاقة التي تنشأ بين الإدارة الضريبية والمكلف ، وهو الركيزة الرئيسية التي يتم الاعتماد عليها في تنفيذ مراحل التحاسب الضريبي ويستمد التصريح الضريبي أهميته من خلال ما يلي:

- التزام الممول أمام الإدارة الضريبية بمبلغ الربح الذي أفصح عنه من خلال هذا التصريح ويؤدي أيضا الضريبة عن هذا الربح الموضح ؛

- التزام الإدارة الضريبية أيضا بما جاء في هذا التصريح، إلاّ إذا أُعترض على ما جاء فيها، وفي هذه الحالة يقع عليه نفسه عبئ الإثبات

- اعتبار تاريخ تقديم التصريح تاريخا للواقعة المنشئة للضريبة، و يترتب على تحديد ذلك التاريخ آثار هامة، فمنذ ذلك اليوم يبدأ حساب فترة التقادم الضريبي، كما يُحاسب الممول ضريبيا عن أرباحه بالأسعار السائدة في هذا التاريخ نفسه، ويتمتع بالإعفاءات التي كانت سارية في هذا التاريخ ؛

- إعفاء الممول من الجزاءات التي قد يتعرض لها إذا لم يقدم التصريح، أو إذا ما قدمه بعد الميعاد المحدد ؛

- استناد الإدارة الضريبية إلى التصريح الضريبي كوسيلة من وسائل تحصيل الضريبة المستحقة على الممول، لأن القانون لا يتطلب تقديم التصريح الضريبي فقط، وإنما يُلزم الممول الذي يقدم التصريح بأن يقوم بسداد قيمة الضريبة المستحقة على الممول والمحسوبة من واقع البيانات التي يتضمنها التصريح، لذلك تُعتبر الرقابة الجبائية وسيلة للتحقيق في التصريح المقدم و التحري و إقامة الدليل على صحة وصدق ما يشمله من أرقام تُتخذ كأساس لتحديد وعاء الضريبة ثم ربطها.

2. أهم الالتزامات الجبائية في النظام الضريبي الجزائري:

تتضمن الالتزامات الجبائية في النظام الضريبي الجزائري على الخصوص التصريحات الضريبية و الدفاتر المحاسبية .

أ. التصريحات الضريبية

على المكلفين بالضريبة أن يكتتبوا في الآجال القانونية عددا من التصريحات المنصوص عليها في النظام الضريبي الجزائري و المتمثلة على الخصوص في الآتي :

.التصريح بالوجود (SérieGn°8) : يجب (DGI, calendrier fiscal declaration fiscal penalites dassiette paiment des impots et taxes, 2013, p. 6) على المكلف(طبيعي أو معنوي) أن يقدم في الأيام الثلاثين الأولى من بداية نشاطه إلى إدارة الضرائب تصريحا مطابقا للنموذج الذي تقدمه بحيث يجب أن يحتوي هذا التصريح على الأسماء والألقاب، العنوان التجاري، العنوان بالجزائر و خارج الجزائر إذا تعلق الأمر بأشخاص معنويين يحملون الجنسية الأجنبية.

كما يجب تدعيم التصريح بنسخة مطابقة لعقد أو عقود الدراسات أو الأشغال التي يتولى هؤلاء الأشخاص الأجانب إنجازها بالجزائر.

وتعاقب(DGI, code des impots directes et taxes assimilees, 2020, p. 80) المؤسسة التي لم تقدم تصريحها بالوجود بدفع غرامة جبائية محددة بـ 30.000 دج، وهذا دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في هذا القانون.

.التصريح الدوري (SérieGn°50 و SérieGn°50A) : و يتضمن التصريح الدوري كل من التصريح الشهري و التصريح الفصلي (الثلاثي) ، حيث يجب أن يُكتتب التصريح الشهري خاصة من طرف المكلفين الخاضعين للنظام الحقيقي (المؤسسات الخاضعة للضريبة على أرباح الشركات IBS والمؤسسات الفردية أو مؤسسات الأشخاص الخاضعين للضريبة على الدخل الإجمالي IRG)، بحيث يقدم التصريح لإدارة الضرائب خلال 20 يوما الموالية للشهر المصرح به .

و تجدر الإشارة إلى أن التصريح الدوري يتضمن مجموعة من المعلومات من أهمها: رقم الأعمال الخاضع للرسم على النشاط المهني (TAP)، رقم الأعمال الخاضع للرسم على القيمة المضافة (TVA)، التسبيقات على الحساب للضريبة على أرباح الشركات، حق الطابع ، الضريبة على الدخل الإجمالي لصنف الرواتب و الأجور ...الخ.

.التصريح السنوي(SérieGn°4, SérieGn°11 et SérieGn°12) : حيث يتضمن التصريح السنوي(SérieGn°4) الضريبة على أرباح الشركات (IBS) و يخص كل الشركات مهما كان شكلها و غرضها باستثناء شركات الأشخاص، إلا إذا اختارت الخضوع لهذا النوع من الضرائب، و يتعين على هاته الشركات أن تكتتب قبل الفاتح من شهر ماي من كل سنة لدى إدارة الضرائب الموجودة بمكان مقر الشركة أو الإقامة الرئيسية لها، تصريحا بمبلغ الربح الخاضع للضريبة الخاص بالسنة المالية السابقة، حيث يجب أن يتضمن هذا التصريح على الميزانية الجبائية التي توضح مبلغ رقم الأعمال، رقم التسجيل التجاري، اسم و عناوين المحاسبين المكلفين بمسك محاسباتهم، وبالإضافة إلى كل هذا، فإن المكلفين ملزمون كذلك بعرض كل من مستخلصات الحسابات الخاصة بعمليات المحاسبة، كما تحددها القوانين و الأنظمة المعمول بها ولاسيما تقديم ملخص عن حساب النتائج و كشف للمصاريف العامة و كذا الإهتلاكات المالية المطبقة وكشف للمدفوعات الخاصة بالرسم على النشاط المهني.

أما التصريح السنوي (SérieGn°11) فيخص الأشخاص الطبيعيين الخاضعين للنظام الحقيقي و الذين يمارسون نشاط البيع و الشراء أو تقديم الخدمات عندما يتجاوز رقم الأعمال السنوي 15.000.000دج، كما يخص هذا التصريح نشاط البيع بالجملة، محطات تقديم الخدمات ، أما فيما بالنسبة للتصريح السنوي(SérieGn°12) فيخص الأشخاص الطبيعيون الخاضعون لنظام الضريبة الوحيدة الجزافية و الذين يمارسون نشاط البيع و الشراء أو تقديم الخدمات عندما لا يتجاوز رقم الأعمال السنوي 15.000.000 دج.

.التصريح بالربح أو الدخل الخاص بالمؤسسات الأجنبية غير المقيمة: تُلزم بتقديم هذا التصريح المؤسسات الأجنبية التي تمارس نشاطا مؤقتا بالجزائر و التي لا تتوفر على إقامة مهنية دائمة على الأكثر 30 أفريل من كل سنة، و يجب أن يرفق التصريح بكشف مفصل للمبالغ التي دفعتها المؤسسة للغير، لقاء أشغال المقاولة من الباطن و أشغال الدراسات و تأجير العتاد أو المستخدمين، و مختلف أجور الكراء و المساعدة التقنية ، كما تكون هاته المؤسسات ملزمة (DGI, declaration fiscal penalites dassiette paiment des impots et taxes, 2004, p. 44) كذلك بتقديم التصريح بالوجود المذكور سابقا.

ب. الدفاتر المحاسبية : ركز التشريع الضريبي على بعض التزامات المكلفين من بينها وجوب مسك دفاتر و سجلات محاسبية منتظمة يقيدون فيها أول بأول قيمة تعاملاتهم اليومية، بيعا و شراء و كذا مختلف العمليات الأخرى و احتفاظهم بهذه الدفاتر و السجلات مدة معينة كذلك، فإذا أرادت الإدارة الضريبية التأكد من صدق ما جاء بتصريحات المكلفين، كان سبيلها إلى ذلك هو التأكد من مطابقتها لما ورد بدفاترهم و سجلاتهم .

ومن هنا كان الالتزام بإمساك دفاتر وسجلات محاسبية منتظمة من الالتزامات الأولية التي يلتزم بها المكلفون فور ممارسة أي نشاط، ولو لم يمارسوا أي تعاملات ضريبية، كما أن انتظام الدفاتر والسجلات يعني إمساكها طبقا للقواعد الفنية المعترف بها في مجال المحاسبة، حيث تنص المادة 9 من القانون التجاري على أن (القانون التجاري، 2007): " كل شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك دفتر لليومية، يُقيد فيه يوما بيوم عمليات المقاولة أو أن يُراجع على الأقل نتائج هذه العمليات شهريا بشرط أن يحتفظ في هذه الحالة بكافة الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات يوميا"، و يجب عليه أيضا أن يُجري سنويا جردا لعناصر أصول و خصوم مقاولته، و أن يقفل كافة حساباته بقصد إعداد الميزانية و حساب النتائج، و تُنسخ بعد ذلك هذه الميزانية و حساب النتائج في دفتر الجرد.

كما يتم إمساك كل من دفتر اليومية و دفتر الجرد بحسب التاريخ و بدون ترك بياض او تغيير من أي نوع كان أو نقل إلى الهامش، و ترقيم صفحات كل من الدفترين و يوقع عليهما من طرف قاضي المحكمة حسب الإجراء المعتاد بالإضافة إلى كل هذا نصت المادة 12 من نفس القانون أن تحفظ هاته الدفاتر و المستندات لمدة عشر سنوات، تُرتب و تُحفظ المراسلات الواردة، و تُنسخ الرسالات الموجهة طيلة نفس المدة.

ثالثا. واقع نظام الوفاء الإلكتروني في المعاملات التجارية حسب الهيئة التشريعية في الجزائر:

تضمن (2018، الصفحات 4-10) القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 و المتعلق بالتجارة الإلكترونية العديد من النقاط حيث جاء في مادته الأولى على أن هذا القانون يُحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع و الخدمات ، كما نصت المادة الثانية منه على أنه يُطبق في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني متمتعا بالجنسية الجزائرية، مقيما إقامة شرعية في الجزائر، شخصا معنويا خاضع للقانون التجاري أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر ، في حين نصت المادة الثالثة على أنه تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع و التنظيم المعمول بهما ، حيث تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الإتصالات الإلكترونية إلى الحقوق و الرسوم التي ينص عليها التشريع و التنظيم المعمول بهما ، كما جاءت المادة الرابعة منه على أنه يمكن أن تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الإلكترونية موضوع تدابير تحفيزية طبقا للتشريع المعمول به ، أما المادة السادسة فنصت على أنه يُقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي :

- **التجارة الإلكترونية :** النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بُعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية؛

- **العقد الالكتروني :** العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جويلية 2004 الذي يُحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و الذي يتم إبرامه عن بُعد دون اللجوء الفعلي و المتزامن لأطرفه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني؛

- **وسيلة الدفع الإلكتروني :** كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تُمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بُعد عبر منظومة إلكترونية

كما تضمنت هذه المادة كذالك التعريف ببعض المفاهيم الأخرى كالمستهلك الإلكتروني ، المورد الإلكتروني ، الإشهار الإلكتروني ، الطلبية المسبقة و اسم النطاق .

كما تدعمت نفس المادة أعلاه بالمادة السابعة و العشرون و التي تطرقت بالتفصيل لوسيلة الدفع في المعاملات الإلكترونية حيث نصت على أنه :

- يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بُعد أو عند تسليم المنتوج ، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به ، و عندما يكون الدفع الكترونيا فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض ، منشأة و مستغلة حصريا من

طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر و بريد الجزائر و موصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية و اللاسلكية ، كما يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود حصريا عن بُعد عبر الاتصالات الإلكترونية.

- يجب أن يكون وصل موقع الإنترنت الخاص بالمورد الإلكتروني بمنصة الدفع الإلكترونية مؤمنا بواسطة نظام تصديق إلكتروني .

- تخضع منصات الدفع الإلكتروني المنشأة و المستغلة لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيني و سرية البيانات و سلامتها و أمن تبادلها.

و على العموم تطرق هذا القانون للعديد من العناصر التي يتطلب توضيحها مثل : المعاملات العابرة للحدود ، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية ، المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني ، التزامات المستهلك الإلكتروني ، واجبات المورد الإلكتروني و مسؤولياته ، الجرائم و العقوبات .

و تجدر الإشارة إلى أن بداية (كتوش و قورين، 2006، صفحة 9) استعمال الإنترنت في الجزائر كان في شهر مارس 1994، وهذا عند بداية استعمال مركز البحث والإعلام العلمي والتقني (CERIST) ، و يرجع إنشاء هذا الأخير التابع إلى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالجزائر إلى سنة 1986، حيث أوكلت له عدة مهام منها إنشاء شبكة معلوماتية وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية ، وكانت البداية بربط الجزائر بالإنترنت عن طريق إيطاليا في مشروع ساهمت فيه منظمة اليونسكو يسمى بريناف (Rinaf).

إن المشرع الجزائري و لأول مرة نظم الإنترنت كنشاط اقتصادي مقنن بموجب المرسوم التنفيذي 257/98 المؤرخ في 25 أوت 1998، الذي يضبط شروط و كيفيات إقامة خدمات الإنترنت و استغلالها المعدل بموجب مرسوم تنفيذي رقم 307/2000 المؤرخ في 14 أكتوبر2000، حيث نصت المادة 4 من هذا المرسوم على أنه (2000، صفحة 15) " لا يُرخص بإقامة خدمات الإنترنت و استغلالها لأغراض تجارية ضمن الشروط المحددة أدناه ، إلا للأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الجزائري الذين يدعون أدناه بمقدمي خدمات الإنترنت "، كما تطرق المشرع الجزائري في المادة 323- 1 من القانون المدني على أنه (2005، صفحة 24)" يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق ، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها، و أن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها " .

وعليه يكون المشرع الجزائري قد سوي بين الكتابة الإلكترونية والكتابة العادية من حيث حجية الإثبات ، مما يؤكد أن الوثيقة الإلكترونية أو المحرر الإلكتروني جاءت نتيجة لاستخدام الوسائل الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وإتمام معظم التصرفات القانونية من خلالها .

وبما أنه لا يكفي اعتراف المشرع الجزائري بالمحرر الإلكتروني كدليل إثبات ، وكما لا يكفي الاعتراف للمحرر الإلكتروني بنفس الحجية التي يتمتع بها المحرر الورقي، لذا اعتمد المشرع بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 327 من القانون المدني على أنه "....يُعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 1 أعلاه "، وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحرر الإلكتروني " ، و بهذا الإجراء " التوقيع الإلكتروني " تصبح عملية التوثيق للعمليات الإلكترونية تتم من طرف الموثق الإلكتروني، الذي هو طرف ثالث محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية .

ونشير هنا أن الوظيفة الأساسية للموثق الإلكتروني أو جهة التوثيق الإلكترونية هي تحديد هوية المتعاملين في التعاملات الإلكترونية وتحديد أهليتهم القانونية في التعامل والتحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته، وكذلك جديته وبعده عن الغش و الاحتيال (ناجي، 2009، صفحة 13) .

وبما أن نشاط مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني نشاطا اقتصاديا يخضع للقيد التجاري طبقا للقانون التجاري وبذلك تكون جهة التوثيق (التصديق) الإلكتروني مسؤولة عن توثيق العقد الإلكتروني ، كما أن المشرع الجزائري تطرق لوسائل الدفع الإلكتروني في

الأمر رقم 06/05 المؤرخ في 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب حيث نصت المادة 3 على أنه (2005، صفحة 4) " لغرض مكافحة التهريب يمكن اتخاذ تدابير وإجراءات وقائية، و في هذا الشأن يمكن على الخصوص... تعميم استعمال وسائل الدفع الإلكتروني...الخ .

ولم يكتفي المشرع بهذا الحد بل قام بتعديل وإتمام المادتان 414 و 502 من الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون التجاري، حيث نصت المادة 6 من القانون رقم 02/05 المؤرخ في 6 فبراير 2005 (2005، صفحة 9) على أنه فيما يخص المادة 414 " يجب على حامل السفتجة الواجبة الدفع .....يمكن أن يتم هذا التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما"، أما فيما يخص المادة 502 " يُعد التقديم المادي للشيك إلى إحدى غرف المقاصة بمثابة تقديم للوفاء، ويمكن أن يتم هذا التقديم أيضا، بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما".

وعليه يتضح مما تقدم ، بأن المشرع الجزائري استحدث نظام الوفاء الإلكتروني في المعاملات التجارية، و بهذا نستطيع القول بأن هاته الأخيرة تعتبر أنشطة اقتصادية مقننة لأنها تخضع لتنظيم قانوني ، كما تجدر الإشارة إلى أنه بعد سن المرسوم التنفيذي رقم 307/2000 المذكور سابقا ، فرضت شركتين أنفسهما في السوق الجزائري وهما شركة جيكوس وشركة إيباد ومن خلالهما وضعتا قاعدة للتجارة الإلكترونية (علام، 2010، صفحة 149) .

وبهذا يمكن القول بأن هناك بوادر أولى للتجارة الإلكترونية الجزائرية فالسلطات العمومية أكدت في العديد من المناسبات تطويرها للتجارة الإلكترونية، فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصالات (MEDIT) في 18 ماي 2009 ، الذي حمل شعار "التجارة الإلكترونية و الاقتصاد المعرفي"، أعلن كل من وزير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ووزير التجارة عن انطلاق التجارة الإلكترونية في شهر أفريل 2009 ، مؤكدين أن الجزائر سوق تحصل قريبا على إطار قانوني وتنظيمي يسمح بتأطير التجارة الإلكترونية (ديمش، 2011، صفحة 229).

وحسب إحصائيات المركز الوطني للسجل التجاري فهناك 186 موقع تجاري إلكتروني حتى نهاية سنة 2012 ، كما تم تسجيل 64 موقع تجاري جديد في شهر جانفي من سنة 2013 (Benarab & Bouhaci, 2013, p. 32) من بينها 40 موقع بيع، و هو في تزايد سريع وإذا ما استمر على هاته الطريقة فإننا نتوقع أن يصل إلى ما يقارب 800 موقع إلكتروني بنهاية سنة 2013، وتتمثل تصنيفات التجارة الإلكترونية بالجزائر في أن غالبيتها تتم بصورتين أساسيتين وهي التعامل بين الشركات والمستهلكين والتعامل بين الشركات فيما بينها.

رابعا. متطلبات اجراء التحقيق المصوب على نشاط التجارة الالكترونية:

ان مسك الدفاتر المحاسبية (النجار، 15-17 مارس 2011، صفحة 115) وقيد العمليات التجارية سيستمر دون شك في التجارة الالكترونية ، حيث ان التقنيات الحديثة اتاحت اليات متعددة امام المتعاملين بالتجارة الالكترونية سواء كانت مؤسسات كبيرة او صغيرة او فردية لعكس نشاطاتهم على شكل دفاتر محاسبية الكترونية وبشكل منظم ودقيق يفوق بكثير النظم المحاسبية التقليدية.

وبالتالي (الحمزة، 2018، صفحة 90) الرقابة الجبائية بشكل عام لن يتأثر في مضمونه بل يقتصر التاثير على اساليب ووسائل التحقيق المتبعة في تنفيذ عملية التحقيق، فإذا كان التحقيق المصوب للنشاط التجاري التقليدي يعتمد على امانة ونظامية الدفاتر والسجلات فان التحقيق المصوب لنشاط التجارة الالكترونية يعتمد على امانة ونظامية الملفات والسجلات الالكترونية وقواعد البيانات الالكترونية وبالتالي لن يتغير الهدف الجوهري من التحقيق المصوب الذي يحقق في نوع او عدة انواع من الضرائب و الرسوم لكل الفترة الغير متقادمة او جزء منها ، وإنما يتم استخدام (الكساسبة، 2011، صفحة 12) الاساليب والوسائل الالكترونية الحديثة بما يحقق الاقتصاد في الجهد والوقت والتكلفة للوصول الى النتائج المطلوبة.

ومنه **تتطلب عملية التحقيق المصوب لنشاط التجارة الالكترونية مجموعة من الاليات** وهي (العرود و الختاتنة، 15-17 مارس 2011):

توفر الخبرة والكفاءة العالية في مجال التحقيق المصوب من جهة ومن جهة اخرى المعرفة والقدرة على استخدام الحاسوب والبرامج الالكترونية؛

توفر الاجهزة الحاسوبية ذات الجودة العالية ؛

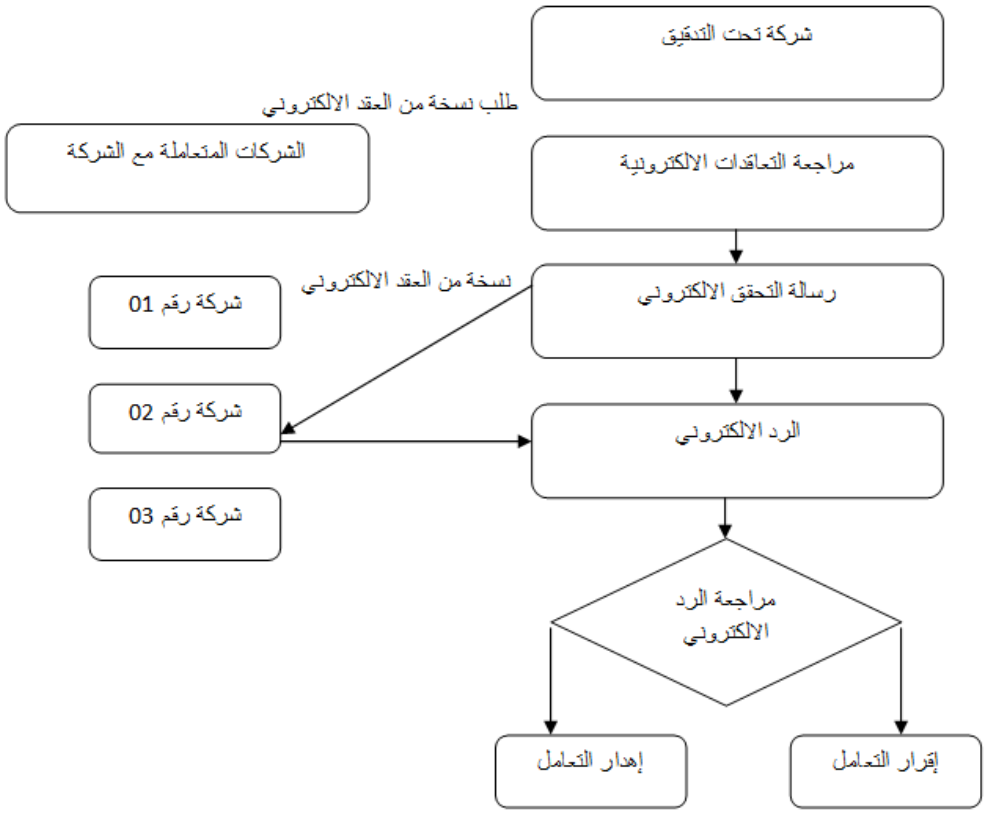
توفر (رسالة المديرية العامة للضرائب، 2013) برامج تتحقق من قانونية الحسومات المتعلقة بالرسم على القيمة المضافة واصل التسبيقات والحصص الممنوحة والنسب المطبقة والاستردادات الملتمسة؛

توفر برامج تتحقق من عناصر المحاسبة بناء على التصريح بالنتيجة (اعباء الاهتلاكات والمؤونات)؛

توفر برامج تتحقق من الامتيازات الجبائية الممنوحة والارباح المعاد استثمارها؛

توفر نظام التحقق من الوثائق(فواتير الشراء والبيع) (رزيق و رحمون، 15-17 مارس 2011، صفحة 149)ففي التحقيق العادي يعتمد على مقارنة هذه الاخيرة عند طرفي المعاملات التجارية اي البائع والمشتري وذلك من اجل التأكد من عدم تزوير احد الاطراف للوثائق المقدمة لإدارة الضرائب ومن ثم فان نفس المبدأ يمكن تطبيقه عند التحقق من الوثائق الالكترونية وذلك الكترونيا والشكل التالي يبين لنا كيفية التحقق الكترونيا من وثيقة الكترونية.

الشكل02: الاطار الخاص بنظام التحقق الالكتروني



المصدر: كمال رزيق ورحمون بوعلام، اشكالية فرض الضرائب على التجارة الالكترونية، المؤتمر العلمي الدولي الثامن بعنوان" الاعمال الالكترونية والتحول في اقتصاديات الاعمال"، جامعة الزرقاء الخاصة، 15-17مارس 2011، ص 149.

خامسا. دراسة تطبيقية على نشاط تجاري إلكتروني خضع للتحقيق المصوب:

من أجل أثبات أن إجراءات التحقيق المصوب الإلكتروني لا تختلف كثيرا عن إجراءات التحقيق المصوب الورقي قمنا بدراسة الملف الجبائي للمؤسسة س ذات الشخص الوحيد (EURL) مختصة في شراء و بيع و صيانة و تطوير المعلومات و البرامج الإلكترونية المتعلقة بالأنظمة المحاسبية .

1 . المعلومات الخاصة بالملف الجبائي للمؤسسة محل التحقيق المصوب:

تتضمن المعلومات الخاصة بالملف الجبائي للمؤسسة محل التحقيق المصوب العديد من العناصر نكتفي بأهمها و المتمثلة في الآتي :

- تم تأسيس المؤسسة س ذات الشخص الوحيد(EURL) في 2017/02/20 ، برأسمال قدره 40.000.000 دج بموجب عقد التأسيس تحت رقم 2017/05 ؛

- تختص المؤسسة س في شراء و بيع و صيانة و تطوير المعلومات و البرامج الإلكترونية المتعلقة بالأنظمة المحاسبية .

- تُمسك المؤسسة محاسبة إلكترونية تتضمن مختلف الدفاتر و الوثائق الإلكترونية.

2. دوافع اختيار المؤسسة س للتحقيق المصوب :

السبب الوحيد الذي أدى بالإدارة الضريبية إلى برمجة هاته المؤسسة للتحقيق المصوب هو ظهور التسبيق على الرسم على القيمة المضافة (TVA) بالتصريحات الدورية الإلكترونية الخمسة الأولى من سنة 2019 (من شهر جانفي إلى شهر ماي) ، كما أن المؤسسة لم ترد على الإشعار الإلكتروني 2019/02 المؤرخ في 2019/06/25 المتعلق بضرورة تبرير التسبيقات على الرسم على القيمة المضافة (TVA)

3. **الوضعية الجبائية للمؤسسة المعنية بعملية التحقيق المصوب:**

يمكن عرض وثيقة المراقبة للتصريحات الدورية الإلكترونية (G 50) للأشهر الخمسة الأولى من سنة 2019 على النحو التالي :

البيان	الرسم على النشاط المهني (TAP)				الرسم على القيمة المضافة (TVA)				
	ر.أ . الإجمالي	ر.أ . المخفض	ر.أ. الخاضع	مبلغ الحقوق	ر.أ . الإجمالي	ر.أ.الخاضع % 19	الحقوق على المبيعات (1)	TVAعلى المشتريات(2)	المبلغ المدفوع (2) – (1)
جانفي	/	/	/	/	/	/	/	3.600.500	(3.600.500)
فيفري	/	/	/	/	/	/	/	2.000.300	(5.600.800)
مارس	/	/	/	/	/	/	/	1.000.000	(6.600.800)
أفريل	/	/	/	/	/	/	/	800.000	(7.400.800)
ماي	/	/	/	/	/	/	/	3.200.200	(10.601.000)

المصدر: الملف الجبائي للمؤسسة المعنية بعملية التحقيق المصوب

4. .أهم خطوات التحقيق المصوب التي خضعت لها المؤسسة : أعطى المشرع الجبائي أهمية كبيرة لإجراءات التحقيق، على اعتبار أن هاته الإجراءات يمكن أن تكون باطلة بقوة القانون إذا ما شابها أي عيب، لذا التزم المحقق بالخطوات التالية

أ.إشعار بالتحقيق المصوب الإلكتروني : قبل الشروع في عملية التحقيق المصوب قام المحقق بإرسال إشعار إلكتروني مفصل مرفق بميثاق حقوق وواجبات المكلف، كما تم منح مدة عشرة (10) أيام لتحضير كافة الدفاتر والوثائق الإلكترونية التي تُثبت ما جاء في تصريحاته الدورية ، مع الإشارة إلى أن هذا الإشعار تضمن إمكانية استعانة المكلف بمستشار من اختياره ، مع ذكر أسماء المحققين، والفترة التي يتم التحقيق فيها(الخمسة أشهر الأولى من سنة 2019) وطبيعة مختلف الضرائب والرسوم المعنية بموضوع المراقبة هي الرسوم على القيمة المضافة المحسومة على المشتريات و الخدمات (TVA sur achats et services).

ب.أهم إجراءات التحقيق المصوب الإلكتروني : بعد استنفاذ مدة عشرة (10) أيام لتحضير كافة الدفاتر والوثائق الإلكترونية ، باشر المحقق عملية التحقيق حيث اطلع على هذه الدفاتر و الوثائق الإلكترونية التي تضمنت مجموعة من المحررات الإلكترونية التي نتجت عنها تسبيقات الرسم على القيمة المضافة (TVA) ، غير أن هذه المحررات تفتقد للتوقيع الإلكتروني مما أدى بالمحقق إلى رفضها عملا بالمادة 27 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 (يُعتد بالتوقيع الإلكتروني وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحرر الإلكتروني) .

ت.عمليات التسوية الخاصة بالمؤسسة الاقتصادية س

نظرا لطبيعة التصويب التي تعلقت بالرسوم على القيمة المضافة المحسومة على المشتريات و الخدمات خلال فترة خمسة أشهر (من شهر جانفي 2019 إلى غاية شهر ماي 2019) فلم تستغرق فترة التحقيق المصوب إلا مدق قصيرة جدا حيث اقتصرت العملية على إثبات الحسومات الظاهرة بالتصريحات الدورية للفترة المذكورة أعلاه ، مما نتج عنها التسوية التالية :

- إلغاء التسبيق المقدر بـ 10.601.000 دج لعدم تبريره (انعدام التوقيع الإلكتروني على المحررات الإلكترونية) ، و عليه تم إلغاء المستحقات الضريبية على الإدارة الضريبية بمقدار (10.601.000 دج) أي أن الإدارة الضريبية قبل عملية التحقيق المصوب كانت مدينة للمؤسسة س و بعد التحقيق المصوب ألغي هذا الدين و أصبحت الإدارة الضريبية غير مدينة للمؤسسة س.

مع الإشارة إلى أنه يمكن للمؤسسة أن تقوم بالتصديق الإلكتروني على المحررات الإلكترونية من طرف موثق إلكتروني (الذي هو طرف ثالث محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية) و التصريح بها لاحقا بالتصريحات الدورية على أن لا تتجاوز أربعة (4) سنوات تفاديا لتقادمها.

الخاتمة

لقد أتاحت لنا هذه الدراسة الوقوف على مدى حرص المشرع الجزائري لتهيئة البنية التشريعية لإخضاع التجارة الإلكترونية جبائيا و هذا من خلال سن العديد من القوانين و التشريعات المنظمة للمعاملات الإلكترونية آخرها إصدار القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 و المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، كما بينا إمكانية اخضاع بعض العمليات الناتجة عن التجارة الإلكترونية لمختلف الضرائب و الرسوم كما هو الحال عند استخدام الإدارة الضريبية لعملية التحقيق المصوب الإلكتروني من أجل التأكد من صحة الرسوم على القيمة المضافة المحسومة من طرف المؤسسة س ذات الشخص الوحيد (EURL) .

كما سمحت لنا هذه الدراسة عرض بعض التوصيات نراها ضرورية لتوسيع إخضاع التجارة الإلكترونية لمختلف الضرائب والرسوم:

- ضرورة تطوير القوانين و التشريعات الضريبية بما يتلائم مع تطورات التجارة الإلكترونية ؛
- ضرورة استقطاب كافة الكفاءات البشرية المؤهلة و تطويرها بإستمرار ؛
- ضرورة تطوير نظم المعلومات في مختلف المصالح الجبائية مع تطوير الإهتمام بوسائل الدفع بمختلف الإلكترونية ؛
- ضرورة مواكبة تطورات الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية ؛
- ضرورة توفير كل الإمكانيات اللازمة لموظفي الإدارة الضريبية و الجمركية و التي من شأنها تتبع و حصر كافة المعاملات الإلكترونية؛
- ضرورة الإسراع في حل المشاكل المتعلقة بجباية التجارة الإلكترونية عملا بمبدأ العدالة و المساواة بين كافة المكلفين بالضريبة في الإخضاع الضريبي .

المراجع

1. Benarab, N., & Bouhaci, F. (2013). selon les derniers chiffres du CNRE 64 Nouveaux sites marchands en janvier 2013. *Magazine bimensuel de l'economie et fe finance , 61*.
2. DGI. (2004). declaration fiscal penalites dassiette paiment des impots et taxes. *calendrier fiscal* . ministere de finance.
3. DGI. (2013). *calendrier fiscal declaration fiscal penalites dassiette paiment des impots et taxes* . MINISTERE DE FINANCE.
4. DGI. (2020). *code des impots directes et taxes assimilees (194)* . ALGERIE: MINISTERE DE FINANCE.

5. الجريدة الرسمية. (2005). *القانون المدني* . الجزائر.
6. الجريدة الرسمية.(2005). *الأمر 05/06 (59)* . الجزائر.
7. الجريدة الرسمية.(2005). *القانون التجاري* . الجزائر.
8. الجريدة الرسمية.(16 ماي, 2018). *القانون 18-05 (28)* . الجزائر.
9. الزهراء ناجي. (2009). التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية. *المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون*. طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا.
10. القانون التجاري. (2007). *المادة 09* .
11. امد منير النجار. (15-17 مارس 2011). اشكالية البعد الضريبي لتجارة الخدمات الالكترونية في اطار التجارة الدولية. *المؤتمر العلمي الدولي الثامن بعنوان" الاعمال الالكترونية والتحول في اقتصاديات الأعمال"* . الاردن: جامعة الزرقاء الخاصة.
12. أيمن اعزان. (15-17مارس 2011). تأليف جامعة الزرقاء الخاصة (المحرر)، *المؤتمر العلمي الدولي الثامن بعنوان" الاعمال الالكترونية والتحول في اقتصاديات الاعمال"* . الأردن.
13. حسين يحيوش. (15-17 مارس 2011). التجارة الإلكترونية عامل من عوامل التنافسية. تأليف جامعة الزرقاء الخاصة (المحرر)، *المؤتمر العلمي الدولي الثامن بعنوان" الاعمال الالكترونية والتحول في اقتصاديات الاعمال"، ، 15-17مارس 2011، ص178*. الاردن.
14. رسالة المديرية العامة للضرائب. (2013). *التحقيق المصوب وسيلة رقابة فعالة للكشف عن المخالفات* . الجزائر: وزارة المالية.
15. رشيد علام. (2010). مذكرة ماجستير غير منشورة. *عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر* . بريطانيا: الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي.
16. سمية ديمش. (2011). رسالة ماجستير غير منشورة. *التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر* . قسنطينة: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري.
17. سمية قحموش. (2013). دور المراجعة الجبائية في تحسين جودة التصريحات الجبائية. ورقلة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح.

18. شاهر العرود، و وحيد الختاتنة. (15-17 مارس 2011). تأثير تطبيق مدققي الحسابات لأساليب تكنولوجيا المعلومات على اتمام عملية التدقيق الإلكتروني في الأردن. *المؤتمر العلمي الدولي الثامن بعنوان" الأعمال الإلكترونية والتحول في اقتصاديات الاعمال*. الأردن: جامعة الزرقاء الخاصة.

19. عاشور كتوش، و حاج قويدر قورين. (2006). أثر تأخر المشروع الأورو متوسطي على فرص بناء نظام التجارة الإبكترونية. *الملتقى الدولي حول اثار وانعكاسات إتقان الشراكة على الإقتصاد الجزائري وعلى منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة*. سطيف: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس.

20. عبد الحليم الحمزة. (جوان, 2018). الفحص الضريبي الإلكتروني كأداة لتفعيل عمل الإدارة الضريبية نحو نموذج لنظام المعلومات الإلكترونية في الإدارة الضريبية في الجزائر. *مجلة دراسات جبائية ، 12*.

21. عماد الحداد. (2004). *التجارة الإلكترونية كويك نوتس* (الإصدار الطبعة العربية الأولى). مصر: دار الفاروق للنشر والتوزيع.

22. عماد علي الكساسبة. (2011). رسالة ماجستير. *اثر الرقابة الغلكترونية في جودة الخدمات الداخلية في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن* . الأردن: جامعة الشرق الأوسط.

23. فاطمة الزهراء عياشي، و كمال سماش. (جوان, 2018). الرقابة الجبائية كالية للحد من ممارسات ادارة الارباح. *مجلة الباحث الاقتصادي ، 06* (01)، الصفحات 272-294.

24. كمال رزيق، و بوعلام رحمون. (15-17 مارس 2011). اشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية. تأليف جامعة الزرقاء الخاصة (المحرر)، *المؤتمر العلمي الدولي الثامن بعنوان" الأعمال الإلكترونية والتحول في إقتصاديات الأعمال"* . الأردن.

25. محمد عباس محرزي. (2008). *اقتصاديات الجباية والضرائب* (الإصدار الطبعة الرابعة). الجزائر: دار هومة للباعة و النشر والتوزيع.

26. محمد عمر الشويرف. *التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد*. دار زهران للنشر.

27. مرسوم تنفيذي 2000/307. (2000). *المادة 04 (60)* . الجريدة الرسمية.

28. منصور أحمد البديوي، و محمد رشيد الجمال. (2001). *دراسلات ف المحاسبة الضريبية*. مصر: الدار الجامعية.

29. ميلود بن غماري. (2018). الرقابة الجبائية كوسيلة لحماية اموال الخزينة العمومية (اطروحة دكتوراه). تلمسان، الجزائر: جامعة ابوبكر بلقايد.

30. نور الدين أحمد قايد، و لبنى بن زاف. (نوفمبر, 2019). الإطار المفاهيمي للمحاسبة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية. *رماح للبحوث والدراسات* (37).

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

الاتجاهات الضريبية على نشاطات التجارة الإلكترونية وموقع النظام الجبائي الجزائري منها.

لعريوي عبدالرزاق[1]، حيمران محمد[2]

جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل- (الجزائر)؛ ***a.larioui@univ-jijel.dz***

جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل- (الجزائر)؛ ***m_himrane@univ-jijel.dz***

الملخص:

في عالمنا اليوم لا يمكن تجاهل الشعور بثورة تكنولوجية المعلوماتية وأثرها من خلال مجموعة من المفاهيم من بينها المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، إذ تجاوز ازدهارها توقعات الباحثين المتفائلين، مما يتطلب إعادة النظر بشكل أساسي في المفاهيم والأدوار المرتبطة بها والاستفادة من نموها المتسارع والتي توفر فرصة للمصالح الضريبية.

نهدف من وراء هذا البحث إلى فحص المفاهيم والإجراءات الضريبية في الأسواق التقليدية ومدى تقاربها مع الأسواق الإلكترونية، وكذا فهم أبعاد الفكر الكامنة وراء التجارب والتطبيقات الضريبية على التجارة الإلكترونية ومدى ملاءمتها مع الأسس النظرية، والعملية، لتطبيقها في الجزائر؛ وقد تم اقتراح العديد من التوصيات لتمكين الباحث والمسير من فهم التوجه الاستراتيجي لتكييف المعاملات ذات الوعاء الضريبي للتجارة الإلكترونية، من أجل ضمان الانسجام بين التعقيد التقني والتكنولوجي للإنترنت، وكذا البيئة الاقتصادية والتشريعية في التجارة الإلكترونية.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، الضرائب على التجارة الإلكترونية، الاتجاهات الضريبية، ضريبة الوحدة الرقمية، الاصلاحات الضريبية.

تصنيفات JEL : L81، E62، E63، O39، H89.

Abstract:

Today, the feeling of the information technology revolution and its impact cannot be ignored in e-commerce. Its prosperity has exceeded the expectations of optimistic researchers, which requires major review of concepts and roles associated with e-commerce and taking advantage of their rapid growth that provides an opportunity for taxation.

This research aims to find out whether tax concepts and procedures in traditional markets converge with them in electronic markets, as well as to understand the dimensions of experiences and tax applications for e-commerce, and compare them with Algerian applications. Several recommendations have been proposed to enable the researcher and manger to understand the strategic direction, in order to adapt transactions with the tax base of e-commerce, and ensure harmony between the complexity technical and technological of the Internet, and economic and legislative environment in e-commerce.

Keywords: *E-commerce, E-commerce tax, Tax trends, Bitax, Tax reforms.*

JEL Classification Codes : L81, E62, E63, O39, H89.

مقدمة:

- شكلت ثورة المعلوماتية أهم بوادر التطور التي عرفها المجتمع العالمي خلال الثلاثين سنة الماضية، والذي أثر بشكل مباشر على مناحي الحياة الاجتماعية والتنظيمية والاقتصادية، مما سمح للدول التي استغلت هذه الفرصة من تحقيق رفاه اجتماعي واقتصادي، وسَّعت به الهوة بينها وبين الدول النامية؛ وقد بين هذا وجها آخر من أوجه الفرص الضائعة لتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية؛ لقد تعددت جوانب التخلف وتفاوتت من دولة لأخرى، لكنه ظهر بشكل جلي في مجال تكنولوجية المعلوماتية والاتصالات، حيث أثر ذلك على تنافسية المؤسسات بسبب التكاليف المرتفعة للنشاط التقليدي ورداءة المعلومات والاتصالات وهدر وفورات الذكاء الاقتصادي.

- إشكالية البحث:

حاولت الدول النامية ردم الهوة التكنولوجية بينها وبين الدول المتطورة، فطورت بنية تحتية وأنظمة معلوماتية وسنت قوانين وبسّطت إجراءات وتبنت مفاهيم ونظريات لتكييف المعاملات الضريبية للنشاطات الاقتصادية ذات الوعاء الضريبي للتجارة الإلكترونية؛ ونظرا للتفاوت العلمي والعملي بين الدول وتباين الفهم والرؤى الاستراتيجية لموضوع التجارة الإلكترونية، انبثقت قواعد أساسية وتوجهات خصوصية فيما يتعلق بالمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية، لذا سنحاول من خلال بحثنا هذا الإجابة عن التساؤل المتعلق بـ: ماهي مقومات توجه الجزائر للمعالجة الضريبية لأنشطة التجارة الإلكترونية؟

- فرضيات البحث:

نظرا لحداثة موضوع التجارة الإلكترونية وتعقيداتها التكنولوجية المتطورة والمتسارعة، فإن المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية لم تنضج بالقدر الكافي حتى تتوحد وجهات النظر والممارسات لهذه المعاملة، وعليه يمكن أن تعفى التجارة الإلكترونية من الضريبة، كما يمكن أن تخضع مثلها مثل التجارة التقليدية، بالإضافة فإن الجزائر كغيرها من الدول ستحاول أن تستفيد من تزايد حجم التجارة الإلكترونية وتحصيل ضريبة من هذه الممارسات، بقدر ما يمكن أن تعفيها من الاخضاع الضريبي لدعم تطوير التجارة الإلكترونية والمعاملات المتعلقة بتكنولوجية المعلوماتية.

- أهمية البحث:

إن الثورة التي أحدثتها شبكة الإنترنت والتجارة الإلكترونية من خلال الانفتاح الدولي، حيث لم تعد الحدود الجغرافية تصد المعاملات التجارية، إذ يمكن للبائع والمشتري التعاقد في أي مكان في العالم، هذه الممارسات التي ألغت القيود الجغرافية والزمنية شكلت تحدى للبيئة التشريعية، التنظيمية، والمالية للدول لاسيما مصالح الجباية في التعامل الضريبي معها، لدى من الجدير الاهتمام بتحليل التوجهات والتجارب الدولية للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية، ومعرفة موقع التوجه الجزائري في هذا الشأن من المعاملات، حتى نضبط مقومات الوضع الحالي واستنباط ملامح التطور المستقبلي للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية في الجزائر، وبشكل ذلك عاملا مهما لضبط العملية التنظيمية والتشريعية، ومعالجة النزاعات، وضمان أمن المعاملات والدفع الإلكتروني وحماية البيانات الشخصية.

- أهداف البحث:

الهدف من هذا البحث ذو شقين: هدفنا الأول هو ببساطة فحص ما إذا كانت المفاهيم والإجراءات الضريبية في الأسواق التقليدية تتقارب معها في الأسواق الإلكترونية؛ ثانيًا، نحاول فهم أبعاد الفكر الكامنة وراء التجارب والتطبيقات الضريبية ومدى ملاءمتها مع الأساس النظري والعملي لتطبيقها في الجزائر، ساعين من خلال ذلك الوصول إلى إجابة وافية

واستخلاص نتائج عن الإطار الفكري والعملي لتوجه الجزائر في المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية بالمقارنة مع التوجهات العالمية، وإيجاد الحلول المثلى للتعامل مع هذا النوع من الاخضاع الضريبي.

- منهجية الدراسة:

يعتمد هذا البحث نهجًا قائما على التحليل والتقييم في إطار عملية استقراء جدلية للاتجاهات الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية، بهدف تسهيل فهم هذه الاتجاهات، وتقييم نهج المعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية التي تتبعه الجزائر، وذلك من خلال عناصر هذا البحث التي شملت الأبعاد الفكرية النظرية للمعاملة الضريبة للتجارة الإلكترونية، وكذا ملامح وأساليب المعالجة الضريبية للمعاملات الإلكترونية، و أبعاد توجه المعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

- الدراسات السابقة

لقد حظي موضوع الضرائب والتجارة الإلكترونية بالعديد من الدراسات منذ سنة 1996، غير أن الدراسات الأولى الوافية لهذا الموضوع كانت في سنة 1997م، في حين ارتكزت الدراسات اللاحقة على الدراسات الأولى، لذلك سنقتصر على الدراسات الأولى، والتي نوضحها في الجدول التالي:

الجدول 1 : الدراسات السابقة الأساسية للضريبة على التجارة الإلكترونية

المؤلف	السنة	عنوان الدراسة	ملخص الدراسة
William F. Fox & Matthew N. Murray	1997	The sales tax and Electronic Commerce: So what's new?	تلقي هذه الدراسة نظرة عملية على سياسة ضريبة المبيعات المناسبة للتجارة الإلكترونية، إذ يجب تصميم ضريبة المبيعات لتكون متوافقة إلى حد كبير مع النظام التقليدي، كما تقترح نهج أكثر شمولاً لفرض ضرائب على المبيعات النهائية ومعاملة أكثر ليبرالية لمشتريات مدخلات الأعمال، إذ يجب تعزيز الحياد من خلال فرض ضرائب مماثلة على جميع الأنشطة المتكافئة وظيفيًا.
Charles E. Mclure, Jr	1997	Electronic commerce, state sales taxation, and intergovernmental fiscal relations	تناقش هذه الدراسة، الآثار المترتبة على التجارة الإلكترونية في مجال ضريبة المبيعات، حيث تطرقت للثورة الرقمية التي تكمن وراء التجارة الإلكترونية وترسم انعكاساتها على السياسة الضريبية، كما تطرقت للنظام غير العقلاني لضرائب المبيعات الحكومية ويشرح لماذا لا يمكن للنهج المجزأ الذي يتعامل فقط مع الضرائب على التجارة الإلكترونية أن ينتج حلاً مرضيًا، وقد اقترحت الدراسة حلاً عقلانيًا بسيطا مختلفا عما هو سائد من حيث المفهوم لكنه يتطلب تشريعات فيدرالية لتنفيذه
رأفت رضوان، رشا عوض، ولاء الحسيني	2000	الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية	تسلط الورقة الضوء على المشكلات الأساسية و التحديات المترتبة على التعاملات التجارية الإلكترونية كما تناقش عدة حلول مقترحة و تعرض إطاراً عاماً لتطبيق الضرائب على مثل هذه التجارة

أولا. الأبعاد الفكرية النظرية للمعاملة الضريبة للتجارة الإلكترونية:

إن لظهور الضرائب وتطور تقنياتها علاقة بالجانب السياسي والاقتصادي والاجتماعي والديموغرافي للمجتمعات، غير أن الضريبة بمفهومها الحالي لها ارتباط بالاقتصاد وبآثاره الاجتماعية والسياسية، دون تخليها عن أصلها المنحدر من الأنظمة المقيدة للحرية، فمنهم من اعتبر الضريبة تقنية ليبرالية لتمويل الإنفاق العام ذات طبيعة إلزامية مرتبطة بالسلب، ومنهم من اعتبرها أساس حرية الشعب(Ardant, 1965)؛ في عصر الاقتصاد الرقمي ومجتمع المعلوماتية وتوجهاته الإعلامية والتجارية

والحكومية، تطورت بشكل لافت تكنولوجيا المعلوماتية واستخداماتها التجارية والتسويقية، فتشكلت اتجاهات عالمية لتطوير التجارة الإلكترونية، وتوجهات مالية لإخضاعها لنظام جبائي على غرار التجارة التقليدية.

1. التوجهات الفكرية للضريبة:

من الواضح أن النظام الضريبي له ارتباط بالمفاهيم الثلاثة المتضمنة الدولة والاقتصاد والمجتمع، فالضرائب لها جذورها في الفكر الاقتصادي بقدر مالها من علاقة بالنظام السياسي والأيديولوجيات الاجتماعية، ثم تحدد القوانين أشكالها وإجراءاتها، غير أن الملاحظ كونها غالبا ما تسبب عداء بين المكلفين والسلطة المكلفة ويتضح ذلك من خلال ما يسمى بالجنات الضريبية والتهرب والغش الضريبي؛ قد يطول التطرق والتدقيق في سرد كل ما أحيط بجذور الفكر الضريبي وتبريراته، غير أننا يمكن أن نختصر الجهد الوثائقي في استخلاص مفهوم الضريبة وأسسها الفكرية من خلال ابراز التباين في منظور مفهوم الضريبة، والتي يمكن أن نلخصها من خلال الجدول التالي:

الجدول 2 : الأساس الفكري لمفهوم الضريبة

المنظور	الهدف	النتائج
أداة إكراه سلطوي لاقتطاع مالي قهري لتمكين سلطة الحاكم	- تمتين الحكم وبسط النفوذ - الانضباط والخضوع	- العداء والانتقام - التهرب والغش والفساد
أداة سياسة مالية للدولة لتسيير الشأن العام لضمان رفاه المجتمع	- تحقيق التوازن والتنمية - الحماية الاجتماعية	- كبح الاجتهاد وتعزيز الكسل - تباين الأنظمة الضريبية

تتوافق الأفكار التي اقيمت على اسسها الضريبة في العناصر المشتركة والمتمثلة في طبيعتها الإجبارية، أداة للتمويل، المنفعة العامة؛ حيث يتجه الفكر الضريبي في إطار التجارة الإلكترونية لضمان عدم اختلال الضريبية في الدولة باعتبارها انتجت حكومة إلكترونية واقتصادا رقميا ومجتمعا افتراضيا ؛ يعود تطور التجارة الإلكترونية لتطور شبكة الإنترنت، هذه الشبكة التي ربطت العالم في تقنية موحدة افقدته المعاني الارتكازية للسياسة الضريبة، والتي تجلت في المفاهيم التالية:

أ. مفهوم المقيم:

يختلف مفهوم المقيم من بلد لآخر، فلكل دولة قوانينها، في مجال التجارة الإلكترونية الوضع أصعب، فالعنوان أصبح إلكتروني على شبكة الإنترنت، والإقامة افتراضية على خوادم الإعلام الآلي، والنشاط رقمي على الموقع الإلكتروني.

ب. مفهوم الوعاء الضريبي:

يختلف الوعاء الضريبي بحسب المادة الخاضعة للضريبة، فهناك من يعتمد على الدخل ورأس المال، وهناك من يركز على النفقات والاستثمار، وهناك من يهتم بالأرباح والمبيعات، فكل دولة لها خصوصياتها في ذلك (الزبيدي، 2007).

2. التوجهات النظرية:

مازال الجدل الفكري بخصوص التجارة الإلكترونية والتقليدية لم يحسم، ونحاول أن نلخص ذلك من خلال والجدول الذي يبين خصوصياتهما المميزة.

الجدول 3 : الخصائص المنفردة للتجارة الإلكترونية

الخصائص	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
المتجر أو المكان	بناية، يجب التنقل إليه	موقع إلكتروني، يأتيك أينما كنت
طبيعة المنتوج	مادية	رقمية
خصائص المنتوج	قابل للتلف	التحيين المستمر
الكمية	حسب الطاقة الإنتاجية	غير محدودة
النقود	حقيقية، ائتمانية	افتراضية
الاتصال	مباشر، أحادي، مغلق، محدود	غير مباشر، متعدد، مفتوح، مستقل وشامل
التكلفة	تكلفة الوحدة تصل حدود التكلفة الحدية	تكلفة الوحدة تصل حدود الصفر
جرد المخزون	FiFo, LiFo, FeFo, NiFo, CMP	Push in First Out (PiFo)

أ. النظريات المفسرة للمعاملة الضريبية:

فيما يتعلق بالتجارة التقليدية فقد أطرتها عدة نظريات اقتصادية ذات ارتباط بالسياسة المالية، ويمكن استعراض الفكر الاقتصادي ملخصا من خلال الجدول التالي:

الجدول 4 : مدلول النظريات الضريبة التقليدية

الإطار المنظم			النظرية	المنظور الضريبي	الكيفية / الآثار
المنظور الاجتماعي	الدولة	الأمة	نظرية الخلافة	منظور القرآن والسنة النبوية	الزكاة
		الإمارة	نظرية الملك	ابن خلدون (رفاه الأمير)	انخفاض المعدل يؤدي إلى ارتفاع الحصيلة
				المقريزي (حلقة انهيار الدولة)	ارتفاع الضرائب يؤدي إلى الانهيار
		الاقطاع	نظرية الريع	تمول النفقات من الريع المحصل	حذف الضرائب
		الحماية	نظرية العقد	العقد الاجتماعي	الضريبة ثمن الحرية والأمن
			نظرية السيادة	الضريبة مظهر لسيادة الدولة	سلطة واسعة في الفرض والإعفاء
			نظرية الدولة	الضريبة أداة التطور الطبيعي	الفرض بالقوة لمنع إعاقة التطور
		النظم الاقتصادية (الرفاه)	النظرية الرأسمالية	التوجه التبادلي	الضريبة مقابل خدمات تقدمها الدولة
				التوجه التأميني	الضريبة لتأمين الأموال والأرواح
				التوجه الانتاجي	الضريبة تكلفة الخدمات الانتاجية
				التوجه المنفعي	الضريبة لإشباع الحاجات الجماعية
			النظرية الاشتراكية	النفقات العامة تقتطع من الانتاج العام	حذف الضرائب
		الإدارة	نظرية البيروقراطية	مصلحة الإدارة تجاوزت المصلحة العامة	تعظيم المزايا العينية من خلال الضرائب
	الجمعيات		الضمير الخلقي	العمل التطوعي للمؤسسات	حذف الضرائب
المنظور الفردي			الحرية الفردية	مواجهة طغيان الملوك والنبلاء وسلطة الكنيسة	حذف الضرائب

ب. التوجهات النظرية للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية:

لقد رأى البعض إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة، بينما رأى البعض الآخر إخضاعها على اختلافا، سواء بنفس المنطلق مع التجارة التقليدية، أو بكيفية مغايرة ومناسبة للتجارة الإلكترونية؛ لقد اثرى المفكرون الاتجاهات الضريبية للتجارة الإلكترونية، أين شكلت البحوث في السنوات الأولى للإنترنت اللبنة الأولى التي استندت عليها البحوث اللاحقة، وسنختصر أهم الدراسات التي سادت في التسعينات بعد ظهور التجارة الإلكترونية سنة 1995م إلى غاية سنة 2000م.

- **دراسة Soete & Kamp** : تم التطرق فيها إلى تطبيق ضريبة الوحدة الإلكترونية Bit Tax ، حيث بينوا أن فكرة "ضريبة بت" كانت كما لوحظ في تقرير مجموعة الخبراء التي طرحها آرثر كورديل وتوماس إيدي (Arthur Cordell and Thomas Ide)الأول مرة في تقرير نادي روما في نوفمبر 1994م ، (Soete & Kamp, 1996)، ثم ألفوا جميعهم (Cordell, Ide, Soete and Kump) كتاب مشترك بعنوان "ثروة الأمم الجديدة. فرض الضرائب على الفضاء الإلكتروني سنة 1997."

- **دراسة Sharp John** : والتي تطرق فيها للضريبة الافتراضية والتي تسبب مشاكل للدول في جبايتها، حيث لن تعتمد مبدأ إقليمية الدخل وأشارت لانهيار الأسس التقليدية في فرض الضريبة (Sharp, 1996).

- **دراسة Perritt Jr.** : تطرق فيها الباحث إلى مجتمع المعلومات والحكم الذاتي، حيث يمكن فهم الشبكات المفتوحة استنادا إلى نماذج من مجتمعات مستقلة ذاتيا أين يتسائل الباحث عن الحكم الذاتي الذي يمنحه فضاء الانترنت للمجتمعات؟ هل هي ديمقراطية بلدية أم إعادة اكتشاف للنظام الملكي؟ (Perritt Jr, 1997).

- **دراسة Goolsbee** : بعنوان في عالم بلا حدود: تأثير الضرائب على التجارة عبر الإنترنت، قدمت هذه الورقة البحثية تحليلاً تجريبيًا لكيفية تأثير الضرائب المحلية على قرارات الأفراد لشراء الأشياء عبر الإنترنت، أظهرت هذه الورقة أن مثل هذه الضرائب تلعب دورًا مؤثرًا في التجارة عبر الإنترنت (Goolsbee, 1998) .

ج. مبررات التوجه الضريبي اتجاه التجارة الإلكترونية:

اختلفت التوجهات النظرية باتجاه الضريبة على التجارة الإلكترونية، فمنهم من رأى بإعفائها من الضريبة ومنهم من أعتبرها وضعية شبيهة بالتجارة التقليدية ويجب عدم تميزها حتى تبقى التجارة التقليدية قائمة باعتبار أن التجارة الإلكترونية لن تستطع ان تحل بصفة كلية محل التجارة التقليدية خاصة بالنسبة للمنتجات الملموسة، وبناء على الأسس التي بيناها في الجدول رقم 03 أعلاه، نحاول أن نبين تبريرات الفرقين وتوجهات النظرية لإعفاء أو إخضاع التجارة الإلكترونية من خلال ما يلي:

الجدول 5 : المبررات الداعمة لإخضاع أو إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبية

أساس الضريبة	الاعفاء الضريبي	الاخضاع الضريبي
السيادة	خارج سيادة الدولة	الاتفاقات الدولية
العقد الاجتماعي	عقد ما فوق الأمي (عالمي)	شبكة الانترنت تحتاج لإقليم
التطور الطبيعي للدولة	التطور عالمي	تتحكم الدولة في خدمة الإنترنت
التوجه التبادلي	الخدمة غير مجانية	الحماية القانونية من الجرائم الإلكترونية
التوجه التأميني	العملية مؤمنة ببرامج حماية	ترخيص لمزودي خدمة الانترنت
التوجه الانتاجي	الأرضية عالمية	تجهيزات المادية توفرها الدولة
التوجه المنفعي	الحاجة فردية	استجابة لرغبة اجتماعية
السلطة الإدارية	يسيرها القطاع الاقتصادي	هيئة المراقبة والإشراف عمومية

3. الاتجاهات العملية للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية:

من الناحية العملية تباينت التجارب الدولية نتيجة اختلاف الرؤى في اخضاع أو إعفاء التجارة الإلكترونية، ففكرة الإعفاء الضريبي ليست وليدة التجارة الإكترونية، بينما يرى آخرون أن التطور المتسارع والمتعدد في تكنولوجية المعلوماتية ومزاياه المحفزة سوف يقلص من رقعة نفوذ التجارة التقليدية لصالح التجارة الإلكترونية، وبذلك ضياع وعاء ضريبي أساسي.

أ. التوجهات العملية لتطبيق الضريبة على التجارة الإكترونية:

عمليا تواجه السياسة الضريبية عدة تحديات في إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة، فمنها من أرتبط بالجانب التقني التكنولوجي، ومنها ما اقترن بالجانب القانوني، ومنها ما تعلق بأخلاقيات المهنة، ويمكن أن نلخص أهم التحديات فيما يلي التالية:

- ✓ التطور المتسارع والمتعدد لتكنولوجية المعلوماتية؛
- ✓ صعوبة تحديد هوية المكلف الخاضع للضريبة،
- ✓ صعوبة توفير الحماية سواء للهوية أو للخصوصية أو المالية؛
- ✓ انعدام الحرية الفردية والجماعية خاصة حرية المعرفة المعلوماتية؛

وقد تشكلت اتجاهات عالمية لتنمية التجارة الإلكترونية، فقامت كل دولة بتطبيق استراتيجيتها الوطنية بحسب خصائصها المختلفة، وبسبب ذلك تبنت بعض الدول التجارة الإلكترونية أولاً وحققت إنجازات كبيرة بينما تأخر البعض الآخر، فمع انتشار الأعمال الإلكترونية اضطرت الإدارة المالية ومن خلالها المصالح الضريبية إلى إعادة النظر بشكل أساسي في دورها وإستراتيجيتها وإجراءاتها بما يتفق والاستفادة من الفرص الكبيرة التي يوفرها هذا النمو المتسارع للأعمال الإلكترونية.

ب. المبادئ التنظيمية والإجرائية للضريبة الإلكترونية:

لم تتضح لحد الآن المبادئ التي تؤسس وتبرر فرض الضريبة على المعاملات الإلكترونية بصفة نهائية، فمازال البحث متواصل في خضم الجدل القائم بين المفكرين والمهنيين، فالمرجع الأساسي في ذلك هو الاستناد "لمبادئ الضريبة على التجارة التقليدية"، واحترام مبادئ " قانون حرية الضرائب على الإنترنت"، ومراعاة المبادئ التي تحكم التجارة الإلكترونية المعتمدة في "مؤتمر أوتاوا 1998م"، والاعتماد على " قوانين الضرائب في أمازون"؛ فالمبادئ تؤسس على فكر عملي مستنير ليست لها ارتباط بدوائر الدولة، ترضي المجتمع، ذات بعد دستوري من دون تفريط أو إفراط في تحقيق التنمية التي تقودها سلطة حكيمة؛ من الناحية العملية، تمحورت الاجراءات التنظيمية للضريبة على التجارة الإلكترونية فيما يلي:

- **التوجه الإمريكي** : قدمت حكومة الولايات المتحدة في إطار مبادرتها الخاصة بالتجارة الإلكترونية، خمسة مبادئ لتوجيه استراتيجية التجارة الإلكترونية: يجب أن يقود القطاع الخاص؛ ينبغي للحكومات أن تتجنب القيود غير المبررة على التجارة الإلكترونية - أي أنه ينبغي للسوق أن يقود الأحداث وليس التنظيم؛ حيثما تكون هناك حاجة إلى مشاركة حكومية، ينبغي أن يكون هدفها دعم البيئة القانونية للتجارة الإلكترونية؛ ينبغي للحكومات أن تعترف بالصفات الفريدة للإنترنت؛ وينبغي تسهيل التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت على أساس عالمي (Pinto, 1999) .

- **قانون حرية ضرائب الإنترنت (ITFA)** : الذي سُن سنة 1998م ويتضمن الوقف الاختياري لفرض ضرائب متعددة أو تمييزية على التجارة الإلكترونية وضرائب على الوصول للإنترنت من حكومات الولايات المتحدة

والحكومات المحلية، وقد تم تمديد العمل بهذا القانون خلال مرحلة الرئيس أوباما Obama، وفي 15 ديسمبر 2015م، أقر مجلس النواب قانون الحرية الضريبية الدائم على الإنترنت.

- **قوانين امازون للضريبة على التجارة الإلكترونية :** سميت بقانون أمازون لان العملية تتم عبر اتفاقيات بين أمازون وتجار التجزئة، حيث توفر الخدمة عن طريق بوابة إنترنت من خلال أمازون (Lunder & Pettit, 2015).

- **منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE :** قامت المنظمة بعدة مؤتمرات للتشاور حول امكانية إخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة، ومن بين أهم مؤتمرين في ذلك ما يلي:

- **مؤتمرا فنلندا (19-21 نوفمبر 1997):** لقد نوقشت تساؤلات حول الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية في هذا المؤتمر الذي كان عنوانه تفكك القيود نحو عالمية التجارة الالكترونية(OECD, 1997) .
- **مؤتمر أوتاوا الوزاري (07-09 أكتوبر 1998):** اكد فيه المؤتمرون على أهمية الالتزام بالقواعد الأساسية للضريبة على التجارة الإلكترونية (OECD, 1998).

- **الاتحاد الأوروبي EU :** مبادرة الاتحاد الأوروبي لا تختلف في جوهرها فيما يتعلق بإخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة؛ فقد قدمت المفوضية الأوروبية مبادرة حول التجارة الإلكترونية مبدية الملاحظات التالية (Pinto, 1999, p. 245):

- ✓ تجنب التناقضات التنظيمية وضمان وجود إطار قانوني وتنظيمي متماسك للتجارة الإلكترونية على مستوى الاتحاد الأوروبي.
- ✓ من الضروري تحقيق توافق عالمي من خلال حوار دولي، بإشراك الحكومة والصناعة، في المنتديات المتعددة الأطراف، وكذلك على المستوى الثنائي مع شركائها التجاريين الرئيسيين.
- ✓ يتمثل الهدف السياسي للجنة في تنفيذ هذا الإطار المتماسك للإجراءات التكنولوجية والتنظيمية والدعم، على سبيل الاستعجال، بحلول عام 2000.

لجأ الاتحاد الاوربي الى وضع سياسات صارمة لحماية الخصوصية والبيانات الشخصية ضد استغلال الشركات التكنولوجية فيما عرف باللائحة العامة لحماية البيانات الشخصية، وتمت محاولات لفرض ضرائب على ارباح هذه الشركات مثل الموقع الاجتماعي فيسبوك ومحرك البحث والإبحار جوجل Google.

ج. مقاربة بين التوجهات المبدئية والتنظيمية للضريبة على التجارة الإلكترونية:

ويمكن أن نوضح المفاهيم المبدئية التي قامت عليها المبادرات المختلفة المذكورة أعلاه من خلال الجدول التوضيحي التالي:

الجدول 5 : وجهات النظر المبدئية بخصوص الضريبة على الأعمال التجارية

التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية		
	OECD أوتاوا 1998	الولايات المتحدة الإمريكية	الاتحاد الأوروبي EU
		حرية الضرائب / قوانين أمازون	
مبدأ العدالة	مبدأ الحياد	نمو شبكة الانترنت / الاتساق مع أحكام الدستور	نقطة الاستهلاك

مبدأ الملاءمة	مبدأ الكفاءة	تطور التجارة الالكترونية	حظر التميز	منهج ديناميكي
مبدأ اليقين	مبدأ اليقين والبساطة	عدم فرض قيود مالية	اثبات العلاقة	التنسيق
مبدأ الاقتصاد	مبدأ الفعالية والإنصاف	توسيع نطاق الأنشطة	التزامات البائع بالتحصيل	عدم التمييز
مبدأ التدخل	مبدأ المرونة	ايجاد اشكال جديدة للتجارة	الوجود المادي	البائع غير المقيم

ثانيا. ملامح وأساليب التعامل الضريبي:

قبل ظهور الإنترنت، سادت افكار متضاربة بخصوص المعاملات التجارية لاسيما المتعلقة بالتجارة الدولية، ويعود ذلك أساسا إلى اتفاقية "الجات GATT"، وتوصيات المنظمة العالمية للتجارة، فالتجارة الإلكترونية تعتبر أحد أوجه التطور التكنولوجي للتجارة بصفة عامة ذات بعد دولي، باعتبار الخصائص غير المحددة إقليميا للمتدخلين في العملية حتى وإن كانت العملية التبادلية المباشرة محلية، فزاد اختلاف وجهات النظر فيما يتعلق بمفهوم الإقليم والدولة وأحقيتها في فرض الضريبة.

1. ملامح توجهات التعامل الضريبي:

لقد تباينت الآراء حول المعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية، فمن جهة يرى بعض الاقتصاديين ان إعفاء التجارة الالكترونية من الضرائب أمراً ضرورياً لنمو الاقتصاد وتطور التجارة، وأن فرضها سيساهم في رفع حصيلة الإيرادات العامة التي ستعود بالازدهار على التجارة المحلية - وبين ذاك حجج وتبريرات- وقد اسفر الجدل عن بروز التوجهات التالية:

أ. الإعفاء الضريبي:

يعود الأساس الفكري لأصحاب هذا التوجه إلى الأفكار المنادية بحذف الضرائب، والذي يهدف إلى تشجيع استخدام شبكة الإنترنت وتطوير بيئة المعاملات الإكترونية باعتبارها بيئة مفتوحة عالميا، وتشجيع الابتكار والتجديد في النشاطات التجارية وتنميتها (Haughton & Hellerstein, 2000, p. 12)، مبررين ذلك بسيادة الحرية الفردية والجماعية والحق في المعرفة الإلكترونية، والاستفادة غير المبتورة من تطور شبكة الإنترنت التي طورتها المخابر الأمريكية في بادئ الأمر ثم جعلتها وقفا للبشرية (خدمة عامة من دون مقابل)[1]؛ فالضرائب على التجارة الإلكترونية سوف تقف حائلا في وجه الأهداف المرجوة من تطوير شبكة الإنترنت وعرقلة نمو التجارة الإلكترونية وإعاقة تطوير انماط التبادل الإلكتروني، وتقليل الاستفادة من مزايا التجارة الإكترونية؛ واستند المنادون بإعفاء العمليات التي تتم على شبكة الإنترنت، على عدة مبررات :

- ✓ التوجه المجاني لأنظمة المعلوماتية المحوسبة من خلال التطبيقات الحرة ذات المصدر المفتوح(Open Source) ؛
- ✓ بعض التبادلات على شبكة الإنترنت غير نقدية (مقايضة)؛
- ✓ توجه المنظمة العالمية للتجارة حول إلغاء التعريفات الجمركية على تكنولوجيا المعلوماتية؛
- ✓ إنشاء مناطق التجارة والتبادل الحر، والاتحاد الجمركي والسوق الموحدة؛
- ✓ تشجيع التصدير وفق نظام استرداد الضريبة(Drawback) ؛
- ✓ اعتماد نظام التجارة العابرة (Transit) وإعفائها من الضرائب والرسوم؛

[1]- يعود الفضل لظهور شبكة الإنترنت Internet إلى جهود الولايات الأمريكية المتحدة سنوات الستينات، في سنة 1995 رفعت القيود عن الاستخدام التجاري لشبكة الإنترنت، غير أن فرنسا طورت شبكة Minitel (هو اسم المحطة الطرفية المتصلة بشبكة Télétel) تم افتتاحه في أكتوبر1982 بفرنسا، وهي شبكة وطنية محدودة من الناحية التكنولوجية وأداة اتصال بسيطة ومدفوعة (غير مجانية) للوصول إلى الخدمات عبر الهاتف، وازدهرت بشكل خاص بين 1992 و 1997م، انتهت مغامرة Minitel في 30 يونيو 2012 لعدم قدرتها على منافسة الشبكة العالمية المفتوحة Internet.

- ✓ تشجيع الاستثمار الأجنبي من خلال الامتياز الجبائي؛
- ✓ تشجيع وحماية المؤسسات الناشئة (Start-Up) ،
- ✓ إعفاء بعض النشاطات الاستراتيجية (الحليب، الحبوب..)؛
- ✓ إعفاء بعض الأعمال الثقافية والعلمية (طباعة الكتب وعملية الابداع)؛
- ✓ المنظمات غير الربحية والجمعيات الخيرية والمؤسسات الدينية؛
- ✓ الصعوبات التقنية والعملية للمعالجة الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية؛
- ✓ عدم اعتماد النقود الإلكترونية الخاصة بصفة رسمية من طرف أغلب الدول.

ب. المعاملة الاستثنائية أو التمييزية:

يعود أصل المعاملة الاستثنائية للمعاملات التجارية إلى توصيات منظمة التجارة العالمية عملا ببنود الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفة الجمركة (GATT)، فيما يتعلق بالتسهيلات المتعلقة بالتجارة الدولية، غير أن المعاملة الاستثنائية للتجارة الإلكترونية نابعة من خصائصها المعقدة التي تتعارض مع المبادئ العامة للضريبة التقليدية، لذلك عمدت العديد من النظم الضريبية إلى وضع معايير يمكن الاستناد إليها في حل مشاكل التجارة الالكترونية وخاصة:

- **معيار موقع المال (الرصيد البنكي)** : المكان الذي يصب فيه مبلغ العملية يكون مقر الالتزام الضريبي، حتى وإن كان المتعاقدين ينتميان لدولتين مختلفتين عن التي فيها الحساب البنكي.

- **معيار مكان إبرام العقد** : يحق للدولة التي أبرم فيها العقد جباية ضريبة العملية، بالرغم من كون هذا المكان في بعض الحالات عابرا، مثلا يكون البائع في زيارة سياحية لدولة ما ويبرم صفقة مع مشتري سائح من دولة أخرى، فتكون محل الضريبة بالدولة السياحية محل الزيارة.

- **معيار الجهاز المستخدم** : يستخدم المتعاملون عادة أجهزتهم الإلكترونية في المعاملات التجارية، فيمكن تحديد جهاز المستخدم من خلال عنوان بروتوكول الإنترنت IP، أو عنوان الجهاز MAC Address. وقد يتعطل الجهاز لسبب أو آخر، فيستخدم سواء البائع أو المشتري جهاز أخر وقد يكون هذا الجهاز لشخص قادم من دولة أخرى له ارتباط بشبكة انترنت عبر الأقمار الصناعية، فيكون الالتزام الضريبي بالبلد صاحب الجهاز.

- **معيار مزود خدمة الإنترنت** : يتم تحديد بلد التزام الخاضع للضريبة بمكان مزود خدمة الإنترنت. فمثلا ينتقل البائع إلى ولاية أو مقاطعة ويبرم صفقة إلكترونية، فمحل الالتزام الضريبي يكون في مكان مزود خدمة الإنترنت.

- **معيار الموقع الإلكتروني** : يكون المكان الذي أنشأ فيه الموقع الإلكتروني للتجارة الإلكترونية هو مقر الالتزام الضريبي، وقد يسبب ذلك مشكلة، فإذا قام تاجر بفتح موقع إلكتروني في دولة ما، ثم هاجر إلى بلد آخر، تبقى الدولة الأولى صاحبة الحق في فرض الضريبة.

- **معيار الشبكة المضيفة** : بعد انشاء موقع إلكتروني، يجب أن يستضاف هذا الموقع على شبكة مضيفة متخصصة، لأن ذلك مكلف للمؤسسات امتلاك خادم مضيف يعمل 365/365 بحماية عالية، المشكلة أن أغلب الشبكات المضيفة ذات السمعة في مجال التجارة الإلكترونية موجودة بالدول المتطورة، بذلك تكون هي صاحبة الحق في فرض الضريبة.

ج. المعاملة التقليدية:

يرى أصحاب هذا التوجه بأن التجارة الإلكترونية هي نشاط تجاري مثله مثل التجارة التقليدية، وأن الجزء الأكبر من التجارة الإلكترونية غير تامة، حيث تكون أحد جوانبه يتم بصفة تقليدية مثل المنتجات التقليدية، أو الدفع أو التسليم...، فهذا الجزء من التجارة الإلكترونية سهل اخضاعه للضريبية، غير أن الصعوبة تكمن في الخوف من الوقوع في الازدواج الضريبي لما تكون المعاملة دولية، ويعتمد في ذلك على عدة معطيات ومبادئ لإخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة منها:

- **السجل التجاري** : كل تاجر أو مؤسسة ملزمة بامتلاك سجل تجاري لمزاولة النشاط، بالاضافة لعقد التأسيس، وغيرها من الوثائق الثبوتية التي تعطي الحق للدولة في فرض الضريبة .

- **مقر التأمين** : سواء الخاص بالعمال أو بالممتلكات، فهو يعبر عن دليل تستند إليه الدولة لفرض الضريبة، رغم أن المؤسسة قد تكون في إقليم معين وتؤمن ممتلكاتها لدى مؤسسة تأمين تابعة لإقليم آخر.

- **المستندات والسجلات المحاسبية** : المكان الذي تتواجد فيه المستندات والسجلات المحاسبية، غير أنه مع ظهور الحوسبة السحابية أصبح تحديد مكان المحاسبة صعبا خاصة عند استخدام تطبيقات محاسبية سحابية.

- **الاتفاقيات الدولية للتجارة الإلكترونية** : تلجأ الدول إلى إبرام اتفاقيات لتجنب ازدواجية الضريبة، الذي من شأنه أن يشجع نشاط التجارة الإلكترونية من جهة ويثبط للتهرب والغش.

2. الأساليب المقترحة للمعالجة الضريبة للتجارة الإلكترونية:

إن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يمثل تحديًا عالميًا للدول والحكومات والمؤسسات، ويغذي الجدل حول الإجراءات والكيفيات والأساليب والمعدلات والاستثناءات الخاصة بها، ولم يكن هذا الجدل وليد اليوم بل يعود لأول عهد لاستخدام التجارة الإلكترونية، وقد تولدت عن هذا الجدل مجموعة من الأساليب للتمكين من احتساب الضريبة وجبايتها.

أ. نماذج الأسلوب التقليدي:

تتعلق هذه النماذج بتطبيق مفهوم الضرائب التقليدية سواء الضريبة على المبيعات كما تسمى في إمريكا، أو ضريبة الاستهلاك كما تسمى في أوروبا، وتطبق على العمليات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، غير أن تطبيقها معقد تقنيا بالمقارنة مع التجارة التقليدية، ومن بين هذه النماذج مايلي:

- **ضريبة قوانين أمازون Amazon low** : هي ضريبة تفرض على مبيعات تجار التجزئة، حيث تفرض على فاتورة البيع ويتحملها المستهلك، وتسمى القوانين التي تشير إلى تحصيل ضريبة من طرف بائع التجزئة عبر الإنترنت عمومًا بقوانين أمازون، وهي ضريبة استهلاك يقوم بتحصيلها بائع التجزئة لفائدة الدولة، وبحكم تجار التجزئة الصغار يفتقرون إلى أنظمة معلوماتية متطورة لتمكينهم من متابعة العملية وتحويلها للمصالح الضريبية أتوماتيكيا، قامت مؤسسة أمازون[2]، وهي شركة معروفة، حيث توفر بوابة إنترنت إلى أمازون، عادة يتم تعويض الشركات التابعة عن المعاملات التي تنجم عن ما يسمى بـ:

[2]- تأسست شركة أمازون الأمريكية للتجارة الإلكترونية في 5 جويلية 1994، من قبل جيف بيزوس ويقع مقرها في سياتل واشنطن. وهو أكبر متاجر التجزئة القائمة على الإنترنت في العالم، حيث تحتل الريادة في العالم برقم أعمال 140 مليار دولار سنة 2019

"النقر من خلال" "click through" أمازون وإذا كان البائع غير ملزم بتطبيق الضريبة وتحصيلها للدولة، يبقى المشتري مسؤولا بشكل عام عن دفع الضريبة، ربما يكون العامل الكامن المحتمل الأكثر وضوحًا وراء هذا الإجراء هو الضعف الاقتصادي على مستوى الدولة والذي يؤدي بالولايات إلى تبني ضريبة الأمازون من أجل زيادة الإيرادات، وقد سميت بقانون أمازون لان العملية تتم عبر اتفاقيات بين أمازون وتجار التجزئة.

- **الضريبة الأوروبية على القيمة المضافة :** تعتمد المفوضية الأوروبية ضريبة القيمة المضافة على المبيعات الإلكترونية، وهي ضريبة القيمة المضافة المعروفة، وتسمى بضريبة الاستهلاك، وتتشابه مع ضريبة المبيعات المبينة في ضريبة قوانين أمازون، غير أنها تختلف في من يتحمل عبأها، فبائع التجزئة والمستهلك يوجدان على شبكة الإنترنت لكنهما قد يكونان في دولتين مختلفتين، ففي الضريبة على المبيعات تكون دولة بائع التجزئة هي صاحبة الحق في الضريبة، أما في الضريبة على الاستهلاك فتكون دولة المستهلك هي صاحبة الحق؛ يتفق مبدأ هذه الضريبة مع الممارسة التقليدية لضريبة المبيعات التي تفرض على مبيعات السلع والخدمات ويتحمل العبْ الضريبي المستهلك ويقوم البائع بتحصيلها، لذلك فان الدولة التي لها الحق في فرض ضريبة المبيعات هي دولة مقصد تلك السلع والخدمات (المستهلك)(الشوابكه، 2007، صفحة 520) .

من المقرر تطبيق ضريبة القيمة المضافة اعتبارًا من 2021/07/01 بدلاً من 01 جانفي، بسبب إجراءات الإغلاق المتخذة لاحتواء جائحة covid-19 ، مما يمنح الدول الأعضاء والشركات الوقت الكافي للتحضير، وتتضمن التدابير الإجرائية لضريبة القيمة المضافة على التجارة الإلكترونية ما يلي (European Commission, 2020):

- **المتجر الصغير الموحد Mini One Stop Shop (MOSS) :** وهو بوابة إلكترونية موجود منذ سنة 2015 للتصريح ودفع ضريبة القيمة المضافة على مبيعات المؤسسات إلى المستهلكين (B2C) على خدمات الاتصالات والبث والخدمات الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي.

- **حزمة التجارة الإلكترونية لضريبة القيمة المضافة :** كانت حزمة التجارة الإلكترونية لضريبة القيمة المضافة واحدة من الأولويات في إطار استراتيجية السوق الموحدة الرقمية، والتي ستعمل على تسهيل التجارة عبر الحدود، ومكافحة الاحتيال في ضريبة القيمة المضافة وضمان المنافسة العادلة للشركات في الاتحاد الأوروبي، وستكسب الدول الأعضاء زيادة إيرادات ضريبة القيمة المضافة بـ 7 مليار يورو سنويًا، وتتضمن الحزمة القواعد المتعلقة بمبيعات السلع داخل الاتحاد الأوروبي وتسهيلها و تحسين تطبيق MOSS الحالي و توسيع نطاقه من المتجر الصغير الموحد وتحويله إلى متجر موحد (OSS) ؛ العائق الذي سيؤثر على هذا النوع من الضرائب، عدم احترامها لحماية الخصوصية والهوية، فالبائع يطلب معلومات عن المستهلك، لأن الضريبة تدفع من طرف البائع باسم المستهلك، مما يسبب عزوف المستهلكين في التعامل مع المتاجر الإلكترونية أو قد يتخفون وراء أنظمة إلكترونية لا تبين حقيقة تواجد المستهلك، مثل استخدام شبكة VPN موجودة في دول أخرى، ولتجنب ذلك تكون ضريبة المبيعات "قوانين أمازون" أفضل من هذه الناحية.

ب. نماذج الأسلوب الحديث:

لقد غير تطور تكنولوجية المعلوماتية والاتصالات جوانب متعددة في الاجراءات، فالمنتوج رقمي والبائع موقع إلكتروني والمجتمع معلوماتي والحكومة والإدارة والأعمال إلكترونية، فبرزت في مجال الضرائب أوجه إلكترونية لاحتساب الضريبة وربما

الواقع يحتاج إلى تطوير أدوات مالية إلكترونية حتى يمكن جباية أنواع جديدة من الضرائب ملائمة للأوعية الضريبية الإلكترونية .

- **ضريبة الوحدة الرقمية "Bit Tax"** : استجابة لرغبة بعض الدول في جباية ضرائب على التجارة الإلكترونية وعدم تمييزها عن التجارة التقليدية، ومحاولة لتخطي العقبات والصعوبات التي أوجدتها التجارة الإلكترونية من خلال التطور اللامتناهي لتكنولوجية الإنترنت، تم اقتراح تطبيق ضريبة الوحدة الرقمية أو ما يسمى بضريبة عرض النطاق الترددي أو ضريبة "البِث"، حيث ستعتمد هذه الضريبة على عدد وحدات البِث التي يستخدمها موقع التجارة الإلكتروني، فالمعاملات التجارية بالنسبة للنظام التقليدي هي تحويل للمنتجات الحقيقية (سلع أو خدمات) بين منتج ومستهلك حقيقيين بواسطة نقود حقيقية، بالنسبة لجهاز الكمبيوتر لديه لغته الخاصة فكل شئ سواء كان أرقاما أو نصوصا أو صورة صوتا أو فلما بالنسبة له عبارة عن مجموعة من الارقام إما صفر أو واحد، وتسمى الوحدتين 0 و 1 بالبِت Bit ، فكل التبادلات بالنسبة للكمبيوتر عبارة عن تبادل للبِثات، فلا الكمية ولا السعر ولا محتوى ولا أهمية المنتوج يهم الجهاز فكل شيئ يتحول إلى وحدات رقمية، وكما نعرف في الضريبة التقليدية تحتسب على أساس وعاء ضريبي في الأساس هو أرقام مالية، تزداد الضريبة وتنخفض بزيادة الوعاء الضريبي وانخفاضه، فالوعاء الضريبي لضريبة الوحدة الرقمية هي كمية الوحدات الرقمية المتبادلة (النطاق الترددي) التي يستخدمها موقع التجارة الإلكترونية للبائع، وتقترح ضريبة الوحدة الرقمية مبلغ ضئيل جدا لكل بِث، فتم أقتراح 0.000001 سنت / بِت (حوالي1 سنت لكل 1 ميجابت).

يعتبر البعض أن هذه الضريبة غير عادلة، لاعتمادها وعاء ضريبي غير مالي، فيمكن أن يستخدم موقع إلكتروني نطاق ترددي كبير في حين أن مبلغ البيع صغير(تحميل كاتالوج أو فيديو توضيحي) .

- **ضريبة طوبين Tobin Tax** : هي ضريبة اقترحها الاقتصادي جيمس طوبين (جائزة نوبل للاقتصاد 1981)، سنة 1972 بُعيد انهيار نظام بريتون وودز، غالبًا ما يُشار إليها باسم "ضريبة المضاربين"، ثم استخدمها لفرض ضريبة على المعاملات النقدية الدولية للحد من عمليات التحويل قصيرة الأجل وتقلبات أسعار الصرف (ul Haq, Kaul, & Grunberg, 1996)، وفي 2001 عرفت رواجا لمواجهة الأزمات المالية المتتالية (الإثنين الأسود 1987، المكسيك 1994، وجنوب شرق آسيا 1997، وروسيا 1998)، واقترح ضريبة في حدود 0.05% على كل معاملة تحويل مالي من عملة الى أخرى[3] ، وبعد الأزمة المالية 2008، جدد الاهتمام بضرورة فرض ضريبة على المعاملات المالية بهدف الحد من المضاربة وإيجاد مصدر دخل جديد لتمويل العجز في نفس الوقت، وبالتالي فإن المصطلح اليوم يخص ضريبة المعاملات المالية.

- **البطاقة الإلكترونية لإدارة كلينتون The Clinton administration's e-card** : اقترحت إدارة كلينتون نظام عالي التقنية لمعالجة ضريبة القيمة المضافة على معاملات التجارة الإلكترونية أو التقليدية (Chan, 2000, pp. 262-264)، ويتمثل في استعمال البطاقات النقدية الرقمية (المعروفة أيضًا باسم البطاقات الذكية أو البطاقات الإلكترونية) والتي تصدرها البنوك في كل دولة، حيث تسمح للبائع بتحديد هوية البلد الذي تم الشراء منه من دون معرفة هوية المشتري، يتم

[3]- في 2001 وافقت فرنسا بشرط موافقة أعضاء الاتحاد الأوروبي على ضريبة طوبين، تبعتها بلجيكا في 2004، انجلترا في 2009 وأدرجتها في جدول أعمال G20 من طرف الوزير الأول، غير أن صندوق النقد الدولي أعتبر هذه الضريبة صعب وضعها حيز التنفيذ، في 2011 دعا البرلمان الأوروبي لفرض هذه الضريبة على المعاملات المالية، المفوضية الأوروبية وافقت على المشروع وحددت أخر أجل 2014 لوضعها حيز التنفيذ.

احتساب ضريبة القيمة المضافة على أساس مكان الاستهلاك، ويتم اقتطاعها على الفور مع البيع، ثم يقوم البائع بوضع الأموال المجمعة من الضريبة لدي وكيل ضمان (طرف ثالث)، الذي يتكفل بتحويل الأموال إلى الحكومة المختصة .

ما يميز هذه الطريقة أن الدول تتحصل على أموال ضريبة القيمة المضافة في خلال أسبوع بدلا من شهرين إلى أربعة أشهر في الطريقة التقليدية، كما أنها تعالج الضريبة بنفس الكيفية عكس ضريبة الوحدة الرقمية التي تعالج الضريبة بكيفية مختلفة، كما أنها تحافظ على الخصوصية، حيث تبين البطاقة الذكية البلد الذي تمت منه عملية الشراء عكس اقتراح الاتحاد الأوروبي الذي يخترق مبدأ خصوصية المستهلك لأنها تعتمد على بيانات المستهلك، بالإضافة أنها ليس فيها معاملة تميزية.

وقد أبدت وزارة الخزانة الامريكية رأيها في تقرير حول آثار السياسة الضريبية المختارة للتجارة الإلكترونية العالمية سنة 1996، من خلال عزمها دراسة مدى تكييف التقنيات الحالية لمكافحة التهرب الضريبي باستخدام النقد الإلكتروني،حيث ستكون تقنيات التدقيق الجديدة ضرورية، كما ينبغي فرض الإبلاغ عن المعلومات على مصدري النقود الإلكترونية، بالإضافة للتحقق من الهوية، فإذا كانت المعرفات الرقمية "digital IDs" تعمل على النحو المنشود، فمن المرجح أن تمثل وسيلة مهمة يمكن من خلالها لدافعي ومديري الضرائب إثبات هوية أطراف التعاقد الإلكتروني (Department of the Treasury, 1996, pp. 37,39).

- **المعاملة التميزية:** بعض الدول أخذت بمبدأ الضريبة التميزية، حيث أعفت بعض المعاملات الإلكترونية من الضريبة، بينما حددت سقفا لاعفاء بعض المعاملات، وفرضت ضرائب على بعض معاملات التجارة الإلكترونية، فهناك تحول كبير للمؤسسات في بعض الأنشطة التجارية من النظام التقليدي إلى الإلكتورني، في مجال الجرائد والمجلات، في مجال التسويق (الدعاية الإعلان والترويج) في مجال الموسيقى في مجال البرمجيات، مثلا في استراليا تم اعفاء الموسيقى المحملة من الإنترنت وبرامج الإعلام الآلي من الضرائب، قبل 2018 تم تحديد سقف 1000 دولار استرالي للاعفاء من الضريبة على المنتجات المستوردة بواسطة البريد، لكن تم تعديل القانون بحث ابتداء من 01 جويلة 2018 يتم فرض 10% كضريبة على المبالغ الصغيرة، وكذلك ضريبة السلع والخدمات على المنتجات والخدمات الرقمية، ينطبق هذا على السلع والخدمات الرقمية (الموسيقى التي يتم شراؤها عبر الإنترنت أو خدمات البث الرقمي) (Tanglao, 2018) .

ثالثا. أبعاد المعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

أكد مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) على أهمية أن تغتنم البلدان النامية الفرصة المتنامية بشكل سريع في مجال التجارة الإلكترونية، والتي قدرت قيمتها بنحو 22.1 تريليون دولار في عام 2015، بزيادة 38 في المائة عن عام 2013، أو مواجهة خطر التخلف عن ركب التنمية (الأونكتاد، 2016).

1. المقومات التشريعية والتنظيمية للتجارة الإلكترونية:

بدون إطار قانوني تعتبر التجارة الإلكترونية نشاط غير قانوني، ومع إهمال الإجراء التنظيمي ستجرها الفوضى إلى عدم السيطرة، وبدون التشريع تضيع حقوق الأطراف المتعاملة، وبذلك ستصبح نشاط إجرامي، لذلك أوجدت الدول والحكومات والمنظمات الدولية إطار تشريعيا لهذا النشاط الحديث الذي أفرزته التطورات المتسارعة والمتنوعة لتكنولوجيا المعلوماتية والاتصالات وشبكة الإنترنت.

أ. القانون الإطار:

قامت هيئة الأمم المتحدة بإصدار قانون الاونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية(الأمم المتحدة، 2000)، توصي فيه الحكومات والمنظمات بالأخذ بعين الاعتبار هذا القانون عند صياغة أو تعديل القوانين ذات صلة بالتجارة الإلكترونية، بما يكفل توفر الضمان القانوني في سياق استخدام المعالجة الآلية للبيانات، كما تم إصدار قانون الاونسيترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية(الأمم المتحدة، 2002)، والذي من خلاله توفر المشورة التقنية لإعداد التشريعات وتعزيز الوعي الدولي بها.

ب. القوانين الوطنية:

من خلال قانوني الاونسيترال النموذجين المتعلقان بالتجارة الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية، قامت الجزائر بسن قوانين لتنظيم المعاملات الإلكترونية وارتباطاتها المتعلقة بالاتصالات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية (الجمهورية الجزائرية، 2018) والمحاسبة الآلية(الجمهورية الجزائرية، 2009) والتوقيع والتصديق الإلكتروني (الجمهورية الجزائرية، 2015) والجرائم الإلكترونية(الجمهورية الجزائرية، 2009)، غير أنها لم تعتمد النقود الإلكترونية الخاصة مثل Bitcoin، السلطات الجزائرية من خلال قانون المالية 2018، منعت منعا رسميا العملة الافتراضية، حيث نصت المادة 117 من قانون المالية 2018، بقولها " يمنع شراء العملة الافتراضية وبيعها واستعمالها وحيازتها"، مبررة ذلك بغياب الدعامة المادية كالقطع والأوراق النقدية وعمليات بالصك أو بالبطاقة البنكية(الجمهورية الجزائرية، 2017).

ج. التنظيم الإجرائي:

بالنسبة للحكومة الإلكترونية فقد قامت الحكومة بمبادرات في بدايات القرن الحالي، من خلال منح رخص برنامج (AP) وتقديم إعتمادات الدفع (CP) لتهيئة البنية التحتية في مجال المعلوماتية وإقامة شبكات داخلية على مستوى الوزارات ومصالحها الخارجية، وأثمر هذا البرنامج بإقامة شبكة بينية بين الوزارات سنة 2004، وتم انشاء مواقع إلكترونية وزارية، وبعدها تم رقمنة قطاع العدالة تم الداخلية، حيث تم سنة 2008 إطلاق مشروع الجزائر الإلكترونية 2013، أما فيما يخص الإدارة الإلكترونية فتم رقمنة عدة قطاعات إدارية منها مصلحة الحالة المدنية بالبلديات والبطاقة الوطنية البيومترية وجواز السفر البيومتري ومصالح البريد والبنوك عن طريق بطاقة السحب، ومصالح سونلغاز والمصالح الضريبية حيث يتسنى تقديم التصريح الإلكتروني على موقع النث(وزارة المالية، 2016)، (المديرية العامة للضرائب، 2017) .

2. منهج المعالجة الضريبية الجزائري للتجارة الإلكترونية:

المنهج الضريبي في الجزائر مشابه للنظام الضريبي الفرنسي، في كل سنة تعد ميزانية الدولة من طرف المديرية العامة للضرائب التابعة لوزارة المالية، لتصبح قانون للمالية بعد المصادقة عليها من طرف البرلمان بغرفتيه، وترافق هذا القانون مراسيم تنفيذية ونصوص تنظيمية وتعليمات لتنظيم الأعمال الضريبية خلال السنة المالية.

أ. منهج الإعفاء الضريبي:

يعتمد منهج الإعفاء في النظام الضريبي الجزائري على ثلاثة مبادئ وهي:

- ✓ التشجيع (تشجيع الاستثمار في أنظمة المعلوماتية وخدمات شبكة الإنترنت، تشجيع الصادرات).
- ✓ الدعم (دعم المنتجات الأساسية كالقمح، السكر، الحليب، الدواء).
- ✓ الصعوبة (صعوبة الاجراءات الضريبية مثل إلغاء الضريبة على الثروة).

أما فيما يخص النشاطات والخدمات المتعلقة بالإنترنت وصناعة المحتوى فقد أعفيت من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر سنة 2020 العمليات التالية (الجمهورية الجزائرية: المادة 32، 2010):

- ✓ المصاريف والأتاوى المتصلة بخدمات الإقبال الثابت على الإنترنت؛
- ✓ المصاريف المتصلة بالإيواء في أجهزة الويب Web على مستوى مراكز المعلومات المتواجدة في الجزائر وبنقطة ذات اسم النطاق dz. ؛
- ✓ المصاريف المتصلة بتصميم مواقع الويب وتطويرها؛
- ✓ المصاريف المتصلة بالصيانة والمساعدة التي تخص أنشطة استعمال وإيواء مواقع الويب في الجزائر؛
- ✓ المصاريف والأتاوى المتصلة بخدمات النفاد الثابت لشبكة الإنترنت، وكذا التكاليف المتعلقة بتأجير الشريط المار الموجهة حصريا لتوفير خدمة الإنترنت الثابت (الجمهورية الجزائرية: المادة 31، 2013).

كما تم إعفاء الأوراق التجارية التي تعالجها البنوك والمؤسسات المالية من "رسم الطابع الحجم" وذلك عندما تتم في شكل إلكتروني(المديرية العامة للضرائب، 2020)، كما تعفى شهادة الجنسية وشهادة السوابق العدلية المسلمة إلكترونيا من الرسم القضائي للتسجيل(المديرية العامة للضرائب، 2020).

ب. منهج المعاملة التميزية:

لقد نصت المادة 04 من قانون التجارة الإلكترونية أنه يمكن أن تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الإلكترونية موضوع تدابير تحفيزية .

- ✓ نصت المادة 72 من قانون المالية 2018 على إنشاء رسم بنسبة 0.5% على نشاط الموزعين بالجملة للتعبئة الإلكترونية للرصيد الهاتفي، كما نصت المادة 72 من نفس القانون على إنشاء رسم بنسبة 0.5% على رقم أعمال المتعاملين الحائزين على رخص إقامة واستغلال شبكات عمومية للمواصلات السلكية واللاسلكية للهاتف المحمول المفتوحة للجمهور، ويدفع إلى السلطة المكلفة بضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية في الجزائر، ويتم إعادة دفع عائد هذه المساهمة إلى صندوق "تملك الاستعمال وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإعادة توزيع طيف الذبذبات اللاسلكية الكهربائية" المستخدم لتسديد على الخصوص نفقات برنامج الجزائر الإلكترونية 2013.
- ✓ نصت المادة 31 من قانون المالية 2018 على فرض معدل 30% الرسم الداخلي على الاستهلاك على المنتوجات (أجهزة المودم، أجهزة فك الترميز الرقمية، أجهزة إرسال متعددة رقمية وأجهزة إرسال عكسية، أجهزة تحتوى على وحدة مركزية شاشة فأرة، طابعة كاشف ضوئي) .

ج. منهج فرض الضريبة:

نصت المادة 03 من قانون التجارة الإلكترونية على أنها تمارس في إطار القانون، حيث تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم المطبقة.

- ✓ الضريبة الجزافية الوحيدة: نصت المادة 10 من قانون المالية لسنة 2019 على فرض الضريبة الجزافية الوحيدة بمعدل 5% من مبلغ الفاتورة ، على الأشخاص الطبيعيين الذين ينشطون في توزيع السلع والخدمات عبر منصات رقمية أو باللجوء إلى البيع المباشر على الشبكة(الجمهورية الجزائرية، 2018).

- ✓ الرسوم على رقم الأعمال: نصت المادة 39 من قانون المالية 2020، على اخضاع عمليات البيع المنجزة إلكترونيا(الجمهورية الجزائرية، 2019).
- ✓ الرسم على القيمة المضافة: في المادة 41 من قانون المالية 2020 نصت على تحديد المعدل المخفض للرسم على القيمة المضافة بـ 9% على عمليات البيع المنجزة إلكترونيا، كما نصت المادة 42 من نفس القانون على انشاء رسم على القيمة المضافة بمعدل 0% يطبق على عمليات شراء المواد والسلع والخدمات المستفيدة من الشراء بالإعفاء أو الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة المحققة من طرف الشركات التابعة لمديرية كبريات المؤسسات. (هناك فرق بين الاعفاء ومعدل 0%، القانون الذي يفرض الضريبة يصادق عليه من طرف الجهات المختصة، أي لا يوجد إعفاء، ومع مرور الوقت يصبح تعديله أمرا سهلا وبسيط).

خاتمة:

غيرت شبكة الإنترنت المجتمعات والمؤسسات والتجارة وسلوك المستهلك من خلال أدواتها، من التقليدي إلى الإلكتروني ومن المحلي إلى العالمي ومن الإقليمي إلى الدولي، فتزداد الاخطار والتهديدات والفرص والتطمينات في نفس الوقت، فتتأثر لا محالة الموازنات العمومية ويصعب التحكم في القنوات التجارية، فتفقد الدول السلطة القهرية وتزداد الروح العولمية بسبب أدوات التبادل التجاري من السوق العالمي، مما يتطلب تكثيف الجهود لاسيما في معالجة ضريبة التجارة الإلكترونية، فمن خلال دراستنا لاتجاهات المعاملة الضريبة للتجارة الإلكترونية استخلصنا نتائج وقدمنا توصيات لتمكين المختصين والدارسين من الوقوف على الجوانب المظلمة في مجال ضرائب الأعمال الإلكترونية:

النتائج

- ✓ خطورة مجابهة التطور المتسارع لأنظمة معلوماتية شبكة الإنترنت واستخداماتها التجارية.
- ✓ تباين وجهات النظر الفكرية والعملية والدولية في المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية.
- ✓ عدم اتساق الجهود الدولية فيما يتعلق بتطوير استخدام التجارة الإلكترونية والنقود الإلكترونية.
- ✓ تواجه الدول عقبة تحديد إقليمها في حقها الجبائي للضريبة على التجارة الإلكترونية.
- ✓ صعوبة التتبع والمراقبة بسبب اختلاف النظم الضريبية والمناطق (المجالات) الزمنية Fuseau Horaire .
- ✓ معضلة فض المنازعات الضريبية للمعاملات الإلكترونية (إباحة أو تجريم النقود الإلكترونية).
- ✓ وقوع الدول في حرج ومأزق لحماية الخصوصية والهوية وبيانات المكلفين.
- ✓ عدم انسجام أهداف الدول بين تطوير شبكة الإنثرنت والاستخدامات التجارية التي توفرها.
- ✓ تعقد البيئة التقنية والتكنولوجية والاقتصادية والتشريعية في التجارة الإلكترونية.
- ✓ تأخر الجزائر في سن قانون التجارة الإلكترونية ومعالجتها للنقود الإكترونية.

التوصيات

- ❖ اسناد المناصب ذات التحديات الاستراتيجية للكفاءات ذات المعرفة العلمية والعملية الخلاقة؛
- ❖ تبني سياسة ضريبية أصيلة نابعة من احتياجات المجتمع وتطلعاته المستقبلية بعيدة عن النماذج التي تخامرها التطلعات الاستعمارية القمعية القهرية، التي أوجدت التهرب والغش الضريبي؛

- ❖ دعم البرامج التعليمية في الأطوار الأولى لتمكين المتمدرسين وتأهيل المتكونين في مجال تكنولوجيا المعلومات والذكاء الصناعي وتحيين البرامج الجامعية بما يتلاءم مع تكنولوجيا الجيل الجديد؛
- ❖ دعم مؤسسات تكنولوجيا المعلوماتية لتأمين وحماية النشاطات التي تتم على مستوى شبكة الإنترنت؛
- ❖ تكييف النظام الضريبي الجزائري بما يتلاءم مع توجه الدولة في مجال تكنولوجيا المعلوماتية ؛
- ❖ تشجيع المؤسسات الناشئة في مجال المعلوماتية، بتطوير تطبيقات وسيطة بين إدارة الضرائب ومواقع التجارة الإلكترونية وبين أنظمة المعلومات المحاسبية المدمجة؛
- ❖ إعادة النظر (من طرف خبراء) في استراتيجية المراكز التكنولوجية لاسيما منطقة سيدي عبدالله ،
- ❖ خلق هيئة لتطوير أرضية للتجارة الإلكترونية على شكل النوذج الإمريكي وضريبة أمازون؛
- ❖ ترقية وتطوير موقع جبايتك (jibayatic) بما يتلائم والتحاسب الضريبي للتجارة الإلكترونية؛
- ❖ دعم المحلات بنهائيات الدفع الإلكتروني (TPE) وفرض الفوترة الإلكترونية، حتي يتسنى احتساب ضريبة القيمة المضافة (TVA) عند الاستهلاك؛
- ❖ ضمان الأمن المعلوماتي وحماية الخصوصية بإنشاء مصالح تقنية عمومية على أعلى مستوى لتأمين النفاذ لشبكة الإنترنت والتجارة الإلكترونية وحماية الخصوصية، كما هو الشأن بالنسبة للدول المتطورة، ومن أمثلة ذلك كندا.

قائمة المراجع:

الزبيدي، عبد الباسط علي جاسم (2007) . *وعاء ضريبة الدخل في التشريع الضريبي: التباين في الأنظمة الضريبية القائمة في الدول العربية (دراسة مقارنة)*، الطبعة الأولى، عمان : دار الحامد.

الشوابكه، إبراهيم كامل (2007). *ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية*، *دراسات علوم الشريعة والقانون*، المجلد 34، (الملحق)، الجامعة الأردنية.

رضوان، رأفت وعوض، رشا والحسيني، ولاء. (2000). *الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية*. مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، مج. 2، ع. 2، جويلية، جامعة الكويت، ص ص. 8-34.

الأمم المتحدة (2000). *قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية مع دليل التشريع 1996 مع المادة 5 مكرر الإضافية بصيغتها المعتمدة في عام 1998*، نيويورك : منشورات الأمم المتحدة.

الأمم المتحدة (2002) . *قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية مع دليل الاشتراع 2001*، نيويورك : منشورات الأمم المتحدة.

الأونكتاد (2016). *مبادرة لمساعدة البلدان النامية على الاستفادة من التجارة الإلكترونية*، تم الإطلاع عليه في 2020/06/15 من خلال الموقع https://news.un.org/ar/story/2016/07/255762,

الجمهورية الجزائرية .(2009) .المرسوم التنفيذي رقم 09-110، يحدد شروط كيفيات مسك المحاسبة بواسطة الإعلام الآلي، المؤرخ في 07 أفريل2009. الجريدة الرسمية، عدد 21، الصادرة بتاريخ 08 أفريل2009.

الجمهورية الجزائرية .(2009) .القانون رقم 09-04، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، المؤرخ في 05 أوت 2009. الجريدة الرسمية، عدد 47، الصادرة بتاريخ 16 أوت 2009.

الجمهورية الجزائرية. (2010) . الأمر رقم 10-01، المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2010، المؤرخ في 26 أوت 2010. الجريدية الرسمية، عدد 49، الصادرة بتاريخ 29 أوت 2010.

الجمهورية الجزائرية .(2013) . القانون رقم 13-08، المتضمن قانون المالية لسنة 2014، المؤرخ في 30 ديسمبر 2013، الجريدة الرسمية، عدد 68، الصادرة بتاريخ 31 ديسمبر 2013.

الجمهورية الجزائرية .(2015) . القانون رقم 15-04، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، المؤرخ في 01 فيفري2015. الجريدة الرسمية، عدد 06، الصادرة بتاريخ 10 فيفري 2015.

الجمهورية الجزائرية .(2017) . القانون رقم 17-11، المتضمن قانون المالية لسنة 2018، المؤرخ في 27 ديسمبر 2017، الجريدة الرسمية، عدد 76، الصادرة بتاريخ 28 ديسمبر 2017 .

الجمهورية الجزائرية .(2018) . القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 10 ماي 2018، الجريدة الرسمية، عدد 28، الصادرة في 16 ماي 2018.

الجمهورية الجزائرية .(2018) . القانون رقم 18-18، المتضمن قانون المالية لسنة 2019، المؤرخ في 27 ديسمبر 2018، الجريدة الرسمية، عدد 79، الصادرة في 30 ديسمبر2018 .

الجمهورية الجزائرية .(2019) . القانون رقم 19-04، المتصمن قانون المالية لسنة 2020، المؤرخ في 11 ديسمبر 2019، الجريدة الرسمية، عدد 81، الصادرة في 30 ديسمبر 2019.

المديرية العامة للضرائب .(2017) .مراسلة رقم 85، إطلاق النظام المعلوماتي الجديد للمديرية العامة للضرائب "جبايتك " تسيير أكثر شفافية .

المديرية العامة للضرائب .(2020) . *المادة 213، قانون التسجيل*
https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/codes_fiscaux_arabe/Enregistrement-LF-2020-AR.pdf

المديرية العامة للضرائب .(2020) . *المادة 70، من قانون الطابع*
https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/codes_fiscaux_arabe/Timbre-LF-2020-AR.pdf

وزارة المالية .(2016) . المذكرة رقم 596، مؤرخة في 06 جوان 2016، مديرية الإعلام والوثائق الجبائية.

Ardant, G. (1965). *Théorie sociologique de l'impôt.* Paris: Sepven.

Chan, C. W. (2000). *Taxation of Global E-Commerce on the Internet: The Underlying Issues and Proposed Plans*. Minnesota Journal of International Law. *140, 9:233*, pp. 233-268.

Department of the Treasury. (1996). *Selected Tax Policy Implications of Global Electronic Commerce.* Office of Tax Policy, NW., Washington.

European Commission. (2020). *Modernising VAT for cross-border e-commerce*. Consulté le 14/06/2020, sur https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/modernising-vat-cross-border-ecommerce_en

Fox, William F.; Murray, Matthew N. (1997). *The sales tax and Electronic Commerce: So what's new?*, National Tax Journal, Department of Economics, The University of Tennessee, Vol. 50, N° 3, September, pp. 573-592

Goolsbee, A. (1998). *In a World without Borders: the Impact of Taxes on Internet Commerce.* Working Paper , National Bureau of Economic Research, Cambridge.

Haughton, K. L., & Hellerstein, W. (2000). State Taxation of electronic commerce, perspectives on proposals for change and their constitutionality. *Brigham Young University Law Review, 2000*(1), pp. 9-76.

Lunder, E. K., & Pettit, C. A. (2015). *"Amazon Laws" and Taxation of Internet Sales: Constitutional Analysis.* Congressional Research Service.

Mclure, Charles E. (1997). *Electronic commerce, state sales taxation, and intergovernmental fiscal relations*, National Tax Journal, Stanford University, Vol. 50, No. 4 December, pp. 731-749.

OECD. (1997). *Dismantling The Barriers To Global Electronic Commerce*, International Conference organised by the oecd and the government of Finland in cooperation with the European Commission.

OECD. (1998). *Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions. "A Borderless World: Realising the Potential of Electronic Commerce"* . Report by the Committee on Fiscal Affairs.

Perritt Jr, H. H. (1997). *Cyberspace Self-Government: Town-Hall Democracy or Rediscovered Royalism?* IIT Chicago-Kent College of Law, pp. 413-482.

Pinto, D. (1999). *Taxation Issues In A World Of Electronic Commerce*. Journal Of Austrlalian Taxation, July/August, pp. 244-245.

Sharp, J. (1996). *Virtual Taxation: Electronic Commerce Poses Problems for State Tax Collections*. Finance Review, August *12*(4), pp. 36-38.

Soete, L., & Kamp, K. (1996). *The "BIT TAX": the case for further research*, August 12, pp.1-14.

Tanglao, A. (2018). *New Australian Tax Regime Will Affect E-Commerce Platforms around the World*, Consulté le 03/06/2020, sur: https://zegal.com/blog/post/new-australian-tax-regime-e-commerce/

Ul Haq, M., Kaul, I., & Grunberg, I. (1996). *The Tobin Tax: Coping with Financial Volatility.* New York: Oxford University Press.

-جباية التجارة الالكترونية- القيود و الاقتراحات

FISCALITE DU COMMERCE ELECTRONIQUE:CONTRAINTES ET PROPOSITIONS



محمد بداوي، محمد دوة [2] يحي جقيدل [3]

Mohammed Badaoui[1], Mohammed Doua[2], Yahia Djekidel[3]

جامعة عمار ثليجي بالأغواط – الجزائر ؛ مخبر دراسات التنمية الاقتصادية ؛ m.badaoui@lagh-univ.dz ؛

جامعة عمار ثليجي بالأغواط – الجزائر ؛ مخبر دراسات التنمية الاقتصادية ؛ lagnet.19@gmail.com ؛

جامعة عمار ثليجي بالأغواط – الجزائر ؛ مخبر دراسات التنمية الاقتصادية ؛ yahia.djekidel12@gmail.com ؛

الملخص:

إن التجارة الإلكترونية تطورت بشكل ملحوظ بسبب التطور التكنولوجي المستمر الحاصل في العالم ،و ميزة هذا النوع من التجارة أنها تزداد و تتوسع ،و المشرع الجزائر اهتم بهذا النوع من التجارة من خلال قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ،و قد لوحظ أن التجارة الإلكترونية تحقق مداخيل و أرباح كبيرة دون أن تساهم في تمويل الخزينة العمومية للدولة ،و ذلك بسبب الإشكاليات المطروحة أمام فرض ضريبة عليها ،و نسعى من خلال هذه الدراسة إلى التطرق للقيود التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الالكترونية و تقديم اقتراحات لفرض ضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية ،الضريبة على البريد الإلكتروني ،الضريبة على البايت ،الضريبة على البرامج الجاهزة والتجهيزات الإلكترونية.

تصنيفات JEL : H21، H25.

Abstract:

Electronic commerce has undergone a notable evolution due to the continuous technological development that the world has experienced. This type of trade is characterized by its very rapid expansion. The Algerian legislator took an interest in this type of trade through the promulgation of the law n°18-05 of 10/05/2018 on electronic commerce. It has been found that electronic commerce generates huge revenues and profits without being able to contribute to the financing of the public treasury because of the problems posed by the taxation of this type of commerce. This study aims to address the constraints faced by the imposition of electronic commerce and to present proposals for a specific tax regime for commercial transactions carried out via the platforms.

Keywords: *Electronic commerce, electronic commerce tax, bit tax, electronic platform tax.*

JEL Classification Codes : H21, H25.

مقدمة:

إن النظام الجبائي لا يمكن أن يكون فعالا إلا إذا حقق جميع أهدافه و بكفاءة ، و لكن الملاحظ أن العولمة و ما أفرزته من تحرر مالي و اقتصادي و إلغاء للقيود على حركة رؤوس الأموال و تطور تكنولوجي مذهل و باهض الثمن، ومنافسة كبيرة على الفرص المتاحة، خاصة في مجال التقدم التكنولوجي في ميدان الإعلام والاتصال الذي أحدث ثورة رقمية، غيرت معالم ومظاهر عالم المال والأعمال كالتجارة الالكترونية ،بحيث ساهمت في النمو الاقتصادي والتطور الاجتماعي في العديد من الدول المتطورة، ولكنها ولدت تعقيدات شتى في الجباية وخلفت آثار سلبية جعلت حصيلة الضرائب تتآكل وتنخفض سنويا.

حيث لوحظ أن التجارة الإلكترونية و التي تحقق أموال ضخمة تقدر بمليارات من الدولارات عالميا ، تفلت من رقابة الإدارة الضريبية ، و بالتالي تفوت فرص تحقيق إيرادات ضريبية ضخمة على هذا النوع من التجارة ، وذلك راجع لعدة أسباب أهمها قصور التشريعات في فرض ضرائب على التجارة الالكترونية ، و عدم قدرة الإدارة الجبائية على رقابة و متابعة كل المكلفين العاملين في هذا النوع من التجارة ، لذلك دأب المشرعين و أهل الاختصاص من ماليين و اقتصاديين و قانونيين إلى البحث عن حلول ممكنة لهذا المشكل.

إشكالية البحث :

لهذا نسعى من خلال هذه المداخلة إلى التعرض لكل المشاكل التي تعترض النظام الجبائي في مجال التجارة الالكترونية ، ومحاولة البحث عن كيفية فرض ضرائب على هذا النوع من التجارة من خلال الإجابة على الإشكالية التالية:

ما هي القيود التي تعترض فرض ضرائب على التجارة الالكترونية، و كيف يمكن إخضاعها للضريبة ؟.

من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية قمنا بطرح بعض الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مجال تطبيق المعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر، و ما هي شروط ممارسة التجارة الإلكترونية؟.

- ما هي القيود التي قد تعترض فرض ضرائب على التجارة الالكترونية؟.

- كيف يمكن فرض ضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية؟.

فرضيات البحث: تتمثل فرضيات الدراسة في:

- قد تكون للتجارة الإلكترونية إفرازات تؤثر على فعالية النظام الضريبي؛

- قد يعترض فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية قيود و معيقات كثيرة ؛

- إن اقتراح جباية للمعاملات التجارية الإلكترونية يساهم في تعظيم الحصيلة الضريبية.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرض لكل المشاكل التي تعترض النظام الجبائي في مجال التجارة الالكترونية ، ومحاولة البحث عن كيفية فرض ضرائب على هذا النوع من التجارة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية التجارة الإلكترونية نفسها باعتبارها تمثل أهم المشاريع التجارية مستقبلا ،حيث يحقق هذا النوع من التجارة أرقام أعمال و أرباح ضخمة ،و أصبحت مواكبة للتطور التكنولوجي المستمر في العالم ،لذلك فإن التجارة الإلكترونية قد تساهم في تحقيق موارد جبائية هامة لميزانية الدولة من خلال فرض ضرائب على هذا النوع من التجارة.

منهجية الدراسة:

للإحاطة بمختلف جوانب الدراسة و الإجابة على إشكالية الدراسة و اختبار صحة الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، بهدف وصف و تحليل مختلف أبعاد الدراسة و من ثم الوصول إلى استخلاص أهم النتائج و اقتراح بعض التوصيات المهمة.

الدراسات السابقة: هناك دراسات متعددة تطرقت لموضع التجارة الإلكترونية و فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية سنتطرق لبعضها فيما يلي:

- عزوز علي و آخرون ،إشكالية جباية المعاملات في التجارة الإلكترونية ،مقال في إطار الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة ،جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف ،و تناول المقال تحديات التجارة الإلكترونية و الحلول الممكنة و المقترحة لهذه التحديات و المشاكل؛

- رأفت رضوان و آخرون ، الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية ،و هو كتاب يتمحور موضوعه حول الآثار و التحديات للنظم الضريبية ،و التي قد تؤثر سلبا على فعالية و كفاءة النظام الضريبي ،كما سلط المقال الضوء على المشكلات الأساسية التي قد تعترض معاملات التجارة الإلكترونية ،كما ناقش المقال عدة حلول مقترحة لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية.

و بقصد الإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتقسيم هذه الدراسة للمحاور التالية:

المحور الأول : القواعد العامة للتجارة الإلكترونية وفق التشريع الجزائري.

المحور الثاني: القيود التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الالكترونية.

المحور الثالث : اقتراحات ضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية.

أولا. القواعد العامة للتجارة الإلكترونية وفق التشريع الجزائري: إن التجارة الالكترونية تعتبر نموذجا اقتصاديا يلاءم مفهوم العولمة الاقتصادية والعمل الالكتروني التي تقدم على إزالة القطرية والحدود الإقليمية وحرية انتقال السلع والخدمات، و المشرع الجزائري حتى يواكب التطور الحاصل في العالم أدرج قانون ينظم التجارة الالكترونية ،حيث أصبح هذا النوع من التجارة يدر مداخيل و أرباح ضخمة على أصحابها ،و سنحاول التطرق تعريف التجارة الإلكترونية ،و إلى مجال تطبيقها ،و الممنوعات في مجال هذا النوع من المعاملات ،و شروط ممارستها في الجزائر ،و ذلك في ما يلي:

1. **تعريف التجارية الإلكترونية:**

هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني ،عن طريق الاتصالات الإلكترونية.[1]

نستنتج من هذا التعريف العناصر التالية:

- المورد الإلكتروني : كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

- المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

2. **مجال تطبيق المعاملات التجارية الإلكترونية:**

تطبق المعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر على الأشخاص التاليين:2

- متمتعا بالجنسية الجزائرية؛
- مقيما إقامة شرعية في الجزائر ؛
- شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري ؛
- أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر.

3. **الممنوعات في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية:**

لقد تطرق المشرع الجزائري إلى المعاملات الممنوعة عن طريق الاتصالات الإلكترونية ،و التي سنذكر أهمها في ما يلي:3

- لعب القمار والرهان واليانصيب؛
- المشروبات الكحولية والتبغ؛
- المنتجات الصيدلانية؛
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية؛
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به؛
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي؛
- العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به؛
- كل المنتجات أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.

4. **شروط ممارسة التجارة الإلكترونية:**

حيث يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية ،حسب الحالة ،و لنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz" ،كما يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته4 ،و تتكفل الدولة بنشر بطاقية وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية.5

ثانيا. القيود التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الالكترونية: هناك مشاكل عديدة تثار عند محاولة فرض ضرائب على المداخيل الناتجة عن التجارة الالكترونية بسبب استخدام النقود الالكترونية ، وبسبب قصور القوانين الضريبية، التي تعتمد على الانتقال العادي للسلع في تحديد الوعاء الضريبي، وعلى وجود مقر محدد للمكلف بالضريبة، والتالي ،ظهرت مشاكل كثيرة أثارتها فرض ضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية ،و كيفية تحديد الدولة صاحبة السيادة الضريبية بالنسبة لهذا النوع من التجارة، لذلك سنتطرق إلى مشكلة السيادة الضريبية ومحاولات حل هذه المشكلة، و إلى التحديات التي تواجه فرض ضرائب على عمليات التجارة الإلكترونية.

1. مشكل السيادة الضريبية و محاولات حلها: يعتبر مشكل السيادة الضريبية من أهم المشاكل التي تثار عند الكلام على فرض ضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية، وسنحاول تحليل مفهوم السيادة الضريبية في حالة التجارة الإلكترونية، ثم التطرق إلى محاولات حل مشكل السيادة الضريبية و ذلك فيما يلي:

1.1. تحديد مفهوم السيادة الضريبية للدولة في حالة التجارة الإلكترونية: والمقصود بها تحديد الدولة التي لها الحق في فرض الضريبة على الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية، فالسيادة الضريبية للدولة هي حق كل دولة ذات سيادة في فرض الضريبة على الأشخاص والأموال التي تقع داخل حدودها الإقليمية، ويتعدى مفهوم السيادة الضريبية نطاق القطر الجغرافي، بحيث يصل الحق ليشمل الأشخاص والأموال التابعين لها والموجودين في الخارج6

و عند النظر بالتحليل في مفهوم السيادة الضريبية نجد أنها تتعلق بمبدأ الإقامة ومبدأ الإقليمية، فوفقا لمبدأ الإقامة أو كما يسمى أيضا بمبدأ عالمية الإيراد ، فإن الدولة تعتمد على جنسية الممول أو اتخاذه للدولة مقرا لإقامته الدائمة فيها كأساس لفرض الضريبة على جميع المداخيل التي يحققها من مصادر داخل الدولة أو من خارجه ، أما غير المقيمين فإنهم لا يخضعون للضريبة إلا بالنسبة للمداخيل التي تحققت من مصادر داخل الدولة فقط ،و وفقا لمبدأ الإقليمية ،فإن الدولة

تعتمد على مصدر الدخل كأساس لغرض الضريبية ، حيث تفرض الضريبة على جميع الأشخاص - المواطنين والأجانب - وذلك بالنسبة للدخل الذي يتحقق من مصادر داخل الدولة ، ولا تفرض الضريبة على الدخول التي تتحقق من مصادر من خارج الدولة ، حتى ولو كانت هذه الدخول حققها أشخاص ينتمون إلى جنسيتها أو مقيمون فيها.7 ونظرا لأن التجارة الإلكترونية لا تحدها حدود ، حيث تنطلق غير عابئة بالحدود الجغرافية أو السياسية للدول ، فإن من شأنها أن تؤثر في هذه الأفكار وهذه المبادئ التي تستند إليها الدول لفرض سيادتها الضريبية، حيث يكون من الصعب تحديد إقامة، المنشأة أو تعيين الدولة مصدر الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية.

1.1.1. بالنسبة لتطبيق مبدأ الإقامة : لن تكون هناك مشكلة بالنسبة للعمليات التجارية التي يكون طرفاها من المقيمين في الدولة حيث تفرض الضريبة الدولة التي ينتميان إليها وذلك إذا أمكن حصر هذه العمليات ضريبيا، و لكن تكمن المشكلة عندما تتجاوز العملية حدود الدولة و يصعب تتبعها من الناحية الإدارية ، حيث يتعذر في هذه الحالة تحديد السيادة الضريبية للدولة على صفقات التجارة الالكترونية ، و بالتالي تهرب المنشأة من الضريبة في دولة الإقامة ، و ذلك بسبب ضعف الصلة أو افتقادها بين عناوين الإنترنت و المواقع الجغرافية ، إذ ليس من الصعب على الممول أن يسجل عنوانا بريديا في دولة معينة في حين أن المنشاة تقيم في دولة أخرى.8كذلك فإن الممول يستطيع أن يعقد الصفقة في دولة لا يقيم فيها و لا يحمل جنسيتها ، أكثر من ذلك فهو يستطيع أن يبرم الصفقة عبر جهاز الحاسب الإلكتروني الشخصي الذي يحمله أثناء ركوب الطائرة أو السفينة ، و من ثم فإن تطبيق هذا المبدأ لن يمنع إمكانية التهرب الضريبي عن طريق عقد الصفقات من خلال التجارة الإلكترونية.

يضاف إلى ذلك أنه من الصعب اعتبار الشخص مقيما من الناحية الضريبية في دولة معينة وفقا للقواعد العادية التي تطبقها الدول ، نظرا لأن هذه القواعد لا تتواءم مع طبيعة التجارة الإلكترونية و آلياتها ، وإذا اعتمدت الدولة على معيار المدة الزمنية الأطول كمعيار لتحليل إقامة الفرد فيها ، فإن هذا المعيار ربما لا يلاءم تحديد السيادة الضريبية للدولة على الدخل الناتج من صفقات التجارة الالكترونية ، و ذلك نظرا لأن الممول في الغالب لا يحتاج إلى أن ينتقل من الدولة التي يتوطن فيها إلى دولة أخرى لمزاولة نشاطه التجاري ، وإذا اعتمدت على معيار المصالح الرئيسية و الحيوية فإنه من الصعب أيضا تحديد الدولة التي تكون فيها المصالح الرئيسية أو الحيوية للممول لما يتطلبه ذلك من متابعة لحجم نشاطه في تجارة الإنترنت مع هذه الدولة مقارنة بالدولة الأخرى،

وإذا كانت إقامة الشركات تتحدد على أساس مكان تأسيسها أو مكان إدارتها أو رقابتها ،فإنه من الصعب تطبيق هذه المعايير على صفقات التجارة الإلكترونية ،فاختيار مكان التأسيس قابل للتلاعب من قبل دافعي الضرائب ، لأن التجارة الإلكترونية يمكن أن تتم في مكان، و مقر الإدارة بالنسبة للشركة يقع في مكان آخر ، ومكان الإدارة المركزية يصعب تحديده نظرا للطابع العابر للحدود بالنسبة للتجارة الإلكترونية ، لذلك يكون من السهل للشركات أن تتهرب من دفع الضريبة.9

2.1.1. بالنسبة لتطبيق مبدأ الإقليمية :طبقا لهذا المبدأ يتعين تحقيق الإيراد من مصادر داخل الدولة ، ولكن حتى لا تتوسع الدولة في تطبيق هذا المبدأ على الدخول التي تنتج عن مصادر منها و لكن بصورة غير مباشرة ، فقد تبنت التشريعات الداخلية والاتفاقيات الدولية معيارا حاكما لقصر فرض الضريبة على الدخول التي تفتح مباشرة من مصادر داخل الدولة المعنية،و يتحقق ذلك إما عن طريق تواجد مادي للمنشأة في هذه الدولة ،أو وكيل له سلطة إبرام العقود عن طريق تكامل الدورة التجارية من شراء وبيع.10

و إذا نظرنا إلى الصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية فإنه قد لا يتحقق أي من العناصر السابقة ، و ذلك عندما تكون المنشأة البائعة مقيمة في الخارج و ليس لها وجود مادي في الدولة الأخرى و هنا لن تستطيع الدولة التي تحقق الدخل عن مصادر منها أن تطالب بالضريبة، فالتجارة الالكترونية تتيح للمشروعات الأجنبية أن تتعامل مع المستهلكين في الدولة المضيفة دون حاجة لأن تكون لها منشأة دائمة في صورتها التقليدية ،حيث من الممكن أن يتم التبادل للصفقات بين المشروعات

والعملاء بالكامل من خلال الإنترنت، بما في ذلك مراحل تقديم العروض، والموافقة عليها، ووضع شروط التعاقد والدفع، كذلك فإنه في ظل التجارة الإلكترونية فإن المشروع الأجنبي لا يكون في حاجة إلى وكلاء عنه أو موظفين له في الدولة التي يتم البيع لعملائه المقيمين فيها ، فهؤلاء العملاء لا يحتاجون سوى أن يتصلوا بالخادم الذي يخزن عليه معلومات الكمبيوتر الخاص بالبائع ،والذي يستخدمه المشروع الأجنبي لإجراء الصفقات على أي نوع من المعدات في أي مكان في العالم ، وهذا من شأنه أن يقلل من أهمية الاعتماد على المنشأة الدائمة في تحديد السيادة الضريبية للدولة ،و من ثم فإن مبدأ الإقليمية ليس من شأنه أن يدعم الدولة في منحها حقها الضريبي بالكامل، على الدخل الناتج من التجارة الإلكترونية ، وخاصة عندما يتم البيع دون أن يكون للشركة الأجنبية أي وجود مادي في دولة المشتري ، و حين يتعذر إثبات أن البيع الكتروني يماثل البيع العادي أو التقليدي ، و خاصة إذا لم يترجم هذا البيع في صورة سلعة مادية تدخل عبر المنافذ الحدودية للدولة.11

وإذا كانت الدولة مصدر الدخل بالنسبة للخدمات تتحدد غالبا بالدولة التي تؤدى فيها الخدمة أو التي يقيم فيها المنتفع بهذه الخدمة، فإن الأمر يصعب عندما يتم تقديم الخدمات عبر الإنترنت ،حيث لا يستلزم في كثير من الحالات أن ينتقل مؤديا لخدمة من الدولة التي يقيم فيها إلى دولة المنتفع بها ،كما يمكن أن يحصل المنتفع على الخدمة من خلال موقع لمقدم الخدمة يوجد في دولة غير التي يقيم فيها ومن ثم يصعب تحديد الدولة مصدر الدخل.12

2.1. محاولات حل مشكل السيادة الضريبية: هناك محاولات عديدة بذلت لحل مشكلة تحديد الدولة صاحبة الحق في فرض ضرائب على الدخل الناتج من التجارة الإلكترونية، ومن أهم هذه الحلول، تحديد الأساس الخاضع لهذا النوع من التجارة من خلال الأوامر البريدية حيث يتم الاتصال بين المشتري والبائع عن طريق المراسلات البريدية دون الحاجة لأن ينتقل أي منهما إلى الآخر ،حيث تتم الصفقة و التعاقد طبقا لما يعرضه البائع من إعلانات أو رسوم تفصيلية بالبريد ، ويختار المشتري ما يفضله منها ،على أن تتم الصفقة دون أن يكون للبائع وجود مادي في دولة المشتري ، و تعتبر الدولة التي يوجد بها البائع هي الدولة صاحبة الحق في فرض الضريبة ، فهذا الحل يقترح قياسا للصفقة التي تتم من خلال التجارة الالكترونية على الصفقة التي تتم من خلال الأوامر البريدية ، ومن ثم فإن الدولة التي يوجد بها البائع تعتبر هي الدولة صاحبة الحق في فرض الضريبة على الدخل الناتج من التجارة الالكترونية.

لكن يؤخذ على هذا القياس، أن المراسلات البريدية تتم بين مشتر و بائع واحد ، في حين أن الصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية تعرض عبر شبكة الإنترنت الدولية وهي متاحة لكافة الناس في كل أنحاء العالم دون تحديد مشتر معين في دولة معينة ، كذلك فإن الرسالة البريدية في الغالب لا تشمل سوى العملية التمهيدية لإبرام الصفقة ، حيث يتعين بعد الإطلاع على الرسالة البريدية و قبولها أن يتم الاتفاق على نوعية البضاعة ومكان تسليمها ، وذلك على العكس تماما بالنسبة لصفقات التجارة الإلكترونية ، حيث يتم إبرام الصفقة في الحال بمجرد الضغط على أزرار الحاسب الآلي.

كذلك من هذه الحلول ما قدمته إدارة الخزانة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية في تقريرها عن نظام الضرائب الحكومية التي تستحق على الصفقات التي تتم من خلال شبكة الانترنت في نوفمبر 1997، حيث كلما أمكن يجب تطبيق تشريعات الضرائب القائمة على الصفقات التي تتم عبر الإنترنت و حماية الشركات من أن تخضع للضريبة في إقليمين أو دولتين عن نفس الصفقة.

هذه الحلول التي اقترحت و غيرها لم تستطع أن تقدم حلا جذريا ، و هناك اختلافات في وجهات النظر حول تحديد الدولة صاحبة الحق في فرض الضريبة على الأرباح الناتجة من التجارة الكترونية ،هل هي الدولة التي يوجد بها البائع أم المشتري ،أم شبكة الانترنت أم الحاسب الآلي؟13

2. تحديات فرض ضرائب على التجارة الالكترونية: هناك تحديات كثيرة ناتجة عن فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية، باعتبارها النوع الأول للنمل الأبيض الضريبي سنحاول ذكر أهمها فيما يلي:

1.2. تحدي إثبات التعاملات والعقود: لأن معظم القوانين الوطنية والاتفاقات الدولية هي عبارة عن أحكاما تشترط أن يتم إثبات التعاملات كتابة – أي ما يعرف بالتوثيق – و عليه فإنه في ظل غياب إطار تشريعي يأخذ في الحسبان العمليات التي تتم إلكترونيا من شأنه أن يحدث صعوبة في هذا المجال ، يضاف إلى ذلك أن السرية التي تحاط بها التعاملات من شأنها أن تطرح مشكلة عدم قدرة الإدارة الجبائية على معرفة محتوى المبادلات و بالتالي قيمتها ، و أيضا عدم معرفة أسماء المتعاملين في بعض الأحيان وهذا من شأنه أن يكون عائقا بالنسبة لجباية الضرائب.14

2.2. تحدي النقود الإلكترونية: بحيث أن النقود الإلكترونية ستحل بمرور الزمن محل النقود الحقيقية، لأن سرعة حركة رؤوس الأموال و تطور العلاقات التجارية الدولية أدى إلى انتشار واسع للنقود الالكترونية في معاملات الأفراد بالمقارنة مع النقود الحقيقية، و هذا بدوره أدى إلى تحسين وسائل الدفع ،حيث ظهرت بطاقات إلكترونية كثيرة أهمها بطاقات الائتمان و البطاقات الذكية مثل بطاقة البرغوث ،وبطاقة الفيزا و ماستركارد.15حيث تحتوي هذه البطاقات الالكترونية على رقائق بها أرصدة أموال الأفراد، و التي تستخدم في دفع المستحقات و تسوية الحسابات مما يزيد من الصعوبة التي تواجهها إدارة الضرائب و تتفاقم هذه الصعوبات لو تمت المدفوعات بالنقود الالكترونية عبر الانترنت.16 يضاف إلى ذلك أن المدفوعات الإلكترونية تتم بدون تسجيل محاسبي، ومن ثم فهي تفتح المجال للتهرب الضريبي، و منه فإن العمليات التي تتم تسويتها عن طريق النقود الإلكترونية يصعب محاسبتها نظرا لعدم وجود حسابات ممسوكة يمكن الإطلاع عليها، و تتفاقم المشكلة أكثر لو صار من الممكن تسليم المدفوعات بالنقود الإلكترونية عبر الإنترنت كما تتجه التطبيقات الحديثة لفكرة المال الرقمي.17

3.2. تحدي الوصول إلى الدفاتر والسجلات الإلكترونية: في حالة التجارة التقليدية نجد أن دافعي الضرائب مطالبون بتقديم الدفاتر والسجلات المحاسبية، وجميع الوثائق التي تثبت مداخيل المكلف إلى السلطات الجبائية لدعم عملية تقدير الضرائب المستحقة و السلطات الضريبية تقوم بالتحقق من هذه المعلومات التي يقدمها دافعي الضريبة ،و غالبا فإن السلطات الضريبية تعتمد على المعلومات التي تقدمها المؤسسات المالية أو وسطاء آخرين في نطاق اختصاصها ، أما في بيئة التجارة الإلكترونية فإن الدفاتر و السجلات غالبا ما تكون أكثر منها في التجارة التقليدية ، و غالبا ما تخزن في دولة أخرى مما يجعل من الصعب جدا الوصول إليها.18ويرى البعض أن المعاملات الإلكترونية تثير بعض التحديات فيما يتعلق بمراجعة الحسابات أهمها:19

- القدرة على تحديد مكان وصول السجلات التي يحتفظ بها في أشكال إلكترونية ؛
- القدرة على تشفير السجلات الإلكترونية ؛
- الافتقار إلى الأصالة و النزاهة و الثقة في السجل الإلكتروني.

4.2. تحدي إثبات موقع المكلف على شبكة الانترنت ونشاطه: إن إثبات موقع المكلف بالضريبة في تعاملات التجارة الإلكترونية، يعتبر من أهم التحديات التي تواجه فرض الضريبة على الدخل الناتج عن التجارة الالكترونية، وذلك لصعوبة تحديد هوية صاحب النشاط (البائع) ولا حتى المشتري على شبكة الإنترنت، حيث يستطيع أن يقيم ويبرم الصفقات التجارية في أي دولة لا يقيم فيها، ولا يحمل حتى جنسيتها وبالتالي يسهل عليه التهرب من دفع الضريبة، وذلك بعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية ، بالإضافة إلى ذلك التحول نحو إنتاج منتجات رقمية ، حيث أن هناك عدد من المنتجات مثل الصور الفوتوغرافية، و التسجيلات الصوتية و الاستشارات الطبية و المالية و الخدمات التعليمية و البرامج التطبيقية يمكن حاليا الحصول عليها مباشرة من خلال الانترنت ، مما يمثل تحديا فيما يخص المعاملة الجبائية لهذه المنتجات ، كما أصبح بإمكان الشركات أن تنشأ متجر افتراضي على الانترنت و من خلاله تعرض و تبيع منتجاتها ، و بإمكان الزبائن أن يتجولوا في هذا المتجر وأن يطلبوا خدمات معينة و يستفسروا عن أسعار المنتجات المعروضة مع إتاحة عدة فرص أمامها لتحديد طرق الشحن و الدفع التي يفضلونها و بيان التكلفة الإجمالية في كل حالة،20

5.2. تحدي البيئة الرقمية ذاتها (الإنترنت): إن شبكة الإنترنت جعلت من الصعب فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية، و يمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية:21

- العنصر الأول: سهولة التهرب من الضريبة و بصفة خاصة الضريبة على المبيعات من التجارة الالكترونية ، فمثلا عندما يشتري شخص ما اسطوانة من أحد محلات الاسطوانات الموسيقية فإنه يدفع تلقائيا ضريبة مبيعات ، أما لو اشتراها من خلال شبكة الإنترنت فالمرجح أنه يتهرب من دفع الضريبة و المفترض أن يدفعها ، ومن الصعب على الأجهزة الضريبية اقتفاء أثر المنتجات الرقمية ، و من ثم فإن المشترون عبر الإنترنت لا يدفعون أية ضرائب ؛

- العنصر الثاني : الانترنت ستزيد من صعوبة تحديد هوية الأفراد أو الشركات العاملة في الأنشطة التي من المفترض أن تخضع للضريبة ، كذلك ستزيد من حركة الشركات و تنقلها مع أنواع معينة من الأيدي الماهرة ، فالأعمال أو الأفراد الذين يعملون من خلال شبكة الانترنت يستطيعون بسهولة الانتقال إلى الدولة ذات الضريبة المنخفضة؛

- العنصر الثالث : الإنترنت ستزيد من الصعوبات التي تواجهها الإدارات الجبائية ، حيث أن هناك متغيرات عديدة ناجمة عن التجارة الإلكترونية من شأنها أن تجعل السلطات الضريبية تواجه تحديات كثيرة منها، التحول من المعاملات الورقية التي تسمح لسلطات الضرائب بتعقب آثار هذه المعاملات كالفواتير، إلى معاملات رقمية يصعب تعقبها ، و منها أيضا التحول التكنولوجي من إنتاج وبيع منتجات مادية إلى إنتاج منتجات رقمية ، و هناك الكثير من المنتجات مثل الصور الفوتوغرافية و الاستشارات المالية والقانونية والطبية والخدمات التعليمية من الممكن الحصول عليها مباشرة من خلال الإنترنت، وهذا يعني أن هناك صعوبة متزايدة في تحديد المؤسسة التي يمكن التعامل معها لغرض فرض الضريبة عليها، ومع الغموض في تحديد صاحب الاختصاص بغرض الضريبة.

6.2. تحدي العدالة الضريبية: مع تزايد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم ، و في إطار مرونة الحركة الذي تدعمها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، بدأ ظهور اختلال في تحقيق العدالة الضريبية مبني على أساس تكنولوجي، فعلى سبيل المثال قد يتمكن المديرون من نقل أعمالهم إلى المناطق ذات المعدلات الضريبية الأقل ، بينما سيبقى العامل المادي غير قادر على تحقيق ذلك، و في المستقبل القريب ، سيكون من الصعب فرض ضريبة على المنشآت أو الأفراد ذوي المكاسب المرتفعة بمعدلات كبيرة،لأن هذه المنشآت و الأفراد هي الأكثر مرونة في التنقل ، مما يمكنها من نقل نشاطها إلى دول أقل في أعبائها الضريبية ، و بالتالي فإن العمل غير الماهر سوف يتحمل عبئا ضريبيا أعلى.22بالإضافة إلى المشاكل السابقة يمكن تلخيص تحديات أخرى فيما يلي:

- عدم توافق التعاملات الإلكترونية مع مبادئ الجباية التقليدية، وهذا راجع إلى اختلاف أماكن المتعاملين، والمشكلة هي هل يتم فرض الضريبة على الدخل في البلد المصدر أو في البلد إقامة المستفيد من الدخل؟؛

- صعوبة تحديد المعاملات التجارية و الأعوان التجارية القائمة بهذه المعاملات بسبب السرية التي قد تحاط بها من جهة ، وعدم القدرة على إثبات تلك التعاملات من جهة أخرى ، الأمر الذي ينجم عنه تهرب وغش ضريبي يضعف كفاءة الجهاز الضريبي؛

- قلة تكلفة الاتصال بالإنترنت أدى إلى نمو المؤسسات المصدرة و منه قوائم الملفات لدى إدارة الجمارك مع العلم أن هذه الأخيرة تتميز بنظام كلاسيكي غير مرن مما يعيق عملية التصدير (الإجراءات البيروقراطية)؛

- تتميز المعاملات التجارية عبر الانترنت بتبادل المعلومات والسلع بين الزبون والمورد بشكل مباشر، الأمر الذي يؤدي إلى إلغاء دور بعض الوسطاء التجاريين المعتمدين من طرف الدولة ومنه عدم القدرة على تحديد الضرائب ؛

- تمتاز تكنولوجيا المعلومات الحديثة بإمكانية تشفير المعلومات بدقة عالية السرية و هو أمر مفيد للعمليات التجارية ، في حين أنه يعد عائقا أمام الرقابة الجبائية للتعاملات التجارية و اسم الخاضع للضريبة...الخ؛

- إشكالية التهرب الضريبي في ظل وجود شبكات محلية للمؤسسات المتعددة الجنسيات هذه الأخيرة لها شبكات محلية.

- إشكالية المنازعات الضريبية نظرا لغياب محل المعاملة (الحدود الإقليمية)؛

- صعوبة الرقابة الجبائية للمنتجات غير المادية (البرامج ،المحلات الالكترونية، ...الخ) نظرا لغياب الوثائق كالفواتير مثلا؛

- عدم مرونة الجهاز الضريبي (اتجاه هذه المعاملات الجديدة)؛

- غياب تصور قواعد الجباية المنظمة للتعاملات التجارية الالكترونية.

ثالثا. اقتراحات ضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية: بسبب التطور الهائل في الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية خصوصا، وبسبب التحول إلى التجارة الالكترونية بدل التجارة التقليدية في كثير من الدول، أدى ذلك إلى تآكل وعاء الضريبة، والنتيجة انخفاض الإيرادات الضريبية، وكذلك بسبب قصور قوانين الضرائب المطبقة على التجارة التقليدية، وغير الموازية للتطور الحاصل في التجارة الالكترونية لذلك حاول المختصين اقتراح مجموعة من الضرائب يتم فرضها على التجارة الالكترونية لتعوض الخسارة الناجمة عن التحول إلى التجارة الالكترونية ومن أهم هذه الضرائب نذكر ما يلي:

1. **الضريبة على الاستهلاك** : يهدف هذا المقترح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض ضريبة على الاستهلاك و الملكية ، حيث أن كل منها منخفض المرونة و صعب إخفائه وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها،حتى أولائك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنت حيث يقومون بإنفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال،23 ولكن هناك مشاكل يطرحها فرض الضرائب غير المباشرة، منها مشكلة وجود منتجات مرقمنة ومعلومات digitalisé وهذا ما يقود إلى طرح السؤال عما إذا كانت هذه المنتجات نوعا ثالثا من المنتجات أم تقديما للخدمات. وهذا له أثر في تطبيق الرسم على القيمة المضافة والحقوق الجمركية.بالإضافة إلى ما سبق، هناك مشكلة ثانية مطروحة بهذا الخصوص وهو كيفية تحديد مكان الاستلام والاستهلاك أي المكان الذي يجب أن يتم فيه الإخضاع.24وفي مؤتمر أوتاوا تم إعداد مجموعة من المبادئ التوجيهية بخصوص هذا النوع من الضرائب هي:25

- لابد أن تقود القواعد القابلة للتطبيق في مجال الضرائب على الاستهلاك في حالة التبادلات عبر الحدود إلى فرض الضرائب في الدول التي يتم فيها الاستهلاك؛

- يجب أن يخضع ذلك لتوافق دولي للشروط التي يتم بموجبها اعتبار سلعة أو خدمة كما لو أنها استهلكت في دولة معينة؛

- يجب ألا يعالج تقديم منتجات مرقمنة في إطار الضرائب على الاستهلاك كما لو يبدو أنه تقديم أي سلعة؛

- عندما تقوم مؤسسات أو هيئات أخرى بحيازة خدمات أو سلع معنوية في دولة ما من قبل موردين بالخارج، فإن الدول لا بد أن تلجأ إلى التصفية الذاتية، التقييم الذاتي أو إلى أي آلية أخرى مكافئة إذا كان ذلك يسمح لها بالمحافظة فورا على الوعاء الضريبي وكذا تنافسية الموردين الوطنيين.

أما بخصوص مكان الاستهلاك فلقد تم تحديد المبادئ التوجيهية التالية:

- فيما يخص المعاملات بين المؤسسات تم اعتبار انه من الأفضل معالجة الخدمات غير المادية كما لو أنها استهلكت في المكان الموجودة فيها المؤسسة الوجهة إليها وتعتبر فيه حاضرة تجاريا؛

- فيما يخص المعاملات بين المؤسسات والمستهلكين فيتم اعتماد مكان الإقامة العادي للزبون. و لما يكون هناك مستهلك يقيم في أكثر من دولة فإن مكان الاستهلاك هو المكان الني يقضي فدع أكبر قدر من وقته.

ويمكن اعتماد خمس آليات لتحصيل الضريبة على الاستهلاك هي:26

- التقييم الذاتي للضريبة/ مع التصفية الذاتية: فيقوم الشخص الموجهة إليه الخدمة بتحديد الضريبة الواجبة على الواردات من الخدمات والمنتجات غير المادية ودفع المبلغ إلى السلطات الضريبية الوطنية؛

- تسجيل غير المقيمين: يعمل هذا النظام على إجبار المؤسسات غير المقيمة التسجيل لدى سلطة (جهة) قضائية وتتم لديها عمليات الفوترة وتحصيل الضرائب الاستهلاك وتوجهها بعد ذلك إلى السلطات الضريبية لبلد الاستهلاك؛

- فرض الضرائب على المنبع وتحويلها: تقوم المؤسسات بتحصيل الضرائب على الاستهلاك على الصادرات نحو غير المقيمين. ويتم دفع المبالغ المحصلة للسلطات الضريبية الوطنية التي تقوم بتحويلها للسلطات الضريبية لبلد الاستهلاك؛

- تحصيل الضريبة من طرف ثالث موثوق مثل الوسطاء الماليين: حيث يقوم الطرف الثالث بتحصيل الضرائب على الاستهلاك على لمن المدفوعات التي تتم بين الزبائن والموردين للمنتجات الرقمية، ويقوم كذلك بتحويل الضرائب للدولة مكان الاستهلاك.

- الخيار المعتمد على التكنولوجيا و/أو تسهيلات التكنولوجيا:مثل استخدام برمجيات ذات مناعة عالية لحساب الضريبة آليا على المعاملات وتحويلها لبلد المقصد. ويتطلب مثل هذا الخيار تعاونا دوليا لتركيب هذا النوع من البرمجيات.

وعموما فإن فرض ضريبة على الاستهلاك تساعد في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها، حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الإنترنت حيث يقومون بإنفاق هذه المداخيل بأي حال من الأحوال.27

2. الضريبة على البريد الإلكتروني: إن بيع السلع عبر شبكة الانترنت يطرح العديد من التساؤلات والتي من ضمنها، تحديد مكان عقد الصفقات، أي تحديد الأثر الضريبي على هذه المبيعات، وما هو المكان الذي يعتبر محل المشتري، وما هي العوامل المؤثرة على ضرائب الدخل، والعوامل المؤثرة على ضريبة القيمة المضافة، وضرائب الاستهلاك ، إلا أن التجارة الالكترونية قد تتم صفقاتها التجارية عبر البريد الإلكتروني، لذلك تم اقتراح إنشاء ضريبة على البريد الإلكتروني بمعدل رسم يقدر بـ (0.01) دولار على كل مئة رسالة مرسلة عن طريق البريد الإلكتروني email على أن يستخدم إيراد هذا الرسم في دعم شبكات الانترنت في الدول الفقيرة.28

3. الضريبة على البرامج الجاهزة والتجهيزات الإلكترونية: لقد تطورت وسائل ممارسة التجارة الإلكترونية كبيع المعلومات و البيانات المنسوخة أو المسجلة على برامج الكمبيوتر والمعروفة بالبرامج الجاهزة (software)، والتي يمكن الحصول عليها في صورة مادية من خلال القرص المدمج (CD) أو عن طريق رابط (موديم) بالإنترنت، وقد أثارت هذه البرامج الخلاف في مدى خضوعها للضريبة، والخلاف ليس إذا كانت في صورتها المادية لأنها تعامل كغيرها من السلع التقليدية، وإنما عندما تباع المعلومات عن طريق عرضها على شاشة الكمبيوتر للعملاء في مقابل مادي، كما هو الحال بالنسبة لشركات توفير البيانات المالية للبنوك وسماسرة الأوراق المالية والمتعاملين فيها، الذين يحصلون على هذه المعلومات من خلال النقل الالكتروني لها لتظهر على شاشاتهم، وبالتالي تعتبر هذه البيانات صورا لا يمكن لمسها أو حيازتها، ومن ثم لا يمكن اعتبارها من قبيل السلع المادية، وتضل مجرد خدمات تخضع لضريبة المبيعات إذا قرر القانون صراحة خضوع هذا النوع من الخدمات للضريبة.29

كذلك تم اقتراح فرض رسم على التجهيزات الإلكترونية والمعروفة باختصار (P.C) (Personnel Computer) والمجهزة بحيث تتيح الدخول في شبكة الإنترنت، وما يتميز به هذا الرسم أنه لا يدفع المؤسسات أو المستخدمين إلى الهروب وإعادة التوطن لأن هذا الرسم يعتمد أساسا على الرابط المادي الذي يتجسد في ربط المستخدمين بالشبكة.

و تعتمد بعض الدول على مكان وجود الخادم (server) الذي ييسر اتصال موقع شبكة المشروع بالانترنت، واعتباره الدليل على الدولة مصدر الدخل الذي يحققه المشروع نتيجة اتصال العملاء بالموقع، وممارسة التجارة الالكترونية، وبعض الدول كالنمسا مثلا تعتبر الدولة التي يوجد فيها الخادم هي مصدر للدخل، في الحالات التي يكون الدخل ناتج عن نشاط المنشأة المولد للربح بصورة مباشرة يمنع دخل ناتج عن البيع عبر الأنترنت ،ولا يقتصر دور الخادم على مجرد الترويج والإعلان عن منتجاتها أو جمع طلبات الشراء وغيرها.30

4. **الضريبة على البايت (Bittax)**: يعرفها بعض مختصي الجباية بالرسم على وحدات التعداد الالكتروني، وظهرت لأول مرة هذه الضريبة في تقرير قدمه الباحثان (أورتير كورديل و توماس وايد) أمام نادي روما في ديسمبر 1994، وتم فرض هذه الضريبة على أساس الوحدات الرقمية (Bits) على اعتبار أنها العنصر الذي يمكن قياسه وتتبعه وتحديد الضريبة على أساساه. حيث تعرف الضريبة على الوحدات الرقمية بأنها:" هي نوع من أنوع الضرائب التي تفرض على التجارة الإلكترونية على أساس حجم المعاملات الرقمية التي تنقل إلكترونيا، أو على أساس كل وحدة من الزمن يستغرقها نقل المعلومات إلكترونيا، ولا تدخل في ذلك الضرائب التي تفرض على خدمة تقدم المعلومات.كما أن هناك تعريف آخر للرسم على وحدات التعداد الإلكتروني:بأنه:" رسم يفرض على الانتقال الالكتروني للمعلومات (انتقال رقمي وهو إلا على المبادلات التي تتميز بخصائص الارتباط (Interactif).ومن ثم فإن الحصص التليفزيونية و الإذاعية و المحادثات التي تتم عبر خطوط الاتصال ليست معنية بهذا الرسم، أي خارج نطاق تطبيقه بشرط ألا تكون هذه النشاطات موجهة لأشخاص معينين مثل الإرسال عبر الأقمار الصناعية لاستقبالها من طرف المطابع.31

و هذا الرسم شبيه بالرسم المفروض على الإنتاج والفرق يكمن فقط في أن هذا الرسم لا يستهدف منتوج محدد بل وحدة التعداد الإلكتروني وذلك مهما كانت الوسيلة المستخدمة لنقل هذه الوحدة التي تعبر عن التبادلات المحققة أو الصفقات الدولية المبرمة.

1.4. **أساس الرسم على وحدات التعداد الإلكتروني**: ويرى الباحثين أن هذه الضريبة هي البديل الأفضل عن الضريبة على القيمة المضافة بالمعنى الواسع للقيمة المضافة للسلع والخدمات غير المادية التي تنقل إلكترونيا. ويكون وعاء الضريبة هو ذلك النقل بحيث يمكن أن يختلف وعاؤها تبعا لكثافة نقل المعلومات أو الاتصالات إذ يمكن أن تدل عدد الوحدات الرقمية على كثافة النقل، أكثر مما يعبر عنه الزمن الي يستغرقه الاتصال الهاتفي أو المسافة التي توجه إليها هذا الاتصال،وعموما فإن أساس هذا الرسم فيتم تحديده من خلال عدد وحدات التعداد الإلكتروني وليس على أساس تكلفة أو قيمة الاتصال في حد ذاته التي هي متغير تابع للمسافة والزمن، هذين العاملين لا يمكن أن يكشفان عن القيمة الحقيقية لعملية الاتصال.32

2.4. معدل الرسم: تم اقتراح معدل ضريبة منخفض جدا، قدره (Arthur cordelle) بواقع جزء من مائة ألف من السنت لكل وحدة بيت (Bit) ، و البيت (Bit)هو وحدة تعداد تتخذ كأساس في التعداد المزدوج الخاص بالآلات الإلكترونية أي (0.000001 لكل 1بيت (Bit)، أو 01 بالمائة لكل 1 ميجا بيت).33

3.4. **مزايا وعيوب الرسم على وحدات التعداد الإلكتروني**: هناك من وجه لهذا الرسم أو الضريبة مزايا متعددة ، وهناك من وجه لها عيوب كإصدارها بالأعمال الإلكترونية وتطورها، وعموما سنحاول توضيح مزايا وعيوب هذه الضريبة فيما يلي:

1.3.4 . **مزايا ضريبة البايت**: يرى المدافعون عن هذه الضريبة أن مزاياها لا تقتصر على الجانب المالي المتمثل في توفير إيرادات ضريبية معتبرة، بل يمكن أن يكون لها آثار إيجابية على البيئة والمجتمع، ويمكن تلخيص أهم الإيجابيات فيما يلي:34

- تشجيع النقل الإلكتروني للسلع والخدمات بالاستفادة من الضريبة المنخفضة على هذا النقل مقارنة بالضرائب والرسوم التي تفرض على النقل بالوسائل التقليدية أو المادية، مما يعود النفع على البيئة نتيجة تقليل الازدحام من النقل المادي لهذه السلع والخدمات ومن ثم التقليل من معدلات التلوث البيئي.
- تساعد المنشآت والجهات المختلفة في مراقبة موظفيها الذين يستخدمون الإنترنت في أوقات العمل في مجالات غير مفيدة لأعمالهم، كإرسال بريد إلكتروني خاص بهم، أو الإطلاع على مواقع لا تفيد العمل، ويتولد حافز الرقابة حين تجد المنشأة، أو الجهة نفسها ملزمة بأداء مبالغ تتحدد على حسب استعمالها لوسائل الاتصالات المتاحة لديها.
- يمكن الاستفادة من الحصيلة المتوقعة من هذه الضريبة في أغراض اجتماعية عامة كدعم نظام الضمان الاجتماعي، وتعويض العمال الذين يفقدون فرص العمل نتيجة التجارة الإلكترونية، أو لأغراض خاصة كتعويض الخسارة التي يمكن أن يتعرض لها أصحاب حقوق الملكية الفكرية نتيجة عرض أعمالهم عبر الإنترنت.

2.3.4 . **عيوب ضريبة البايت**: هناك دول عديدة تعارض فرض هذه الضربة بل معظم الدول الكبرى منها الولايات المتحدة الأمريكية و أستراليا وكندا، وحتى المنظمة العالمية للتجارة رفضت فكرة هذه الضريبة التي تطبق عامة دون تمييز.ومن أهم الانتقادات الموجهة لهذه الضريبة نذكر ما يلي:35

- أنها ضريبة عمياء، بمعنى أنها تفرض على كافة الاتصالات دون تمييز بين نوع الاتصال أو الغرض منه، تجاريا كان أو غير تجاري، وبالتالي فإن الضريبة على الوحدات الرقمية لا تدل على طبيعة الصفقات التي أبرمت، أو الدخل أو الربح الناتج عنها، وغير ذلك من العناصر الأساسية لفرض ضريبة عادلة على التجارة الإلكترونية، وبالتالي فإن هذه الضريبة يمكن أن تفرض على حجم كبير من المعاملات بسم أكبر مما تفرض على معلومات أقل حجما رغم أن المعلومات ذات الحجم الكبير قد تكون منخفضة القيمة، والأهمية من المعلومات ذات الحجم الأقل.
- صعوبة تقدير هذه الضريبة ما لم تعرض على نطاق عالمي فإنه من الممكن أن تتحول المنشأة التي تعمل في التجارة الإلكترونية إلى الدول التي لا تفرض هذه الضريبة للتهرب، أو التجنب من أداء الضريبة في الدول التي توجد فيها، كما تثار

مشكلة كيفية توزيع العوائد المتوقعة منها على الدول المختلفة واحتمال انخفاض ما يؤول إلى الدول النامية نتيجة تطبيقها.

- لا يجوز استخدام هذه الضريبة بحجة تعويض البطالة المتوقعة من التطور التكنولوجي في الاتصالات، حيث يرى بعض الباحثين أن هذه البطالة ذات طبيعة مؤقتة، بل يجب أن لا نغفل الأثر الإيجابي لهذا التطور والمتمثل في الوظائف وفرص العمل الجديدة التي يوفرها، فضلا عن الزيادة في النتاج المصاحبة للتجارة الإلكترونية، والتي تعود على سوق العمل بالنفع في صورة زيادة في الطلب وامتصاص نسبة من هذه البطالة.

- لا يمكن التسليم بأن التجارة الالكترونية ذات أثر سلبي على الحصيلة الضريبية دون تحليل لطبيعة ونوع الانخفاض المتوقع إذ يمكن أن تزداد حصيلة ضرائب الدخل والمراقبات بزيادة أرباح الشركة العاملة في هذا المجال.

- قد تؤدي إلى ازدواج ضريبي يقع على عاتق المتعاملين مع الإنترنت، وذلك حيث تعرض الضريبة على القيمة المضافة على خدمات الاتصالات الهاتفية وعلى عمليات إجراء البيانات وتوليد الطاقة، وبرامج الكمبيوتر المشتراة و أجهزة الكمبيوتر المستخدمة في عمليات الاتصال، ثم يضاف إليها ضريبة الوحدات الرقمية.

- تؤدي هذه الضريبة إلى تمييز لغير صالح نقل البيانات عبر الإنترنت، إذا كان نقل البيانات عبر الوسائل الأخرى كالهاتف أو الفاكس أو البريد السريع لا يخضع للضريبة بينما تفرض ضريبة للوحدات الرقمية على نقل البيانات عبر الإنترنت.

- لا يتلاءم فرض هذه الضريبة مع كون التجارة الإلكترونية لا زالت ناشطة وهي مرحلة النمو، خاصة في الدول النامية، لذلك فهي بحاجة إلى تشجيع، وحوافز ضريبة تتمثل في إعاقتها من الضريبة، إذ يمكن أن يؤدي فرض الضريبة المقترحة إلى إعاقة هذا النمو، والتقليل من استخدام التجارة الإلكترونية.

- تتعارض فكرة استخدام ضريبة الوحدات الرقمية كوسيلة رقابية على الموظفين المستخدمين للإنترنت، مع متطلبات الحفاظ على الحرية الشخصية التي يحرص عليها الأفراد.

- عدم عدالة هذه الضريبة لأنها لا تميز بين المعلومات المنقولة عبر وسائل الاتصالات، ومن ثم الدفع بعدم دستوريتها.

- يستطيع المستخدم الذي يستخدم تقنيات متطورة أن يتهرب منها بوسائل تقنية كالتشفير، مما يعني تطبيقها في الواقع على الفئة التي لا تملك القدرة على استخدام التقنية التي تعين على التهرب، أو تجنب الضريبة.

- لا تحتاج الدول النامية إلى الدعم المالي وحده للنفاذ إلى الإنترنت أو لتنمية- تجارتها الالكترونية، بقدر ما تحتاج إلى تغيرات جوهرية في سياستها التعليمية، ونظمها الحكومة، وتبنيها لسياسات أكثر حرية وأقل تدخلا في شؤون الأفراد.

بالإضافة إلى العيوب السابقة، فإن هناك عقبات أصبحت مطروحة أمام فرض هذه الضريبة يمكن إيجازها فيما يلي:36

- ازدياد الأنظمة الجبائية تعقيدا وهو ما يتعارض مع أهداف السياسة الجبائية التي تسعى إلى تبسيط هذه الأنظمة.

- إن تطبيق هذا الرسم وبغرض منع الازدواج الضريبي فالإشكال هو الرسم على القيمة المضافة ومدى سريانه على الخدمات الالكترونية؛ وإذا كان الأمر كذلك فهذا يوقع في الازدواج الضريبي ومن ثم يختل مبدأ منع الازدواج، أما إذا تم إعفاء هذه الخدمات من الرسم على القيمة المضافة فذلك يعني زيادة تعقيد النظم الضريبية؛ ولا شك أن هذا سيتطلب استثمارات إضافية من أجل اقتناء وتركيب وصيانة أجهزة التعداد الالكتروني، الأمر الذي قد يؤدي إلى الانصراف عن القيام بهذه الاستثمارات وهو ما ينعكس سلبا على تطوير التكنولوجيا في حد ذاتها بسبب الإحجام عن استخدامها لتجنب الر سم، هذا بالإضافة إلى أن رصد تدفق البيانات عبر شبكة الاتصالات يعد في حد ذاته أيضا عمل غير مرغوب فيه لأنه يمثل مساسا بالحريات وبسرية المعاملات، ثم أن القيام بكل تلك الأعمال إنما ينجر عنه أعباء مالية كبيرة تتحملها الإدارات الجبائية، الأمر الذي يفقد هذا الرسم الجدوى الاقتصادية، أي أن ما ينفق في سبيل فرضه وجبايته قد يتعدى حصيلته وهو ما يمثل إخلالا بأحد المبادئ العامة للضريبة .

- إن الاعتماد على وحدات التعداد الالكتروني لتقدير حجم الصفقات أو المبادلات قد لا يعطي نتائج دقيقة لأن البضاعة أو خدمة المحولة عبر شبكة اتصال قد لا تستهلك إلا القليل من هذه الوحدات وهو ما يعني انخفاض وعاء الرسم و من ثم انخفاض قيمته في الوقت الذي تكون قيمة هذه البضاعة أو الخدمة عالية جدا، والعكس صحيحا.

الخاتمة:

إن للتحديات الحديثة التي أفرزتها العولمة آثار وخيمة على الأنظمة الجبائية، ومن أهم هذه التحديات عالجنا تحدي التجارة و المعاملات الإلكترونية و التي تمت معالجتها بطريقة مفصلة من خلال إظهار أهمية هذا النوع و المداخيل الضخمة التي يحققها مع توضيح قدرة هذا النوع على الإفلات من رقابة الإدارة الجبائية بسبب صعوبة تحديد المؤسسة التي يتم التعامل معها لأغراض الضرائب، كذلك عالج تحديات استخدام النقود الإلكترونية، كما تم التطرق إلى أهم الاقتراحات الممكنة لفرض ضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.و عموما يمكن أن نوصي بما يلي:

- إدراج تشريعات جبائية لإخضاع التجارة الالكترونية للضرائب وفق ظروف كل بلد ؛
- عصرنة الإدارة الجبائية بحيث تواكب التطور التكنولوجي الهائل و السريع في مجال التجارة الالكترونية ؛
- الاهتمام بتكوين أعوان و موظفي الإدارة الجبائية حتى يتمكنوا من أداء الأعمال المسندة إليهم كما ينبغي من تقدير الأوعية الضريبية لهذا النوع من التجارة و تدريبهم على مراقبتها؛
- تقريب الإدارة الجبائية من المكلف، و لا يتأتى ذلك إلا من خلال بناء سياسة اتصال فاعلة بينهما و تنمية الوعي الجبائي وإرساء ثقافة المواطنة لدى المكلف بالضريبة حتى يثق في الإدارة الجبائية و يتأكد أنها لا تؤثر على نشاطه سلبا بل إيجابا؛
- توعية المواطنين بضرورة عصرنة طرق التواصل مع الإدارة الجبائية عند التصريح و الدفع و بذلك نختصر الوقت و التكلفة ونساهم في دعم الإدارة الجبائية و تحديثها؛
- تقوية النظام الزجري و العقابي على كل المتهربين من الضريبة في مجال التجارة الإلكترونية ؛
- يجب على المشرع إحداث هيئات رقابية حديثة عملها مراقبة التجارة الالكترونية ،و المداخيل المحققة من خلالها.

الهوامش والمراجع:

1- المادة:06 ،قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ،الجريدة الرسمية العدد: 28 ،الصادرة بتاريخ: 16 ماي 2018 ، ص:05.

2- نفس المرجع ،المادة:02 ،ص:05.

3- نفس المرجع ،المادة:03 و المادة:05 ،ص:05.

4- المادة:08 ،قانون رقم 18-05 ،مرجع سبق ذكره ، ص:06 .

5- نفس المرجع ،المادة:09 ،ص:06 .

6- رمضان صديق، مشكلات الضريبة على دخل التجارة الإلكترونية، والحلول الممكنة، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، العدد الثالث، سبتمبر 2002، ص: 255.

7- نفس المرجع ، ص: 255.

8- نفس المرجع ، ص: 257.

9- نزيه عبد المقصود محمد مبروك، المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الإلكترونية، الاتجاهات – المشاكل والتحديات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر ،2011، ، ص ص : 67-68.

10- رمضان صديق، مرجع سبق ذكره ، ص ص: 263-264.

11- نفس المرجع ، ص: 264.

12- رمضان صديق، مرجع سبق ذكره ، ص: 265.

13- جلال الشافعي، التجارة الإلكترونية والضرائب، الأهرام الاقتصادي، العدد:198، يونيو 2004، ص ص: 72- 75.

14- طواهر التهامي وآخرون، تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية، ص: 11، الموقع:-manifest.univ ouargla.dz/documents/.../touaher.pdf ،تاريخ البحث: 2015/08/15، الساعة: 19:11 سا.

15- سحنون محمود ، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية ، مقال بمجلة العلوم الإنسانية العدد الرابع، جامعة محمد خيضر بسكرة ،ماي 2003، ص ص:71-72.

16- ناصر مراد،انعكاس العولمة على السياسة الضريبية، الملتقى الوطني حول:السياسة الجبائية الجزائرية في الألفية الثالثة ، 11-12 ماي 2003 ، جامعة سعد دحلب البليدة ، ص ص: 150-151.

17- عزوز علي وآخرون، إشكالية جباية المعاملات في التجارة الإلكترونية، ملتقى المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، يومي 04 و 05 ديسمبر 2007، جامعة شلف، الجزائر، ص: 03.

18- نزيه عبد المقصود محمد مبروك، مرجع سبق ذكره، ص ص: 89-90.

19- نفس المرجع ، ص:90.

20- عزوز علي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:04.

21- يونس عرب، التنظيم الضريبي والجمركي لصفقات التجارة الإلكترونية، ص ص: 140-141. الموقع: www.yemen-nic.info/contents/informatics/studies/9.pdfالتاريخ: 2015/07/10، الساعة : 18:00 سا.

22- رأفت رضوان وآخرون، الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية، ص:10، الموقع:-www.arab-api.org/images/publication/pdfs/144/144-j2 2.pdf ،التاريخ: 2015/08/19، الساعة: 17:00 سا.

23- عزوز علي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص:6-7.

24- قدي عبد المجيد، دراسات في علم الضرائب، مرجع سبق ذكره، ص:187.

25- نفس المرجع، ص ص:187- 188.

26- قدي عبد المجيد، دراسات في عامل الضرائب، مرجع سبق ذكره، ص ص: 188-189.

27- رأفت رضوان وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:15.

28- أحلام علي الشيخ، الدخل الخاضع للضريبة في مجال التجارة الالكترونية، أطروحة دكتوراه في المحاسبة، جامعة دمشق ، سوريا ،2006،ص:73.

29- نفس المرجع، ص ص:200-201.

30- مرازقة صالح، الملتقى الوطني حول:السياسة الجبائية الجزائرية في الألفية الثالثة ، 11-12 ماي 2003 ، جامعة سعد دحلب البليدة ،، ص:15.

31- نفس المرجع، ص17 .

32- نفس المرجع، ص:17.

33-أحلام علي الشيخ، مرجع سبق ذكره، ص: 184.

34- نفس المرجع، ص ص:186-187.

35- أحلام علي الشيخ، مرجع سبق ذكره، ص ص:188-191.

36- مرازقة صالح، مرجع سبق ذكره، ص:18.

التجارة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول– عرض تجارب دول عربية-

E-commerce in Algeria between reality and expectations

- Presenting the experiences of Arab countries-

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

عبد القادر موزاوي[1]، عائشة موزاوي[2]

Abdelkader mouzaoui[1], Aicha mouzaoui[2]

جامعة عبد الحميد بن باديس (الجزائر)؛ *kadirofinance21@yahoo.fr*

جامعة يحي فارس (المدية)؛ مخبر الأنظمة المالية والمصرفية والسياسات الاقتصادية الكلية في ظل التحولات العالمية (بجامعة الشلف) ؛ *aicha_mouzaoui@yahoo.com*

الملخص:

هدفت الدراسة إلى تبيان المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية والتي ينتج عند استخدامها تحسين في أداء مؤسسات الأعمال وفتح الأسواق العالمية أمامها وبالتالي أصبحت التجارة الالكترونية أحد أهم الوسائل الإبتكارية التي تستفيد منها الدول والمنظمات في تسويق منتجاتها.

وقد خلصنا إلى أن التعاملات الالكترونية نمت نموا هائلا وتسارعا في دول العالم انعكس على حجم المبادلات التجارية التي تجاوزت مليارات الدولارات، وأن الكثير من الحكومات لم تعد تقبل فعليا بالتعامل مع أعضاء جدد إلا إذا استطاعوا أن يبرهنوا على أن لديهم القدرة على التبادل الالكتروني للبيانات، ورغم هذا النمو والتطور في العالم، إلا أن نصيب حكومات الوطن العربي من هذه التعاملات الالكترونية ما تزال في مراحلها الأولى من طور النمو.

كلمات مفتاحية: المعلومات والاتصالات، الحكومة الالكترونية، التجارة الالكترونية، التبادلات التجارية، الأسواق العالمية.

تصنيفات JEL : F17،L86،M15

Abstract:

The study aimed to clarify the concepts related to electronic commerce, which, when used, results in an improvement in the performance of business enterprises and the opening of global markets to them. Thus, electronic commerce has become one of the most important innovative means that countries and organizations benefit from in marketing their products.

We have concluded that electronic transactions have grown tremendously and accelerated in the countries of the world, which is reflected in the volume of trade exchanges that exceeded billions of dollars, and that many governments no longer actually accept dealing with new members unless they can prove that they have the ability to electronic exchange of data, despite This growth and development in the world, but the share of Arab governments in these electronic transactions is still in its early stages of the growth phase.

Keywords: *Information and communication, e-government, electronic commerce, trade exchange, global markets.*
JEL Classification Codes *: M15, L86, F17*

- **تمهيد:**

تشير الكثير من الدراسات إلى أن الهوة (الفجوة) الرقمية مثلها مثل هوة التخلف التي سبق التعرض إليها في أدبيات التنمية في العقود الماضية لا تزال تفرق ما بين عالمين متميزين فيما يتعلق بدرجة الاستفادة من هذه التكنولوجيات في النمو والتنمية الاقتصادية فمن جهة نجد أن نفس الشمال الذي كان يسيطر على الاقتصاد العالمي يحتكر في الوقت الحالي هذه التكنولوجيات وبالتالي يستفيد منها مواطنوه.

من خلال ما سبق يمكننا طرح اشكالية البحث التالية:

- ما هو واقع ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر على غرار تجارب دول عربية؟.

- **فرضيات البحث:**

- التجارة الالكترونية هي عمليات بيع وشراء السلع والخدمات باستخدام وسائل تكنولوجية حديثة.
- المعاملات الالكترونية هي في تطور مستمر ومتسارع في مختلف دول العالم.
- ساهم انتشار استخدام الوسائل الالكترونية الحديثة في العديد من مجالات الحياة في البحث عن إمكانية استخدامها في مجال عالم الأعمال بصورة عامة ومجال الأعمال التجارية بصورة خاصة.

- **أهمية البحث:**

يستمد هذا البحث أهميته من خلال تطور أجهزة المعلوماتية ووسائل الاتصالات، وظهور الشبكة العالمية للإنترنيت، وما تفرضه من تغيرات على مستوى الهيكلة الاقتصادية للدول العربية عموما والجزائر خصوصا.

- **أهداف البحث:**

من خلال دراستنا لهذا الموضوع نهدف إلى الوصول للنقاط التالية:

- الإجابة على الإشكالية المطروحة سابقا.
- التأكد من صحة الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة.
- التوصل إلى الأسباب أو المعوقات التي تقف أمام اعتماد التجارة الالكترونية في الدول العربية عامة والجزائر خاصة.
- **دراسة واقع ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر على غرار تجارب باقي الدول العربية في هذا المجال.**

- **منهجية الدراسة:**

نعتمد في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، المتبع في الدراسات الاقتصادية مستعينين بالأدوات المنهجية المتعلقة به من جداول وأشكال.

- **الدراسات السابقة :**

- رباعي أمينة، " التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية"، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2004/ 2005، توصلت الدراسة إلى:

- التجارة الإلكترونية هي الان وللمستقبل عصب الاقتصاد العالمي أو هي جزء مؤثر وهام في منظومته.
- تحتاج التجارة الإلكترونية على استثمارات ضخمة ورؤية متفتحة أكثر تقبلا للأفكار التقنية العصرية.
- اختلاف التعاريف المستخدمة لتوضيح التجارة الالكترونية أدى إلى اختلاف المقاييس والمؤشرات الإحصائية المستخدمة لمسوقيها.

- معراج الهواري/ أحمد مجدل، أثر الأنترنيت في تفعيل التسويق المباشر بين منظمات الأعمال دراسة استطلاعية على عدد من المؤسسات

الاقتصادية الجزائرية، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي التاسع حول الوضع الاقتصادي العربي وخيارات المستقبل، جامعة الزرقاء، الأردن، 24، 25 أفريل 2013، وقد أبرزت الدراسة أن للأنترنيت أثارا إيجابية ملموسة من قبل منظمات الأعمال فيما يتعلق بممارساتها للتسويق المباشر فيما بينها فيما يتعلق في الاتصال والسرعة والسهولة ومتابعة الأحداث المحلية والعالمية. كما أبرزت الدراسة وجود معوقات تعوق استخدام التسويق المباشر بين المنظمات وهي في مجملها قانونية وفنية.

أولا: الوضع الراهن في الوطن العربي

لقد تأخر وصول الانترنت إلى الدول العربية مما أخر انتشار واتساع التجارة الالكترونية ما بين البلدان العربية فيما بينها, وبينها وبين العالم، وذلك لوجود عدة معوقات، وهذا ما سنتناوله من خلال المطالب التالية:

1. الفجوة الرقمية:

نجد غالبية البلدان النامية (بلدان الجنوب) لا تستفيد من التكنولوجيا إلا بالقدر اليسير على الرغم من التفاؤل الكبير الذي صاحب ظهور وتطور هذه التكنولوجيات والذي اعتبر بأن هذه الأخيرة ذات طبيعة خاصة و بإمكانها اختصار الطريق خصوصا بالنسبة للإنترنت.

إن سعة الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامية اليوم مقاس بعدد مستخدمي الانترنت تتجاوز الفجوة الاقتصادية مقاس بالدخل القومي، فوفق إحصائيات الأمم المتحدة الأخيرة تمتلك الدول المتقدمة 86% من الناتج المحلي الكلي للعالم بينما عدد مستخدمي الانترنت فيها 93% من كامل عدد المستخدمين في العالم، كما لا تزيد نسبة انتشار استخدام الانترنت في بعض الدول النامية ذات الدخل المنخفض عن 0.2% من عدد السكان.

ويقدر البعض الفجوة الرقمية في أكتوبر 1997 فيما يخص اختراق إيواء الانترنت ما بين قارتي إفريقيا وشمال أمريكا ب 267 مرة، وازدادت الهوة في أكتوبر 2000 إلى 540 مرة.

ففي أكتوبر 2000 كان هناك 81.5 مضيف للانترنت بالنسبة لكل 1000 ساكن في بلدان منظمة التعاون والتنمية (OECD) في حين أن غيرها من البلدان لم يكن بها إلا 0.85 لكل 1000 ساكن. (قدي عبد المجيد/ مجدل أحمد، 2003، ص ص 82، 83).

وتتضح هذه الفجوة أكثر بالنظر إلى هذا الجدول الذي يوضح تطور نسبة المشاركين في الانترنت من سنة 2000 إلى سنة 2004 على مستوى القارات الخمسة، ومن خلاله يتضح الفارق الشاسع على مستوى القاري بحيث تأتي أمريكا الشمالية في المقدمة في حين تحتل إفريقيا المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم1: تطور عدد المشاركين في الانترنت بين 2000-2004 الوحدة : المليون

المنطقة	2000	2001	2002	2003	2004
أمريكا الشمالية	136.7	156.3	167.7	179.8	196.3
أمريكا اللاتينية	19.3	26.2	33.1	43.4	60.6
إفريقيا	4.6	6.7	7.7	9.2	11.1
أسيا/المحيط الهادي	115.9	165.0	181.5	205.0	235.8
أوروبا	108.3	144.4	175.5	196.2	221.1
المجموع	384	4987	565.7	633.6	724.9

Source : WWW.journadunet.com/cc/01-internautes/inter-nbr-md-html consulte le: 25/02/2020

ونظرا للتخوف الكبير للمجتمع العالمي من ازدياد حدة الفجوة بين الشمال والجنوب، خصصت معظم أشغال القمة العالمية لمجتمع المعلومات جنيف 2003 – تونس2005 لأجل تضييق وتقليص الفجوة وهذا ما تم تجسيده في 67 نقطة الواردة في وثيقة إعلان المبادئ. بحيث تمثلت أهداف القمة في بلورة رؤية مشتركة وتفاهم مشترك فيما يتعلق بمجتمع المعلومات

والاتصال والعمل على تجاوز الفجوة الرقمية القائمة بين الشمال والجنوب والوصول إلى مجتمع المعرفة، فتقنيات الاتصالات والمعلومات ليست غاية في حد ذاتها فقط، ولكنها تعتبر أداة رامية لتحقيق الأهداف التنموية للألفية الجديدة وعلى رأسها محاربة الفقر والأمية، وإذا تم استخدام تلك التقنيات بشكل رشيد فإنها يمكن أن تساعد في تنمية الثروات، وتحسن نوعية الحياة، وتحقيق نسبة أعلى من المساواة والعدالة الاجتماعية، وبصورة عامة تحفيز التنمية الاجتماعية و الاقتصادية والثقافية والحكم الراشد. (دانييل شتار فخر، 2004، على الموقع: www.elssyassadoualia.org اطلع عليه في: 2020/03/22)

والسؤال الذي نطرحه هنا هو ما موقع الدول العربية من هذه الفجوة الرقمية؟

تمثل البلدان العربية 8% من مساحة العالم، وتحتل المرتبة الرابعة من حيث المساحة، ويقدر عدد سكانها بنسبة 5.3 % من سكان العالم، وقد تطور عدد سكان البلدان العربية من حوالي 196 مليون نسمة سنة 1985 إلى حوالي 300 مليون نسمة سنة 2000.

ورغم اتساع حركة التعليم في العقود الأخيرة، فمازالت نسبة الأمية مرتفعة في المنطقة العربية، حيث وحسب التقرير العربي للتنمية الإنسانية لعام 2003، يقدر عدد الأميين البالغين من العرب بحوالي 65 مليون تمثل النساء 3/ 2منهم وعدد الأطفال غير الملتحقين بالمدارس وهم في سن التمدرس حوالي 10 مليون طفل.

في حين أن الاستثمار في البحث والتطوير (R&d) أقل من 1/4 المتوسط العالمي والذي يزيد عن 2 %، وتصل نسبة البطالة حاليا بين الشباب العربي إلى 26.6 % أي 226 لكل 1000.

ويتفاوت نصيب المواطن العربي من الدخل القومي تفاوتا كبيرا يصل أحيانا إلى 108 أضعاف (من 170 إلى 18430 دولار أمريكي). بينما يتراوح نصيب الفرد في البلدان العربية التي تمثل الثقل السكاني الأساسي بين 430 وحوالي 2200 دولار، مما ينعكس على القدرة الشرائية للفرد والمجموعة وعلى توفير الأموال اللازمة للاستثمار التجاري والصناعي.(طارق محمود عباس، 2004، ص ص114، 115).

ويشير التقرير العربي للتنمية البشرية لعام 2003 أنه يصل عدد خطوط الهاتف في الوطن العربي إلى 1/5 مايو جد في العالم المتقدم. أما عدد الحواسيب فيقل عن 12 بالنسبة لكل 1000 مواطن بينما يصل إلى 78.3 في الألف في الدول المتقدمة، أما الانترنت فلا يستعمله أكثر من 0.6% من سكان العالم العربي.

إن التحرك العربي باتجاه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموما، واستثمار إمكانات الانترنت وخدماتها على وجه الخصوص، لا يزال دون مستوى الطموح، على الرغم من وجود بعض المؤشرات والأرقام الإحصائية الإيجابية.

كذلك فإن عدد مستخدمي شبكة المعلومات العالمية المحوسبة "الانترنت" في الأقطار العربية، كان ولا يزال قليل جدا بالرغم من الزيادة التي مر ذكرها، وذلك بضوء محدودية المراكز الخادمة (HOSTS) وعدد الحواسب المتوفرة للاستخدام والارتباط بالشبكة.

ومن جانب أخر فقد شهد عام 1998 تحولا جديدا في استخدام شبكة الانترنت في الوطن العربي وفي كافة مناطق العالم، ففي الأقطار العربية إرتفع عدد مستخدمي الانترنت من 340 ألف مستخدم في بداية عام 1998 إلى 700 ألف مستخدم في نهاية السنة، أي بزيادة نسبتها 106%. وتشير التوقعات إلى أن عام 1999 سيشهد نسبة نمو مقاربة، أي عدد مستخدمي الشبكة في الأقطار العربية سيصل إلى حوالي 1 مليون و400 ألف مستخدم، أما في عام 2000 فيقدر عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الوطن العربي بحوالي 2 مليون مستخدم. (عامر ابراهيم قندليجي/ إيمان فاضل السامرائي، 2002، ص 262-264)

إلا أن مثل هذه الأرقام قد تضاعفت كثيرا في السنوات الخمس التي تلت ذلك.

فحسب مجموعة مدار للبحوث (Madar Research Group)، (مجدل أحمد، 2004، ص ص 92، 93)، فإن عدد مستعملي الانترنت في العالم العربي سيبلغ 25 مليون مستعمل بحلول 2005.

وهذا العدد في الوقت الحالي (حتى نهاية 2003) حوالي 8.2مليون مستعمل على مستوى العالم العربي.

ولقد بلغ معدل اختراق الانترنت (INTERNET PENTRATION) 1.20 في الربع الأول من سنة2001 وارتفع إلى 2.54% في أواخر 1/4 الثالث من سنة 2002، وحسب توقعات مجموعة مدار فإنه سيصل إلى 8% بحلول عام 2005 على مستوى العالم العربي.

أما فيما يخص معدلات الاختراق الخاصة بكل بلد فإن دولة الإمارات العربية تتصدر، البلدان العربية في الوقت الحالي (2003) بمعدل قدره 27.69% وتليها البحرين بمعدل يساوي 22.06% ويتوقع أن تصل معدلات البلدين المذكورين بحلول عام 2005 إلى 38% بالنسبة للإمارات العربية و32% للبحرين.

وبخصوص عدد مستعملي الانترنت فإن العربية السعودية في الوقت الحالي (2003) تمثل أكبر مجتمع للانترنت بعدد 1.6 مليون مستعمل ثم تليها دولة الإمارات العربية المتحدة بعدد 900 ألف مستعمل.

وتشير التوقعات لعام 2005 أن مصر مرشحة لأن تصبح أكبر بلد فيما يخص عدد مستعملي الانترنت وعددهم 6.5 مليون مستعمل، و سوف تليها المملكة العربية السعودية

بـ4.48 مليون مستعمل فالجزائر بـ2.4 مليون مستعمل.

وتشير التوقعات إلى أنه بالرغم من تضاعف عدد المستعملين مرتين كما هو الحال في البلدان العربية المشار إليها من 2003 إلى 2005 إلا أن بعض البلدان العربية مثل سوريا، العراق، اليمن والسودان تستمر في نفس المواقع المتخلفة فيما يتعلق بترتيب البلدان العربية حول عدد مستعملي الانترنت.

ويوضح الجدول التالي ترتيب البلدان العربية حسب عدد مستعملي الانترنت حتى نهاية أوت من سنة2002.

الجدول رقم 2: ترتيب البلدان العربية حسب عدد مستعملي الانترنت حتى نهاية شهر أوت 2002.

الرتبة	البلد	عدد المستعملين	معدل الاختراق
1	السعودية	1600000	%6.81
2	مصر	1500000	%2.11
3	الإمارات	900000	%27.96
4	المغرب	510000	%1.61
5	الجزائر	500000	%1.59
6	لبنان	460000	%11.22
7	تونس	460000	%4.60
8	الأردن	320000	%6.04
9	الكويت	205000	%8.91
10	سوريا	200000	%1.05
11	البحرين	150000	%22.06
12	عمان	150000	%5.56
13	ليبيا	125000	%2.36
14	فلسطين	103000	%3.03
15	السودان	70000	%0.21
16	قطر	60000	%7.59
17	اليمن	40000	%0.21
18	العراق	25000	%0.10
المجموع		7378000	%2.54

المصدر: مجدل أحمد، إدراك واتجاهات المسؤولين عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو التجارة الالكترونية في الجزائر، بالتطبيق على ولاية غرداية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، جوان 2004، ص95.

كذلك فقد تضاعف عدد مزودي خدمات الانترنت من واحد أو اثنين منهم في كل بلد ليصل إلى العشرات ويشير الجدول ا لتالي إلى عدد مزودي الانترنت في الوطن العربي.

2. التجارة الإلكترونية:

من الصعب تحديد حجم التجارة الإلكترونية في العالم العربي حيث أن العديد من الشركات والأفراد يمارسونها بشكل جزئي , حيث أنهم يستخدمون الانترنت للبحث ومقارنة السلع ولم يتابعوا عمليات الشراء والبيع بالطرق التقليدية ويقدر الخبراء إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في الوطن العربي عام 1998 بحوالي 90 مليون دولار، ويتراوح مستخدمي الانترنت في المنطقة العربية بين 350-450 ألف مستخدم أي بنسبة 4% من إجمالي المستخدمين فقد تم تقدير إجمالي حجم التسويق الإلكتروني في المنطقة العربية خلال عام 1997 بحوالي 9 ملايين دولار أي 11.5 مليون دولار أمريكي وأغلب مصادر المشتريات خارجية بنسبة 92 % وداخلية بنسبة 8 % فقط وقد تنوعت أساليب الدفع فجمعت بين الدفع بواسطة البطاقات الائتمانية 52 % والدفع بشيكات بنسبة 30 % والتحويل البنكي 8 % والدفع النقدي 10 %. (إحسان محمد إبراهيم، 2002، ص746).

حسب مجلس الوحدة الاقتصادية العربية فإن المبادلات التجارية العربية عبر الانترنت بلغت سنة 2001 نحو 100 مليون دولار مقارنة ب 74 مليار دولار على المستوى العالمي, وتشير الإحصائيات إلى أن المبادلات التجارية البينية العربية لا تمثل سوى 10 % من إجمالي حجم التجارة العربية الخارجية البالغة نحو 300 مليار دولار.(قدي عبد المجيد/ مجدل أحمد، 2003، ص86)

وفي إحصائيات أخرى وصل حجم التجارة الإلكترونية العربية 11.5 مليون دولار عام 1997 وإلى 50مليون دولار عام1999 مع زيادة مستمرة خلال عامي2001-2002.

ولقد تصدرت دول مجلس التعاون الخليجي قائمة الدول العربية من حيث حجم التجارة الالكترونية بقيمة 3.1 مليار دولار تليها مصر بنحو500 مليون دولار فيما توزعت 2.1 مليار دولار الأخرى على باقي الدول العربية.

وجاءت في دراسة لإدارة البحوث الاقتصادية التابعة للبنك الأهلي المصري أن حجم التجارة الالكترونية العربية حاليا يبلغ 3 مليار دولار فيما يتوقع أن يصل لنحو5مليار دولار بنهاية عام2002 وذلك بمقابل 3.1 تريليون دولار عالميا. (http://www.elbayan.co.ae/2000/12/29/eqt/2.htm consulte le :18/06/2019)

وأنه ما يدفع إلى أهمية التواجد العربي في مجال التجارة الإلكترونية والعمل بما يمكن نحو تقليل الفجوة الرقمية في العالم العربي, هو أن هناك نحو 92 % من القادرين على التعامل التجاري الإلكتروني يستخدمون مواقع غير عربية مما سيعرض السلع العربية إلى مخاطر جمة إن لم تتجه الدول العربية (حكومات وأشخاص) بقوة نحو استخدام التجارة الإلكترونية للتعريف بالسلع العربية وتعميق حضورهم وفعالياتهم ومنافستهم في الأسواق التجارية العالمية المفتوحة عبر شبكات الاتصال المختلفة، كما أنه توجد حاجة ملحة أيضا إلى إدراك أن التجارة الإلكترونية لم تعد خيار نقبل به أو نرفضه وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الاقتصاديين وأصحاب الأعمال في العالم، وإضافة إلى ذلك يجب على العالم العربي ككل أن يولي اهتماما كبيرا إلى المحتوى العربي من الناحية اللغوية والناحية الثقافية للمحافظة على لغتهم وثقافتهم التي تتعرض لمخاطر جمة من عدم قدرتهم على مجابهات التقدم والثورات السريعة والمتلاحقة في عالم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات. (رأفت عبد العزيز غنيم، 2002، ص ص 8، 9).

وتشير بعض التقارير إلى أن تعاملات التجارة الالكترونية في سنة 2003 متوقع لها أن تنمو في قيمتها لتصل إلى 3 بليون دولار أمريكي وهو ما يمثل معدل زيادة تقدر ب 800% على مستواها الحالي، ويقدر حجم التجارة التقليدية العربية ب 250 بليون دولار أمريكي حاليا منها 400 مليون كتجارة إلكترونية تمثل التعاملات البنكية جزءا كبيرا منها، وللمقارنة فإن قيمة التبادلات التجارية الإلكترونية على المستوى الدولي بلغت سنة 2000 ما قيمته 367 بليون دولار في حين تقدر قيمتها سنة 2003 ب 1.23 ترليون دولار.

(قدي عبد المجيد/ مجدل أحمد، 2003، ص ص 116، 117).

وفي دراسة قامت بها مجموعة (دي أي تي) طرحت فيها استبيانات لمجموعة من مستخدمي الانترنت ومزودي خدمات الشبكة، وأصحاب المتاجر الإلكترونية المتواجدة، وشركات تطوير البرمجيات، وشركات إحلال التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية، كانت النتائج بالنسبة للوطن العربي تدعو للوقوف أمام معوقات التجارة الإلكترونية، فقد أفادت الدراسة بأن نسبة من قاموا بعمليات شراء على الشبكة من بين مستخدمي الانترنت العرب لم تتجاوز نسبتهم 4 % بينما امتنع 96 % من مستخدمين عرب عن ممارسة الشراء عبر الانترنت حيث كانت أعلى نسبة في ذلك لصالح مشتريات برامج الكمبيوتر 23 %، الكتب22%، الهدايا7 %، العطور والإلكترونيات 10 %، حجز تذاكر السفر 7 %، وتراوحت قيمة مشتريات الأفراد بين أقل من 50 دولار كحد أدنى و 400 دولار كحد أقصى, أما معدل مجموع مشتريات الفرد الواحد على مدار العام فقد بلغت 644 دولار، وقدر مجموع حجم الإنفاق من خلال التجارة الإلكترونية في الوطن العربي نحو 11.5 مليون دولار. (عمار عقيلي، 2000، ص100).

من أمثلة المشروعات الإلكترونية بالمنطقة العربية نذكر بعض الحالات: (مجدل أحمد، 2004، ص ص 97، 98).

أ. شركة تكنولوجيا بن تيمور(Baltimore Technologies):

وهي شركة رائدة في نظم الأمان الإلكترونية (E-Secarity) على المستوى الدولي

ولقد كلفت هذه الأخيرة شركة محلية في دبي تدعى مجموعة حلول الانترنت كموزع رئيسي لها في الشرق الأوسط ومصر، وتتمثل خدمات هذا الموزع في التسويق والمبيعات والدعم الفني والتدريب والاستشارة.

ب. موقع تجاري(Tejari.com):

ويعتبر هذا الموقع الإلكتروني الذي يتمركز بدولة الإمارات العربية المتحدة أول سوق إلكتروني من نوع التجارة الإلكترونية ما بين المؤسسات.

لقد تعاقد هذا الأخير مع الكليات التقنية العليا بدولة الإمارات سنة 2002 وذلك من أجل توعية طلبة هذه الأخيرة وتدريبهم على التجارة الإلكترونية، يقوم الموقع التجاري بتوفير محاكاة (SIMULATION) تسمح لطلبة التقنية بالتعرف على كيفية إدارة الأعمال الإلكترونية بنجاح والاستفادة من مزايا التجارة الإلكترونية محليا، جهويا ودوليا.

ج. موقع الدكان (ALDOUKAN.COM):

وهو موقع تجاري لبناني أسس سنة 2001 يمنح المسوقين فرصة التبضع من 500 صنف من المواد الغذائية ل20 منتج على المستوى العالمي، وعندما يختار العميل صنفا معينا فإن الطلبية تمر مباشرة إلى المنتج (المزود) ولكن الدكان يتكفل بمسائل التغليف والشحن.

د. الأكاديمية العربية المفتوحة للتجارة الإلكترونية.

وهو عبارة عن مشروع جهوي لإنشاء الأكاديمية العربية المفتوحة للتجارة الإلكترونية بمصر تحت إشراف الاتحاد العربي للاتصالات والهدف منها هو تنمية المبادلات البينية العربية الكترونيا وتكوين الكوادر المؤهلة وذلك بمنح الطلبة شهادات متوسطة وعالية في التخصصات الفنية مثل الانترنت وغيرها.

هـ. السوق الافتراضية (Virtual Souk)

ثم إنشاء السوق الافتراضية في جانفي 1998 من طرف منظمات غير حكومية في المغرب وتونس بمساهمة منظمات دولية مثل البنك الدولي وتنسيق رجل أعمال لبناني مقيم بفرنسا.

ونشأت الفكرة أولا عندما نظمت جمعية "أكتل" المغربية غير الحكومية معرضا لبيع منتجات حرفية بالتوازي مع المنتدى المتوسطي الأول والذي عقد في مراكش المغربية (ماي 1997) وتم آنذاك إنشاء موقع على الانترنت يعرف بمنتجات الجمعية وحرفيها بالتعاون مع البنك الدولي، ونظرا للاهتمام الكبير بالمعرض والموقع الذي شجع على بيع كل المعروضات تقرر إنشاء السوق الافتراضية.

3. معوقات التجارة الإلكترونية في الوطن العربي:

إن معظم الدول العربية مازالت تحاول ترويج فكرة التجارة الإلكترونية التي لم تنتشر بالقدر الكافي ويظهر ذلك جليا من خلال التقديرات التي تم عرضها فيما سبق، علما أن معظم عمليات التجارة الإلكترونية تمت في دول الخليج، أما عن العوائق التي

تقف حجر عقبة في طريق انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية فهي متعددة. (منصور فرح، 2002، ص 393- 396).

إذ مازالت البنى التحتية الضرورية غير مناسبة لاستخدام تلك الأساليب، كما أن تكلفة الاتصالات والحواسيب مرتفعة بالنسبة لمستوى الدخل الفردي، أما القوانين والأنظمة فلا تتماشى مع احتياجات هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها.

و نقدم فيما يلي مؤشرات توضح هذا الوضع في البلدان العربية المختلفة:

أ. البنى التحتية:

تعد الخطوط الهاتفية(الثابتة والنقالة)، الانترنت والحواسيب الشخصية (PC), إضافة إلى الحواسيب المضيفة للانترنت، والنطاقات العليا للانترنت عناصر أساسية لتطور وانتشار التجارة الإلكترونية. وتبين الإحصاءات أن المؤشرات المرتبطة بهذه البنى التحتية جميعها ذات مستوى متدن في معظم الدول العربية وهي بعيدة في معدلاتها عن المعدل الوسطي العالمي.

كما أن ثمة فروقا كبيرة بين الدول الخليجية والدول الأخرى من حيث توفر خطوط الهاتف الثابت والنقال، وذلك في عدد الحواسيب وعدد مستخدمي الانترنت، فبينما تقترب معدلات الدول الخليجية من معدلات دول العالم في توفر الهاتف الثابت والنقال والحواسيب الشخصية، فهي مازالت بعيدة عن نظيراتها في دول كانت تدرج في تعداد الدول النامية إلى عهد قريب مثل الشيلي وكوريا الجنوبية، وتتميز الإمارات العربية عن باقي الدول الخليجية في هذا المضمار كما يتميز لبنان عن باقي الدول العربية غير الخليجية.

وإذا نظرنا إلى التطور الحاصل منذ عام 1995 في مجالات البنية التحتية، نجد أنه على الرغم من التحسن الملحوظ خلال السنوات الثلاث الأخيرة إلا أن الفارق بين معدل الوسطي للدول العربية ونظيره في دول العالم والدول الخليجية بالنسبة لجميع المؤشرات ماعدا الهاتف الثابت يتزايد باستمرار، وهذا يعني أن الوضع يتردى مع مرور الزمن، كما أن الفجوة الرقمية بين الدول العربية والدول المتقدمة ستزداد إذا لم تتخذ إجراءات سريعة لإعطاء موضوع البنية التحتية التكنولوجية الحديثة ما تستحقه من اهتمام.

ب. تكلفة الحواسيب والاتصالات:

ما زال اقتناء الحواسيب مكلفا لمعظم الشركات الصغيرة في الوطن العربي على الرغم من انخفاض أسعار التجهيزات الحاسوبية عالميا، خاصة إذا أضفنا تكلفة البرمجيات التطبيقية التي تصمم في غالب الأحيان خصيصا للشركة المستثمرة، ويتطلب تأهيل العاملين على استخدام تكنولوجيا المعلومات تكاليف إضافية تثقل كاهل هذه الشركات فتحاول الاستغناء عن الحاسوب، كما أن الدخل الفردي في معظم الدول العربية لا يسمح باقتناء الحواسيب الشخصية بسهولة، أما كلفة الانترنت فهي مرتفعة نسبيا، وبالتالي فليس من المستغرب أن يبقى استخدام شبكة الانترنت وتطبيقات التجارة الإلكترونية محصورين بفئة صغيرة في معظم الدول العربية.

ويضاف إلى ذلك أن تكلفة الاتصالات الداخلية للانترنت مازالت مرتفعة في العديد من الدول العربية غير الخليجية، وهذا ما لا يشجع مطلقا على استخدام الانترنت من قبل الأفراد والشركات الصغيرة التي قد لا تتحمل مصاريف إضافية.

إن القوانين والتشريعات في الدول العربية لم تتطور بعد لتأخذ بالاعتبار تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما نتج عنها من تطبيقات جديدة مثل التجارة الإلكترونية. فهي لا تغطي نواحي مهمة مرتبطة بالتطور التكنولوجي المذكور، وبالأخص فإن قوانين الملكية الفكرية قاصرة في معظم الأحيان، ذلك أنها لا تحمي مؤلف المنشورات الإلكترونية أو البرمجيات، وحتى عندما تسن هذه القوانين فإنه لا تتوافر أدوات تنفيذها ولا تتخذ الإجراءات الضرورية لوضعها قيد التطبيق.

ويضاف إلى ذلك أن التعامل الإلكتروني مابين مؤسسات مختلفة أو بين مؤسسات وأفراد يحتاج إلى تعديل الأنظمة والقوانين لتتماشى مع الممارسات الحديثة مثل:

- إجراءات الأمان في التعامل الكتروني؛
- التوقيع الإلكتروني؛
- خصوصية المعلومات (السرية التجارية والمصرفية)؛

- التعامل المصرفي عن بعد والنقل الإلكتروني للأموال؛
- الاتجار الالكتروني والنظام الضريبي؛
- حقوق النسخ والنشر والملكية الفكرية في ممارسة التجارة الإلكترونية (ومنها النشر الإلكتروني)؛
- وضع قوانين للانتقال إلى اقتصاد المعرفة، ضف إلى ذلك عدم الوعي العام بمثل هذا النوع من التجارة ومشاكل عدم الإلمام باللغة الإنجليزية. (عبد الله حمود علي سراج، 2003، ص 197).

ثانيا: استعراض تجارب بعض البلدان العربية

تطرقنا من خلال المحور السابق إلى واقع الانترنت في الوطن العربي بصفة عامة، وارتأينا من خلال هذا المبحث الوقوف على هذا الواقع وذلك من خلال تناولنا لثلاثة بلدان عربية، اخترنا منها مصر باعتبارها الدولة العربية التي تحتل المراتب الأولى فيما يخص انتشار استعمال الانترنت وكذلك باعتبارها قامت بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية ولكنه لم يتم المصادقة عليه حتى الآن.

والبلد الثاني الذي وقع عليه اختيارنا هو تونس باعتبارها أول دولة عربية قامت بوضع قانون التجارة والمعاملات الإلكترونية في سنة 2000.

والبلد الثالث الذي وقع اختيارنا عليه هو الجزائر حيث أظهرت جل الدراسات على أنه لا توجد أي معطيات حول هذه التجارة لدى الجهات المعنية وهي وزارة التجارة، رغم الإيجابيات التي ستوفرها التجارة الإلكترونية للاقتصاد الجزائري لو تم اعتمادها.

1. حالة مصر:

إن الانترنت لم يظهر في مصر إلا في عام 1993، ففي هذا العام أدخل مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري هذه الخدمة، وقدمها مجانا لمدة ثلاث سنوات، وذلك على سبيل التعريف بها وزيادة الوعي بأهميتها، وقد ظل استخدام الانترنت محدودا حتى عام 1997، حيث بلغ عدد المستخدمين 45 ألف شخص ليس غير، ومع السماح للشركات الخاصة بتقديم خدمة الانترنت في مصر، شهد أعداد مستخدميها طفرة ضخمة، فقد ارتفع العدد إلى أربعة أضعاف في عام 1998 حيث بلغ 180 ألف مستخدم، ثم زاد بنسبة 67% في عام 1999، حيث وصل العدد إلى 300 ألف وكذلك في عام 2000 حيث أصبح العدد 500 ألف.

وتشير الإحصائيات أن عدد مستخدمي الانترنت لا يزيد على 7 لكل 1000 من السكان، أي 0.7% من عدد سكان مصر، والنسبة الكبرى من هذا العدد 82 % تتركز في القاهرة الكبرى والإسكندرية، ومن المقرر إتاحة الانترنت مجانا أي دون اشتراك مسبق له اعتبارا من شهر سبتمبر 2001 وذلك اكتفاء بسداد المستخدم بقيمة المكالمات المحلية عند اتصاله بالانترنت. (إبراهيم العيسوي، 2003، ص 61).

ولقد بلغ عدد مستعملي الانترنت في مصر سنة 2001 ما يقارب 540 ألف مستعمل، ومن المنتظر أن يصل عددهم إلى 2.6 مليون مستعمل بحلول 2005.

وتقدر مجموعة الاستشاريين العرب بأن عدد مزودي خدمة الانترنت الكبار يبلغ عددهم في سنة 2002 بـ13 مزودا إضافة إلى 65 مزودا صغيرا وافتراضيا ومن المتوقع أن يصل عدد هؤلاء المزودين سنة 2006 إلى 145 مزود.

إن كثافة استخدام الانترنت في مصر لا تزال محدودة ولكن ما يوحي بالتفاؤل هو أن معدلات النمو لمستخدمي الانترنت في تزايد مستمر حيث أنها تقترب من 30 % سنويا، الأمر الذي يعكس قابلية المجتمع المصري لاستخدام الانترنت. (مجدل أحمد، 2004، ص79).

أما فيما يخص التجارة الإلكترونية في مصر فقد قدر حجم هذه الأخيرة ب 2 % من حجم المعاملات التجارية التي تتم في جميع أنحاء العالم ومتوقع أن تصل إلى 10 % في عام2002.

بالرغم من أنه يزداد الاهتمام بها في مصر إلا أنه يقتصر على الشكل البسيط مثل استخدام البريد الإلكتروني بدلا من الهاتف والفاكس كما يقتصر على إقامة مواقع ومتاجر إلكترونية على الانترنت بغرض الترويج بالمنتجات والخدمات وكيفية الحصول عليها وهو الأمر الذي توقفت عنده بعض الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية حيث قامت هذه الشركات بعرض

المنتجات والتعرف على أسعارها والسماح للمستهلكين بعمل أوامر شراء وتتجه بعض المنظمات والهيئات الحكومية إلى الوسائل الإلكترونية في أداء الأعمال وتوجه له جزء من استثماراتها ورغم ذلك نجد أن الاستخدام مقصور على تلقي وإرسال العروض والتفاوض حول الصفقات. وهناك ما يقرب من 444 موقع لأداء التجارة الإلكترونية باستخدام الانترنت ويتزايد بمعدلات مرتفعة في مصر وبصورة خاصة في مواقع المعاملات المالية يقدر عددها بحوالي 12 موقع موزعة على مواقع الإعلام وقطاع الخدمات والسياحة والخدمات التجارية وهذه المواقع في تزايد مستمر في المستقبل و رغم وجود مشاكل في نظم الدفع بالطريقة الإلكترونية.(إحسان محمد ابراهيم، 2002، ص750).

ونشير إلى إحدى أدوات الدفع الرئيسية في مجال التجارة الإلكترونية في مصر وهي بطاقات الائتمان، وطبقا للإحصاءات الصادرة أواخر عام 2000 أو أوائل عام 2001، تشير إلى 416 ألف بطاقة أي نسبة حاملي بطاقات الائتمان في مصر لا تزيد عن 0.6 % من إجمالي عدد السكان. (ابراهيم العيسوي، 2003، ص62).

في الواقع أن مصر لا توفر جهدا في اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لدخولها في مجال التجارة الإلكترونية ويظهر ذلك من خلال: (جلال الشافعي، 2002، ص ص 36، 37).

أ. تكوين لجنة التجارة الالكترونية عام 1997 كإحدى اللجان المنبثقة من الجمعية المصرية للإنترنت، بهدف طرح رؤى ووجهات وطنية تشترك في صياغتها جهات حكومية وخاصة تمثل القطاعات المختلفة من مجتمع الأعمال المصري، من أجل وضع مصر على خريطة التجارة الإلكترونية العالمية، واستطاعت هذه اللجنة أن تقف خلال العامين الماضيين (2000-2001) على أهم المشكلات التي تواجه مجتمع الأعمال المصري، وهو في طريقه للتحول نحو العصر الجديد.

ب. تم تشكيل لجان دائمة تشريعية تحت إشراف وزارة العدل تضم في عضويتها كل الجهات المعنية وقطاع الأعمال العام والخاص واتحاد الصناعات، وذلك لمتابعة ودراسة جميع اتفاقيات منظمة التجارة العالمية ووضع التصورات المستقبلية حول التعديلات اللازمة للإصلاح التشريعي في كل ما يتعلق بالمعاملات التجارية التي تتم عبر الانترنت إلى جانب تحديد النظام القانوني الذي سيتفق مع البيئة الاقتصادية الحرة، واستخدام الشبكة الإلكترونية في مجال التجارة وتجسيد ذلك في مشروع القانون المصري للتجارة الإلكترونية.

أعدت الحكومة المصرية مشروعا لقانون التجارة الإلكترونية يتألف من 35مادة، ويبدأ المشروع بتعريف عدد من المصطلحات كالتجارة الإلكترونية، المحرر الإلكتروني، العقد الإلكتروني، والوفاء الإلكتروني.

ومن الملاحظ أن مشروع القانون المصري قد أخذ بمفهوم للتجارة الإلكترونية أضيق بكثير مما جاء في قانون الأونسيترال النموذجي. فقد إنحصرت التجارة الإلكترونية في تبادل السلع والخدمات في المشروع المصري، بينما يضيف القانون النموذجي أنشطة تجارية أخرى كثيرة.

ج. تم وضع برنامج على مدى سنتين لتغطية محافظات مصر بالنقاط الفرعية لنقطة التجارة الدولية، بحيث يتم تنفيذ البرنامج المصري الشامل للتجارة الإلكترونية، ووضع الإجراءات الأساسية اللازمة.

وفيما يخص المشروعات الموجهة للأفراد (B2C) فإن أغلب المواقع التجارية في مصر توفر كتالوجا لمنتجاتها على المباشر يمكن الزبائن من التسوق المباشر بخصوص بعض السلع مثل الصناعات التقليدية والزهور وبرامج الكمبيوتر...إلخ، بما أن أغلب الصناعات والمشروعات الاقتصادية لا تزال في يد الحكومة (70%) فإن تبني هذه المؤسسات العمومية للحلول الإلكترونية لا يزال ضعيفا إذا ما قورن بالقطاع الخاص. مع ذلك يمكن ذكر بعض المشروعات التي بدأت تطبيق التجارة الإلكترونية البينية (B2B) بمصر:

- مشروع تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) على مستوى الهيئة البحرية المصرية.
- الشركة المصرية للألمنيوم.
- سوق رأسمال المصري.
- قطاع البنوك.

د. يقول المسئول الأول عن التجارة في مصر، وهو وزير التموين والتجارة أن مصر دخلت سوق التجارة الإلكترونية منذ اجتماع مايو 1998 لمنظمة التجارة العالمية.

حيث تعهدت الدول المشاركة في هذا الاجتماع بعدم وضع أي معوقات أمام التجارة الإلكترونية، وخاصة على المعلومات والوسائل المتبادلة عبر الانترنت.

هـ. أكد المشرف على مركز معلومات مجلس الوزراء ودعم اتخاذ القرار، أن هناك أكثر من 350 شركة مصرية من قطاع الأعمال والقطاع الخاص على شبكة الانترنت تعرض منتجاتها، وأن الهدف من هذه الخدمة هو جذب عملاء جدد للمنتجات المصرية، والعمل على زيادة حجم الأعمال التصديرية بنسبة 25 %.

و. أسس اتحاد بنوك مصر ثلاث لجان تكنولوجية وفنية وقانونية وذلك لمواجهة مشاكل التعاملات البنكية عبر الانترنت، وخلق حلول تشريعية للتجارة الإلكترونية تتفق مع القانون التجاري المصري وقرار هيئة السوق الخاص بسرية التجارة الإلكترونية. وتدرس الآن بنوك مصر تشييد شبكة مصرفية أمنة، يمكن للبنوك أن تتبادل من خلالها المعلومات الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية، سواء كانت معلومات شبكية أو ائتمانية.

وتم في سنة 1999 تأسيس الجنة المصرفية للتجارة للإلكترونية على مستوى وزارة التجارة وتبني مبادرة التجارة الإلكترونية بمصر وهي عبارة عن خطة متكاملة للنهوض بهذا القطاع وتطويره.

لا تزال المشروعات التي تتبنى حلول التجارة الإلكترونية في مصر قليلة وفي المرحلة التجريبية حيث سجلت في منتصف 1998 فقط 10 مواقع متكاملة لتوفير خدماتها التسويقية عبر الانترنت.

ومن بين المبادرات المهمة والتي قامت الحكومة المصرية بتنفيذها أخيرا إنشاء البوابة الإلكترونية المصرية والتي تتكفل بعرض كافة الأنظمة والقوانين والإجراءات المتعلقة بالصناعة المصرية بما فيها التسهيلات الاستثمارية والجمركية ومن جهة أخرى تحتوي البوابة على المعلومات التفصيلية المتعلقة بقطاع الصناعة في مصر وبأنشطة الغرف الصناعية، على أن يتم في مرحلة لاحقة تخصيص مواقع فرعية متخصصة لكل غرفة صناعية محلية لنفس الغرض.

وتوجد مشاريع حكومية أخرى في قيد الإنجاز في قطاع الجمارك والصحة ويمكن أن تندرج ضمن التجارة الإلكترونية البينية (B2B). (مجدل أحمد، 2004، ص ص 80، 81).

يواجه مجتمع الأعمال المصري عدة عقبات تعوق انتشار التجارة الإلكترونية منها: (إحسان محمد ابراهيم، 2002، ص751).

- انخفاض الوعي بإمكانية عقد الصفقات التجارية إلكترونيا، كذلك لا يوجد خيار أمام الشركات للوصول إلى الشركات التجارية في الدول العربية المختلفة؛

- عدم توافر عنصري السرية والأمان وعدم وجود ضمانات حتى تتوفر بيئة ملائمة لنمو التجارة الإلكترونية؛

- عدم توافر الثقة بين أطراف لم تتم بينهم أي مقابلة ملموسة؛

- عدم مساندة الأنظمة القانونية والتشريعية في المجتمع المصري ومن ثمة لا يوجد ضمان في حالة حدوث أي خلافات من قبل الطرف الثاني في العملية التجارية وبالتالي تتطلب معظم العمليات التجارية التقليدية وجود ضامن ثالث ليمثل ذلك نوعا من الأمان لطرفي العملية التجارية. أما في حالة المعاملات الإلكترونية فإنه لا يوجد ضامن ثالث وبالتالي ينتاب طرفي المعاملة التجارية نوعا من القلق والخوف وعدم الثقة.

2. حالة تونس:

سجل تقرير إحصائي مؤخرا ارتفاع عدد مستخدمي شبكة الانترنت في تونس إلى حوالي 550 ألف مستخدم، وأضاف التقرير الذي نشر بمناسبة انعقاد مؤتمر السنوي للمنظمة العالمية المكلفة بتنسيق عناوين الانترنت (إيكان) في تونس مؤخرا أن طاقة الربط بشبكة الانترنت العالمية في تونس تضاعفت بشكل ملحوظ لترتفع من 0.5 ميغابايت/ثا عام 1997 إلى 155 ميغابايت/ثا، وهو مستوى الذي يضع تونس في مقدمة الدول النامية في هذا المجال لا سيما القارة الإفريقية. وتمثل طاقة الربط بشبكة الانترنت في تونس حاليا 1/5 طاقة الربط الإجمالية للقارة الإفريقية بأكملها بشبكة الانترنت العالمية. وجاء في تقرير أيضا أن عدد المراكز العمومية للانترنت قد ارتفع بحوالي 300 مركز موزعة في مختلف أنحاء هذه الدولة العربية بالإضافة إلى ارتفاع

عدد مزودي خدمات الانترنت ليبلغ 12 مزودا من القطاعين العمومي والخاص. وكانت السلطات التونسية المعنية قد اتخذت سلسلة من الإجراءات التشجيعية لتطوير استخدامات التكنولوجية الحديثة للاتصال والمعلومات بشكل عام وشبكة الانترنت بشكل خاص عبر تخفيض رسوم الربط بالشبكة بواقع 50% لفائدة المؤسسات الاقتصادية.

وتوقعت دراسة مختصة أن يرتفع عدد مستخدمي الانترنت في تونس من 500 ألف مستخدم إلى نحو مليوني شخص بحلول عام 2006.

وقالت الدراسة التي أعدتها الدوائر التونسية المختصة في قطاع تكنولوجيا الاتصالات الحديثة أن عدد مواقع الانترنت التونسية سيصل إلى نحو 20 ألف موقع في خلال الفترة نفسها أي 2006.

(http://www.ac4mit.org/-tunisia-asp?filname consulte le : 04/01/2019)

أما في مجال التجارة الإلكترونية فتونس تعتبر أول دولة عربية تسن قوانين خاصة وصريحة لتنظيم أعمال التجارة الإلكترونية فقد صدر في تونس القانون المتعلق بالتجارة والمبادلات الإلكترونية وذلك في 09 أوت2000 والغاية من هذا القانون ضبط القواعد العامة المنظمة للمبادلات التجارية الإلكترونية، كما جاء القانون لتدقيق المصطلحات المتعلقة بالمبادلات التجارية الإلكترونية وأهمها:

- شهادة المطابقة الإلكترونية؛
- مزود خدمات المطابقة الإلكترونية؛
- منظومة إحداث الإمضاء؛
- وسيلة الدفع الإلكتروني.

وقد حدد القانون التونسي للتجارة والمبادلات الإلكترونية طرق التعامل بالوثيقة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني كما نص على إحداث هيئة وطنية (مؤسسة عامة) للمصادقة الإلكترونية وحدد مهامها وأخضع علاقاتها مع الغير إلى التشريع التجاري. وحدد القانون كيفية الحصول على شهادات المصادقة الإلكترونية وشروط المبادلات التجارية الإلكترونية التي تحدد للبائع والمستهلك في أن معا شروط التعاملات التجارية الإلكترونية ووضح الحالات التي يمكن فيها للمستهلك إعادة البضاعة ضمن فترات زمنية محددة. ساهم هذا القانون وهذه الهيئة التي أنشأت بناء عليه في بناءا الثقة بين البائع والمستهلك عن طريق الشبكة، وفي الباب الأخير من هذا القانون تم تحديد العقوبات ومدتها والغرامات وقيمتها على كل مخالف وعلى كل نوع من أنواع المخالفات. وربما يكون هذا القانون من التشريعات الرائدة التي صدرت في الوطن العربي في مجال التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت, ونعتقد أنه لا يمكن للتجارة الإلكترونية أن تقوم في أي بلد دون أن يسبقها تشريعات وقوانين تضبط عملها و تعترف بالوثيقة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وتحدد طريقة استخدامها.

(http://www.hotinganime.com/smartshop/shif/16.html.consulte le: 16/05/2019)

لقد قطعت تونس أشواطا كبيرة مقارنة ببلدان عربية أخرى في التجارة الإلكترونية وهي تحرص على تبوء مكانة مرموقة في هذا المجال، حيث في نوفمبر1997 تكونت اللجنة الوطنية للتجارة الإلكترونية تحت إشراف وزارة تكنولوجيات الاتصال ووزارة التجارة.

وقد تم تكوين فرق عمل للإلمام بالموضوع من مختلف جوانبه وتقديم مقترحات لتجاوز الإشكاليات القائمة وتم بالخصوص اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتمكين المؤسسات التونسية من الاستفادة من التجارة الإلكترونية وفتح الأفاق أمامها لاقتحام هذا النوع الجديد من التجارة وتتمحور هذه الإجراءات في:

- تسهيل عمليات التصدير باستعمال التقنيات الحديثة للاتصال والإعلام؛
- انجاز تجربة نموذجية للتجارة الإلكترونية؛
- وضع إطار قانوني ملائم (القانون عدد 83 لسنة2000 المتعلق بالتجارة والمبادلات الإلكترونية؛
- وضع برامج للتحسيس والتكوين على غرار قوافل الانترانت؛
- متابعة المستجدات على الساحة العالمية أهم الأهداف للاندماج في التجارة الإلكترونية؛

- تحسيس القدرة التنافسية للمؤسسات التونسية؛
- فتح أفاق جديدة أمام حاملي الشهادات العليا.

وترتكز الاستراتيجية التونسية في مجال التجارة الإلكترونية على:

- تمتين الثقة لدى المستعملين عن طريق وضع الإطار القانوني الملائم والضامن لحقوق مختلف الأطراف؛
- تحسين البنية الأساسية الاتصالية لتمكين مختلف المتعاملين من الاندماج في الاقتصاد الجديد بأيسر السبل وبالتالي ضمان تطور التجارة الإلكترونية؛
- التركيز على مزايا التجارة الإلكترونية بما يسمح لأغلب المؤسسات و المستهلكين والمنظمات من استعمال آليات هذه التجارة.

وبفضل هذه الاستراتيجية تمكنت تونس من تحقيق العديد من الإنجازات ومن أهمها:

- إحداث وسيلة دفع إلكترونية "الدينار الإلكتروني" والذي ساهم في تنمية التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلكين وبين الإدارة والمواطنين، ومنذ دخول هذه الوسيلة حيز التنفيذ تم تسجيل العديد من المعاملات الإلكترونية ومن المنتظر أن تشهد هذه المعاملات تطورا كبيرا خلال الفترة المقبلة بفضل العديد من المشاريع على غرار الرواق التجاري للمغازة العامة(www.smg.com.t) ودفع فواتير الماء والكهرباء والهاتف عبر شبكة الانترنت؛
- تطور عدد مستعملي الانترنت ليبلغ في جانفي 2002 حوالي 420 ألف مستعمل؛
- إقبال العديد من المؤسسات على الانتفاع بإعانة صندوق النهوض بالصادرات (50% من تكلفة إنجاز مواقع الوب) لإنجاز مواقع تجارية أو تعريفية؛
- إحداث إدارة صلب وزارة التجارة تعني بالتجارة الإلكترونية والاقتصاد اللامادي.

وتجدر الإشارة أن مشروع شركة المغازة العامة المشار إليه سيكون له دورا هاما في تنمية التجارة الإلكترونية وإرساء قواعد متطورة للنهوض بالقطاع التجاري. (http://www.infocommerce.gove.tn/ar/ce.htm.consulte le : 23/12/2019)

3. حالة الجزائر:

يرجع استعمال الانترنت في الجزائر إلى شهر مارس من سنة 1994 وتم ذلك عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني CERIST السيريست الذي أنشئ في شهر أفريل من سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وكانت مهمته الأساسية يوم ذاك العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية.

ففي البداية تم ربط الجزائر بالانترنت عن طريق إيطاليا بمشروع ساهمت فيه منظمة اليونسكو يسمى "رينافRINAF" وكانت سرعة الارتباط ضعيفة جدا آنذاك حيث لم تتجاوز 9.6 KO، بعد سنتين أي سنة 1996 ارتفعت سرعة الخط إلى 64 KO وأصبح يمر عبر العاصمة الفرنسية باريس ثم ازدادت هذه السرعة إلى 1 ميغابايت/ثا في نهاية سنة 1998 وتم استعمال الأقمار الصناعية لربط الجزائر بواشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية.

وفي شهر مارس من سنة 1999 وصلت سرعة الانترنت بالجزائر إلى2 ميغابايت/ثا وتم إنشاء أكثر من 30 خط هاتفي جديد من خلال نقاط الوصول المنتشرة عبر التراب الوطني(الجزائر العاصمة، سطيف، ورقلة، وهران، تلمسان) والمرتبطة كلها بنقطة خروج وحيدة على مستوى الجزائر العاصمة.

وقدر عدد الهيئات المشتركة في الانترنت سنة 1996 ب 130 هيئة وارتفع سنة 1999 إلى 800 هيئة موزعة كالتالي:

- 500 في القطاع الاقتصادي.
- 100 في القطاع الجامعي.
- 150 في القطاعات الأخرى.
- 50 في القطاع الطبي.

أما بالنسبة لعدد المشتركين فقد وصل إلى 3500 مشترك في سنة 1999 ولأن هناك تباين كبير بين عدد المشتركين ومستعملي الانترنت في الجزائر نظرا لانخفاض نسبة الاشتراك الفردي بالمقارنة مع نسبة اشتراك الهيئات (مثل مقاهي الانترنت، مدياتيك، مؤسسات...الخ) بسبب ارتفاع تكلفة الربط بالشبكة، فإنه يمكن تقدير أن هناك حوالي 180 ألف مستعمل للانترنت لحوالي 50 مستعمل لكل اشتراك.

قررت الجزائر سنة 2000 تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت وأصدرت لذلك الغرض القوانين التي تحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت.

وبموجب هذا التوجه الجديد منحت 65 رخصة حتى نهاية سنة 2001 للخواص بغرض تقديم خدمات الانترنت إلا أن جلهم لم يدخل بعد في الخدمة لأسباب عديدة أهمها هو تأخر شبكة الاتصالات عن مواكبة التطور وبالتالي بطئ سرعة الانترنت.

وبهذا حاولت وزارة الاتصالات الجزائرية أن تنفذ العديد من المشروعات لتدعيم وتوسيع البنية التحتية والاتصالات عبر الأقمار الصناعية ومنها مشروع انطلاق شبكتين عن طريق الساتلين VSAT وIMMARSAT مما يسمح دون شك بتقوية عمليات ربط المواقع مع المشتركين بشبكة الانترنت.

كما وفرت وزارة الاتصال خط اتصال أساسي (BACKBONE) من الألياف البصرية قدرته34 ميغابايت/ثا قابل للتوسيع لغاية 144 ميغابايت/ ثا، لتمكين موزعي خدمات الانترنت وبعض مؤسسات الاتصال من الارتباط بالشبكة الدولية على وجه أحسن.

كما أن وزارة الاتصال أقامت شبكة تابعة لها لتقديم خدمة الانترنت تستهدف كافة ولايات الوطن تفوق سعتها 10 ألاف خط ويتوقع أن يشترك فيها 100 ألف مشترك.

ومن مميزات هذه الشبكة الحكومية أنها تنظم العديد من الخدمات الموجودة حاليا على الوب web إضافة إلى الخدمات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية.

وقد عمل مركز البحث والإعلام العلمي والتقني السيريست CERIST على تدعيم بنيته التحتية حيث بدأ في مشروع يربطه بموزعه في الولايات المتحدة الأمريكية بخط تبلغ سعته 30 ميغابايت/ ثا.

كما يقوم السيريست CERIST بتزويد المشتركين العوام بأكثر من 20 نقطة وصول للانترنت وكذا 43 خط متخصص لقطاع التعليم العالي والبحث العلمي و 48 خط متخصص لبقية القطاعات الأخرى ومنهم الموزعين الخواص.

ويصل عدد الخطوط الهاتفية التي تمكن من الوصول إلى الانترنت ب 2000 خط هاتفي يمكن 250 ألف مستعمل من هذه الخدمة و20 ألف مشترك سنة 2001 حسب مصادر السيريست. وقد حظر المركز نفسه لخوض غمار التجارة الإلكترونية من خلال تنمية البرامج وبناء المواقع الإلكترونية، أي تحضير البنية التحتية لهذا النوع من التجارة، ونذكر بأن هذا المركز هو الذي يشرف على إدارة وتسيير النطاق dz. (بختي ابراهيم، 2002، ص 214- 218).

وحسب الإحصاءات التي قدمها وزير البريد والتكنولوجيات الإعلام والاتصال فإن: (عرض وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، 2018، على موقع الوكالة www.aps.dz، اطلع يوم 2019/04/12).

عدد مواقع الانترنت: 25000 موقع في فبراير 2014 على أن يرتفع هذا العدد إلى 200000 موقع مع نهاية سنة 2018؛

- عدد مستعملي الانترنت: 20000000مستعمل في فبراير 2014 على أن يرتفع هذا العدد إلى 30000000 مستعمل مع نهاية سنة 2018؛
- عدد مقاهي الانترنت: 48000 مقهى انترنت في فبراير 2014 على أن يرتفع هذا العدد إلى 70000 مقهى انترنت مع نهاية سنة 2018؛
- عدد المشتركين في الهاتف الثابت 10000000 مشترك في فبراير 2014 على أن يرتفع هذا العدد إلى 30000000 مشترك مع نهاية سنة 2018؛
- عدد المشتركين في الهاتف النقال: 300000000 مشترك في فبراير 2014 على أن يرتفع هذا العدد إلى 38000000 مشترك مع نهاية سنة 2018.

ومن خلال هذه الإحصاءات يمكن القول بأن هناك تحسنا معتبرا على مستوى كل الأصعدة المتعلقة بانتشار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الجزائر، ولكن على الرغم من هذا التحسن إلا أن هذه المعدلات لا تزال ضعيفة مقارنة مع المعدلات العالمية و لكنها تقترب تدريجيا من المعدلات التدريجية(المغاربية والعربية).

وللأسف فإن ما حقق في ميدان تطور الانترنت في الجزائر من حيث عدد المستعملين على الرغم من أهميته لم يواكبه تطورا في تطبيقات التجارة الإلكترونية.

حيث أنه في أغلب الدراسات التي أجريت حول استخدامات التجارية الإلكترونية بالجزائر أظهرت أن هذه الاستخدامات لم تتجاوز بعد المستوى البدائي الذي يشمل أنشطة الإعلان، الترويج والحصول على المعلومات والدفع عند التسليم، ولم تصل بعد إلى المستوى الثاني والمتمثل في الدفع الفوري الإلكتروني والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الانترنت بين الشركات فيما بينها وبين الأفراد والشركات. (حديد نوفل، 2002)

ونشير إلى أن عدد الشركات الجزائرية المتواجدة على الانترنت 6000 مؤسسة أي 1.49 % أغلبيتها الساحقة لم تتعدى المستوى البدائي كما سبق ذكره في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية (الدعاية والإعلان). (مزغيش جمال، 2002، ص189).

ولقد بادرت بعض المؤسسات البنكية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في بعض النقاط المحددة داخل التراب الوطني (Intranet) ولكن البعض منها لم يستمر طويلا بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول جاهزة غير ملائمة للأوضاع المحلية ولكن الطلب المتزايد عليها شجع بعض البنوك والمؤسسات المالية في الاستمرار في تقديم بعض الخدمات مثل بطاقة الصرف الآلي المتوفرة لدى البريد والمواصلات وبعض البنوك التجارية.

ولكن الملاحظ أن الربط بين هذه الشبكات في نظام (ATM) لم يتم حتى الآن، مما يهدر الإمكانيات المتوفرة لدى البنوك وتصعب التعاملات لدى الزبائن لعدم تمكن هؤلاء من استعمال نقاط الصراف الآلي التابعة للبنك الأخر.

إن فكرة ربط البنوك والمؤسسات المالية مع بعضها البعض موجودة تحت تسمية (RIS) وهو مشروع كلفت به شركتين أجنبيتين والهدف منه إضافة إلى عمليات الربط والتي تحقق حوالي 1000 موقع على مستوى التراب الوطني مهام تدريبية وفنية باستعمال نظام WFA.

لكن الملاحظ حتى الآن أنه لم يتمكن القطاع المصرفي والمالي في الجزائر من تطبيق وتنفيذ هذه المشروعات نظرا لطرق الإدارة البالية المتبعة في هذا القطاع الذي لا يزال حكوميا في مجمله.

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل الوقوف على واقع الانترنيت في الوطن العربي، وتبين لنا من خلال التحليل أن الانترنيت مازالت في مرحلتها البدائية، وهذا نظرا لوجود عدة معوقات تحول وانتشارها، تطرقنا لها من خلال هذه المداخلة. كما تبين لنا أن المجتمع العربي يبذل مجهودات من أجل تقليص الفجوة الرقمية بينه وبين العالم، وكذلك من أجل تحضير البيئة الضرورية لقيام مجتمع المعلومات من جهة وانتشار ونمو التجارة الإلكترونية من جهة أخرى، وتحقيق ذلك يتطلب القيام بمجموعة من النقاط تطرقنا إليها وحاولنا تحليلها.

إن مشكلة الإحصائيات في الجزائر تثير مشكلا هيكليا خطيرا، وهذا لانعدام جهة رسمية موحدة تتبنى وتنسق مجهودات التجارة الإلكترونية وتشجعها ومن ثمة توفر وتنشر الإحصائيات المتعلقة بها، فوزارة التجارة وهي الجهة المختصة بتنظيم التجارة في بلادنا تقول أنه ليس لديها أية معطيات حول التجارة الإلكترونية بل الأمر لا يقف عند هذا الحد، بل أنه لا يوجد حتى التفكير بالقيام بدراسات مستقبلية لإمكانية اعتماد هذه التجارة في الجزائر.

ولعل من بين **النتائج** التي توصلنا إليها في انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر: (كمال رزيق/ مسدور فارس، 2002)

- الانتشار الواسع للأمية في بلادنا، حيث تعتبر الجزائر من الدول التي تحوي نسبة أمية مرتفعة نوعا ما فالإحصائيات تتحدث عما يفوق سبعة ملايين أمي، وبالتالي فهؤلاء لا يفقهون حتى معنى أن تمارس تجارتك عن طريق الانترنت بل لا يتخيلون حتى وجودها، وهذا يعتبر عائق يحول دون انتشار التجارة الإلكترونية؛

- انتشار الأمية بالمعنى الحديث، حيث أن مصطلح الأمية في التعريف الحديث يعني لا يحسن استخدام الحاسوب، ذلك أن فئة واسعة من المتعلمين لم يسبق لهم أن جلسوا أمام حاسوب وتعاملوا معه، وبالتالي فلا تتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الإنترنت الذي يرتكز على استخدام الحاسوب؛

- ارتفاع تكلفة الحصول على الحاسوب، وهذا أيضا يحول دون انتشار هذه التجارة التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى وبالتالي فانتشار استخدام الحواسيب مرتبطا أيضا بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه لا على المستوى الشخصي فقط و إنما على المستوى التجاري أيضا؛

- ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت، وضعف تدفقها، ذلك أن تكاليف الاتصال العادي في بلادنا مستمرة في الارتفاع في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات التي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الانترنت؛

- نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم أفاقا اقتصادية أوسع، مما يجعل انتشارها يكون منعدما في بلادنا؛

ويمكن **اقتراح** بعض السبل والأساليب التي يمكنها أن تفتح الاقتصاد الجزائري على التجارة الإلكترونية وهذه الأساليب هي:

- إرساء قواعد تكنولوجية في الإعلام الآلي تدخل التجارة الإلكترونية ضمن البرامج التكوينية على كل المستويات بما فيها التعليم العالي، حيث يمكن إحداث فرع في التجارة الدولية تحت اسم التجارة الإلكترونية أو أن تدرس كمادة أساسية في تقنيات التسويق في التجارة بصفة عامة؛

- ضرورة خوصصة قطاع الاتصالات وفتح باب المنافسة فيه حتى تنخفض تكلفة استخدام الانترنت وبالتالي المساهمة في انتشار الثقافة الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية؛

- ضرورة مضاعفة سرعة تدفق الأنترنيت التي تعتبر الأضعف في الوطن العربي؛

- التفكير في الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وإدخالها ضمن قواعد القانون التجاري وغيرها من القوانين المتصلة بها؛

- تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا المعلوماتية المستوردة حتى تكون في متناول الفئات المختلفة للمجتمع، بعد انخفاض تكلفة الحصول عليها.

وما يمكن استخلاصه (بختي ابراهيم، 2002، ص34)، هو أن التغيرات الجديدة التي تعيشها الجزائر على مستويات عدة، وتشجيعها للخواص للاستثمار في مجال تقديم خدمات الوصل للإنترنت، يعد بمستقبل خدمات أحسن وبأسعار منافسة على مستوى السوق الوطنية، مما يرفع من عدد مستعملي شبكة الانترنت، وكذلك يخدم فكرة إقامة التجارة الإلكترونية، إذا باشرت الدولة الجزائرية على أعلى المستويات بفتح الباب أمام الخواص للاستثمار في قطاعات حساسة كالخدمات المالية والاتصالات وكل ما يدخل ضمن إطار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة NTIC، من أجل تحسين نوعية هذه الخدمات، والسماح للشركات والمتعاملين الاقتصاديين الأجانب بالاستثمار في الجزائر، الذين طالما ركزوا على قطاع الاتصال وقطاع البنوك، كشرط أساسي للاستثمار في الجزائر، ويمكن تحديد خمسة عوامل أساسية يتعين على الجهات العليا مراعاتها للدخول إلى عالم الاقتصاد الرقمي "اقتصاد الشبكات" وبالتالي التجارة الإلكترونية:

- دعم وتحفيز المؤسسات على الترابط الشبكي؛
- قيادة المسار التكنولوجي بتبني سياسة تعميم واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- تأمين وحماية المعلومات الخصوصية والتصدي للقرصنة؛
- تنمية المهارات التقنية والخبرات الإدارية؛
- ضرورة تحديث القوانين وتعديلها لمواكبة التطورات.

قائمة المراجع:

-- إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2003، ص 61.

- إحسان محمد إبراهيم، مستقبل التجارة الالكترونية في الوطن العربي و دورها في تنمية الصادرات المصرية، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر التجارة الالكترونية، الآفاق و التحديات، المجلد الثاني، الإسكندرية، 25-27 يوليو 2002، ص 746.
- بختي ابراهيم، الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد الأول، 2002، ص ص 214-218.
- حديد نوفل، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة: التحول إلى استخدام نظم وأساليب التجارة الالكترونية، الملتقى الدولي الثاني حول تأثير التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على تطوير التجارة الوطنية بالدول النامية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، من 22 إلى 25 ديسمبر 2002.
- جلال الشافعي، العولمة الاقتصادية الأثر على الضرائب في مصر، كتاب الأهرام الاقتصادي، العدد 179،اول نوفمبر2002،ص ص37 36.
- عبد الله حمود علي سراج، التسويق والتجارة الالكترونية في الدول العربية التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ديسمبر 2003، ص 197.
- كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، مجمع الملتقى الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة البليدة، 21-22 ماي 2002.
- دانييل شتار فخر، القمة العالمية الأولى لمجتمع المعلومات، تحديات التحضير ومعايير النجاح، مجلة السياسة الدولية، جانفي 2004، على الموقع: www.elssyassadoualia.org اطلع عليه في: 2020/03/22.
- رأفت عبد العزيز غنيم، دور جامعة الدول العربية في تنمية و تيسير التجارة الالكترونية بين الدول العربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، الإمارات العربية المتحدة، ملحق أول، 2002، ص ص 8-9.
- طارق محمود عباس، مجتمع المعلومات الرقمي، ط1، المركز الأصيل للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص ص 114-115.
- عامر ابراهيم قندليجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2002، ص ص 262 264.
- عرض وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال حول موضوع تكنولوجيا الاعلام والاتصال وشروط التنمية المستقبلية، الجزائر العاصمة وكالة الأنباء الجزائرية، مارس 2018، على موقع الوكالة www.aps.dz، اطلع يوم 2019/04/12.
- عمار عقيلي، التجارة الالكترونية عربيا: معوقات تشريعية وقومية، مجلة الاقتصاد والأعمال، المؤسسة العربية المصرفية، لبنان، مارس2000، ص 100.
- قدي عبد المجيد، مجدل أحمد ، تكنولوجيات الاتصال والمعلومات في البلدان العربية: بين الواقع والمأمول، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد9، 2003، ص ص 82-83.
- مجدل أحمد، إدراك واتجاهات المسؤولين عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو التجارة الالكترونية في الجزائر، بالتطبيق على ولاية غرداية، رسالة دكتواه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، جوان 2004، ص ص 92-93
- مزغيش جمال، التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت، دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.، ص 189.
- منصور فرح، التجارة الالكترونية في الوطن العربي، الوضع الراهن والآفاق المستقبلية، كتاب العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي الواقع والطموح، ط1، عمان، الأردن، 2002، ص ص 393-396.
- http://www.elbayan.co.ae/2000/12/29/eqt/2.htm. consulte le :18/06/2019.

- http://www.ac4mit.org/-tunisia-asp?filname consulte le : 04/01/2019.
- http://www.hotinganime.com/smartshop/shif/16.html.consulte le: 16/05/2019
- WWW.journadunet.com/cc/01-internautes/inter-nbr-md-html consulte le: 25/02/2020
-http://www.infocommerce.gove.tn/ar/ce.htm.consulte le : 23/12/2019

واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

The reality and prospects of e-commerce in Algeria



بختاوي أمال

Bakhtaoui amel

جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة (الجزائر)؛ إدارة و تقييم المؤسسات إتمام (ITMAM)؛

mlbakhtaoui@gmail.com ؛

الملخص:

يعيش العالم اليوم عصر التحول الكبير في عالم الإقتصاد و التجارة، حيث أصبح واضحا تأثير التقدم التكنولوجي و إحلال التقنية في كل ميادين النشاط الإنساني حيث تزايد الإقتناع باعتمادها كنمط لتنفيذ الأعمال و مرتكز للتطور و هو ما يضع التجارة الإلكترونية باعتبارها إحدى صور ثورة نظم المعلومات و الإتصالات كموضوع رئيسي للتنمية و التطور، فهي قد زادت من سرعة وصول المؤسسات للأسواق العالمية.

و الجزائر كغيرها من البلدان سارعت إلى تبني التجارة الإلكترونية و الإستفادة من مزاياها الأمر الذي بات ضرورة حتمية، ومن خلال هذا البحث سنحاول التطرق إلى مفاهيم عامة عن التجارة الإلكترونية وواقعها في الجزائر من خلال البنى التحتية التي توفرها الدولة و التشريعات التنظيمية الخاصة بها بالإضافة إلى أهم المعوقات التي تحول دون تطبيقها.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، واقعها في الجزائر، أهم معوقاتها.

تصنيفات JEL : L81.

Abstract:

The world is living today in the age of the great transformation of the world of economy and trade. The impact of technological progress and technological advances in all fields of human activity has become apparent, as the belief in their adoption as a pattern of execution and a focus of development has increased, which places e-commerce as one of the images of the ICT revolution as a major subject of development and development.

They have increased the speed at which enterprises can reach global markets. Algeria, like other countries, has quickly adopted e-commerce and benefited from its advantages, which has become an imperative. This research will try to address general concepts of e-commerce and its reality in Algeria through the state's infrastructure and regulatory legislation, as well as the most important obstacles to its implementation.

Keywords: *Electronic commerce ,its reality in Algeria, its barriers.*

JEL Classification Codes : L81 ;

مقدمة:

في العقد الأخيرة من القرن العشرين ظهرت العديد من التغيرات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي حيث تسارعت وتيرة الابتكارات والتقنيات التكنولوجية الأمر الذي أدى لبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر من سمات الاقتصاد الرقمي حيث أسهم ذلك في توسيع دائرة حجم التبادل التجاري بين دول العالم، و أصبح العالم في سوق إلكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع و الخدمات، لزيادة حجم تجارتها الخارجية وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصادياتها.

و باعتبار ان التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي، الأمر الذي فرض عليها أن تواكب التطورات التكنولوجية و هو ما ساهم في ظهور التجارة الإلكترونية التي جعلت العالم سوق واحدة خالية من كافة الحواجز و الحدود، و الجزائر كغيرها من البلدان سعت إلى تبني هذا النوع من التجارة من خلال توفير البنى التحتية المناسبة لذلك و سن القوانين و التشريعات المنظمة للتجارة الالكترونية لتحقيق التنمية المعلوماتية و محاولة اللحاق بركب الدول المتقدمة في هذا المجال، إلا أنها واجهت مجموعة من العراقيل و الصعوبات التي أخرتها في التحول و الإندماج ضمن إقتصاد المعرفة.

من خلال هذا البحث سنحاول الاجابة عن الإشكالية التالية:

ماهو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ و ماهي العراقيل التي تحول دون تحقيق التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

قسمنا البحث إلى ما يلي:

أولا: مفاهيم عامة عن التجارة الإلكترونية.

ثانيا: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

ثالثا: العراقيل التي تقف أمام تحقق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

أولا. مفاهيم عامة عن التجارة الإلكترونية:

1. مفهوم التجارة الإلكترونية:

تعرف المنظمة العالمية للتجارة OMC التجارة الإلكترونية بأنها إنتاج وترويج، بيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة الإتصالات، وبهذا المعنى فإن مفهومها يمتد ليشمل جميع أشكال المعاملات التجارية التي يتم إنجازها إلكترونيا عبر شبكات الاتصالات بما في ذلك المعاملات التي تتم بين الشركات، أي بين بعضها البعض وبينها وبين عملائها أو بين الشركات والإدارات الحكومية، وقد عرف هذا الشكل من التجارة توسعا كبيرا بظهور شبكات الاتصالات عبر الكمبيوتر التي غطت جميع مناطق الكرة الأرضية والتي تعرف بالإنترنت Internet وهي تعبير مادي عن النظريات الاقتصادية المتعلقة بالعولمة حيث جسدت وصف الكرة الأرضية بالقرية الصغيرة. (مزارقة، جوان 2005، صفحة 166)

كما تعرفها الهيئة الأوروبية للمعلومات و التكنولوجيا و الرقابة EITO بأنها النشاط الذي يؤدي لتبادل القيم عن طريق شبكات الاتصال، كما تعرف أيضا بأنها عملية توظيف تكنولوجيات المعلوماتية و نظم الاتصالات الحديثة في المعاملات و المبادلات التجارية سواء كانت محلية أو دولية أو هي مجموع العمليات و المبادلات التجارية الي تتم في وسط الكتروني قائم على أساس استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في التعامل سواء بين المنتجين أو بين المنتجين و المستهلكين أو بين الافراد. (محرز، جانفي 2018، صفحة 270)

و تعرف وزارة الصناعة و التجارة الفرنسية التجارة الالكترونية بأنها " التجارة التي تشمل المبادلات الالكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية، فهي تعني تلك العلاقات بين المؤسسات، و الادارات و المبادلات بين المؤسسات و المستهلكين، فالتجارة الالكترونية تغطي في نفس الوقت تبادل المعلومات و التعاملات الخاصة بالمنتجات، التجهيزات أو السلع الاستهلاكية و

الخدمات، وسائل و طرق الاتصالات المستعملة المتعددة (هاتف، انترنت...)خصائصها المشتركة هي معالجة المعلومات الرقمية التي تحوي المعطيات، النصوص، الاصوات و الصور". (طرشي و بوفليح، 2018، صفحة 38)

2. خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص أبرزها الآتي:

أ. **الانفصال عن الموقع الجغرافي (المكان):** حيث يمكن للمؤسسة الاقتصادية إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من خلال شبكة الانترنيت من أي موقع جغرافي و ذلك نتيجة أن مقر المعلومات الخاص بالمؤسسة يمكن أن يكون في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على أدائها كما أن طبيعة الانترنيت لا تضمن أن تكون العلاقة أو الربط بين العنوان الإلكتروني والإقامة والموقع المادي لأي طرف في المعاملة و هو ما يصعب على الاتفاقيات الضريبية تطبيق الاخضاع الضريبي على هذه المعاملات؛

ب. **تسهيل المبادلات التجارية الدولية:** حيث تساعد على التعاون داخل المنظمات، الأمر الذي يؤدي إلى تكثيف التجارة بين الدول و ربما يكون ذلك دافعا للمؤسسات لزيادة حجم أعمالها في الخارج، كما ينجم عن التعاون داخل المنظمات تسهيل تقديم الخدمات من مختلف الدول ومن المستشارين الموجودين في أكثر من دولة، كما تسهل من التفاوض على المستوى الدولي؛

ت. **التقليل من عدد الوسطاء في المعاملات:** لا سيما في بعض أنواع التجارة الإلكترونية على غرار البرمجيات التجارية حيث تسهل عملية البيع المباشر للبرمجيات في شكل رقمي من المصمم إلى المستهلك دون المرور بحلقة البيع التقليدية من المنتج إلى تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة إلى المستهلك، و لكن غياب هولاء الوسطاء يمثل تحديا جديدا للإدارة الضريبية نظرا للدور الهام الذي كان يقوم به هولاء الوسطاء في التجارة التقليدية كآليات رقابة من جهة، وتحصيل بعض أنواع الضرائب من جهة أخرى؛

ث. **إمكانية رقمنة بعض المنتجات:** هناك العديد من المنتجات التي يمكن تبادلها إلكترونيا مثل البرمجيات وكل المعلومات المكتوبة والصور وأشرطة الفيديو ...الخ، وهذا التحول من الشكل المادي للمعاملات التجارية إلى الشكل الرقمي يفرض في المجال الضريبي ضرورة إبراز العديد من القضايا المرتبطة بتصنيف الدخول وكيفية المعالجة الضريبية لها سواء تعلق الأمر بالقوانين الضريبية المحلية أو الاتفاقيات والمعاهدات الضريبية؛

ج. **ظهور وسائل جديدة للدفع:** لقد رافق التجارة الإلكترونية العمل على ايجاد وسائل دفع وتسوية المعاملات في مختلف أشكال الدفع الإلكتروني التي يصطلح عليها النقد الإلكتروني، غير أن هذه الأشكال الجديدة للدفع عقدت من عملية تتبع مسار استخدام هذا النوع من النقود خصوصا في المجال الضريبي؛

ح. **غياب المستندات الورقية للمعاملات:** حيث بالإمكان اتمام صفقة تجارية كاملة بدء من التفاوض إلى الاستلام دون تبادل مستندات ورقية، وذلك بفتح سجل إلكتروني بين أطراف العملية التجارية. (الحواس و ولهي، يومي 13/12 نوفمبر 2017، الصفحات 2-3)

3. أشكال التجارة الإلكترونية:

للتجارة الإلكترونية عدة أنواع نوجزها في الآتي (قشام، 2015، صفحة 142):

أ. **مؤسسة أعمال-مؤسسة أعمال (B to B):** يتم هذا النمط بين شبكات الأعمال فيما بينها من خلال شبكات الإتصال و المعلومات.

ب. **مؤسسة أعمال-مستهلك (B to C):** يسمى بالتسوق الإلكتروني أو تجارة التجزئة الإلكترونية لتميزه عن التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال، حيث أن هذا النمط يقابله البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي.

ت. **مؤسسة أعمال-إدارة حكومية (B to G):** يغطي هذا النوع كل المعاملات بين المؤسسات و الهيئات الحكومية، و حاليا يعتبر هذا النمط في مرحلة وليدة.

ث. **مستهلك-إدارة حكومية (C to G):** لم يبزغ هذا النمط بعد لكن ربما ينتشر مع انتشار التعامل الإلكتروني و نمو نمط المؤسسة إلى المستهلك و المؤسسة إلى الهيئة الحكومية.

4. الفرق بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية

هناك العديد من أوجه الاختلاف بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية نوجزها في الجدول التالي:

جدول 1: أوجه الاختلاف بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية

النشاط	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
تقديم المعلومة حول المنتج/ الخدمة	التلفاز، الراديو، الجرائد، الكاتالوجات و المجلات و غيرها؛	المواقع الالكترونية و الكاتالوجات على الخط؛
اتصالات الأعمال	الهاتف و البريد العادي؛	البريد الالكتروني؛
التحقق من المنتجات المتوفرة	الهاتف، الفاكس و الرسائل؛	البريد الالكتروني، مواقع الويب و الاكسترانت؛
توليد الطلبية	على شكل مطبوعة؛	عن طريق البريد الالكتروني و مواقع الويب؛
الاشعار باستلام المنتج	الهاتف أو الفاكس؛	البريد الالكتروني و مواقع الويب و تبادل المعطيات الالكتروني EDI :Electronic Data) (Interchange
توليد فاتورة الاستلام	على شكل مطبوعة	عن طريق مواقع الويب

Source: (Bidgol, 2002, p. 49)

ثانيا. واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

يفتقر قياس التجارة الالكترونية سواءا من حيث الارقام الفعلية أو التقديرية إلى الدقة و الموثوقية، لذلك فان احصائياتها التي تنشرها بعض مراكز البحوث و القطاعات الخاصة تظهر متباينة، و من بين أهم المؤشرات المستخدمة في هذا المجال نجد:

أ. **المؤشرات المباشرة:** و هي تقيس حجم التجارة الالكترونية بقيمة ما يعقد من صفقات تجارية عبر الانترنت سواءا بين الافراد أو المؤسسات، لكن هذه البيانات ليست بالسهلة لعدم امكانية احصاء تعاملات المؤسسات التجارية أو التعامل بين الافراد على شبكة الانترنت بصورة دقيقة.

ب. **المؤشرات غير المباشرة:** تعبر هذه المؤشرات عن امكانية متاحة و احتمالات مرتقبة اكثر مما تعبر عن واقع فعلي للتجارة الالكترونية، فهي تشمل الوسائط الالكترونية اللازمة لممارسة التجارة الالكترونية كعدد مستخدمي الانترنت، عدد الخطوط الهاتفية، عدد الحواسيب الشخصية و معرفة الاستعداد الالكتروني في المجتمع، و تبقى هذه المؤشرات عامة و غير مباشرة للغاية، حيث أن استخدام الانترنت في التجارة الالكترونية ليس هو الاستخدام الوحيد و لا الأهم كما أن امتلاك حاسوب شخصي لا يعني بالضرورة استخداما للانترنت. (العيسوي، 2003، الصفحات 43-45)

كما قد لا ترد إحصائيات دقيقة عن حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكن مؤشراتها وملامحها تظهر جليا في مختلف جوانب هذا النوع من التجارة، حيث ظهرت العديد من المواقع الإلكترونية على اختلاف اهتماماتها، بل ولقيت اهتماما عميقا من قبل مستخدمي الإنترنت في الجزائر، مثل موقع واد كنيس الذي يقدم خدمات عديدة و متميزة تتمثل في تصميم المواقع بأنواعها واستضافة أي موقع في خوادم OUEDKNISS.COM قوية جدا بتوفير فرص الإعلان المجاني لكل من يريد عرض أي

صنف من السلع و الخدمات، كما يوفر مساحات إشهارية لمختلف النشاطات، كما تقوم شركة الخطوط الجوية الجزائرية بتقديم مجموعة من الخدمات للشركات عبر موقع الخطوط الجوية الجزائرية airalgerie.dz وهي خدمات مهمة لزبائنها على اختلاف مناطقهم و جنسياتهم؛ ومواقع أخرى كموقع www.dzsoq.dzالذي يشبه الى حد كبير موقع ايباي ebay وموقع www.dzdeal.dzو موقع www.cliodiali.dz و بعض المواقع الأخرى جزائرية الصنع و المحتوى، بالاضافة إلى خدمات موقع البريد عبر الشبكة و امكانية التسديد و خدمة الموزع الصوتي، بالإضافة إلى ملامح السداد الإلكتروني في الجزائر، عن طريق انتشار أجهزة الموزعات الآلية للأوراق النقدية، بإصدار العديد من البنوك والمؤسسات المالية لبطاقات بلاستيكية ممغنطة تحتوي على شريحة ميكروية وأخرى ذكية تسمح لصاحبها بسحب مبالغ معينة من الأموال من حسابه الشخصي متى أراد ذلك، ومحاولة اعتماد بطاقات فيزا و ماستركارد وغيرها في المنظومة البنكية الجزائرية وغيرها Algeria e-Banking Services AEBS. (عبد الهادي مسعود و لعروس، سبتمبر 2017، الصفحات 315-316)

الجدول 2: يمثل التطور السكاني و عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2005-2017

السنوات	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد	**4700000**	**5230000**	**6404264**	**6669927**	**11000000**	**15000000**	**18580000**
عدد السكان	**34586184**	**37367226**	**38813722**	**38813722**	**39542166**	**40263711**	**410663753**
% من عدد السكان	**13.6**	14	16.5	17.2	27.8	37.3	45.2

Source :(Internet World Statats, 2020)

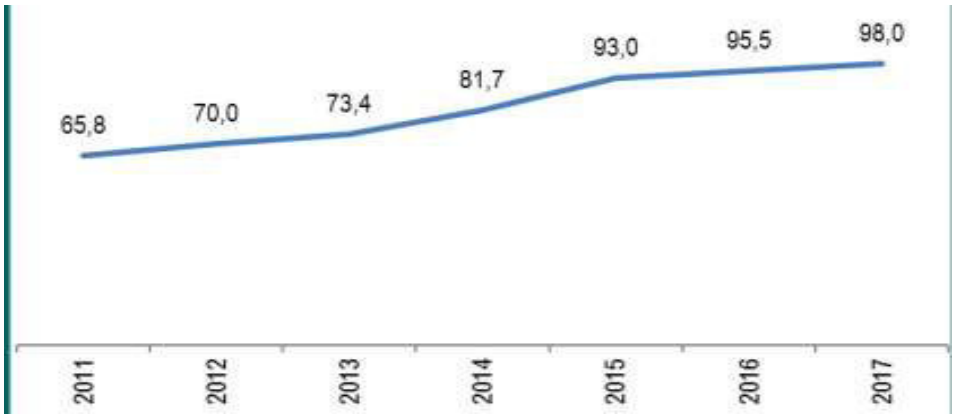
من خلال الجدول نلاحظ أن عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر كان في تزايد ضئيل خلال الفترة 2005-2014 ليرتفع بعدها من سنة 2015-2017 حيث بلغ 1858000 مستخدم بنسبة 45.2%.

1. **الهاتف الثابت و النقال:** في نهاية سنة 2017 بلغ عدد المشتركين في الشبكة الثابتة 4052 مليون مشترك، بينما بلغ عدد المشتركين 4182 مليون مشترك سنة 2016 بانخفاض قدره 3٪ أما نسبة الاختراق فقد بلغت 9٪ عام 2017 مقابل 10.13٪ عام 2016 وتجدر الإشارة أيضًا إلى أن 57.60٪ من الأسر لديها خط هاتف ثابت مقارنة بـ 60.76٪ نهاية سنة 2016 يفسر هذا الموقف من خلال الانخفاض في أسطول الأسلاك و WLL بعد عمليات تنظيف شبكات المشتركين المشغلين من قبل المشغل AT وهو انخفاض خفف من الزيادة في قاعدة المشتركين G4 LTE، أما في نهاية سنة 2017 بلغ معدل اختراق الهاتف الثابت (عدد الخطوط لكل 100 نسمة) 9٪ كان هذا المعدل 10.13٪ في نهاية عام 2016. (www.arpce.dz)

مقارنةً بعام 2016 شهد عام 2017 انخفاضًا في حجم المكالمات الصادرة من الشبكة الثابتة إلى شبكات الهاتف المحمول، ذهب من 10 إلى 9 دقائق في الشهر بانخفاض قدره 14٪.

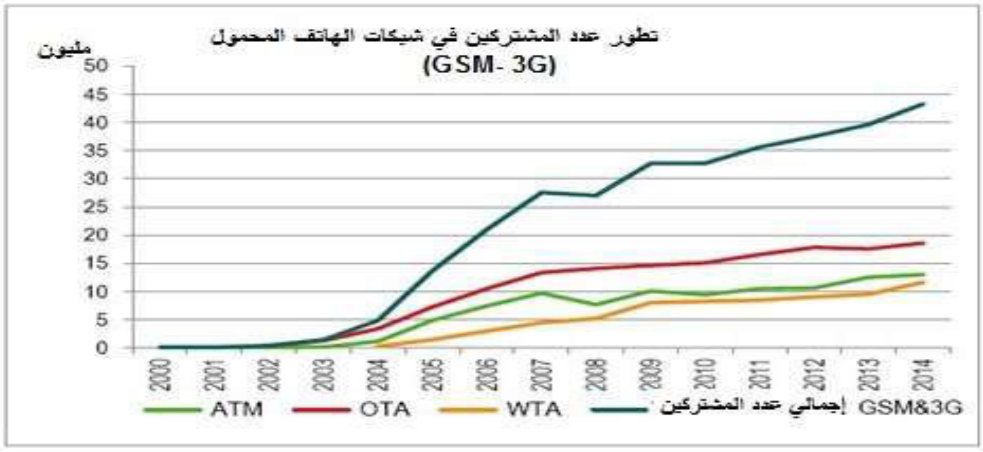
وارتفعت قيمة التداول التي حققها مشغل الهاتف الثابت بنسبة 2.4٪ وبذلك ارتفعت من 95.5 مليار دينار في عام 2016 إلى 98 مليار دينار في عام 2017. (arpce، 2017، صفحة 18)

الشكل 1: تطور رقم أعمال سوق الهاتف الثابت (مليار دينار)



Source : (arpce, 2017, p. 19)

الشكل 2: يمثل تطورعدد المشتركين في شبكات الهاتف المحمول



source :(www.andi.dz)

خلال سنة 2014، عرفت سوق الاتصالات النقالة نموا بنسبة 9.6% إذ وصل إلى 39.630 مليون مشترك، ففي سنة 2013 بلغ عدد المشتركين 34.298 مليون مشترك، هذا النمو اقترن مع اطلاق G3. كثافة الهاتف النقال(GSM,3G) بالنظر إلى التطور الصافي بـ7.22% وتجاوز إلى 102.40% و 109.62%.

2. **توزيع المشتركين عن طريق التكنولوجيا:** من 43 مليون مشترك يوجد 34.79 مشترك في شبكة GSM أي 80.35% و في المقابل يوجد 8.51% مشترك في شبكة الجيل الثالث (G3) أي 19.65.

شهد شبكات الهاتف المحمول (GSM و G3 و G4) استقرارًا، حيث ارتفع من 45.818 مليون مشترك سنة 2016 إلى 45.846 مليون مشترك عام 2017 هذا يرجع إلى تشبع سوق الهاتف المحمول، بينما انخفض معدل انتشار الهاتف المحمول قليلاً بنسبة 1٪ من 110.94٪ عام 2016 إلى 109.94٪ عام 2017. (arpce، 2017، صفحة 19)

الجدول 3: يمثل توزيع المشتركين عن طريق التكنولوجيا

	الكلي	3G	GSM
ATM اتصالات الجزائر موبيليس	29502213	3128163	9832059
OTA أوراسكوم تيليكوم الجزائر	14861218	2502541	89835717

WTA الوطنية إتصالات الجزائر	73166311	4914383	2402258
الاجمالي	17429843	0535098	12178934

Source :(www.andi.dz)

✓ **الحصة السوقية**

اعتبارا من 2017/31/12 تظهر أسهم سوق GSM حسب المشغل في الجدول التالي:

الجدول 4: يمثل الحصة السوقية (للمشتركين) خلال سنة 2016-2017

الحصة السوقية (للمشتركين)	2017	2016
ATM	32.36%	%30.79
OTA	%41.89	%40.76
WTA	%25.75	%28.45

Source : (arpce, 2017, p. 20).

في نهاية عام 2017 تجدر الإشارة إلى أنه بالنسبة لقطاع GSM استحوذ OTA على 41.89٪ متبوعًا على التوالي بـ ATM بنسبة 32.36٪ و WTA بنسبة 25.75٪ ويفسر هذا الوضع بحقيقة أن OTA كانت أول من دخل إلى سوق GSM وهو الوضع الذي مكنها من اتخاذ إجراء حصة كبيرة في السوق.

أجهزة الحاسوب

بما أن عالم التجارة الالكترونية يتميز بالتراكم المعرفي، فانه لابد من توفير جميع العوامل التي تتيح للجزائر فرصة حقيقية لتبني هذا النوع من التجارة الحديثة، و من بين العوامل الواجب توفرها هو أجهزة حاسوب شخصية، و الجدول التالي يوضح تطور عدد أجهزة الحاسوب في الجزائر للفترة 1999-2008. (شوقي ناجي و آخرون، 2007، صفحة 47)

جدول 5 : تطور عدد الحواسيب في الجزائر للفترة 1999-2008

السنوات	عدد الاجهزة
1999	180000
2000	200000
2001	220000
2002	242000
2003	265000
2004	290000
2005	350000
2006	386667
2007	429167
2008	471667

1.1. التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر

تعددت محاولات المشرع الجزائري لتنظيم المسائل المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في شكل دلالات على قبول التعاملات الإلكترونية، لكنها كمبدأ اعتبرت محاولات جزئية و لم يتبلور من خلالها موقف المشرع الجزائري من التجارة الإلكترونية إلا في الثلاث سنوات الأخيرة، أين سن قوانين لها علاقة مباشرة بالتجارة الإلكترونية و أودعت الحكومة مشروع قانون التجارة الإلكترونية، حيث صادق مجلس الوزراء على القانون و تمت مناقشته في البرلمان و صادق عليه نواب البرلمان في 2018/02/20 على مستوى المجلس الشعبي الوطني، و في 19 أبريل تمت المصادقة عليه على مستوى مجلس الأمة، كما تجدر الإشارة إلى أن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية (UNCTAD) سنة 2016 صنف الجزائر في المرتبة 95 عالميا في مبيعات التجزئة عبر الأنترنت و هذا نسبة لإجمالي المبيعات بالمتاجر، وفقا للتقرير الذي ضم 137 دولة و هي متأخرة عن تونس التي احتلت المرتبة 73 و الامارات العربية المتحدة التي احتلت المرتبة 25 و الأولى عربيا. (مشتي، 2018، صفحة 250)

4.2. أشكال الدفع الإلكتروني في الجزائر

إن تحديث وسائل الدفع الإلكترونية يساهم في تسريع تطوير التجارة الإلكترونية حيث لا يمكن الحديث عن تجارة إلكترونية جزائرية دون وجود قطاع بنكي عصري يوفر وسائل دفع إلكترونية متطورة، وعلى الرغم من كون استخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تتعدى المستوى البدائي (الدفع عند التسليم) ولم تصل إلى المستوى الثاني الدفع الفوري الإلكتروني إلا أن الكثير من المصارف الجزائرية بدأت تبدي قدر كبير من الاهتمام بالأعمال الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة حيث سعت لتطوير نظامها المصرفي ومواكبة كل ما هو جديد من خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الآلية للنقد و نهائيات الدفع الإلكتروني، والانضمام لشبكات الدفع العالمية: (دميش، 2011، الصفحات 241-242)

✓ إنشاء شركة " تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" و" الشبكة النقدية البين بنكية

إن أول خطة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة " تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" سنة 1995 وهي شركة ذات أسهم وفروع لـ 8 بنوك، وتسعى هذه الشركة لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها، بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها ونظرا لكون وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تقليدية، فإن حرص " MATLM" على تطوير هذه الأنظمة وتحقيق سلاسة العمل بين البنوك دفع هذه الشركات لوضع شبكة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك حيث تم سنة 1997 تحقيق الخطوة الأولى لهذا المشروع، حيث انطلقت "الشبكة النقدية بين البنوك" Réseau monétique interbancaire" التي تعطي الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزعات الآلية للنقود، وإن ارتباط هذه الموزعات بالشبكة بين بنكية مكن حامل البطاقة من إجراء عمليات السحب من أي موزع حتى ولم يكن ينتمي للبنك المصدر للبطاقة.

✓ **البطاقة بين بنكية "la carte interbancaire"**

إن فشل نظام السحب دفع البنوك إلى بدل المزيد من الجهد في مجال البطاقات ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع أخر جديد هو" بطاقة السحب والدفع بين بنكية"CIB" "والتي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي السحب من الموزعات الآلية، بالإضافة إلى رفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي بين بنكية، حتى لو لم تكن الأجهزة تابعة للبنك المصدر للبطاقة كما تحمل البطاقة شعار البنك المصدر وشعار البطاقة البنكية المشتركة "CIB"ولقد بدأت شركة " MATLM " في مشروع بعث نظام الدفع بين بنكي سنة 2002 إلا أن هذا المشروع تأخر انطلاقه الفعلي عن موعده المحدد ولم تبزغ ثمرته حتى 2006 حيث تم تجربته سنة 2005 لمدة 6 أشهر على عدد من التجار (200-500 تاجر) وفي 2007 تم تعميم بطاقة" CIB" على كامل التراب الوطني كما تنقسم إلى نوعين أساسين هما بطاقات عادية وبطاقات ذهبية حيث تسمح كل من هما بخدمة السحب والدفع كما يقدمهما البنك للزبائن حسب معايير محددة، كما أن البطاقات الذهبية تقدم مزايا أخرى وسقف أعلى للدفع والسحب.

✓ **البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية الجزائرية**

إن إسهام البطاقات الإلكترونية في التجارة الإلكترونية لا جدال فيه، فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الإنترنت هي البطاقة الائتمانية إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي لكنها فاتحة لانطلاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقاتها البنكية وقامت بإصدار هذه الأخيرة بترخيص من الشبكات العالمية كما أن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الإنترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته في أي مكان في العالم، و من بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي نجد القرض الشعبي الجزائري وكذا بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي.

تملك الجزائر أكثر من 8 ملايين حساب بنكي و6 ملايين بطاقة سحب و 5.1 مليون بطاقة دفع وهناك أكثر من 3500 محطة دفع الكرتونية 1300 موزع آلي، ومن أمثلة الشركات المساعدة على القيام بالعمليات التجارة الإلكترونية في الجزائر epay.dz موقع من مواقع الجزائرية التي تعاجل الدفع الالكتروني بما في ذلك تغذي الإئتمان ودفع فواتير الهاتف المحمول او شراء تذاكر الطيران، الشركة لديها أكثر من 1800 زبون، ففي سنة 2011 قدمت طلبا للحصول على الموافقة للربط بمنصة ما بين البنوك SATIM كما تتنوع السوق الجزائرية بعدد كبير من طرق الدفع كاستخدام الحولات البريدية، الدفع عن طريق الشيك، الدفع عند التسليم الدفع عن طريق PayPal بالاورو. (بن ساسي، 2017، صفحة 215)

5.2. سبل ومتطلبات اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

أصبح العمل على تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر واقعا محتوما يفرضه الانتقال إلى اقتصاد السوق و الانتشار السريع لاستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعليه يجب اتخاذ الخطوات اللازمة لذلك و منها ما يلي: (بلقيدوم، 2012، صفحة 231)

- تتبع التطورات الحاصلة في ميدان التجارة الإلكترونية؛

- الاستفادة من تجارب الدول في هذا المجال؛
- توفير البنية التحتية التي تضمن أمن وسلامة التعاملات الإلكترونية؛
- تطوير نظم الدفع الآلي للقيام بجميع العمليات المصرفية؛
- توفير البنى التحتية للاتصالات؛
- تسريع تفعيل الحكومة الالكترونية لتقديم خدماتها إلكترونيا؛
- إنشاء مواقع تسويقية على شبكة الإنترنت؛
- نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية؛
- تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية الوطنية لاستخدام التقنيات التجارة الإلكترونية؛

2. معوقات تجسيد التجارة الإلكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر كغيرها من الدول النامية العديد من العقبات و التحديات في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية. و يمكن تلخيص أبرز هذه التحديات حسب التقسيمات التالية: (ابراهيم، 2018، الصفحات 17-20)

أولا. العوائق التقنية والتكنولوجية:

- ضعف البنية التحتية للإتصالات في الجزائر وعدم مواكبتها لتطورات التقنية العالمية فقد جاءت الجزائر في المرتبة 102 عالميا من بين 176 دولة و المرتبة 11 عربيا من بين 19 دولة وفق مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال (idi) كما صنفت في المرتبة 98 عالميا وفق مؤشر النفاذ لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و المرتبة 108 عالميا وفق مؤشر كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و المرتبة 80 عالميا، وفق مؤشر مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال.
- ضعف البنى التحتية الإلكترونية، مثل نوعية وسرعة شبكة الأنترنت ونقل المعلومات وما يرتبط بها من برامج و تجهيزات وأنظمة، فعلى الرغم من أن نسبة استخدام الأنترنت في الجزائر و التي بلغت 45.2% لا تزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوربية و الأمريكيتين ودول أسرتاليا وكذا دول الشرق الأوسط والدول الأسيوية، وهو ما يعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية مما يسبب فشل في إقامة التجارة الإلكترونية.
- ضعف مؤشر الجاهزية الإلكترونية للجزائر و التي صنفت بموجبه من بين الدول الأقل توصيلا في العالم، فقد احتلت الجزائر المرتبة 117 عالميا سنة 2016، وفق مؤشر الجاهزية الإلكترونية من بين 139 دولة، كما جاءت مؤشراته الفرعية في مراتب متأخرة، فقد صنفت في المرتبة 131 عالميا وفق مؤشر البيئة، و الرتبة 95 عالميا وفق مؤشر الجاهزية و في المرتبة 125 عالميا وفق مؤشر الإستخدام و مؤشر التأثير جاء في المرتبة 129 عالميا.

- اتساع الهوة الرقمية في انتشار الكمبيوتر لدى الأسر بين الجزائر وبقية مناطق العالم، فقد بلغت نسبة انتشار الكمبيوتر لدى الأسر الجزائرية ما نسبته 38.42% أما نسبة الأسر المتصلة بالأنترنت فقد بلغت ما نسبته 34.67% و التي لا تزال بعيدة عن مستوى الدول الأوربية والأمريكيتين و أستراليا و كذا دول الشرق الأوسط و المستوى العالمي، و هو ما يكشف عن نقص معدل استخدام أجهزة الحاسوب في الجزائر و الذي يعد عائقا أساسيا أمام تقدم التجارة الإلكترونية فيها.

- ضعف مؤشر اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر و المقدر بـ8.24 والذي يبقى ضعيف جدا إذ ما قورن بالمعدل العالمي الذي يقدر تقريبا بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوربية أكثر بخمسة أضعاف من المعدل المحلي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، ناهيك عن ضعف البنية التحتية للشبكة الثابتة وارتفاع تكلفة الإستثمارات فيها، وهو ما ينعكس سلبا على تطبيق التجارة الإلكترونية.

- ضعف مؤشر النطاق العريض للهاتف النقال لكل 100 ساكن في الجزائر و المقدر بـ46.81، والذي يبقى ضعيف جدا إذ ما قورن بالمعدل العالمي ومعدل الدول و الأمريكيتين وكذا معدل رابطة الدول المستقلة والدول الأسيوية، وهو ما سينعكس سلبا على تطبيق التجارة الإلكترونية.

ثانيا. العوائق الاقتصادية:

- الافتقار إلى النظم المصرفية القادرة على حل مشكلات السداد والدفع عن طريق الإنترنت وبطاقات الإئتمان، تبرز في هذا السياق مسألة استخدام بطاقة الصرف الإلكترونية وهي الوسيلة الأولى في البيع و الشراء، حيث نجد تخوفا من إصدار بطاقات الائتمان بشكل عام.

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية في الجزائر.

- تأثر حجم التجارة الإلكترونية الجزائرية بالعوامل المالية خاصة الرسوم والضرائب التي تفرض على الشركات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلوماتية للتجارة الإلكترونية، بما يقلل من مساهمتها ونشاطها في تفعيل التجارة الإلكترونية بالجزائر.

- محدودية حجم التجارة الالكترونية في الجزائر سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها و بين موردها المحليين أو حتى بينها و بين المستهلكين محليا.

- قصور أسواق رأس المال لدعم و تمويل مشروعات التجارة الإلكترونية، لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار و الإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإكرتونية.

ثالثا. العوائق البشرية:

- قصور الكوادر البشرية المدربة و المؤهلة في جمال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكرتونية، حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وبالتالي تطوير التجارة

الإلكرتونية، وتتطلب التجارة الإلكرتونية الأيدي العاملة المدربة في مجالات عدة بالإضافة إلى مختصين في تصميم مواقع التجارة الإلكرتونية وقوائم الكتالوجات وأمن الشبكات ونظم الدفع الإلكترونية و غيرها.

- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع، حيث تلعب الثقافة و المعرفة بالتجارة الإلكترونية دورا هاما في انتشارها وتطورها لاسيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية. ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة يف نشر الثقافة و الإستخدام الإلكتروني.

رابعا. العوائق التشريعية و القانونية:

يمكن إيجاز التحديات القانونية في بيئة التعاملات الإلكترونية الجزائرية وفق مراحل إتمام عملية التجارية الإلكترونية:

- ففي المرحلة الأولى التي تسبق عملية التعاقد، تظهر عقبات وتحديات أبرزها مسألة ثقة المشتري أو الزبون من حقيقة وجود الموقع والسلعة أو الخدمة المعروضة، ومشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلة الملكية الفكرية)، حماية المستهلك من عمليات الإحتيال سواء على الخط أو عبر المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للمنتجات المعروضة.
- و في المرحلة التالية المتمثلة في إبرام العقد حيث يتلاقى الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية سواء في الموقع على الويب أو عبر مراسلات البريد الإلكتروني، وهنا تظهر مشكلتان: أولها مدى وثوق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر، أي سلامة صفة المتعاقد، وهنا تظهر ضرورة وجود طرف محايد يتوسط بين المتعاقدين ويقوم بعملية التوثق والتأكد من صفة وحقيقة كل طرف. وثانيها مدى حجية العقد الإلكتروني ومدى قبوله في الإثبات، ومن هنا ظهرت فكرة التوقيع الرقمي ليحل محل التوقيع العادي.
- أما المرحلة الثالثة و المتمثلة في إنفاذ التزامات المتعاقدين من تسليم السلعة أو الخدمة، والوفاء بالثمن، فمن ناحية تسليم السلعة فتثور مشكلة التأخير أو الإخلال بمواصفات الإتفاق، ومن ناحية الوفاء بالثمن فإن التحدي يظهر في وسائل الدفع التقنية مثل السداد بالبطاقات الإئتمانية أو تزويد بيانات البطاقة عبر الهاتف، وهذه التحديات ترتبط بمشكلة أمن المعلومات عبر شبكة الإنترنت بالإضافة إلى تحديات أخرى كحماية الأنشطة التجارية من تطفل مخترقي نظم الكومبيوتر والشبكات أو ما يعرف بجرائم الإنترنت، وكذلك تحدي الإختصاص القضائي في فض النزاعات التي تحدث بين الأطراف المتعاقدة سواء على المستوى المحلي أو الدولي.[i]

خاتمة:

تعتبر التجارة الإلكترونية منظورا جديدا في بيئة الأعمال التجارية اليوم، حيث سمحت باختزال الوقت و المسافة و كذا ازالت الحواجز لإتمام جل المعاملات من خلال الاعتماد على الاسلوب الرقمي، فالانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الرقمية أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على كل دول العالم التي استجابت لهذا النوع من المعاملات حسب خصوصية كل بلد.

و الجزائر بدورها سارعت إلى الإستفادة من مزايا هذه التجارة، لكنها مازالت في أولى مراحلها و بعيدة عن المستوى الذي يمكن اعتباره كتقنية متطورة للتجارة، الأمر الذي يفرض عليها مواجهة العقبات و العمل على توفير البنى التحتية الملائمة لنجاحها

من خلال توفير شبكات اتصال ذات سرعة فائقة مع تأمين سلامة المعلومات و تطوير برمجيات متخصصة و ملائمة لطبيعة السوق الجزائرية و تأهيل و تطوير الكادر البشري في مجال المعرفة التقنية بالإضافة إلى صياغة التشريعات التنظيمية المناسبة لتطبيقها و كذا توعية الأفراد و المؤسسات بأهمية التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع:

Internet World Statats. (2020, 05 29). *Algerian internet and population growth.* Récupéré sur http://www.internetworldstats.com

.*rapport annuel* .(2017) .arpce

Bidgol, H. (2002). electronic commerce principles and pratice, USA. *academic press* .

www.andi.dz . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 07 06, 2020، من http://www.andi.dz

www.arpce.dz. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 07 06, 2020، من https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2017.pdf

ابراهيم العيسوي. (2003). *التجارة الالكترونية*. القاهرة: المكتبة الاكاديمية.

اسماعيل قشام. (2015). ضرائب التجارة الإلكترونية بين الإعفاء و الإخضاع. *مجلة دفاتر إقتصادية، العدد01* .

أمال مشتي. (2018). التجارة الإلكترونية في الجزائر. *مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، العدد الثالث عشر* .

جواد شوقي ناجي، و آخرون. (2007). الابعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الاردن: متطلبات النجاح. *المجلة الاردنية في ادارة الاعمال، المجلد3، العدد3* .

خالد بن ساسي. (2017). واقع التجارة الإلكترونية و الامداد في الجزائر. *مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12* ، .

زواق الحواس، و بوعلام ولهي. (يومي 13/12 نوفمبر 2017). الضرائب على التجارة الالكترونية-المشكلات و آليات الإخضاع. *الملتقى العلمي الدولي حول: التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة*. جامعة المسيلة.

سمية دميش. (2011). التجارة الإلكترونية و حقيقة واقعها في الجزائر. *رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تحليل و إشراف اقتصادي* . قسنطينة، جامعة متنوري.

صالح مزارقة. (جوان 2005). التجارة الالكترونية و إشكالية إخضاعها للضرائب (التحديات المستقبلية للسياسة الجبائية). *مجلة العلوم الإنسانية، العدد23* .

صباح بلقيدوم. (2012). أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الإقتصادية. *أطروحة دكتوراه في علوم التسيير* . جامعة قسنطينة.

محمد طرشي، و نبيل بوفليح. (2018). التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع و المأمول. *مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14/ العدد 19* .

مسعود عبد الهادي مسعود، و لخضر لعروس. (سبتمبر 2017). تقييم واقع التجارة الإلكترونية و إستعمالات البطاقات الإلكترونية بالجزائر. *مجلة التنمية و الإقتصاد التطبيقي، العدد02* .

مسلم ابراهيم. (2018). واقع و تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر. *دراسات اقتصادية، العدد 34* .

نزر الدين محرز. (جانفي 2018). نظام الدفع الالكتروني و دوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الاشارة لحالة الجزائر. *مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02* .

إشكالات الإدارة الضريبية في تحصيل الوعاء الضريبي للتجارة الإلكترونية

– تحديات وحلول مقترحة -

Problems of tax administration in collecting the tax base for e-commerce

-Challenges and suggested solutions-



د. قطاف عبدالقادر [1]، د. فتحي مولود [2]

Dr: GUETTAF ABDELKADER [1], Dr:FATHI MOULOUD [2]

المركز الجامعي أفلو (الجزائر)؛ مخبر الانتماء؛ الدراسات القانونية والإقتصادية

الإيميل: aek.guettaf@cu-aflou.dz

المركز الجامعي أفلو (الجزائر)؛ مخبر الانتماء؛ الدراسات القانونية والإقتصادية

الإيميل: moufat1987@gmail.com؛

الملخص:

تهدف الدراسة إلى إبراز جانب مهم من ماهية التجارة الإلكترونية والتحديات حول المعاملة الضريبية للصفقات التجارية الإلكترونية، التي لا تعترف بقيود وحدود الزمان والمكان. فتعتبر المقاربة الثنائية بين التجارة الإلكترونية والنظام الضريبي أمر حتمي لضمان فعالية وكفاءة هذا الأخير، وبذلك فإن التطور التكنولوجي قد يكون سببا في إثارة حيرة وقلق الإدارة الضريبية، بالرغم من كونه يتيح فرصا لا متناهية أمام المتعاملين التجاريين في الفضاء الإلكتروني.

و خلصت الدراسة إلى أنه من اجل تفعيل وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب توفر قرار البنية المالية والنقدية المناسبة لتسهيل عمليات الدفع والتسويات الناجمة عن التعاملات في التجارة الالكترونية ، حيث يجب تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية ،حيث يمكن تسيير التسويات للحسابات وتحصيل الضرائب الناجمة عن التجارة الالكترونية

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، النظام الضريبي.

تصنيفات JEL : L81 ;H87 ;E63

Abstract:

The study aims to highlight an important aspect of what e-commerce is and the challenges around the tax treatment of electronic business deals, which do not recognize the restrictions and limitations of time and space. The two-way approach between e-commerce and the tax system is imperative to ensure the effectiveness and efficiency of the latter Thus, technological development may be a cause for the confusion and anxiety of tax administration, despite the fact that it provides endless opportunities for commercial dealers in cyberspace.

The study concluded that in order to activate and develop electronic commerce in Algeria, a suitable financial and monetary structure decision is required to facilitate the payment and settlement operations resulting from transactions in electronic commerce, where financial services must be developed, the credit system strengthened, and financial transfer standards supported, where settlements can be managed for accounts and collected. E-commerce taxes

Keywords: *E-commerce, the tax system*

JEL Classification Codes : **E63 ;H87 ;L81**

مقدمة:

منذ ما يقارب خمسة عشر سنة لم يكن الاستخدام التجاري للأنترنت ممكنا أو مسموحا به، فقد اقتصر على مجالات معينة دون سواها" وقد انتشرت التجارة الإلكترونية كونها إحدى فرص الأسواق الجديدة وهي أيضا أذكى وأرقى النماذج الاقتصادية الجديدة، كما يمكن أن تكون مصدر المنتجات الجديدة"

التجارة في مجملها تميزت بالانفتاح وبالتقدم الإنسان في اتساع نطاقها بعد اكتشاف الورق وسك النقود وتطوير صناعة النقل، الشحن، الدخول في عصر الطيران التجاري وتغيير ثورة الاتصالات أحدث، وأهم هذه التطورات التي بدأت باستخدام التليفون والفاكس، وانتهت حاليا بالانترنت الذي أخذ يغير شكل التجارة من صورتها التقليدية، التي تعتمد على النقل والتسليم المادي للسلعة، إلى تجارة رقمية لا تهتم بالمكان الذي توجد فيه السلعة، أو توافر الخدمة وتتيح للحصول على العديد من السلع والخدمات بمجرد الضغط على لوحة المفاتيح لجهاز الكمبيوتر، وإصدار أمر بتحميلها إلى جهاز المستهلك، وإبرام الصفقات من خلال أشكال جديدة ومبتكرة من العقود ووسائل الدفع والتسليم بما يعرف بالتجارة الالكترونية،

كما يشهد العالم اتجاها نحو قيام تكتلات دولية بغرض إحداث الدولي نظرا للمزايا التي يترتب عليها هذا الأخير، كتحرير انتقال السلع وعوامل الإنتاج بالإضافة إلى تنسيق المعايير التقنية ودعم التنمية الاقتصادية وفي هذا، يعمل التنسيق الضريبي على تفعيل التكامل الدولي بجذب رؤوس الأموال والاستثمارات اللازمة إلى الدول الأعضاء، والعمل على تفادي المنافسة الضريبية الضارة التي من نشأتها إعاقة هذا التكامل.

ووفقا لما تقدم في التمهيد السابق يمكن طرح الإشكال التالي: " **ماهي اهم التحديات التي تواجه الإدارة الضريبية في تحصيل حقوقها في ظل نطاق التجارة الالكترونية ؟ وماهي الحلول المقترحة المقدمة لحل هذا الأخير؟**

أهداف البحث : يمكن ايجازها في النقاط التالية :

- أهمية النظام الضريبي كأداة ضبط وتدخل، وتوجيه لمسايرة التحولات المحلية والعالمية.
- التحولات الاقتصادية العالمية وانعكاساتها على الاقتصاد والنظام الضريبي الجزائري؛
- ابراز اهم الفروق الجوهرية الموجودة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية ؛
- تحديد المشاكل الضريبية المرتبطة بطبيعة التجارة الإلكترونية في الجزائر ؛

- إبراز سبل تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر ؛
- تقديم الحلول المقترحة لفرض الضريبة على التجارة الإلكترونية .

المنهج والأدوات المستخدمة في البحث:

للإجابة على إشكالية البحث ، تم استخدام المناهج المعتمدة في الدراسات الاقتصادية عموما، وعليه يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي في أجزاء البحث المرتبطة في تقديم الإطار الفكري للتجارة الإلكترونية وخصائص بيئتها، والفروق الجوهرية الموجودة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، والمشاكل الضريبية المرتبطة بطبيعة التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تطوير هاته الأخيرة ؛ بالإضافة الى الحلول المقترحة لفرض الضريبة على التجارة الإلكترونية .

يعتمد البحث أيضا على ادوات تمثلت في ما يلي:

- الإعتماد على مراجـع مكتبية متخصصة و دراسات إمتخصصة متعلقة بالموضوع بالإضافة إلى استخدام بعض المقالات المنشورة؛
- الدوريات والنـــدوات والمؤتمرات والبحوث المختلفة؛
- المواقع الإلكـــترونية المتخصصة في التجارة الإلكترونية والإدارة الضريبية .

الدراسات السابقة :

1- **دراسة بوزيدة حميد** ، " النظام الضريبي الجزائري وتحديات الإصلاح الاقتصادي في الفترة (1992-2004)، أطروحة دكتوراه دولة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ، 2006 ، حيث تطرق الباحث الى المحددات المالية للنظام الضريبي الجزائري وفعاليته الضريبة كموجه للاستثمار في الجزائر) إلى تحليل سياسة التحفيز على الاستثمار في الجزائر في ظل قوانين الاستثمار، والقانون الضريبي، بالإضافة إلى تقييم الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار..مع الاشارة الى تحديات النظام الضريبي الجزائري، وتوصل الباحث الى النتائج التالية :

- تركز على إعداد هياكل ضريبية تتميز بتوسيع الوعاء الضريبي، وترشيد معدل الضريبة، و إصلاح الإدارة الضريبية؛
- الضريبة تستخدم من أجل تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية، كاستخدام حصيلتها في عملية التنمية الاقتصادية، نظرا لقلة الموارد المالية اللازمة للتنمية.
- الصعوبات التي تواجه عملية إخضاع الضرائب على التجارة الالكترونية من غياب الآليات المعتمدة لفرض وتحصيل الضريبة على الدخل الناتج من هذه التجارة، و عدم مادية المعاملات التجارية الالكترونية وإشكالية إقليمية الضريبة، و صعوبة الرقابة على الوثائق الالكترونية. وأبرزنا مشكلة تلوث البيئة وكيفية استخدام الضريبة للحد منها.
- يعتبر أداء للنظام الضريبي الجزائري منخفضا لعدم فعالية الإدارة الضريبية والجمركية، التي تشهد إعادة تنظيم و عصرنة مصالحها (مراكز الضرائب، مديرية المؤسسات الكبرى، مديرية الإعلام والتوثيق..).

2- دراسة م .م .سهاد كشكول عبد ، " اثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب" مقال مقدم الى مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية ، المجلد 16، العدد 68 ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة بغداد /قسم المحاسبة ، حيث تطرق الباحث الى الاطار المفاهيمي للضريبة وأهدافها المتعددة ، بالإضافة الى التجارة الإلكترونية وشروطها الموضوعية لتطبيقها ومتطلبات تفعيل التجارة الالكترونية ، وذكر العلاقة الموجودة بين التجارة الالكترونية والضريبة ،وتوصل الباحث الى النتائج التالية :

- ان هناك انخفاضا واضحا بنسبة استخدام التجارة الالكترونية عربيا وذلك لعدة أسباب منها عدم وجود مواقع كافية باللغة العربية ، حيث يجب تشجيع إقامة هذه المواقع واستخدامها من حيث البحث عن مصادر تمويل مناسبة للمشروعات المتعلقة بالتجارة الالكترونية ؛
- عدم تشجيع معظم الدول العربية للتجارة الالكترونية تخوفا من انخفاض الضريبة في بعض المهن التي يتعامل معها في اطار التجارة الالكترونية ؛
- هناك قناعة لدى الهيئة العامة للضرائب بأهمية التجارة الالكترونية كونها مؤشرا بإتجاه التحول الى عصلا التكنولوجيا في مجال الضريبة .

أولا. الإطار الفكري للتجارة الإلكترونية وخصائص بيئتها

1. مفهوم التجارة الإلكترونية

يمكن ايجاز بعض التعاريف منها :

لقد تعددت تعاريف التجارة الالكترونية بتعدد الكتاب والهيئات التي تناولتها إلا أنه يمكن التميز بين مجموعة من التعاريف التي يمكن ايجازها فيما يلي :

التعريف الأول: "التجارة الالكترونية هي مزاولة أنشطة الشراء والبيع للسلع والخدمات عبر الانترنت" **(رمضان صديق، 2001، الصفحات 19-20)**.

التعريف الثاني: وهي كذلك استخدام شبكات الحاسب الالكتروني لتسهيل المعاملات التجارية المتضمنة تداول المنتجات من السلع والخدمات وتوزيع البضائع، وهذه السلع والخدمات تتضمن منتجات مادية (غير رقمية)أو رقمية تتضمن نصوصا واصواتا، صورا وأفلاما يمكن أن تفسر كسلسلة من الأرقام المنفردة أو الاصفار، ولذا فهي تخلق فرصا مماثلة للمعاملات التجارية المتضمنة المنتجات الرقمية وغير الرقمية من خلال تداول الأعمال التجارية فيما بينه **(عصام عبد الفتاح مطر، 2008، صفحة 18)**

التعريف الثالث: "التجارة الالكترونية هي مزاولة أنشطة الشراء والبيع للسلع والخدمات وتبادل المعلومات والبيانات عبر الانترنت سواء كانت هذه البيانات مطلوبة لإبرام صفقات البيع والشراء للسلع والخدمات المعروضة أو كانت هذه المعلومات أو البيانات مطلوبة لذاتها ويتم الحصول عليها بمقابل **(رمضان صديق، 2001، صفحة 20)**.

التعريف الرابع:" تعرف التجارة الالكترونية على أنها عبارة عن أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات فيما بينها وبين الشركات وزبائنها" **(أحمد باشي ، 2003، الصفحات 66-67)**.

إن ما تتضمنه التعاريف السابقة هو كون التجارة الالكترونية وتعني مزاولة نشاط الشراء والبيع للسلع والخدمات تدخل في عمليات الحصول على البيانات والمعلومات عبر وسائل الاتصال (الانترنت)، مهما كان الغرض منها طالما كان ذلك بمقابل. ومن ذلك فإنه يمكن أن تتم التجارة الالكترونية بالوسائل الالكترونية في جميع مراحلها، أو أن تشتمل في بعض مراحلها على عناصر، أو أساليب التجارة التقليدية حيث يمكن الحصول على كتاب عبر الانترنت من خلال الإطلاع على قائمة الكتب المعروضة على الشاشة وطابعه عبر البريد الالكتروني، ودفع الثمن بالوسائل الالكترونية، وتسليمه للمشتري بتحميله على جهاز الكمبيوتر الشخص له، دون أن يتطلب ذلك انتقال أي من البائع أو المشتري إلى مكان آخر، ودون أن تمر هذه السلعة عبر المنافذ الجمركية للحدود، ومن ثم تكون الصفقة قد أنجزت الكترونيا.

كذلك تتضمن هذه التعاريف إضافة إلى ما سبق الحصول على البيانات والمعلومات من خلال الاتصال المركزي والاستعانة بأحد محركات البحث للحصول على المعلومة ونسخها، واستخدامها في الأغراض الشخصيةّ، أو عرضها للمشتريات. يضاف إلى هذا، أن التجارة الالكترونية تعتبر من أحدث أشكال التبادل التجاري.

2. **الخصائص المميزة لطبيعة التجارة الإلكترونية :**

- عدم إمكانية تحديد الهوية، إذ لا يرى طرفي التعاملات التجارية الالكترونية كل منها الآخر، وقد لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضها البعض، كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية. ونتيجة لذلك، قد يجد البائعون عبر الانترنت صعوبة ؛

استكمال الملفات الضريبية التي تقيد السلطات التشريعية الالتزام بها، وقد يشغل هؤلاء البائعون ذلك، للتهرب من الضريبة بعدم تسجيل هذه التعاملات ثم الدفاتر المحاسبية الرسمية **(رأفت رضوان ،رشا عوض ولاء الحسيني،، 2000، الصفحات 11-12)**؛

- كما تمتاز التجارة الالكترونية بخاصيتي الطبيعة الدولية، وطبيعة نظام التبادل **(أحمد باشي ، 2003، صفحة 67)**، فبالنسبة للأولى فقد أعطت الأدوات الحديثة دفعا جديدا في ميدان الترويج وعرض السلع، حيث أن المؤسسة الصغيرة يمكنها عن طريق موقعها في الانترنت الوصول إلى كل أنحاء العالم. وبالنسبة للثانية، فإن نظام التبادل في التجارة الالكترونية ولد الكثير من الضغوط والتنافسية على المؤسسات، مما استدعى إعادة التفكير في هيكلة جديدة للفروع في المؤسسات مما ينتج عنه فرص جديدة وتحديات جديدة؛

- تحدث في أي مكان في العالم بدون حدود جغرافية فاصلة ،فلا فضاء يحدها،ومن يستخدمها فانه يمارس أنشطته في إطار جغرافي داخلي وخارجي معا، مما يولد العديد من التساؤلات القانونية تخلق التجارة الالكترونية أنماطا تجارية مستحدثة وغير مسبوقة في إدارة النشاط التجاري وفي إبرام العقود التجارية وفي دفع المقابل واستلامه واثر ذلك على طريقة إنتاج السلع والخدمات وكيفية عرضها**(Kendal . Haughton , 2002, p. 10)** ؛

- تتخذ التجارة الالكترونية من الانترنت وسيلة لغرض منتجاتها وتسويقها، ومن ثم فإن التجارة الالكترونية تتم من خلال وسيلة تميزها عن التجارة التقليدية. ومن المعلوم أن الانترنت يعمل من خلال آلية خاصة فليس له كمبيوتر مركزي، أو هيكل تنظيمي معين، ولكن يدار من خلال عدد من شبكات الكمبيوتر التابعة للشركات والأفراد يقوم كل منهم بتشغيل جزء منه ويتحمل جزء من تكاليف التشغيل. كما تتعاون كل نسبة مع الأخرى لتوجيه حركة مرور المعلومات حتى تصل لكل منهم. ومن شأن ذلك افتقاد التجارة الالكترونية للمركزية التي تحكم عملها، أو تتيح الرقابة على نظامها، وبالتالي يصعب افتقاد من أثارها وحصر المتعاملين فيها ؛

- سرعة تغيير القواعد الحاكمة رغم أنه لم يتم بعد وضع صياغة نهائية للقواعد الخاصة بالنظام الجبائي للتعاملات التجارية الالكترونية، إذ أن التشريعات الحاكمة لهذه التعاملات تتغير بمعدلات متسارعة، ومن ثم فإنه لابد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة وقابل للتعديل حيث يواكب منجزات التقدم التكنولوجي **(رأفت رضوان ،رشا عوض ولاء الحسيني،، 2000، صفحة 12)** ؛

- مع اتجاهات منظمة التجارة العالمية (WTO) واتفاقية الجات الخاصة بتحرير التجارة من القيود والأعباء وخاصة المالية ،فهي متنقلة في سوق مفتوح بدون حدود مع اتجاهات لتحقيق عوائد مالية أعلى من الأنشطة التقليدية

يصاحبها انخفاض في تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية خلافا لمثيلاتها التقليدية **(سعودي حسن سرحان، 2001، الصفحات 20-21)**.

3. الفروق الجوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية:

لا شك أن التجارة هي العمود الفقري لأي اقتصاد في العالم حيث أنها تعتمد على المبدأ الأساسي للعمل وهو تبادل السلع والخدمات والأموال للحصول على أقصى ربح ممكن، كما أنها تعزز القدرة التنافسية وتشجع الابتكار، علاوة على خلق فرص عمل متنوعة ومختلفة.

وتختلف أنواع التجارة من حيث نوع التبادل إلى عدة أقسام منها:

- تبادل السلع والخدمات وهو ما يعرف بالمقايضة.
- تبادل السلع مقابل الأموال
- تبادل السلع مقابل العملات الافتراضية كما في سوق الأسهم.

ومع التطور التكنولوجي المتسارع، أصبحت التجارة لا تقتصر على وجود مكان لتبادل السلع والخدمات بل توسعت لتعتمد على عالم الإنترنت في عمليات التبادل وهو ما يعرف بمفهوم التجارة الالكترونية.

في هذا المقال سنذكر الفروقات الجوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكتروني التي يمكن ايجازها فيما يلي : **(سداد ، /)**

أ. التكلفة

تتميز التجارة الإلكترونية أنها لا تحتاج للكثير من النفقات لتمارس عملك التجاري فيها على خلاف التجارة التقليدية التي ينبغي عليك تكبد الكثير من المصاريف مثل الإيجارات والعمالة والمصاريف التشغيلية والإدارية.

ب. وسائل الدفع

تختلف وسائل الدفع في كل من التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، حيث تعتمد التجارة التقليدية بشكل كبير على المقابلة الشخصية وجهًا لوجه بخلاف التجارة الإلكترونية التي تعتمد على وسائل دفع مختلفة مثل البنوك الافتراضية والبطاقات الائتمانية بالإضافة إلى وسائل الدفع المستقلة مثل منصة سداد لحلول الدفع في دولة قطر التي تتيح لك إمكانية إرسال واستقبال الأموال بشكل فوري وآمن عن طريق الإنترنت.

ج .الوصول الجغرافي

إن قرارًا مثل توسيع عملك التجاري وافتتاح فرعًا في مدينة أخرى يتطلب دراسة كبيرة ومخاطرة أكبر بالإضافة إلى دفع الكثير من المصاريف والنفقات بخلاف القيام بذلك في عالم الإنترنت أو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية التي لن تحتاج فيها إلى كل هذه الأمور حال قيامك بتوسيع عملك التجاري.

فالاستهداف الجيد لعملاءك مع القليل من النفقات يتيح لك الوصول لأي مكان تريده في العالم وبيع منتجك/خدمتك بكل سهولة.

د. توفير الوقت والجهد

مع التجارة الإلكترونية فإنك لن تحتاج أن تغادر منزلك للتسوق وشراء مستلزماتك، فجهاز حاسوب أو هاتف محمول كاف لأن تتسوق بكل سهولة وراحة، كما يمكنك إتمام كل عمليات الشراء في دقائق بدءًا من التسوق وانتهاءً بالدفع

الإلكتروني الآمن والسهل من خلال بوابات الدفع المختلفة مثل تطبيق سداد لحلول الدفع في دولة قطر الذي يوفر لك أيضًا إمكانية إنشاء متجر الكتروني على التطبيق بكل سهولة.

ه .**التسويق والاستهداف**

لا يختلف اثنان بوجود فجوة كبيرة بين فعالية التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني للأعمال التجارية، فالتسويق الإلكتروني يتيح لك سهولة استهداف الفئة المهتمة على وجه الخصوص بعكس التجارة التقليدية التي تحتاج جهد جبار وأموال طائلة لتصل للفئة المهتمة بشكل دقيق.

و. **الأمان**

لا شك أن الأمان وقلة الاحتيال هو أحد مميزات التجارة التقليدية بعكس التجارة الإلكترونية التي يكثر فيها عمليات النصب والاحتيال والسرقة لعدم وجود مكان فعلي لإتمام عمليات البيع والشراء وتسليم الأموال، وبالرغم من ذلك فإن التطور التكنولوجي شمل أيضًا العمل على إيجاد حلول دفع الكتروني آمنة مثل تطبيق سداد لحلول الدفع .

ثانيا. تحديات وسبل تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر

1. المشاكل الضريبية المرتبطة بطبيعة التجارة الإلكترونية في الجزائر :

هناك مجموعة من المشاكل ولعل من أهمها :

- مشكلة الحصر الضريبي : **(سعاد كشلول عبد، 2009، صفحة 479)**

تبرز هذه المشكلة بسبب ان جزءا كبيرا من التجارة الإلكترونية يعتبر غير منظور لان مفهوم التجارة الإلكترونية متعدد الأبعاد، وتأخذ التجارة الإلكترونية أشكالا ومستويات عديدة حيث ، تتم بين المؤسسات التجارية بعضها البعض او بين المؤسسات التجارية والمستهلكين او بين المؤسسات التجارية والحكومية ، وقد تتم بين دولتين أجنبيتين من خلال وسيط محلي وقد تتم في استشارات إدارية أو قانونية أو محاسبية أو ضريبية ؛

- صعوبة تحديد هوية الممولين من أجل تطبيق القوانين الضريبية: إن اختفاء الشكل المادي والظاهري للهوية حيث يتم التعامل في نطاق التجارة الالكترونية بين أطراف لا يعرفون بعضهم البعض إلا من خلال مجموعة من الأسماء التي تكون في غالبيتها وهمية، فالمعلومات الخاصة بهوية المتعاملين ليست ضرورية لإتمام صفقات التجارة الالكترونية بصفة عامة وصفات التجارة الالكترونية الرقمية بصفة خاصة في: **(بوزيدة حميد، 2006، صفحة 235)**

  - صعوبة التحصيل الضريبي إذ أن انتشار استعمال النقود الالكترونية يزيد من صعوبة التحصيل، وينتج عن هذا صعوبة اطلاع إدارة الضرائب عل البيانات الضرورية لتطبيق الضريبة عل الدخل، أو المبيعات، أو غيرها ؛
  - عدم القدرة على الاطلاع كنتيجة لإمكانية المؤسسة من تغيير بياناتها، أو إخفائها بالأساليب الالكترونية؛
  - صعوبة الفحص والرقابة، أي عدم قدرة إدارة الضرائب على القيام بحقها في الاطلاع لدى مختلف المؤسسات في الدفاتر والمستندات والسجلات في معاملات التجارة الالكترونية نتيجة الإمكانيات التي تتيحها التقنية الالكترونية، وما توفره من إمكانية تغيير البيانات وانعكاسات ذلك على إجراءات الفحص والتحصيل الضريبي؛

- العدالة الضريبية : مع تزايد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم ، ومع اطار مرونة الحركة التي تدعمها التكنولوجيا المعلومات والاتصال ، بدأ ظهور اختلال في تحقيق العدالة الضريبية المبنية على اساس تكنولوجي

وكمثال على ذلك يمكن للعلماء والمدراء من نقل أعمالهم الى المناطق ذات المعدلات الضريبية الاقل بينما يبقى الأفراد غير قادرين على ذلك؛

- مشكلة الإزدواج الضريبي : ظهر ما يسمى بمصطلح "المؤسسة الدائمة " واستخدمته لتحديد السيادة الضريبية بين الدول ، بحيث يكون من حق الدولة التي يعمل فيها المكلف ان تفرض الضريبة على الدخل المحقق نتيجة مزاولة النشاط عن طريق هذا الكيان ، ونظرا لان هذا المبدأ اضحى مهددا مع ظهور التجارة الالكترونية حيث صار في الامكان ممارسة المنشاة دون الحاجة لوجود كيان مادي مما يعني فشل فكرة المنشاة الدائمة في حصر الكثير من صور المعاملات والصفقات التي تتم على نطاق محلي او دولي **(سعاد كشلول عبد، 2009، صفحة 470)**.

2. سبل تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر :

يتم تطبيق وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق النقاط التالية: **(طرشي محمد ، ، 2018، صفحة 39)**

- متطلبات تتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والشبكات :من الواضح أنه لا تجارة الكترونية بدون وسائل الكترونية، فبدون الوسائل الالكترونية نتحول إلى التجارة التقليدية في شكلها المادي، ونعني بالوسائل الالكترونية كل الوسائل التكنولوجيا المدمجة في نظام الكمبيوتر والتي تتيح وتضمن عملية الربط والاتصال وتبادل البيانات وانتقالها وتحقيق عملية الدخول إلى النظام؛
- متطلبات تتعلق بالأمور التشريعية والقانونية :أي التشريعات والقوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت .وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها.بالإضافة إلى إجراء تعديلات تشريعية لضمان إتمام العمليات بدرجة عالية من الأمان سواء بالنسبة للمتعاملين أو للاقتصاد القومي، كما يتطلب التعامل مع نوعية جديدة من التعاقدات المرتبطة بالاستيراد والتصدير تتم أساسا عبر شبكة الانترنت، ولا تعرف اللقاء المباشر بين أطراف التعامل، بما يستلزم نوعية جديدة من المعالجات القانونية والتشريعية لتأمين أطراف التعامل و الحرص على حقوقهم والتزاماتهم ؛
- متطلبات متعلقة بموقع القطاع الخاص :إن من متطلبات التجارة الالكترونية حسب ما ورد بنموذج التجارة الأمريكية لعام 1997 الذي تضمن خمسة مبادئ لتنمية وتطوير التجارة الالكترونية، وهي:
- وجوب تولي القطاع الخاص الدور الريادي والقيادي، حيث يتم تطوير الانترنت على ضوء اقتصاديات السوق دون الخضوع لقيود تنظيمية؛
- وجوب تقليص الدور الحكومي التنظيمي حيث تتجنب الحكومات التدخل غير الضروري في الاتفاقيات التجارية عبر الانترنت؛
- وجوب أن يكون كل تدخل حكومي مؤسسا على دعم بيئة قانونية قوية وثابتة وذلك بتأمين المنافسة وحظر الغش وتقوية الشفافية والمساعدة في حل المنازعات؛
- إلزامية إدراك الحكومات لخصائص الانترنت المتميزة من حيث كونها ذات طبيعة غير مركزية وهي في هذا ما يجعلها تتميز عن حركة الاتصالات التي سبقتها ومثل هذا الأمر يحتاج إلى مراجعة تشريعية كاملة لكافة التشريعات التي تحكم الاتصالات توصلا إلى تعديلها بما يتوافق مع الانترنت أو إصدار الجديد وإلغاء القديم.

ثالثا. الإدارة الضريبية على نطاق التجارة الإلكترونية- الصعوبات والحلول-

1. الصعوبات التي تواجه الإدارة الضريبية على نطاق التجارة الإلكترونية

من بين الإشكالات التي تطرحها التجارة الالكترونية بحدة إشكال تحصيل الضرائب على المعاملات التجارة الالكترونية في سوق افتراضي وعالمي لا يعترف بالحدود التي تفصل بلدان العالم.

تتمثل هذه الصعوبات أساسا في :

- صعوبة حصر التعاملات والتعاقدات الالكترونية وإثباتها: عادة مالا تخلف المعاملات التجارية، في عالم التجارة الالكترونية والناشئة عبر شبكة الانترنت أي دليل أو أثر مادي يثبتها، مما يسمح للأشخاص وباستخدامهم لتكنولوجيا الانترنت من تحقيق معاملات و صفقات تجارية بعيدا عن سلطة وعين الإدارة الضريبية. خاصة المعاملات الخاصة بالسلع والخدمات التي تتم عبر شبكة الانترنت، ويتم تسليمها إلكترونيا، حيث لا تخضع عملية التسليم لنقطة جمركية حاكمة، وأمام تطور أسلوب الدفع الالكتروني، فإن السلطات لا تملك الوسائل التي تمكنها من تتبع أثاره، مما أدى إلى إنقاص موارد خزائن الدول فيما يخص محاصيلها الجبائية، فشبكة الانترنت قاعدة التجار الالكترونية تسهل حرية التبادل ما بين الأفراد مما يجعلها تشكل خطرا حقيقيا للسلطات الحكومية؛
- تتبع حسابات الممولين والحجز عليها لاسترداد الدين الضريبي، بالإضافة إمكانية تهريب النقود، أو فتح حسابات في بنوك خارج الدولة، والتمتع بالسرية الذي تفرضه هذه البنوك على حسابات عملائها. ومن المتوقع أن تنخفض الحصيلة مع غياب دور الوسيط بين المنشأة والعملاء في ظل التجارة الالكترونية، ومن ثم الحصيلة التي ترد لإدارة الضرائب من وسطاء البيع والشراء عن طريق الحجز من المنبع قد تقل، أو تخفى تماما، كما تفقد الإدارة بغياب الوسيط مصدرا من مصادر الحصول على البيانات عن الممولين وتعاملاتهم؛
- صعوبة عملية في تحديد حجم نشاط التجارة الالكترونية الخاضع للضريبة وذلك لأن الممول لن يعطي مصلحة الضرائب التشفيرة الخاصة بحجم تعاملاته على شبكة الانترنت، لأنها من أسراره الخاصة، فضلا عن أن الجهات القائمة عليها لا تمتلك حل الشفرة في غير الأحوال المقررة قانونا وإلا عوقبت جنائيا ولهذا تبدو الصعوبة في وجود مشكلات قانونية وإجرائية في مجال إثبات الوعاء الخاضع للضريبة في حالة نشوب نزاع قضائي بين الممول وبين مصلحة الضرائب، الأمر الذي يقتضي تعديل القوانين المتعلقة بالتشريعات الضريبية أيا كان نوع الضريبة، وكذلك تشريعات الجمارك حتى يمكن إخضاع نشاط هذه التجارة للضريبة، والسبب في ذلك أنه يمكن إبرام الكثير من الصفقات من خلال الحاسب الالكتروني عبر شبكة الانترنت دون تسجيلها في دفاتر الممولين، كما يمكن تنفيذ بعض من هذه الصفقات، ويتم تسليمها الكترونيا عن طريق شبكة الانترنت دون الدخول في مخازن المشتري أو مرورها على المنافذ الجمركية. **(عبد الفتاح بيومي حجازي، 2002، الصفحات 324-325)**؛
- إعفاء أم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية: بتطبيق القوانين الضريبية التقليدية فإن حصة كبيرة من المعاملات التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت معنية بالرسوم والضرائب المفروضة على

الأنشطة الاقتصادية، فالضرائب المباشرة يمكن أن تأخذ كوعاء ضريبي كل المداخيل المحققة من وراء التجارة الالكترونية على الشبكات، وكذا الأمر بالنسبة للضرائب غير المباشرة.

غير أن الطبيعة الخاصة للانترنت وصعوبة إخضاعها لقوانين ضريبية هما السبب في خلق جدال عالمي وهذا لمعرفة إذا كان يجب إخضاع معاملات التجارة على شبكة الانترنت أو لا للنظام الضريبي المعمول به في الأنشطة التجارية التقليدية. **(Anderbertrand , 2000, p. 106)**

ورغم أهمية التعاملات الالكترونية خاصة بالنسبة للدول النامية، كآلية للنفاذ إلى الأسواق العالمية وفتح أسواق جديدة، إلا أن هذه الدول تواجه تحديا رئيسيا، نتيجة عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الالكترونية على المنتجات بشقيها المنظورة وغير المنظورة للقواعد الضريبية. **(رأفت رضوان ،رشا عوض ولاء الحسيني،، 2000، صفحة 20)**

وترى الولايات المتحدة الأمريكية أن فرض الضريبة على نشاط التجارة الالكترونية عبر الانترنت سوف يواجه العديد من المشاكل منها: **(عبد المجيد سيد عبد المجيد،، 2002، صفحة 793)**

- الازدواج الضريبي على العوائد المفروضة على التجارة الالكترونية كنتيجة للحرية الممنوحة لفرض الضرائب على الصفقات التي تتم من خلالها التجارة الالكترونية.
- سهولة التهرب الضريبي لتلك الصفقات نتيجة لعدم توفر المستندات الورقية المؤيدة للمعاملات كما أن معظم الصفقات غير منظورة.

2. **الحلول المقترحة لفرض ضريبة على التجارة الإلكترونية**

أجمع عدد كبير من خبراء الضرائب والتجارة والتكنولوجيا على أن اللوائح الضريبية المعمول بها حاليا من الصعب أن يتم تعديلها لتتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية، حيث أن التجارة الالكترونية التي لا تعرف حدودا جغرافية ولا تشريعات ضريبية يصعب إخضاعها لنظام ضريبي محدد وفقا للاتفاقيات الضريبية الدولية.

وقد أظهرت الدراسات جهل القائمين والمسؤولين عن الضرائب بطبيعة الانترنت وكيف تعمل، فإن المشكلة هي تحديد تعريف للنشاط التجاري عبر الانترنت وكيفية تقنين فرض الضرائب على الدخل الناتج عنها، وعدم وجود تحديد لهذا النشاط أحدث مفارقات في الأسلوب الضريبي على نشاط الانترنت فحوالي 80% من الولايات المتحدة تفرض ضريبة مبيعات على تبادل المعلومات عبر الانترنت، وحوالي 25% من الولايات تفرض الضرائب على نطاق واسع من المبيعات الالكترونية مثل خدمات الكمبيوتر والمعلومات الالكترونية **(السيد عليوة،، 2002، صفحة 32)**

وهناك عدة طرق تم التوصل إليها في هذا المجال: **(رباعي أمينة ، 2005، الصفحات 79-81)**

- أسلوب الحياد الضريبي الالكتروني: اقترحت الولايات المتحدة الأمريكية جعل الانترنت منطقة تبادل حر مستبعدة تماما من نطاق الضرائب إلى أن الانترنت يجب أن يصبح منطقة لازدهار التجار بلا ضريبة أو رقابة.

وكي لا تصبح الضريبة سببا في عرقلة التجارة الالكترونية اقترح البعض وجود نظام ضريبي بسيط وشفاف ومنسجم مع النظم الضريبية العالمية الأخرى ،ومن الضروري تفادي وجود فجوات غير عادلة في المنافسة، تنبع من إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة بينما تخضع لها التجارة التقليدية.

- خلق ضرائب الكترونية جديدة:

يتم ذلك من خلال التنسيق في مؤتمر دولي، يحدد كيفية الحصول على هذه الضريبة والقائمين عليها، وغير المحل للثقة يمكن، في هذا المقام، أن يلعب دورا هاما سواء بتقديمه، بناء عل طلب العميل، خدمة صحة التصرف ضريبيا، أو بالتلقي التلقائي، بناءا على طلب الدول، للضريبة الخاصة بالمعاملة التي يطلب منه الإقرار بصحتها.

- غير المحل للثقة الضريبية:

تم اقتراح اللجوء إلى شخص من غير المحل للثقة الضريبية. تتمثل مهمته في تحديد الأطراف وتخزين المعلومات المتعلقة بتلك المعاملات ونقلها إلى مصلحة الضرائب، هذا الغير يمكن أن يكون مورد خدمة الانترنت أو بنك أو مقدم بطاقات الائتمان أو متعهد اتصالات.

ويفضل البعض الوسيط المالي الذي يقوم بتحصيل الضريبة عن المعاملات الجارية، حيث يتولى بنفسه تطبيق الضريبة المفروضة على المتعاملين ويتولى تحصيلها من خلال المستهلك وتوريدها.

وانطلاقا من ذات المبدأ يقترح البعض إقامة نظام الإمساك بالضريبة عن طريق الوسطاء الماليين، تبدو هذه الفكرة واقعية من الناحية الفنية عندما يتم الدفع عن طريق بطاقة الائتمان، ونظرا لصعوبة اختراق المعاملات، يمكن إدخال نظام الفحص الالكتروني الذي يربط صاحب البطاقة والبائع بالبنك.

وللحصول إلى النتيجة المرجوة، يمكن للسلطات الضريبية أن تسعى جاهدة لدى الأجهزة المختصة لحث موردي نظم الدفع الالكتروني على تشغيل تلك النظم بالأسلوب الذي يسمح بالإجراء المحاسبي الذي يتفق وتدفق الأموال طبقا للتشريعات السارية.

ومن المفضل كذلك توسيع نطاق الإعلام، ويا حبذا لو تم إنشاء مواقع مخصصة لهذا الغرض. هذا بالإضافة إلى تشجيع الخطوة التي من شأنها تبسيط الإجراءات الإدارية بالنسبة لدافعي الضرائب: كتعميم البريد والدفع الالكتروني، وإنشاء شباك واحد على الانترنت يمكن من خلاله تركيز وإتمام كافة الخطوات الضريبية.

وتبقى مع ذلك عقبة هامة ألا و هي التعرف على الملتزمين بدفع الضرائب الالكترونية وتحديدهم، يبدو الأمر صعبا أو مستحيلا أمام تعدد فرص انتحال الشخصية على الانترنت، ولعل الحل يكمن في منح كل متعامل رقم معين وتسجيله يتضح منه العنوان وجهاز الحاسب الآلي المسموح له بالالتحاق بالشبكة.

- فرض ضريبة الاستهلاك:

يهدف هذا الاقتراح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض الضريبة على الاستهلاك والملكية، حيث أن كل منهما منخفض وصعب إخفاءه وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها، حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنت حيث يقومون بإنفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال.

- تطبيق ضريبة البيت BIT TAX:

لقد اقترحت إحدى اللجان التابعة للاتحاد الأوربي فرض ما يسمى "ضريبة البيتBIT TAX" وتفرض الضريبة المقترحة على المعلومات التي تنتقل عبر الانترنت (بما في ذلك المعلومات التي تمثل سلعا قابلة للترقيم كالموسيقى والبيانات والكتب ...الخ) مقدرة بوحدات البيت (البيت تاكس)، ويطرح هذه الاقتراح مشكلات متعددة منها أن هذه الضريبة لن تميز بين المعلومات ذات الطابع التجاري والمعلومات غير التجارية، فهي ضريبة على تدفق المعلومات عبر الانترنت سواء أكانت في شكل رسالة بريد الكتروني بين صديقين أم في شكل رسالة بيانات تحمل

تعاقدا على توريد سلع أو خدمات، ومن جهة أخرى فإن الضريبة لن تميز بين المنتجات حسب قيمتها، فليس شرطا أن المنتجات غالية الثمن تنتقل من خلال عدد أكبر من وحدات البيت ومن ثم فإن سلعا قليلة القيمة ولكنها تحتاج في نقلها إلى عددا أكبر من وحدات البيت قد تتعرض لضريبة أعلى من سلعة مرتفعة القيمة ولكنها تحتاج إلى عدد صغير من وحدات البيت وهذا طبعا مظهر من مظاهر عدم العدالة. **(رأفت رضوان ،رشا عوض ولاء الحسيني،، 2000، الصفحات 24-25)**

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة تم التوصل الى مجموعة من النتائج يمكن ايجازها فيما يلي :

- تتميز التجارة الالكترونية بالانفصال الواضح بين الموقع الجغرافي والنشاط التجاري المتداول ، فالسوق الالكترونية مفتوحة بدون حدود سياسية أو جغرافية ، وبالمقابل فإنها تتكون من كافة العمليات التي يقوم عليها مفهوم التجارة التقليدية من عرض وإعلان وتعاقد وبيع وشراء وتسليم واستلام وذلك داخل الدولة وخارجها بإستخدام شبكات الاتصالات العالمية (الأنترنت)؛
- توفير البنية التحتية للتجارة الالكترونية؛
- توفير المقومات التشريعية اللازمة لتسهيل حرية التجارة الالكترونية؛
- تطبيق التجارة الإلكترونية يحتاج الى رؤوس اموال ضخمة وكفاءات بشرية كفؤة ؛

لكي تنمو التجارة الالكترونية وتنتشر لابد من تحضير بيئة مناسبة لطبيعتها الالكترونية من حيث البنى التحتية للاتصالات والمعلومات والتشريعات القانونية والمالية التي تقننها وتحميها.

المقترحات : يمكن اقتراح مجموعة من المقترحات لهذه الدراسة على النحو التالي :

- العمل علل استقطاب الكفاءات البشرية المؤهلة وتطويرها باستمرار لتنظيم الأعمال الالكترونية ؛
- تطوير التشريعات الضريبية بما يتلائم مع التطورات التقنية الحاصلة في عالم التجارة الإلكترونية والأنترنت؛
- ضرورة حشد القوة المادية والبشرية في المؤسسة الجزائرية لإنجاح تبني التجارة الالكترونية

في المؤسسات الخدمية ، وتوفير الكفاءات البشرية التي تمكنها من التحكم الجيد لها وتحصيل الضرائب عن طريق وسائل الدفع المعروفة ؛

- تطوير نظام المدفوعات اللازمة بالقيام بالعمليات المصرفية لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة وامان من خلال الوسائل الإلكترونية .

قائمة المراجع:

1. رأفت رضوان ،رشا عوض ولاء الحسيني،. (2000). الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية،، المجلد الثاني، العدد الثاني، . مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية.
2. عصام عبد الفتاح مطر. (2008). ،التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
3. غادة الحسيني عباس عبد المجيد سيد عبد المجيد،. (2002). ، المعاملة الضريبية للتجارة الالكترونية، ،. مؤتمر التجارة الالكترونية الأفاق والتحديات. الاسكندرية: ، المجلد الثاني، 27-25يوليو2002.
4. أحمد باشي .(2003) .واقع وآفاق التجارة الالكترونية، ، العدد 26، .مجلة المدرسة الوطنية للإدارة.
5. السيد عليوة،. (2002). التجارة الالكترونية ومهارات التسويق العلمي. مصر: دار أمين للنشر والتوزيع،ط1.
6. بوزيدة حميد. (2006). ، النظام الضريبي الجزائري وتحديات الإصلاح الاقتصادي في الفترة (1992-2004). أطروحة دكتوراه علوم. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر.
7. بوفليح نبيل طرشي محمد ، . (2018). ،" التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول" ، ، المجلد : 14 ، العدد : 19 ،. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا.
8. رباعي أمينة . (2005). ، التجارة الالكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية، ، ،. رسالة ماجستير ،(منشورة). جامعة الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،.
9. رمضان صديق. (2001). ، الضرائب على التجارة الالكترونية. مصر: دار النهضة العربية.
10. سعاد كشلول عبد. (2009). ،" أثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب" ، ، المجلد : 18 ، العدد : 68. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية.
11. سعودي حسن سرحان. (2001). ،التجارة الالكترونية آلية فعالة لتنشيط التجارة الدولية-دراسة مقارنة. القاهرة: دار النهضة العربية.
12. عبد الفتاح بيومي حجازي. (2002). ، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الكتاب الثاني، الحماية الجنائية لنظام التجارة الالكترونية،. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
13. Anderbertrand , T. (2000). , *coudol, Internet et droit, quesais je? Puf.* Paris.
14. Kendal . Haughton , W. (2002). ,Electronic commerce, Brigham Young University law review,USA,. *: Perspectives on proposals for change and their constitutionality*.
15. سداد. (/). التجارة التقليدية /التجارة الالكترونية. Récupéré sur https://sadad.qa/e-commerce-vs-traditional-trade/

قراءات ومنطلقات التجارة الالكترونية لتفعيل النظام الضريبي الجزائري – الرهانات والتحديات

Readings and starting points for electronic commerce to activate the Algerian tax system - stakes and challenges

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

الاستاذ الدكتور: محمد عجيلة ، الدكتور: سعيداني محمد السعيد

جامعة غارداية ؛ adjila_78@yahoo.fr

جامعة الاغواط ؛ saidanimouha@gmail.com

الملخص:

يتزايد الاهتمام بدراسة موضوع الضريبة وفعالية النظام الضريبي كونها المورد الأساسي للحوكمات والهيئات في تمويل خزينتها، فتنقسم إلى ضرائب مباشرة وأخرى غير مباشرة تساهم في تحقيق تنمية مستديمة وتلبية الحاجات المتواجدة في الوحدات الإقليمية الالكترونية، كما أنها تمكن التجارة الالكترونية وآلياتها من ترقية وتشجيع الاستثمار من خلال التحفيز الضريبي، وبرغم من هذا الدور الذي تلعبه الجباية في مجال الممارسات الالكترونية تبقى غير فعالة، سبب التحديات التي تعيقها وبالتالي تأثر وبصفة مباشرة على مدى مصداقية الإستقلال المالي والإداري خصوصا لمرتكزات التجارة الالكترونية الذي من المفروض أن تعمل به المنظمات والحكومات، وهذا ما نحاول تسليط الضوء عليه من خلال هذه الورقة البحثية.

كلمات مفتاحية: ضريبة، تجارة الكترونية، نظام ضريبي، انترنيت، تنمية

Abstract:

There is increasing interest in studying the issue of tax and the effectiveness of the tax system, as it is the main resource for the courts and agencies in financing their treasury. They are divided into direct and indirect taxes that contribute to achieving sustainable development and meeting the needs present in the regional electronic units, as well as enabling electronic commerce and its mechanisms to promote and encourage investment through stimulation Tax, and despite this role that taxation plays in the field of electronic practices, it remains ineffective, the reason for the challenges that hinder it, and thus it is directly affected by the extent of the credibility of financial and administrative independence, especially for the electronic commerce foundations that organizations and governments are supposed to work with, and this is what we are trying to highlight Through this research paper.

***Key words**: tax, e-commerce, tax system, internet, development*

مقدمة:

كما تم الاشارة في ديباجة الكتاب الجماعي يعتبر فرض الضرائب والرسوم على المعاملات الالكترونية اهم الرهانات والتحديات على الاقتصاديات والمؤسسات والحكومات، يلعب النظام الجبائي دورا جوهري في تحقيق الأهداف الاقتصادية

والاجتماعية وتوجيه التحول يشكل يقلل من الأعباء ويضمن استمرارية المرفق العمومي بضمان تحقيق الإيرادات الضريبية. وخاصة في مجال المعاملات الالكترونية وتكنولوجيات المعلومات والاتصال، يبدو ان المزج التجارة الالكترونية بجباية الضرائب يمثل مورد هام من امكانيات وموارد الدولة، واثبات حجم المعاملات التجارة الالكترونية، ومما يتطلب الضرورة وضع اطر وتدابير واضحة المعالم .

اولا: الإنترنت بيئة التجارة الإلكترونية.

لقد تناولت عدة مقالات وبحوث مفهوم الأنترنت والكثير من المصطلحات المتعلقة بهذا الموضوع، فماذا يعني هذا المفهوم ؟ متى نشأ ؟ وما هي أهم ميزاته ؟

1. ماهية الإنترنت

مصطلح الإنترنت مكون من كلمتين إنجليزيتين INTERCONNECTED وNETWORKS أي شبكة ربط متنوعة(هاتف، كابلات، السايتل) تضم مجموعة من الحواسيب الموزعة عبر العالم، وهي شبكة عالمية تقدم مجموعة من الخدمات بالإمكان الحصول عليها أين ومتى نحتاج إليها[1].

وتضم الأنترنت مجتمعا من المستخدمين (الشركات والأفراد) بحيث من خلالها يمكنهم التحاور وتبادل المعلومات والرسائل فيما بينهم.

تتصل الشركات والأفراد عن طريق مجموع الشبكات والحواسيب وهندسة بناء هذا الإتصال تسمى بـ: (الزبون –المزود) وهذا يعني أن الحواسيب(المزود) ترسل معطياتها بإتجاه (الزبون) وهي حواسيب مجهزة ببرامج تصفح معروفة[2].

ولكي تتم عملية الإتصال بالأنترنت يجب توفر مايلي:

- جهاز كمبيوتر
- جهاز مودم (modem).
- موزع خدمة الإنترنت (internet provider).

و هناك أنواع مختلفة من أجهزة المودم منها ما يلي :

- المودم الهاتفي RTC: بسرعة تبادل معلومات تساوي 56 كيلوبايت في الثانية.
- مودم الـ ISDN : بسرعة ما بين 64 إلى 128 كيلوبايت في الثانية.
- مودم الـADSL: بسرعة من 128 كيلو بايت إلى 8 ميغابايت في الثانية.
- مودم التكنولوجيات الخاصة .(le câble de télédistribution ou par satellite).

2. قصة ظهور الإنترنت[3]

ظهرت الإنترنت في بداية سنة 1969 في أمريكا كنتيجة بحث وكالة مشاريع البحث المتقدم ARPANET (ADVENCED RESEARCH PROJECTS AGENCY Network) التي كانت ممولة من وزارة الدفاع الأمريكية، وتمثلت في شبكة تربط مراكز البحث للجيش والجامعات الأمريكية بأربعة حواسيب فقط، ففي بدايتها ربطت جامعة كاليفورنيا CSB STANFORD، وجامعة UTAH، ثم توسعت سنة 1971 وربطت 15 موقعا لجامعات أخرى، MIT، وNAZA، وحوالي 40 حاسوبا آخر سنة 1972.

وفي سنة 1973 تم إيجاد البروتوكول FTP الذي يسمح بتبادل الملفات بشكل أكبر وأسرع، و شهدت نفس السنة أول ربط دولي عبر الشبكة وكان ذلك بين الجيشين البريطاني والنرويجي.

ثم ظهر في الولايات المتحدة سنة 1974 بروتوكول التبادلCP/IP وهو بروتوكول تنسيق الإتصالات بين الشبكات. ويمكن تلخيص التطورات اللاحقة كالتالي:

1980 – تقرر إستعمال بروتوكول التبادل "TCP/IP" في طابع عمومي بعد أن كان متاحا للمؤسسات العسكرية فقط.

1986- إستعمال أوربا البروتوكول الأمريكي TCP/IP.

1990-إختفت شبكة ARPA NET حيث أصبحت الإنترنت شبكة عالمية .

1991 –إنشاء جمعية التبادل التجاري على الإنترنت CIX (COMMERCIAL INTERNET EXCHANGE).

1992 – إنشاء جمعية الإنترنت وتبعها إنشاء الشبكة العالمية الواسعة wide world web

1993 – ضمت الأنترنت أكثر من 45000 شبكة و إستمر هذا العدد بالإزدياد بمعدل 1000 شبكة جديدة في الشهر الواحد..

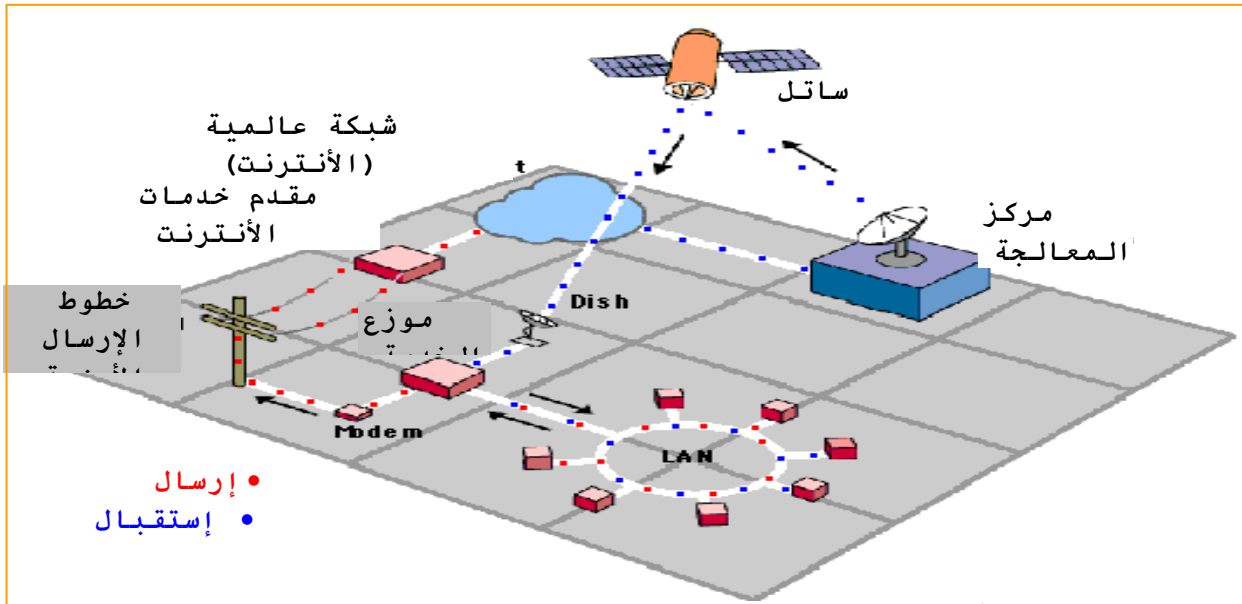
من 1994 إلى 1995 –عرفت الإنترنت إنفجارا هائلا من حيث الخدمات والمزايا التي تتوفر عليهاة مما أدى إلى إنتشار هذه الشبكة بسرعة في جل أنحاء العالم .

1996 - أصبحت الإنترنت غير مراقبة.

حتى نهاية1996 تم إحصاء أكثر من 2 مليون حاسوب تم ربطه بالإنترنت.

بعد 1996- ظهور مفهوم الإنترانت. والإكسترانت وعدة مفاهيم أخرى تختلف بإختلاف الخدمات التي تقدمها. الشكل التالي يعطي الصورة العامة لآلية عمل الأنترنت.

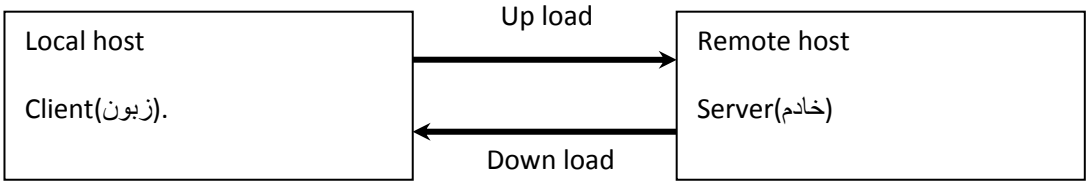
الشكل رقم:(1) آلية عمل الأنترنت



1. خدمة جلب المعلومات INFORMATION RETRIEVAL SERVICES : مثل خدمه FTP وخدمة GOPHER .

المصدر: من موقع كيف يعمل(how it work)، www.howitwork.net تاريخ الإطلاع(2005/11/09). بتصرف.

الشكل رقم(2):.خدمة تبادل المعلومات **FILE TRANSFER**



المصدر: كيف نستخدم الإنترنت، من موقع www.Pharaonics.Net ، تاريخ الإطلاع: 2005/11/16، ملف **pdf**، ص:09

2. خدمة البحث عن المعلومات INFORMATION SEARCH SERVIEES : مثل خدمات WAIS, ARCHIE, VERONICA.
3. خدمة الا تصال COMMUNICATION SERVICES : مثل خدمة E.MAIL, TELNET, VSENET, IRC.
4. خدمة الوسائط المتعددة MULTIMEDIA INFORMATION SERVICES مثل خدمة WORLD WIDE WEB .

4.التجارة الإلكترونية:

لقد استخدمت الشركات الكبرى منذ أوائل الستينات من القرن العشرين الوسائط الالكترونية في تعزيزالبنى التحتية للتجارة الالكترونية خصوصا في عمليات تسيير الإنتاج والشراء والبيع والتحويلات المالية والمدفوعات النقدية وتقنيات التفاوض، وقد إنتشر مفهوم التجارة الإلكترونية في هذا العصر إنتشارا هائلا نظرا للعديد من المزايا التي تتيحها، فهي تسهل إمكانية الإتصال والتعامل بين المؤسسات والزبائن، دون الحاجة إلى التنقل أوالسفر للقيام بذلك، إذ يكفي إقتناء جهاز كمبيوتر وبرنامج مستعرض الأنترنت، والإتصال والإشتراك بالأنترنت للقيام بالعمليات التجارية.

4-1. تعريف التجارة الإلكترونية وأشكالها.

منذ تسعينيات القرن الماضي تمت الاستفادة من الإمكانيات الهائلة لاستعمال شبكة الإنترنت في المعاملات التجارية على نطاق واسع و هو ما أطلق عليه اصطلاحاً بالتجارة الإلكترونية(E-commerce) .

ومن أهم الأسباب التي أدت إلى تحول الإنترنت إلى سوق كبير يمكن ذكر ما يلي:

- التفاعل المباشر بين المستقبل و المرسل(الوسائط الصوتية ووسائط الفيديو...).
- انخفاض تكاليف استخدام الشبكة.
- انعدام التكاليف أو قلتها مقارنة بحجم الأسواق و المبيعات.
- حجم التوفير الكبير الذي توفره الشبكة للأفراد إقتصاديا.

أ: تعريف التجارة الإلكترونية E-COMMERCE :

تعددت تعاريف التجارة الإلكترونية وفي ما يلي نذكر البعض منها :

- عرفت جمعية التجارة والخدمات عبر الخط ACSL التجارة الإلكترونية على أنها: مجموع التبادلات التجارية بحيث تكون عمليات الشراء قد تمت عبر شبكة من شبكات الإتصال.[5]

تعرف المنظمة العالمية للتجارة، التجارة الإلكترونية على أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج توزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية".[6]

و أعطى الخبير الاقتصادي الأمريكي نيكولاس بيرتلي للتجارة الإلكترونية المفهوم التالي: "إن مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتفريغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو إلى الشركة ، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي بما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من أحجامها"[7]

وتعرف التجارة الإلكترونية على أنها: " شراء وبيع السلع على شبكة الأنترنت والشبكات التجارية لعالمية الأخرى،ولا يقتصر مفهوم السلع على البضائع، بل يشتمل على الخدمات، المعلومات، وبرامج الكمبيوتر أيضا "[8].

كما تعرف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار التجارة الإلكترونية علىأنها " التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة الإنترنت عبر التبادل الإلكتروني لبيانات متجاوزة الزمان والمكان وتغطي قطاعات عديدة ، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والتسجيل والتسليم."

وهناك تعاريف كثيرة ومتنوعة أسندت لهذا المفهوم، لا أن نا نمكن أن نستنتج من خلالها التعريف التالي:

إذن التجارة الإلكترونية هي: نظام يتيح حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضا تعزيزالطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث أن التجارة الإلكترونية تتيح عبر الأنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، شركات، وكلاء)، والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة إفتراضية(لهدف الإشهار والترويج والتعريف بالمنتج)، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية أو بشتى وسائل الدفع المتوفرة .

ب- أشكال التجارة الإلكترونية:

توجد على الساحة عدة أنواع من التجارة الإلكترونية نذكر فيما يلي أهمها:

- قطاع الأعمال *B2B, Business to Business* .
- أعمال إلى مستهلكين *B2C, Business to Consumer* .
- مستهلكين إلى مستهلكين *C2C, Consumers to Consumers* ,
- حكومي إلى مواطن *G2C, Government to Citizen*.
- حكومي إلى أعمال *G2B Government to Business*.

ومن أهم هذه الأنواع في الوقت الحالي تلك المتعلقة بقطاع الأعمالB2B، والتي تستحوذ على حصة الأسد في التعاملات التجارية الإلكترونية، ثم تليها التجارة الإلكترونية الموجهة للمستهلكين B2C وهي الأكثر استعمالاً من طرف المستهلكين النهائيين، وتليها العلاقات التجارية الإلكترونية بين المستهلكين.

2-4. مستقبل التجارة الإلكترونية[9]:

هناك عدد هائل من التجار الذين يعربون عن تفاؤلهم بالتجارة الإلكترونية، إذ تسمح للشركات الصغيرة بمنافسةَ الشركات الكبيرة. والآن تُستحدَث العديد من التقنيات لتذليل العقبات التي يواجهها الزبائن، ولا سيما على صعيد سرية وأمن المعاملات المالية على الإنترنت، وأهم هذه التقنيات بروتوكول الطبقات الأمنية (Secure Socket Layers- SSL) وبروتوكول الحركات المالية الآمنة (Secure Electronic Transactions- SET)، ويؤدي ظهور مثل هذه التقنيات والحلول إلى إزالة الكثير من المخاوف التي كانت لدى البعض، وتبشر هذه المؤشرات بمستقبل مشرق للتجارة الإلكترونية، ذلك أن التجارة الإلكترونية أصبحت حقيقة قائمة، وأن آفاقها وإمكاناتها لا تقف عند حد معين وذلك للخصائص والمسائل التي تميز التجارة الإلكترونية.

ثانيا: منطلقات والمفاهيم حول النظام الضريبي

1- النظام الجبائي:

هو الهيكل المتفرد بملامحه و طريقة عمله لتحقيق أهداف المجتمع ، و هو الإطار الذي تعمل بداخله مجموعة من الضرائب التي يراد باختيارها و تطبيقها تحقيق[10]

2-أهداف السياسة الضريبية.

كما أن المفكرين الاقتصاديون و علماء المالية يرون أن النظام الضريبي يتراوح بين مفهومين واسع وضيق ، فهو في المفهوم الواسع:"مجموعة العناصر الأيديولوجية و الاقتصادية الفنية التي يؤدي

تركيبها إلى كيان ضريبي معين."أما مفهومه الضيق":فهو مجموعة القواعد القانونية و الفنية التي تمكن من الاقتطاع الضريبي و ذلك في مراحله المتتالية من التشريع الي الربط و التحصيل[11]."

3- أهداف و أغراض النظام الضريبي:

لم يعد ذلك المنبع الذي ترتشف منه الدولة حاجتها من الأموال فحسب و إنما ذلك الدور الكلاسيكي وأضيف إلى رصيده عدة أدوار أخرى نلمس أهميتها في المجلات الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية.

أ- هدف مالي عام:

موازنة الميزانية العامة و هي الهدف التقليدي.

ب- هدف اقتصادي عام:

إن الضريبة وفقا للفكر المالي المعاصر يمكنها أن تؤثر علي الدخل و الادخار و الاستثمار و بالتالي الضريبة تلعب دورا هاما في:

•الوصول إلى حالة الاستقرار الاقتصادي بعيدا عن حالتي التضخم و الانكماش ففي الأولي تقوم بامتصاص الفائض من النقود لدي الناس عن طريق الضريبة أو العكس في حالة الانكماش تنخفض سعر الضريبة و تتوسع في الإعفاءات للوصول إلى مستوى التشغيل الكامل.

•تشجيع الاستثمارات في المشاريع الصناعية والزراعية المراد ترقيتها عن طريق التخفيض من سعر الضريبة أو تعفي أصحاب هذه المشاريع من دفع الضريبة علي أرباح الشركات لسنوات الثلاثة الأولي من بداية النشاط.

•استعمال الضريبة كأداة التوجيه الاقتصادي عن طريق التقليل أو المغالاه في سعر الضريبة حسب القطاعات التي تريد الدولة تشجيعها أو سحبها.

ج- هدف اجتماعي:

تتمثل في:

•تحقيق قاعدة العدالة و المساواة في فرض الضريبة و ذلك بمساهمة كل فرد في التكاليف و الأعباء العامة حسب مقدرته التكلفية.

•الحد من التفاوت في توزيع الدخول و الثروات و هذا بين المواطنين و ذلك بزيادة العبء عن ذوي الدخول المرتفعة و تخفيضه إلى أقصى حد ممكن من ذوي الدخول المنخفضة عن طريق الضرائب المتصاعدة أو الإعفاء الكلي من الضرائب للذين لايتجاوز دخلهم السقف المعين من الضريبة هو ما يعادل الأجر المضمون.

د- هدف سياسي:

استعمال الرسوم الجمركية لحماية الإنتاج المحلي بفرض نسب مرتفعة علي البضائع المستوردة المنافسة للبضاعة المحلية.

ثالثا :بعض الضرائب والرسوم المعمول بها في النظام الضريبي الجزائري

ومن النتائج الرئيسية لتلك الإصلاحات توسع نطاق الضرائب والرسوم وتوسع أنواعها.

- **الضريبة على الدخل الإجمالي (IRG)** : ميز المشرع الجزائري بين الشخص المعنوي والشخص الطبيعي ضمن الإصلاح الضريبي، حيث يخضع الأول للضريبة على أرباح الشركات، والثاني للضريبة على الدخل الإجمالي.
- **الضريبة على أرباح الشركات (IBS)** : يندرج وضع الضريبة على أرباح الشركات في إطار وضع نظام ضريبي خاص بالشركات والذي أضحى يختلف عن المعاملة الضريبية للأشخاص الطبيعيين.
- **ضرائب ورسوم أخرى** : على غرار الضريبة على الدخل الإجمالي، والضريبة على أرباح الشركات تعتبر كل من الضريبة الجزافية الوحيدة الرسم على القيمة المضافة، والرسم على النشاط المهني من أهم الضرائب المعمول بها في النظام الضريبي الجزائري.
- **الرسم على النشاط المهني (TAP)** : يعد الرسم على النشاط المهني ضريبة مباشرة تستحق دوريا على رقم الأعمال الذي يتحقق في الجزائر من طرف الأشخاص الطبيعيين، والمعنويين الذين يمارسون نشاط مهني بصفة دائمة[12].
- **الرسم على القيمة المضافة** (TVA) : جاءت هذه الضريبة لتعوض الرسوم على رقم الأعمال التي كانت موجودة في النظام السابق، فقد حلت محل الرسم الوحيد الإجمالي على الإنتاج، والرسم الوحيد الإجمالي على تأدية الخدمات، وهي تندرج ضمن الضرائب الغير المباشرة، ولقد أسست بموجب قانون المالية لسنة 1991.

رابعا: تحديات الاقتصاد الجزائري والجباية (النظام الضريبي)[13]

يعيش الاقتصاد الجزائري في عالم تحكمه مجموعة من المؤثرات الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية. وهي كلها في الألفية الثالثة نتاج العولمة الاقتصادية التي أصبحت المحدد لسلوكات الدول والمنظمات الدولية، والتي أفرزت في ذات الوقت مجموعة من الحقائق تمثل تحديا أمام الاقتصاد الجزائري أهمها:

نمو التجارة العالمية

نمو الاستثمارات الأجنبية

تطور الاتصالات وانتشار الشبكة العالمية للأنترنت:

الاتجاه المتزايد نحو تشكيل التجمعات الإقليمية

تحدي البيئة والنفط

التفكيك الجمركي الناجم عن اتفاقية الشراكة الأورومتوسطية

خامسا: بعض قراءات لواقع التجارة الالكترونية للضرائب والرسوم في الجزائر

أن عمليات الدفع الإلكتروني تعرف «ارتفاعا تدريجيا ومنتظما»، مشيرا إلى أنه تم تسجيل «مئات الآلاف» من العمليات إلى حد الآن. وأكد أن المبتغى هو الوصول إلى «ما يناهز مليار عملية دفع إلكتروني سنويا بحلول 2022»، وفي حال العكس فإن ذلك يعني «فشل العملية برمتها، ونكون قد أخفقنا». كما أعلن عن عرض مشروع قانون التجارة الإلكترونية

وأكدت الوزارة التوقيع على اتفاقية تكوين مع معهد الاقتصاد الجمركي والجبائي من أجل مرافقة مشاريع تطوير الأنظمة المالية، أن ثمار إطلاق الدفع الإلكتروني ستظهر مع الوقت، وتتطلب تجربة أكبر.

وقال إن استخدام هذا النوع من الدفع «يرتفع بانتظام»، وأن طموح الحكومة هو الوصول إلى أكثر من مليار عملية تداول عبر الدفع الإلكتروني بعد 5 سنوات، معتبرا أن في حال عدم تحقيق هذا الطموح مع العلم أن حجم التداول عبر الدفع الإلكتروني في بلدان شمال المتوسط، يصل إلى 12 مليار عملية سنويا[14].

أن التداولات الإلكترونية تصل حاليا إلى «مئات الآلاف سنويا»، متوقعا ارتفاعها خلال السنة الجارية، لكنه تحدّث عن «تسارع» في العملية خلال سنتي 2018 و2019 «، مشددا على أن كل الشروط متوفرة وكفيلة بضمان ثقة المواطن في هذه العمليات. وأكد مواصلة العمليات التحسيسية لدفع المواطنين إلى الاستخدام اليومي للدفع الإلكتروني، معتبرا أن الإجراءات التي تقوم بها الحكومة في إطار عصرنة ورقمنة الإدارة في كل أبعادها، ستمكن الجزائر من أن تصبح «حضارة رقمية» من هنا إلى 20 سنة.

فالظروف القانونية والمنظوماتية «متوفرة»– هو إصدار قانون التجارة الإلكترونية «الذي هو في طور التحضير»، وسيخص التعاملات الاقتصادية الإلكترونية بعدما تم فتح المجال أمام التعاملات المالية.

وعن أسباب تأخر إصدار قانون التجارة الإلكترونية الذي كان مقررا عرضه في ديسمبر 2016، رد الوزير موضحا أن ذلك راجع إلى إجراء الحكومة «تعديلات جوهرية» عليه.

في السياق، وعن سؤال حول تصدير التطبيقات اللامادية، رد بضرورة أن يرسخ ذلك على مستوى قانون التجارة الإلكترونية الدولي، وهو ما يستدعي القيام بكثير من الأشياء، من بينها اتخاذ الإجراءات الكفيلة بحماية التجار والمواطنين في حال وجود نزاعات دولية. وقال إن «القضية معقدة نوعا ما»، مؤكدا أن البداية ستكون بإصدار قانون التجارة الإلكترونية الوطني، «وبعدها نفتح تدريجيا ملف التجارة الإلكترونية مع الدول الأخرى[15].«

تتجه الحكومة الجزائرية لزيادة الضرائب المباشرة على الخدمات الرقمية، فبعد فرض ضريبة القيمة المضافة على التجارة الإلكترونية مطلع السنة الحالية، اقترحت وزارة البريد وتكنولوجيات الاتصال على الحكومة الجزائرية إخضاع عمليات البيع عبر الشبكة العنكبوتية لـ"ضريبة جزافية" مطلع 2019 بنسبة 5 %.

وتضاف إلى ذلك الأعباء المتتالية التي فُرضت في مجال بيع الإنترنت والتي قدرت إجمالاً بزيادات بنحو 23 في المائة .

حيث أقرت الحكومة في الموازنة التكميلية لسنة 2018 فرض رسم بـ1.5 في المائة كاقتطاعات من أرصدة الاتصالات والولوج إلى الإنترنت، التي تقام من قبل متعاملي المواصلات السلكية واللاسلكية الذين يمارسون التعبئة بصفة موزع رئيسي، تضاف إلى 19 في المائة ضريبة على القيمة المضافة و2.5 في المائة ضريبة الطابع الجبائي على شراء خدمة الإنترنت[16] .

وفي السياق، رأى الخبير في تكنولوجيات الاتصال سامي بكوش، أن "توجه الحكومة لفرض ضريبة على البيع عبر الإنترنت من شأنه أن يرفع أسعار الخدمات عبر النت، وهذا أمر منطقي، لأن شركات التجارة الإلكترونية ستضطر إلى التصريح عن العمليات التجارية ورقم الأعمال، ما يعني ضرائب جزافية إضافية ستغطيها برفع أسعار الخدمات .[17]"

خاتمة:

من خلال معرفة واقع التجارة الالكترونية ومدى ارتباطها بفعالية النظام الضريبي(الضرائب والرسوم) في الجزائر وعلى اعتباره مورد هام في الجزائر فقامت باصدار قانون 05-18 المؤرخفي 10ماي 2018والمتعلق بالتجارة الالكترونية ، الا انها لابد ان تبين وتوضح طبيعة ممارسة التجارة الالكترونية من خلال اطراف العقد الالكتروني والمعاملات الالكترونية التي تدعم شرعية الجزائر من بين دول العالم في مجال الانترنيت والتجارة الالكترونية وتحدياتها ومقومتها ، والتفكير في مرصد بالوزارة حول الجباية الالكترونية للمتابعة والرقابة.

المصادر والهوامش:

[1]-Dr.Driss KORICHI, **La Sécurité sur Internet** –**SEMECO** Ouargla 2004, p : 01

[2] **بوابة الأنترنت العربية ، المشروع التعليمي** ، [على الخط] ،(2005/11/12) ،

wwwitep.co.ae./itportal/arabic/content / educationcentral/internetconcept/intro.asp..

[3] Dr Boukhaoua smail, Mr Atoui abdelkader Stratégie de l'entreprise :**De la politique du marketing direct au marketing Internet**. –SEMECO Ouargla 2004, pp : 2:3

[4] **كيف نستخدم الإنترنت**، من موقع www.Pharaonics.Net ، تاريخ الإطلاع: 2005/11/16، ملف pdf، ص:09

[5] **Association pour le Commerce et les Services en LigneACSEL**

,http://www.acsel.asso.fr/acsel/index.htm (le 14/07/2004)

[6] محمد أحمدأبو القاسم ،**التسويق عبر الأنترنت** ،دار العلوم العربية ، الأردن ،ص:17.

[7] **التجارة الإلكترونية وواقع العالم العربي** ، شؤون خليجية ، قسم البحوث ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة ، ديسمبر 1999 ، ص 25

[8] عدنان الحسيني، وعبد القادر الكاملي، مجلة الإنترنت العربية، تاريخ الإطلاع (2005/10/20)، **التجارة الإلكترونية**، [على الخط] ،

.www.Ditnet.co.ae/**Ecommerce**/studt.html

[9] أحمد مجدل، د./قدي عبد المجيد، مداخلة بعنوان: **اتجاهات القائمين على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر نحو التجارة الالكترونية** الملتقى الدولي للتجارة الإلكترونية، مرجع سابق،ص: 01.

[10] المنتدى إشراقة الجزائر، **النظام الجبائي**،2019 https://malina.yoo7.com/t2762-topic

[11] نفس المرجع

يوسف قاشي، **تشخيص وتقييم النظام الضريبي الجزائري الحالي**، مجلة معارف، العدد 13/ ديسمبر 2012، جامعة [12]البويرة، ، ص : 147.

قدي عبد المجيد، **النظام الضريبي الجزائري وتحديات الالفية الثالثة**، الملتقى الوطني الاول الاقتصادالجزئري،والفية [13]الثالثة،جامعة البليدة 2002 ، ص ص10-15 – بتصرف

2020معتصم بوضياف: **يجب بلوغ مليار دفع إلكتروني سنويا في 2022**

https://www.mfdgi.gov.dz/index.php[14]

[15] نفس المرجع

https://www.alaraby.co.uk/economy/2018 حمزة كحال **ضريبة تطاول التجارة الإلكترونية في الجزائر2020** ،[16]

[17] نفس المرجع

الضريبة على التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تحصيلها: تحديات وحلول

Tax on E-Commerce in Algeria and Ways to Collect it: Challenges and Solutions

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

أ.د. شريف غياط[1]، أ. إبتسام سلاطنية[2]

Pr. Ghiat Cherif, Selatnia Ibtissam

جامعة 8 ماي 1945 قالمة (الجزائر)؛ مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد؛ cghiat@yahoo.fr :

جامعة 8 ماي 1945 قالمة (الجزائر)؛ مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد؛ ibtissam.selatnia24@gmail.com ؛

الملخص:

يُعد موضوع التجارة الإلكترونية من المواضيع الهامة، التي تلقى اهتماماً كبيراً ومتزايداً من قِبل الكثير من الباحثين، ذلك لِما لها من انعكاسات إيجابية على اقتصاديات دول العالم المتقدمة والنامية على حد سواء، هذه الأخيرة التي شهدت تقدماً ملحوظاً في نهاية القرن العشرين، إلاّ أنّ هذا التقدم خلق جملة من التحديات أمام الأنظمة الضريبية الدولية على رأسها النظام الضريبي الجزائري، عند اعتمادها الطابع الإلكتروني على غِرار الطابع التقليدي .

من هذا المسعى، تأتي هذه الدراسة في محاولة تسليط الضوء على الإطار المفاهيمي للضريبة في ظل محيط التجارة الإلكترونية، مع إبراز أهم التحديات التي تعيق تطبيق وتحصيل الضرائب المفروضة على المعاملات التجارية الإلكترونية، في ظل إفرازات العولمة الاقتصادية وما صاحبها من تطور في تكنولوجيات المعلومات والاتصال، ومحاولة طرح بعض الحلول المقترحة لتكييف النظام الضريبي الجزائري لتلك التحديات.

كلمات مفتاحية: تجارة إلكترونية، ضريبة، تكنولوجيا المعلومات، تحديات، حلول.

تصنيفات JEL : E62, F1, F31, H25, O24

Abstract:

The subject of e-commerce is one of the important topics, which is receiving great attention and increasing by many researchers, because it has positive repercussions on the economies of the developed and developing countries alike, the latter, which witnessed remarkable progress at the end of the twentieth century, but this progress Creating a set of challenges for the international tax systems, foremost of which is the Algerian tax system, when it adopts the electronic stamp on the same as the traditional one.

This study comes in an attempt to shed light on the conceptual framework of tax in light of the environment of electronic commerce, while highlighting the most important challenges that hinder the application and collection of taxes imposed on electronic commercial transactions, in light of the economic globalization and the attendant developments in information and communication technologies, And trying to offer some suggested solutions to adapt the Algerian tax system to these challenges.

Keywords: *E-Commerce, Tax, Information Technology, Challenges, Solutions.*

JEL Classification Codes: E62, F1, F31, H25, O24.

مقدمة:

في ظل إفرازات العولمة الاقتصادية والتطور التكنولوجي، شهد العالم وبخاصة في العقود الأخيرة ثورة من أبرز سماتها أنها عابرة لحدود الدول تتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)، حيث يصعب على أي دولة أن تمنع التدفق الاعلامي والمعلوماتي القادم لها من خارج حدودها. وكان لهذه الثورة انعكاسها الواضح على كافة مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، إذ برز متغير عالمي جديد في بيئة الأعمال المعاصرة، يتمثل في "التجارة الإلكترونية"؛ هذه الأخيرة التي أحدثت ثورة في طريقة ممارسة التعاملات التجارية في كافة دول العالم (تقديم المنتجات والخدمات إلكترونياً، التسويق الإلكتروني، العمليات التجارية،.....إلخ)، والتي تتم باستخدام الإنترنيت والتقنيات المشابهة ، خاصة بعدما تطور استخدام الإنترنيت بشكل متسارع بداية من النصف الثاني من تسعينيات القرن الماضي.

ومع تزايد وتيرة نمو التجارة الإلكترونية وتوسعها، تجد الترتيبات الضريبية الدولية صعوبة في مواكبة هذا النمو المتزايد والمتسارع، لذلك تسعى دول العالم جاهدةً – في الوقت الراهن- على رأسها الجزائر، لتكييف نظامها الضريبي مع التحديات التي تفرضها الطبيعة غير الملموسة للمعاملات التجارية، من خلال محاولة فهم أساسيات التجارة الإلكترونية وما تتطلبه من تصميم سياسات ضريبية فعّالة، تساهم في تحقيق العدالة الضريبية وتضمن الحد من التهرب الضريبي، وإضفاء الطابع الضريبي على صناعة التجارة الإلكترونية.

إشكالية البحث؛

بناءًا على ما تقدم، يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس التالي:

- فيما تُكمن التحديات التي تواجه فرض الضرائب على التعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر؟ وماهي أهم الحلول الضريبية المقترحة لذلك؟

أهمية البحث؛

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع المدروس بحد ذاته، حيث تُعتبر التجارة الإلكترونية المحرك الأساسي الجديد الذي تعتمد عليه مختلف دول العالم في دفع عجلة النمو، لما لها من دور كبير في بناء اقتصاد حضاري ناجح ومتطور، لذا فإنه سيتم من خلال هذه الورقة البحثية الكشف عن الانعكاسات الإيجابية التي يسببها هذا الموضوع على اقتصاديات الدول - المتقدمة والنامية-، بالإضافة إلى عرض مختلف المشاكل التي تعيق تطبيق النظام الضريبي على المعاملات التجارية الإلكترونية ومحاولة طرح مجموعة الحلول المقترحة للمعالجة الضريبية، أملا في أن تساهم هذه المقترحات في مساعدة الجهات المعنية من اتخاذ القرارات اللازمة لنجاح عملية التجارة الالكترونية من جهة، والكشف عن العوائق التي تؤثر على تطبيق النظام الضريبي على المعاملات التجارية الالكترونية بهدف التغلب عليها من جهة أخرى.

أهداف البحث؛

بناءً على تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها، فإنّ الغرض منها لا يخرج في حقيقة الأمر عن كونه محاولة استكشافية، تهدف إلى التعرف على أهمية تطبيق التجارة الالكترونية في العالم بشكل عام وفي الجزائر بشكل خاص، وتحديد مقومات نجاح تطبيق النظام الضريبي في تحصيل الضرائب على التعاملات التجارية الالكترونية سعيا لتحقيق الأهداف التالية:

- توضيح المفاهيم المتعلقة بالموضوع، ومنها:
  - مفهوم التجارة الإلكترونية؛

- مفهوم الضريبة.

- استعراض مختلف النقاشات التي تدور حول فرض الضريبة على التعاملات التجارية الإلكترونية؛
- تسليط الضوء على التحديات التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية؛
- الوصول إلى مجموعة من النتائج، منها عرض لجملة من الحلول المقترحة لمعالجة هذه التحديات من خلال المقترحات المقدمة والتي من شأنها مساعدة المصالح الجبائية في التغلب على المعوقات التي تحد من نجاح التحصيل الضريبي عند تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

منهجية وهيكل الدراسة:

لتحقيق الهدف المنشود وللإجابة على الإشكاليّة محل الدراسة، تم الاعتماد على **مناهج** تتناسب مع طبيّعة الموضوع، وتتمثل في **المنهج الوصفي التحليلي**، الذي من خلاله يتم وصف الظاهرة محل البحث والدراسة وصفاً دقيّقاً عبر توضيح الأحكام العامة، المتمثلة في تقديّم التعاريّف والمفاهيّم الأساسيّة المتعلقة بموضوع الدراسة من جهة، إضافة إلى السعي في الغوص والتعمق أكثر في فهم وتبيان العناصر المكونة للموضوع واستخلاص النتائج المتوصل إليها من جهة أخرى، ليتم على أثرها تقديم بعض المقترحات عسى أن تساعد في تجاوز كل التحديات والمعيقات التي تحول دون نجاح تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر وما يرتبط بها من التحصيل الضريبي، عند تطبيق النظام الضريبي الالكتروني.

أمّا فيما يخُص **أدوات جمع المعلومات**، فتم الاعتماد على المسح المكتبي بهدف التعرّف على الكتب والدراسات ذات العلاقة بالموضوع محل الدراسة، زيادة على البحوث والدراسات المنشورة في الدوريّات أو المقدمة في شكل أوراق بحثيّة في الملتقيّات والمؤتمرات العلميّة، المجلاّت، والمقالات المنشورة على شبكة الإنترنيت.

وللإحاطة بموضوع البحث من كافة جوانبه، والوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية حول مشكلته. فقد جاءت الدراسة في ثلاث محاور رئيسية، حيث شمل المحور الأول: **عموميات حول التجارة الإلكترونية والجباية** في حين استعرض المحور الثاني: **الضريبة على التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها**، بينما عالج المحور الثالث: **التجارة الإلكترونية في الجزائر والحلول المقترحة لفرض الضريبة عليها**.

الدراسات السابقة:

في إطار إعدادنا لهذه الدراسة، صادفتنا مجموعة من الدراسات السابقة التي تطرقت إلى هذا الموضوع بصفة شاملة أو جزئية، نذكر من بينها:

- دراسة محمد البشير مركان، عبد الحميد بوخاري، فوزي الحاج أحمد (2019)، الموسومة بـ : **"الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر"**، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التجارة الإلكترونية كمفهوم، وإبراز الآثار الاقتصادية المترتبة عليها، ودراسة مراحل التجارة الإلكترونية ومتطلباتها، بالإضافة إلى تسليط الضوء على أهم المشاكل والعوائق التي من الممكن أن تعترض عمليات هذه الأخيرة، والكشف عن الحلول لاقتراح الطرق الممكنة لفرض الضرائب على عمليات التجارة الإلكترونية في الجزائر. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أنه في التجارة الإلكترونية يتم تحويل المعطيات الخاصة بتنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات، عبر شبكة الإنترنيت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، حيث أنّ القوانين والأنظمة الضريبية المفروضة على التجارة الإلكترونية، تختلف عن تلك الأنظمة والقوانين التي تسيّر التجارة التقليدية، كما أنّ فرض تلك الضرائب يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع. مالم

يتناوله الباحثون في هذه الدراسة هو تقديم مفهوم للضريبة والجباية الإلكترونية، وعرض جملة المشاكل أو المعوقات التي تعترض فرض هذه الأخيرة على المعاملات التجارية الإلكترونية، وهو ما سيتم افتتاح دراستنا به.

- دراسة مولود مليكاوي (2019)، المعنونة بـ : **"آليات تكييف النظام الضريبي الجزائري في ظل تبني مفهوم التجارة الإلكترونية"**، هدفت هذه الدراسة إلى التطرق لمفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها، مع ذكر أهم أنواعها ومستوياتها، بالإضافة إلى تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وأهم الأطر التشريعية والقانونية التي تنظمها، وكذا التطرق لتحديات فرض الضريبة على الأعمال التجارية عبر الإنترنيت، ومحاولة تصور وبناء نظام ضريبي عصري يواكب خصائص التجارة الإلكترونية. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أنّ الجزائر وفي ظل تبنيها لنظام التجارة الإلكترونية بموجب القانون (18/05)، أصبح لزاماً على سلطاتها المالية البحث عن سبل جديدة لتكييف النظام الضريبي، من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال ورقمنة قطاع الضرائب وإقرار بعض التشريعات لتواكب التجارة الإلكترونية كالتوقيع الإلكتروني، العقد الإلكتروني والتحقق الإلكتروني. مالم يتطرق إليه الباحث في هذه الدراسة، هو تقديم حلول لمجابهة التحديات التي تواجه فرض الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية.
- دراسة مهند أحمد عثمان (2018)، بعنوان: **"أثر التجارة الإلكترونية على نجاح المنظمات"**، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على البيئة التجارية الجديدة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية، ومقارنتها بالبيئة التقليدية، ومعرفة أثر التجارة الإلكترونية على نجاح المؤسسات، بالإضافة إلى حصر المشاكل التي قد تعيق تطبيق هذا النوع الحديث من التجارة. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أنّ أساس التجارة الإلكترونية في المؤسسات على اختلاف أحجامها وطبيعة نشاطها، في الحصول على أنظمة ذكية لإعداد التقارير الدورية حول دورة العمل وتنظيمها داخل المؤسسة، وأنّ التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية، في قدرتها على تسريع وتبسيط أسلوب تقديم الخدمات بجودة عالية، فضلاً عن تخفيض النفقات إلى أدنى حد ممكن. وإلاّ أنّ الباحث لم في هذه الدراسة لم يعرض كيفية فرض النظام الضريبي على المعاملات التجارية الإلكترونية، والتحديات التي قد تعيق تطبيقه مع اقتراح حلول لذلك، وهو ما سترتكز عليه دراستنا.

أولا. عموميات حول التجارة الإلكترونية والجباية:

1. تعريف التجارة الإلكترونية:

تعد ظاهرة التجارة الإلكترونية عبر شبكات الإنترنيت (E-Commerce)، وما تنطوي عليه من تطبيقات ظاهرة حديثة في عالم الأعمال، كانت بداياتها في أوائل التسعينيات من القرن الماضي، ومعها ظهرت مجموعة من التعاريف، في محاولة لوصف وتحديد طبيعة هذه التجارة الإلكترونية، وما يتعلق بها من ممارسات وأنشطة. ولعل تعدد هذه التعاريف يرجع إلى أنّ تطبيقات التجارة الإلكترونية تشتمل على عدة مكونات أساسية لابد من توفرها لتنفيذ عمليات هذه الأخيرة، مثل استخدام الحواسيب الآلية وتقنية الاتصالات ونظم المعلومات والبرمجيات وغيرها.

ومهما يكن من أمر؛ فإن مفهوم التجارة الإلكترونية بصفة عامة، يندرج تحت مفهوم أوسع يسمى بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy)، حيث يشمل هذا الأخير التجارة الإلكترونية والقطاعات المنتجة والمستخدمة لتقنية المعلومات، وأجهزة الاتصالات، وقطاعات خدمات الاتصالات (محمد عبد الله شاهين محمد 2017، ص 197).

ونظراً لسرعة التطورات الحاصلة في هذه الظاهرة، فإنه يُصعب تقديم تعريف دقيق للتجارة الإلكترونية. وبالتالي فمن بين التعاريف المتداولة في أدبيات هذه الظاهرة أنها: "إنجاز كل وظائف الأعمال (المؤسسات) عبر الشبكات، وباستخدام أنظمة الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، سواء كانت هذه الوظائف داخلية تختص بإنجاز الأعمال المختلفة

داخل المؤسسة، مثل إدارة الإنتاج والمخزون والأفراد وما إلى ذلك، أو وظائف خارجية تتمثل في كافة أنواع التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنيت) (مصطفى يوسف كافي، ص ص 11-12).

في حين يعرفها البعض الآخر على: (باسم أحمد المبيضين، ص ص 18-19) "أنها تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات، بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنيت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد هذا المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة، الأول: خدمات ربط أو دخول الإنترنيت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني، والثاني: التسليم والتزويد التقني للخدمات، أما الثالث: استعمال الإنترنيت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي).

بينما عرفتها منظمة التجارة (OMC) بأنها: مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية (عبد الحميد بسيوني 2004، ص 18). هذا وقد أشار البعض إلى أنّ التجارة الإلكترونية تُطلق على مجمل الخدمات التجارية، التي تعتمد على الوسائل الإلكترونية، كالتبادل الإلكتروني للبيانات والتحويلات الإلكترونية للأموال، والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية وغيرها من الخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والشركات (أباضة محمد محمد سليمان 2015، ص 32).

ما يمكن أن يستخلص من مفهوم التجارة الإلكترونية، أنها تتميز بعدة خصائص، بالإمكان إيجازها في الآتي (طارق عبد العال حماد 2003، ص 10):

- تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية توزيع السلع والخدمات والمعلومات على المستوى الدولي؛
- التجارة الالكترونية أشمل من التجارة التقليدية، إذ تمس المنتجات والخدمات غير المادية كحجز تذاكر الطائرات وأماكن في الفنادق، وتقديم الاستشارات الطبية والقانونية، شراء وبيع المنتجات المعلوماتية كالأقراص المضغوطة والكتب؛
- يشترك في أداء المعاملات التجارية الإلكترونية ثلاث مجموعات أساسية هي: المؤسسات، السلطات العامة والأفراد.

زيادة على الخصائص السالفة الذكر، هناك جملة أخرى من الخصائص تمتلكها التجارة الإلكترونية، نخص بالذكر منها النقاط التالية (أنور عيدة، سالمي محمد الدينوري 2019 ، ص 102):

- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العقد؛
- عدم الاعتماد على الوثائق الكتابية في التعامل؛
- تجاوز الحدود الزمنية والجغرافية التي تُقيّد حركة التجارة التقليدية، وتوافر الطابع الدولي بشكل متناه؛
- اتساع مجال التجارة الإلكترونية، وفكرة النشاط التجاري.

كما أنه يمكن التمييز بين عدة أشكال أساسية تأخذها التجارة الالكترونية، وهي:

- **التجارة الإلكترونية بين مؤسسة أعمال وأخرى** (Business to Business) وهي الصفقات (طلبات الشراء وتسليم الفواتير والدفع (التي تتم بين الشركات ،وذلك باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وهي النوع السائد في معظم عمليات التجارة الإلكترونية ويمثل النسبة الأكبر.

- **التجارة الإلكترونية بين مؤسسة أعمال ومستهلك** (Business to Customer) هي الصفقات التي تتم بين المؤسسة والمستهلك بدون واسطة، بحيث تقوم المؤسسات بعرض منتجاتها على شبكة الويب، وتبرم الصفقة مع المستهلك بطريقة افتراضية.

- **التجارة الإلكترونية بين مؤسسة أعمال والحكومة** (Business to Government) تغطي جميع التحويلات مثل: دفع الضرائب والتعاملات بين الشركاء وهيئات الإدارة المحلية الحكومية (عبد الحميد بسيوني 2004، ص 26)، وهذا بقيام

الحكومة بنشر نماذج التصريحات الجبائية على الانترنت، لكي تتمكن الشركات من ملئها دون اللجوء إلى مقر الإدارة، فعلى سبيل المثال تفصيل المشتريات الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية تنشر عبر الإنترنت مما يمكن المؤسسات من الاستجابة لها إلكترونيا (سعد غالب ياسين، نشر حلاس 2004، ص 132)

- **التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة** (Customer to Government) وهي تشمل العديد من الأنشطة، مثل استخراج الأوراق والمستندات الحكومية ودفع الضرائب إلكترونيا.

وتجدر الاشارة إلى أن التجارة الإلكترونية بين المؤسسات تمثل نسبة كبيرة من إجمالي التجارة الإلكترونية، حيث تتراوح هذه النسبة بين 80 % و 85 %. وتسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على الحجم الأكبر منها تصل إلى أكثر من 70 %، بينما التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلك تمثل 15 %من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية في الوقت الراهن (عبد الحميد بسيوني 2004، ص 25).

ويمكن إجمال وحوصلة هذه الأشكال على النحو التالي: (سمية بومروان 2014، ص ص 39-40) (Rania Nemat 2011, PP 100-102)

التجارة الإلكترونية بين مؤسسة أعمال ومؤسسة أعمال	**Business To Business**	ويرمز لها بـ **B2B**
التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والمستهلك	**Business To Consumer**	ويرمز لها بـ **B2C**
التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والموظفين	**Business To Employee**	ويرمز لها بـ **B2E**
التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة	**Business To Government**	ويرمز لها بـ **B2G**
التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة	**Consumer To Government**	ويرمز لها بـ **C2G**
التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك آخر	**Consumer To Consumer**	ويرمز لها بـ **C2C**
التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال ومدير محترف	**Business To Manager**	ويرمز لها بـ **B2M**

2. تعريف الجباية والضريبة:

يُستخدم اصطلاح الجباية (fiscalité) باختصار، للإشارة إلى مجموع الوسائل المادية والبشرية والتنظيمية المسخرة لفرض، ربط، تقدير، وتحصيل الضرائب على اختلاف أنواعها. وتقتضي ضرورة التحليل الاقتصادي عادةً استخدام لفظ مرافق لكلمة جباية، للدلالة على تنظيم هذه الضريبة، مصدر تحصيلها أو إيراداتها، مثال: جباية عادية وغير عادية، جباية الضرائب وجباية أشباه الضرائب، جباية بترولية، جباية خارج البترول...إلخ (حميد عبد الله الحرتسي 2012، ص23).

ويمكن تعريفها على أنها: "مجمل الاقتطاعات الإجبارية المطبقة على مداخيل الأفراد وأرباح المؤسسات المؤداة لفائدة الدولة وإدارتها العمومية، من أجل تمويل المشاريع لخدمة الصالح العام.

أما الضريبة فتُعَرّف على أنها: "فريضة إلزامية تحددها الدولة، ويلتزم المكلف بأدائها بغض النظر عن المنافع التي تعود عليه، تحقيقاً لأهداف المجتمع". (نور الدين حامد سعيد 2016، ص 13).

وجدير بالملاحظة أن موضوع دراسة الأنظمة الضريبية يلقى اهتماماً كبيراً من جانب العديد من الأفراد، إذ يهتم المسؤولون الحكوميون بتأثير التغيّرات الضريبية على مستويات العمالة، والادخار، والاستثمار، وكذا تأثيرها على الحصيلة

الضريبية التي تحتاجها الدولة لتمويل النفقات العامة. بينما يهتم رجال الأعمال بتأثير التغيرات الضريبية على مستوى أرباحهم ومن ثم على الحافز نحو الاستثمار. أما بالنسبة لدارسي الضرائب وباحثيها، فإنّ هذه الدراسة تمكنهم من تقييم هذه النظم ومعرفة مدى نجاحها في تحقيق أهدافها والبحث عن كيفية تحسين فعاليتها. (جمال معتوق، إيمان كموش 2019، ص 123).

تأسيساً على ما تقدم، وبعد عرض جملة من التعاريف الخاصة بكل من التجارة الإلكترونية والجباية، يمكن استخلاص تعريف لجباية التجارة الإلكترونية، باعتبارها جملة القوانين والقواعد، والوسائل المادية والبشرية والتنظيمية المتعلقة بتحديد، فرض، ربط، تقدير، وتحصيل الضرائب على مجمل المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنيت أو الأنظمة التقنية الشبيهة.

ثانيا. الضريبة على التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها:

1. الضريبة على التجارة الإلكترونية:

أثار موضوع التجارة الإلكترونية وآليات إخضاعها للضريبة جدلاً واسعاً بين حكومات الدول، وقد أفرز هذا الجدل اتجاهين، اتجاه يؤيد فكرة إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للضرائب، كونها أحد أهم موارد الدولة، واتجاه آخر يعارض الفكرة من أساسها معتقدين في ذلك أنّ هذا الإخضاع قد يُعرقل مسار التطور التكنولوجي ويكبح نموه، وقد حاول كل اتجاه التمسك برأيه ودعم موقفه بالاستناد على مجموعة من الحجج والمبررات، سيتم عرضها فيما يلي (الحواس زواق، ولهي بوعلام-msila.dz http://dspace.univ-):

الاتجاه الأول: مؤيدي إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة: نادى هذا الاتجاه بضرورة إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للضرائب، كون هذا الإخضاع يُعد ضروريًا لمعالجة بعض التشوهات الضريبية الناجمة عن هذه التجارة، ولعل من أبرز حججهم:

أ) يمكن استخدام الضرائب على التجارة الإلكترونية في معالجة المشكلات المترتبة عن هذه التجارة، كإلغائها لبعض الوظائف والمهن،....إلخ؛

ب) تحقيق مبدأ العدالة الضريبية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية؛

ت) تعويض نقص الحصيلة الضريبية بفعل تآكل الوعاء الضريبي التقليدي، نتيجة زيادة المبيعات والتسليمات عبر الخط.

الاتجاه الثاني: معارضي إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة: تتمحور حجج ومبررات هذا الاتجاه حول إمكانية إعاقة الضريبة لهذا النوع من التجارة، صعوبة تطبيقها عمليًا، وتسببها في إحداث بعض المشاكل الضريبية ومنها:

أ) إعاقة نمو التجارة الإلكترونية: حيث أنّ فرض الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية يساهم في إعاقة نموها وتطورها، خاصة في المراحل الأولى لظهورها، وهناك من اعتبر ذلك على أنه لا يُعد رفضاً لمبدأ فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، وإنما دعوة لتأجيل فرضها؛

ب) صعوبة تطبيقها عمليًا: ويرجع ذلك إلى عدم القدرة على تطبيق القواعد التقليدية للضريبة على التجارة الإلكترونية، كمبدأ الإقليمية ومبدأ المؤسسة المستقرة؛

وزيادةً على صعوبة التطبيق العملي، نجد أيضا:

- ✓ صعوبة مراجعة ومراقبة معاملات التجارة الإلكترونية، لارتباط ذلك بالإطلاع على الحياة الخاصة للأفراد وانتهاك الحريات الفردية، إضافة إلى الصعوبات التقنية والوسائل الواجب توفرها لدى الإدارة الضريبية للقيام بالرقابة؛
- ✓ إمكانية الوقوع في فخ الازدواج الضريبي، نتيجة فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية؛

- ✓ الغموض وعدم الاستقرار الذي يطبع الضرائب على التجارة الإلكترونية نتيجة حداثتها، يُضاف إلى ذلك عدم تمكن مستخدمي الإدارة الضريبية من التعامل بكفاءة مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- ✓ الضعف والقصور الحاصل في التشريعات الضريبية للدول المتخلفة في مجال الضرائب على التجارة الإلكترونية.

ت) تشجيع النمو الاقتصادي: للتجارة الإلكترونية آثار اقتصادية مهمة على الدول، خاصة في مجال تحقيق النمو والحد من الركود والتضخم وزيادة الإنتاجية والحد من البطالة.

2. التحديات التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية:

يمكن حصر أهم التحديات التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية في العناصر التالية:

أ. تحديد أساس فرض الضريبة: يثور حول فرض الضرائب على الدخل على صفقات التجارة الإلكترونية، الكثير من الجدل، الذي ينصب على المبدأ الذي تُفرض على أساسه هذه الضرائب، حيث يوجد مبدآن لفرض الضريبة هما(وليد الحيالي وآخرون 2016، ص ص 27-28):

- **مبدأ الإقليمية:** ويُقصد به فرض الضريبة على جميع الأشخاص المواطنين والأجانب، على الدخل الذي يتحقق من مصادر داخل الدولة؛

- **مبدأ عالمية الإيراد:** ويُقصد به فرض الضريبة على دخول المواطنين أو الأجانب المقيمين، التي تتحقق من مصادر داخل الدولة أو خارجها.

ب. كيفية تقسيم الدخل الخاضع للضريبة: يمتد نشاط المؤسسة التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية إلى دول أخرى، وتحقق تبعاً لذلك أرباحاً ترجع إلى أكثر من دولة، مما يخلق تنازعاً ما بين الدولة المتواجدة فيها المؤسسة الدائمة، والدول التي حققت أرباحاً من مزاولة النشاط فيها على الحق في فرض ضرائب على هذه الأرباح.

وهناك نظريتان في الفقه الضريبي لتحديد مقدار الأرباح أو الدخل الذي يمكن أن يُنسب إلى مؤسسة دائمة في دولة ما* (نفسه، ص 28). فنجد في منظمة التعاون والتنمية في المجال الاقتصادي (OCDE)، الذي أخذ بفكرة المؤسسة الثابتة أو الدائمة على أنّ "الأرباح التي يحققها مشروع في إحدى الدولتين، تخضع للضريبة في تلك الدولة فقط، ما لم يكن المشروع يزاول نشاطه في الدولة الأخرى عن طريق مؤسسة ثابتة فيها" (طارق ملال محمد 2013، ص 130) ، وبالتالي يكون لهذه الدولة الحق في فرض ضريبة على هذه الأرباح أو الدخول، وهما كالتالي (وليد الحيالي، مجدي أحمد السيد الجعبري 2016، ص 29):

- **النظرية الأولى:** هي قوة جذب المؤسسة وتقوم على أنّ الدولة التي توجد فيها المؤسسة الدائمة، تعتبر هي مصدر الدخل الذي يتحقق منها سواء كانت عناصر هذا الخل قد تحققت داخل هذه الدولة أو خارجها؛

- **النظرية الثانية:** هي ارتباط الربح بنشاط المؤسسة، وتقوم على أنّ الدولة المتواجدة فيها المؤسسة الدائمة لها الحق في أن تفرض الضرائب على عناصر الدخل التي يكون مصدرها هذا البلد، أو التي يمكن ردها لنشاط المؤسسة الموجودة في تلك الدولة.

* **المؤسسة الدائمة** عبارة عن قاعدة بيانات وبرمجيات لتحديد حق الدولة في فرض الضرائب على الأرباح على مؤسسة تابعة لدولة أخرى، ابتدعتها المؤسسات دولية النشاط، حتى تستطيع بمقتضاها تحقيق أعلى ربح ممكن بأقل عبء ضريبي

ويُثار التساؤل عن كيفية تحديد حصة كل دولة من الدخل الذي تحققه المؤسسة التي تعمل في التجارة الإلكترونية على نطاق عالمي، بحيث يكون لكل دولة فرضاً ضريبياً على الجزء من الدخل، الذي تحقق من مصادر ترجع إليها وبما يضمن عدم تعرض هذه المؤسسة لازدواج ضريبي.

ت. صعوبة الحصر والإعداد والفحص الضريبي: يتم الجزء الأساسي من صفقة التجارة الإلكترونية، باستخدام البريد الإلكتروني وموقع الواب ووسائل الدفع الإلكترونية، ويؤدي ذلك إلى صعوبات كثيرة، لعل من أهمها ما نخصه بالذكر في الآتي (نفسه، ص 29):

- صعوبة الحصر والإعداد الضريبي، خاصة للصفقات التي تتم في دول مختلفة وبدون وسطاء؛
- معرفة هوية الممول والقدرة على إخفاء أو تغيير البيانات الإلكترونية، وقدرة الفاحص على فحص السجلات الإلكترونية والتدقيق فيها.

ث. صعوبة إثبات التعاملات والعقود: تشمل معظم القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية أحكاماً "تشترط أن يتم إثبات التعاملات كتابة (أي التوثيق)، أو أن تقدم معلومات معينة كتابيا"، ويجوز اشتراط توافر الكتابة لأسباب مختلفة، فإذا أُشترط توافر الكتابة كشرط لصحة العقد، تكون الصفقة باطلة ولاغية إذا لم يتم الوفاء بهذا الشرط، وإذا اشترط القانون الكتابة لأغراض الإثبات فإنّ عدم تقديم الكتابة لا يضر بصحة العقد، وإنما يؤثر في حالة التنازع، غير انّ التشريعات الوطنية والدولية كثيراً "ما تشير إلى (الكتابة) أو (الوثيقة) دون توفير تعريف محدد لهذين المصطلحين، وفي هذه الحالة يُفترض أنّ واضعي التشريعات تصوروا أنّ (الوثيقة المكتوبة) في الشكل المتاح آنذاك، ولذلك فإنّ غياب إطار تشريعي للتعاملات الإلكترونية من شأنه أن يؤثر سلباً" على أهداف الترويج للتجارة الإلكترونية (عبد سهال كشكول 2012، ص 470) ..

ج. النقود الإلكترونية: ظهرت النقود الإلكترونية في بيئة التجارة الإلكترونية، وهي عبارة عن نقود غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات إلكترونية، تخزن في مكان آمن على جهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل، يُعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويتطلب هذا النوع من النقود آلية أو معيار للقياس والاعتراف بها (وليد الحيالي وآخرون، ص 30).

ح. تحديد هوية وموقع المكلف: قد لا تفرض قوانين السوق على المؤسسات التي تقوم بعمليات البيع عن بعد، القيام بأي تسجيل أو تحديد هوية في الدول الخارجة عن موقع إقامتها، وهذا ما يطرح مشكلة بالنسبة للإدارات الضريبية التي لن تتمكن بسهولة من التعرف على البائع الخارجي، وبالتالي عدم ضمان الامتثال للقواعد الضريبية، حتى بالنسبة للمستهلك فهناك العديد من الطرق التي تمكن الإدارة الضريبية من تحديد موقع المستهلك، لكنها تبقى محدودة طالما أنّ المستهلك بإمكانه إخفاء موقعه (جمال معتوق، إيمان كموش 2019، ص 126).

خ. مشكل السيادة الضريبية: ويُقصد به تحديد الدولة التي لها الحق في فرض الضريبة على الدخل الناتج من التجارة الإلكترونية، ويتعدى مفهوم السيادة الضريبية نطاق القطر الجغرافي، بحيث يصل ليشمل الأشخاص التابعين لها الموجودين في الخارج (نفسه، ص 126).

د. جمع المعلومات والتحقق منها: يمكن للسلطات الضريبية تبادل المعلومات مع السلطات الضريبية في البلدان الأخرى لتتبع المعاملات، ويمكن أن تعتمد أيضًا على المعلومات التي تحتفظ بها السلطات الضريبية أو يمكن الوصول إليها، إلى جانب ذلك، قد يخلق ذلك تحديًا للسلطات الضريبية للتحقق من المعلومات المقدمة من قبل الكيان الخارجي، حيث قد تنشأ

المشكلة إذا كانت الدولة ترغب في الحصول على المعلومات والتحقق منها من دول لا تربطها اتفاقيات لتبادل المعلومات (Nora Fauzana 2015, p 18).

و. الطبيعة الافتراضية للمعاملات: في الاقتصاد الرقمي لا يمكن تطبيق النظام الضريبي نفسه المعتمد في الاقتصاد التقليدي، فالعملية التجارية تتم دون وجود فعلي وملموس للسلع والخدمات أو لمكان التبادل، وهذا ما يحد من إمكانية فرض أي ضريبة على هذا النوع من المعاملات (جمال معتوق، إيمان كموش 2019، ص 126).

هـ. حقوق الملكية الفكرية: مع منصات التجارة الإلكترونية، يمكن للمؤسسة الاستفادة من التكنولوجيا المملوكة أو المرخصة، غالبًا ما تقوم مؤسسات التجارة الإلكترونية بالاستعانة بمصادر خارجية لتصميم مواقع الويب أو المنصات أو المحتوى لطرف ثالث، مِمّا يثير المشكلة بشأن من يملك حق الملكية الفكرية (مثل حقوق النشر والعلامات التجارية) في تصميم ووظائف الموقع ومحتواه، الذي يمكن أن يتراوح من المعلومات إلى شعارات الأطراف الثالثة، وبالفعل يُعد توفير روابط لمواقع أخرى مصدر قلق يجب معالجته، ومع ذلك للتغلب على التحديات المذكورة أعلاه، يجب اتخاذ تدابير تصحيحية نحو تبسيط النظام الضريبي الدولي بالتعاون الوثيق مع الحكومة ومجتمع الأعمال في جميع أنحاء العالم (Nadeem Shariq & Saxina A.K 2018, p 61)

ف. العدالة الضريبية: مع تزايد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم وفي إطار مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدأ ظهور اختلال في تحقيق العدالة الضريبية، فعلى سبيل المثال قد يتمكن المديرون والعلماء من نقل أعمالهم إلى المناطق ذات المعدلات الضريبية الأقل، بينما سيبقى العامل العادي غير قادر على تحقيق ذلك، وفي المستقبل القريب سيكون من الصعب فرض ضريبة على المنشآت والأفراد ذوي المكاسب المرتفعة بمعدلات كبيرة، لأن هذه المنشآت والأفراد هي الأكثر مرونة في التنقل مما يمكنها من نقل نشاطها إلى دول أقل في أعبائها الضريبية، وبالتالي فإن العامل غير الماهر سوف يتحمل عبئا ضريبيا أعلى (مولود مليكاوي 2012، ص 34).

ق. عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الإلكترونية للضريبة: قامت العديد من الدول بتوقيع معاهدات تجارية مختلفة تتعلق بتخفيض التعريفات الجمركية ومنح حوافز ضريبية، ورغم دعوة العديد من دول العالم إلى عدم فرض ضرائب على تعاملات التجارة الإلكترونية فإنه يصعب على الدول النامية الموافقة على هذا الإجراء لما يترتب عليه من التأثير سلبا على أحد أهم الموارد السيادية للدولة. ومع أهمية التعاملات الإلكترونية بالنسبة إلى الدول النامية كأداة للنفاذ إلى الأسواق العالمية وفتح أسواق جديدة، إلا أن هذه الدول تواجه تحديا رئيسيا نتيجة عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الإلكترونية في المنتجات بشقيها المنظورة وغير المنظورة للقواعد الضريبية (نفسه، ص 35).

ن. مشكلة الإزدواج الضريبي: يُعرف الإزدواج الضريبي بأنه خضوع المال نفسه لأكثر من مرة لضريبة، من النوع نفسه للشخص نفسه وعن المدة نفسها، ولتحقيق العدالة الضريبية يجب تجنب الإزدواج الضريبي (سعيد علي محمد العبيدي 2011، ص 127)

معظم الدول تمارس اختصاصها لفرض الضريبة على دخل المقيمين والغير مقيمين داخل حدودها، وكنتيجة لذلك فإنّ المقيم في دولة معينة ويتلقى دخل معين من مصدر في دولة أخرى، ففي غالب الأمر سيخضع هذا الدخل لإزدواجية ضريبة بسبب تطبيق كل من النظام الضريبي على أساس المصدر (جمال معتوق، إيمان كموش 2019، ص 126) ، وهناك ثلاثة أشكال أساسية من الازدواج الضريبي: إقامة-إقامة، مصدر- إقامة، الازدواج الضريبي من مصدر- مصدر، وقد تتجنب دولة

الإقامة الازدواج الضريبي في الدخل من بلد المصدر من خلال منح ائتمان ضريبي لسكانها لدفع الضرائب، أو إعفاء دخل المصدر خارج الحدود الإقليمية من قاعدة الدخل الخاضعة للضريبة لسكانها (Okhane Abdulkarimli 2015, p 102).

ثالثا. التجارة الإلكترونية في الجزائر والحلول المقترحة لفرض الضريبة عليها:

1. التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

تعددت محاولات المشرع الجزائري لتنظيم مسائل مرتبطة بالتجارة الإلكترونية، في شكل دلالات على قبول التعاملات الإلكترونية، لكنها وكمبدأ أُعتبرت محاولات جزئية ولم يتبلور من خلالها موقف المشرع الجزائري من التجارة الإلكترونية، إلاّ في الثلاث سنوات الأخيرة، حيث سنَّ قوانين لها صلة مباشرة بالتجارة الإلكترونية، واستمر التطور إلى أن أودعت حكومة الدولة مشروع قانون التجارة الإلكترونية، أين صادق مجلس الوزراء على القانون، وتمت مناقشته في البرلمان، وصادق عليه نواب البرلمان في العشرون من فبراير 2018 على مستوى المجلس الشعبي الوطني، وفي 19 من أبريل تمت المصادقة على مستوى مجلس الأمة، ولم يصدر بعد في الجريدة الرسمية (آمال مشتي 2018، ص 251).

إنّ القانون رقم (18-05)، يعتبر من أحدث القوانين المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية، إذ تضمن مجموعة من المواد، التي توضح أساسيات التجارة الإلكترونية في الجزائر، ولعل أهم ما جاء فيه ما تضمنته المادة 06، التي تنص على أنّ (ج ر ج ج 2018):

- **التجارة الإلكترونية:** النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية؛

- **العقد الإلكتروني:** العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425، الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني؛

- **المستهلك الإلكتروني:** كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي؛

- **المورد الإلكتروني:** كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية؛

- **وسيلة الدفع الإلكتروني:** كل وسيلة دفع مرخص بها وفقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن، بعد عبر منظومة إلكترونية؛

- **الإشهار الإلكتروني:** كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية؛

- **الطلبية المسبقة:** هو تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتوج في المخزون؛

- **اسم النطاق:** عبارة عن سلسلة أو أحرف و/أو أرقام مقيّسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني.

فضلا عن ذلك تأتي المواد 08، 09، و10 من نفس القانون، متضمنة لمجموعة من **الشروط الرئيسة المتعلقة بممارسة التجارة الإلكترونية ومتطلباتها**، حيث يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل أو القيد في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية وفقا لحالة النشاط وطبيعته، ويخضع لنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنيت، مستضاف في الجزائر بامتداد (com.dz)، زيادة على ذلك يتعين أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني وجوبا على وسائل تسمح بالتأكد من صحته، كذلك تنشأ بطاقية وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المقيدين أو المسجلين في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية. ولذلك فإنه لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، وأن تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني.

هذا ونشير إلى أنّ قانون التجارة الإلكترونية السالف الحديث عنه، يشترط أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني، وأن توثق بموجب عقد إلكتروني، يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، وأن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني، بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة تتضمن مجموعة من المعلومات (نفسه 2018) .

والجدير بالملاحظة في هذا الصدد، أنّ الجزائر جاءت في المرتبة 95 عالميًا حسب تقرير الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) لسنة 2016، الذي تضمن مؤشر التجارة الإلكترونية (B2C) للأونكتاد. هذا الأخير بدوره قاس استعداد اقتصاد 137 دولة لدعم التسوق عبر الإنترنت، ويتألف المؤشر من أربعة مؤشرات فرعية ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالتسوق عبر الإنترنت ولها تغطية دولية واسعة (United Nations Conference on Trade And Development 2016, p 24) .

في حين صنفها نفس المؤشر لعام 2017 في المرتبة 97 من أصل 151 دولة عالمية متضمنة في التقرير، وفي سنة 2018، حصدت الجزائر المرتبة 17 من أصل 44 دولة إفريقية، حيث نلاحظ أنّ هذه المرتبة جد متأخرة مقارنة بتونس والمغرب اللتان احتلتا المترتبتين الرابعة والخامسة على الترتيب، أما بالنسبة للترتيب العالمي الذي شمل 151 دولة، فقط صنفت في المرتبة 111(United Nations Conference on Trade And Development 2016, pp 17-20). وإن كان قد تراجعت بالنسبة لتقرير سنة 2019 بأربعة مراتب، حيث جاءت في المرتبة 107 من أصل 152 دولة تضمنها التقرير (United Nations Conference on Trade And Development 2016, p 09).

وعليه فإنه وبناءاً على مؤشرات التقارير الثلاث السابقة الذكر، يمكن القول أنّ الجزائر احتلت مراتب متأخرة جدا مقارنة بباقي الدول العالمية عامة والعربية خاصة التي جاءت على رأسها الإمارات العربية المتحدة إذ احتلت المراتب الأولى عربيا، وتعود أسباب هذا التأخير في اعتقادنا إلى انخفاض استعمال الإنترنيت. فالجزائر حسب تقرير تنافسية الاقتصادات العربية في صندوق النقد العربي لسنة 2019، جاءت في الترتيب 18 (من أصل 25 دولة) حسب مؤشر الأفراد الذين يستخدمون الإنترنيت لسنة 2017 (وهو أحد المؤشرات الفرعية لمؤشر البنية التحتية في التقرير) (صندوق النقد العربي 2019، ص 42).

2. النظام الضريبي الجزائري الإلكتروني:

كما هو معلوم، فإن المشرع الجزائري قام بالعديد من الخطوات لرقمنة الإجراءات الجبائية، بغية الوصول إلى اعتماد تطبيق الضريبة الرقمية في البلاد، من هذا المنطلق بالإمكان إجمال هذه الإجراءات في العناصر الآتية (عبد الله سفيان رمادلية 2018، ص ص 9-10):

أ) إحداث موقع الكتروني للإدارة الضريبية: سمحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإدخال تقنية الإعلام الآلي، بإحداث موقع إلكتروني لإدارة الضرائب يسمح لها بتقديم كافة المعلومات الجبائية للمكلفين بالضريبة من قوانين جبائية، قوانين المالية ومختلف المعلومات الجبائية.

ب) تبسيط إجراءات تأسيس الملف الجبائي: قامت المديرية العامة للضرائب بتبسيط كيفية إنشاء الملفات الجبائية، وكذلك الأمر بالنسبة لتسليم الوثائق الجبائية، وذلك لتوفير الوقت للمكلفين بالضريبة، وتعتبر هذه الإجراءات كخطوة أولية نحو الاستغناء عن الطابع الورقي للملف الجبائي والتحول نحو الطابع الرقمي.

ت) رقمنة إجراءات الترقيم الجبائي: يمكن للمكلف بالضريبة الحصول على رقم التعريف الجبائي إلكترونياً، حيث يكتفي المكلف بإدخال البيانات الخاصة به فقط على الموقع الإلكتروني المخصص لهذا الغرض للحصول على رقم التعريف الجبائي الخاص به، والتأكد من صحته وما إذا كان هذا الرقم قيد النشاط أو موقف.

ث. إحداث نافذة للتوثيق الجبائي: تم تدعيم جهود إصلاح وعصرنة الإدارة الضريبية، بموقع أو نافذة عبر الإنترنت للتوثيق الجبائي الخاص برقم التعريف الجبائي للمكلف بالضريبة، حيث يسمح هذا الموقع بالتأكد من صحة رقم التعريف المقدم من طرف المكلف للهيئات والمؤسسات وكافة المتعاملين.

و) إرساء قواعد الفحص الضريبي: بعدما اقتصر المشرع في السابق على أنّ عملية الرقابة والفحص في المحاسبة، تكون في الدفاتر الورقية نص المشرع الجزائري على أنه يمكن فحص محاسبة المكلف مهما كان شكل مسكها، سواء وفق النظام التقليدي الورقي أو وفق نظام الإعلام الآلي.

ه) إحداث نظام للوثائق والتصريحات الجبائية عن بعد(جبايتك): في نفس الاطار الخاص برقمنة الخدمة العمومية، وضعت المديرية العامة للضرائب نظام للتصريح عن بعد (Télé Déclaration)، فبعدما استخدمت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كوسيلة لنشر المعلومات الجبائية، انتقلت الإدارة الضريبية في عملها من رحلة نقل المعلومة الجبائية إلى رحلة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في علاقتها مع المكلفين بالضريبة، وهذا باستحداث نظام التصريح عن بعد (JIBAYATIC)، كان اعتماد تقنية التصريح عبر الإنترنيت والدفع الالكتروني بالنسبة للمكلفين بالضريبة الخاضعين لمديرية كبريات المؤسسات (DGE)، وهم المؤسسات والشركات الأجنبية العاملة في ميدان المحروقات، أو التي يفوق رقم أعمالها سقف معين كخطوة أولى، حيث يعتبر بالنسبة إليهم نظام التصريح عن بعد هو نظام إلزامي ابتداءاً من جانفي 2018، يجب التقيّد به كما باستطاعتهم تسديد كافة الضرائب والرسوم، عن طريق الدفع الالكتروني. أما بالنسبة للمكلفين بالضريبة التابعين لمراكز الضرائب والمراكز الجِواريّة للضرائب، فإنّ نظام التصريح عن بعد هو نظام اختياري بالنسبة لهم، وقد تم وضع 22 مركز نموذجي للتعريف بالعملية، وللإطلاع على سير هذا التطبيق المعلوماتي قبل تعميمه على جميع المراكز، حيث يكفي للمكلف أن يطلب التسجيل في نظام التصريح عن بعد.

3. الحلول المقترحة لفرض الضريبة:

لمواجهة مجمل التحديات سابقة الذكر، يتطلب من الدولة الجزائرية القيام بعدة تحولات يمكن تلخيصها فيما يلي:

أ. أسلوب الحياد الضريبي الالكتروني: لكي لا تصبح الضريبة سبباً في عرقلة التجارة الإلكترونية، اقترح البعض وجود نظام ضريبي بسيط وشفاف ومنسجم مع النظم الضريبية العالمية الأخرى، ظهرت عدة محاولات في هذا الصدد، وأصبح من الثابت أنّ الحياد الضريبي ينبغي أن يُشكِل المبدأ الأساسي للضريبة الإلكترونية ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة، ولكن تتم المعاملة الضريبية بنفس الأسلوب على كل صور التجار بدون تمييز، سواء تعلق الأمر بالتجارة التقليدية أو بالتجارة عن بعد أو بالتجارة

الإلكترونية، ومن الضروري تفادي وجود فجوات غير عادلة في المنافسة، تنبع من إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة، بينما تخضع لها التجارة التقليدية (محمد البشير مركان وآخرون 2019، ص 40).

ب. خلق ضرائب الكترونية جديدة: اقترح البعض ربط الضريبة عند المنبع من خلال العملاء، أو تفرض الضريبة بواسطة الدول المستقبلة للسلعة أو الخدمة، ويتم ذلك من خلال التنسيق في مؤتمر دولي، يحدد كيفية الحصول على هذه الضريبة والقائمين عليها، وغير المحل للثقة يمكن، في هذا المقام، أن يلعب دوراً هاماً سواء بتقديمه، بناءً على طلب العميل، خدمة صحة التصرف ضريبيًّا، أو بالتلقي التلقائي، بناءً على طلب الدول، للضريبة الخاصة بالمعاملة التي يطلب منها الإقرار بصحتها (نفسه، ص40).

ت. الضريبة على حركة رؤوس الأموال: يمكن تلخيص أهم المقترحات التي جاءت في هذا المجال، فيما يلي (الجواس زواق، ولهي بوعلام، ص ص 10-11):

- **ضريبة توبين:** اقترحها جيمس توبين على حركة رؤوس الأموال، من أجل الحد من المضاربات وتطايرية النقود وإعادة توجيهها نحو الاستثمار طويل المدى، وقد لاقت هذه الضريبة اهتماماً من قبل صندوق النقد الدولي، وكانت موضوعاً للعديد من دراسات قام بها خبراء انتهت إلى تراجعه عن معارضتها والاعتراف ببعض مزاياها، وهذا ما أدى بالعديد من الوكالات التابعة للأمم المتحدة إلى تبنيها والدعوة إلى تطبيقها.

- **الضريبة على الاستهلاك:** ينص هذا المقترح على التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض الضريبة على الاستهلاك والملكية، حيث تساعد هذه الضريبة في تحصيل الضرائب من المتهربين من دفعها بما في ذلك الذين يحققون دخولاً مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنيت، حيث سيقومون بإنفاقها بشكل ما، من الأفكار التي طرحت للنقاش في هذا المجال؛ هي إمكانية فرض الضريبة على المستهلك من خلال الشركات التي تقدم خدمة الإنترنيت عن طريق اضطلاعها بدور الوسيط بين الحكومة والمستهلكين، حيث تقوم هذه الشركات بمحاسبة عملائها على التعاملات التي يجرونها عبر الإنترنيت، ثم فرض ضريبة مبيعات على المعاملات المختلفة، وتقوم بعد ذلك بتحويلها إلى الحكومة، وقد أثيرت بشأن هذه الفكرة العديد من الملاحظات المتعلقة بطرق تتبع المعاملات الإلكترونية للعملاء ومدى تضارب ذلك مع قوانين السرية والأمن، كما أنها ستتسبب في زيادة الأعباء على المستهلكين، فإضافة إلى دفعهم ثمن السلعة والخدمة سيجدون أنفسهم مطالبين بدفع ضريبة إلى هذه الشركات، ما يؤدي في النهاية إلى عرقلة نمو التجارة الإلكترونية، خاصة عند فرض أعباء ضريبية مرتفعة.

ث. الضريبة على الانتقال الإلكتروني للبيانات وهجرة الأدمغة: ومن الضرائب التي تمّ اقتراح تطبيقها في هذا المجال هي (نفسه، ص ص 11-12):

- **ضريبة البيت (Bit – Tax):** هي أحد الحلول المقترحة لتنظيم معاملات الإنتقال الإلكتروني للبيانات، ويتم تحصيلها على أساس كمية البيتس الرقمية التي يتم استخدامها أو نقلها، تمّ تقديم هذا المقترح لأول مرة في نادي روما عام 1994، لتكون بعد ذلك محل اهتمام مجموعة من الباحثين من بينهم (Arthur cordell)، وقدمها برنامج الأمم المتحدة للإنماء في تقريره السنوي لعام 1999 من أجل مقاومة الفجوة الرقمية.

تعتبر هذه الضريبة من أفضل الحلول المقترحة في هذا المجال، إلاّ أنها لا تخلو من العيوب التالية:

- **خضوع المستهلك لإزدواج ضريبي:** إذ يقوم بدفع الضريبة على القيمة المضافة عند اقتنائه الأجهزة الإلكترونية المختلفة التي يستخدمها في عملية تبادل ونقل المعلومات، بالإضافة إلى ضريبة البيت عند استخدامه لهذه الأجهزة في تبادل المعلومات، وهذا يتسبب في فقدان الإنترنت وأجهزة نقل البيانات الأخرى لميزة انخفاض التكلفة؛

- **تراجع نمو الإنترنت:** وما يتبع ذلك من انخفاض في الأنشطة والأعمال المتوقع انبثاقها عن هذه الصناعة الجديدة التي تستوعب العديد من فرص العمل؛
- **الإعتداء على خصوصية الفرد:** إنّ تتبع تدفق البيانات ورصدها بهدف فرض الضريبة عليها، يُعد نوعاً من أنواع الاعتداء على الخصوصية؛
- **ارتفاع التكلفة:** ينطوي هذا النظام الجديد على العديد من التكاليف والتعقيدات، التي قد تؤدي إلى ظهور العديد من المشاكل، التي تزيد نفقات إصلاحها عن الإيرادات المتوقع تولدها عن هذا النظام.

- **الضرائب على الأدمغة:** يتم تحصيلها من الدول المُهَاجر إليها لصالح الدول مصدر الهجرة، وتعمل هذه الضريبة على التقليل من هجرة الأدمغة ودعم التعليم والتكوين العالي في الدول النامية، وقد قُدِم هذا الاقتراح لأول مرة من قِبل برنامج الأمم المتحدة للإنماء عام2001، بعد قيام بعض الدول بتسطير برامج للهجرة، تستهدف استقطاب الكفاءات في مجال الإعلام الآلي وتكنولوجيا المعلومات.

ج. غير المحل للثقة الضريبية: توصلاً لرقابة السلطات على المعاملات التجارية، تمَّ اقتراح اللجوء إلى شخص من غير المحل للثقة الضريبية، تتمثل مهمته في تحديد الأطراف وتخزين المعلومات المتعلقة بتلك المعاملات ونقلها إلى مصلحة الضرائب، هذا الغير يمكن أن يكون مورد خدمة الإنترنيت أو بنك أو مقدم بطاقات الائتمان أو متعهد اتصالات، ويفضل البعض الوسيط المالي الذي يقوم بتحصيل الضريبة عن المعاملات، حيث يتولى بنفسه تطبيق الضريبة المفروضة على المتعاملين ويتولى تحصيلها من خلال المستهلك وتوريدها. وانطلاقا من نفس المبدأ يقترح البعض إقامة نظام الإمساك بالضريبة عن طريق الوسطاء الماليين، تبدو هذه الفكرة واقعية من الناحية الفنية عندما يتم الدفع عن طريق بطاقة الائتمان، ونظراً لصعوبة اختراق المعاملات، يمكن إدخال نظام الفحص الإلكتروني الذي يربط صاحب البطاقة والبائع بالبنك. وللوصول إلى النتيجة المرجوة، يمكن للسلطات الضريبية أن تسعى جاهدةً لدى الأجهزة المختصة لحث موردي نظم الدفع الإلكتروني على تشغيل تلك النظم بالأسلوب الذي يسمح بالإجراء المحاسبي، الذي يتفق وتدفق الأموال طبقا للتشريعات السارية، ومن الأفضل كذلك توسيع نطاق الإعلام، من خلال إنشاء مواقع مخصصة لهذا الغرض، وتبسيط الإجراءات الإدارية بالنسبة لدافعي الضرائب: كتعميم البريد والدفع الإلكتروني، وإنشاء شباك واحد على الإنترنيت يمكن من خلاله تركيز وإتمام كافة الخطوات الضريبية (محمد البشير مركان وآخرون 2019، ص 40).

من بين متطلبات تكييف النظام الضريبي الجزائري لتحديات التجارة الإلكترونية كذلك، نذكر ما يلي (مولود ملكاوي 2012، ص 37):

- **تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال في النظام الضريبي الجزائري**: يتميز النظام الضريبي السائد في الجزائر، بالجمود وعدم مواكبته للتطورات التكنولوجية الحديثة، التي تتطلب ضرورة رقمنة النظام، فهذا الأخير لا يزال يعتمد على وسائل تقليدية في المعاملة الضريبية مثل التصريح والإقرار والتحصيل، وهذه الوسائل لا تتماشى وخصائص ومميزات التجارة الإلكترونية، فمعاملات التجارة الإلكترونية تتميز بعدم ملموسية المعاملات والإنفصال المكاني وعدم إمكانية تحديد الهوية، كل ذلك يتطلب ضرورة تبني تكنولوجيات الإعلام والاتصال في النظام الضريبي الجزائري ليواكب التغيرات التكنولوجية التي تولدت عنها التجارة الإلكترونية؛

- **إقرار التوقيعات الإلكترونية:** إنّ إقرار الوثائق والعقود الإلكترونية ستبقى هي الأساس في إطار تبني نظام التجارة الإلكترونية، فنظم التجارة الإلكترونية تجعل التوقيعات الإلكترونية أكثر صعوبة في التزوير من النظم الورقية، مما يتطلب وجود آليات تشريعية تقر هذه التوقيعات الإلكترونية؛
- **إقرار التعاقدات الإلكترونية:** يمكن أن تصل إلى درجة عالية من إثبات الحق هي الأخرى بضمان درجات سرية مناسبة، وبالتالي فإنها يمكن أن تكون مرجعية كاملة دون الحاجة لأي إثباتات أخرى، وبتكامل هذه العقود الإلكترونية مع حق التحقق الإلكتروني، فإنه يمكن مراجعة العقود فوراً بما يجعل لهذه العقود حجية أعلى من العقود الورقية بالنسبة للسلطات الضريبية؛
- **إقرار التشريعات الخاصة بتأمين الموارد التكنولوجية:** بوصفها أحد الموارد المطلوب حمايتها، ويشمل ذلك كلمة السر مثلا، وكذلك قواعد البيانات والبحث فيها بوصفها مرجعية يعتمد عليها؛
- **إقرار نظام التحقق الإلكتروني:** تقوم الإدارة الضريبية بمراجعة العقود الإلكترونية باستخدام نظم المراجعة الحديثة، وفي حالة رغبة الإدارة الضريبية التحقق من صحة إحدى التعاقدات، فإنها تقوم بالضغط على زر خاص يقوم بإرسال رسالة إلى المؤسسة التي تم التعامل معها، وهي مسجلة في العقد الإلكتروني، وتتضمن هذه الرسالة طلب إرسال نسخة من العقد كما هو مخزن لدى المؤسسة.

الخاتمة:

من خلال ما تمّ عرضه ضمن هذه الورقة البحثية، تتضح أهمية التجارة الإلكترونية، التي تُعتبر من الركائز المُهمة التي يُبنى عليها الاقتصاد الرقمي، وكما هو معلوم اليّوم، فإنّ التحوّلات الإقتصاديّة العميّقة الحاصلة في بيئة الأعمال (كبروز العولمة، الانفتاح على السوق العالمية، والتطور المذهل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وغيرها)، انعكست آثارها على اقتصاديات الدول - المتقدمة والنامية- وفرضت عليها أن تكون أكثر تنافسيّة. الأمر الذي أدى بها إلى إعادة النظر في تعاملاتها التجارية بهدف تنميّتها وعصرنتها، من خلال إحلال الطابع الإلكتروني محل الطابع التقليدي.

وفي هذا السياق، تمّ تسليط الضوء على موضوع إخضاع المعاملات التجارية، التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية للنظام الضريبي، فعلى الرغم من عدم وجود رأي دولي موحد لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، إلاّ أنّ معظم حكومات الدول والهيئات المعنية بفرض وتحصيل الجباية لم تسأم من محاولة إيجاد حلول معول عليها، وابتكار آليات حديثة تتماشى مع خصوصيات التجارة الإلكترونية.

والجزائر كغيرها من باقي الدول تسعى لإضفاء الطابع الإلكتروني على تعاملاتها التجارية، فلقد انتهجت مجموعة من المبادرات الراميّة بشكل خاص، إلى توضيح أساسيات التجارة الإلكترونية وطريقة تسييرها، وذلك من خلال إصدار جملة من النظم والقوانين على رأسها قانون (18-05)، المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 10 ماي 2018، غير أنه ومع ذلك يجب وضع نظام ضريبي يتكيف وفقاً لطبيعة المعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً، وكذلك يتكيف مع المستجدات التكنولوجية، حتى يكون بمقدور الدولة الجزائرية الاستجابة للتحديات التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية.

نتائج الدراسة:

خلُصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، بالإمكان حوصلتها فيما يأتي:

- إنّ ظهور التجارة الإلكترونية له علاقة بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال(TIC)، حيث تعتبر مظهر من مظاهر الاقتصاد الرقمي؛

- التجارة الإلكترونية هي مجمل الخدمات التجارية، التي تعتمد على الوسائل الإلكترونية في إدارة وتنفيذ مختلف الأنشطة التجارية، أي الانتقال بالمعاملات التجارية التقليدية إلى المعاملات التجارية الإلكترونية؛
- إنّ التجارة الإلكترونية هي نتاج للتطور التقني والتكنولوجي سيما في ميدان الاتصالات، وقد شهدت انتشارا واسعا في ظرف زمني وجيز، وهو ما يرشحها للحصول على مكانة هامة في حجم المبادلات التجارية، واتساعها بهذه السرعة ينبؤ بأنّ شكل التجارة التقليدي هو بصدد التعويض بشكل آخر؛
- عدم وجود التشريعات والقوانين المتطورة والمواكبة للتطورات الحاصلة في عالم التجارة الالكترونية، كان سببا وعاملا مهما في الضعف الواضح في مؤشرات التجارة الالكترونية في الجزائر مقارنة مع نظيراتها في الدول المتقدمة؛
- غياب تبني إستراتيجية ضريبية للجزائر، تتمحور حول إمكانية إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للنظام الضريبي وتكييفه مع التحديات التي تعرقل تطبيقه، نظرًا لعدم ملائمة النظام الضريبي التقليدي لخصوصيات التعاملات التجارية الإلكترونية.

المقترحات:

استنادا على ما تضمنته هذه الورقة البحثية من عرض وتحليل للمعلومات حول الموضوع محل البحث والدراسة، وبناءا على ما توصلت إليه من النتائج المُشار إليها سالفا، يمكن إدراج مجموعة من المقترحات التي نرى أنه من شأنها المساهمة في تفعيل النظام الضريبي الجزائري، لمواجهة التحديات التي تفرضها ممارسات التجارة الإلكترونية، ونوجها في النقاط التالية:

- تحديث وتطوير التشريعات الضريبية، بما يتوافق ويتأقلم مع التطورات الحاصلة في مجال الأنترنيت والتجارة الالكترونية؛ وكذا تحديد الأطر التنظيمية لحماية مستخدمي تكنولوجيا المعلومات والحفاظ على حقوق البائعين والمستهلكين في بيئة التجارة الالكترونية؛
- العمل على إصلاح السياسة الضريبية التقليدية وعصرنتها، تماشيا مع الثورة التقنية التي يشهدها عالم التجارة الإلكترونية، وتحويل أعمال الجهاز الضريبي (مديرية الضرائب) من النماذج الورقية إلى الالكترونية عبر إدخالها على مواقع الواب للمؤسسات بهدف تجنب التهرب الضريبي الإلكتروني من جهة، وتحقيق العدالة الضريبية في كنف الشفافية من جهة أخرى؛
- العمل على مواكبة تطورات الدول الأخرى والاستفادة من تجاربها الناجحة من خلال دراسة الأساليب المتقدمة ومحاولة تطبيقها؛
- ضرورة التحسيس والتوعية وبعث الثقة في المستهلكين حول أهمية التجارة الالكترونية في الجزائر؛
- لابد من إدخال النموذج الإلكتروني على التعاملات الضريبية، من أجل إبراز أهمية وضرورة النظام الضريبي بما يحقق التقدم والتطور في الهيئات الضريبية؛
- ضرورة توفير أنظمة إلكترونية تساعد الزبائن على طلب الخدمات والسلع المختلفة بشكل إلكتروني.

قائمة المراجع:

[1] محمد عبد الله شاهين محمد (2017)، "**التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو**"، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى.

[2] مصطفى يوسف كافي (2009)، "**التجارة الإلكترونية**"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون طبعة.

[3] باسم أحمد المبيضين (2010)، **"التجارة الإلكترونية وأثرها على الأداء الاستراتيجي"**، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.

[4] عبد الحميد بسيوني (2004)، **"أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية"**، دار الكتاب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

[5] أباظة محمد محمد سليمان (2015)، **"التجارة الإلكترونية: نظرة عربية للواقع والآفاق"**، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، كلية أمن الحاسب والمعلومات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، مج03، ع07.

[6] طارق عبدالعال حماد (2003)، **التجارة الإلكترونية**، الدار الجامعية،

[7] أنور عيدة، سالمي محمد الدينوري (2019)، **"الإطار المفاهيمي للمحاسبة والمراجعة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية"**، مجلة اقتصاد المال والأعمال، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، مج 04، ع 02.

سعد غالب ياسين، نشر عباس العلاق (2004)، **التجارة الالكترونية**، دار المناهج، عمان ط1، الأردن

[8] لمزيد من المعلومات راجع في ذلك:

- سمية بومروان (2014)، **"الحكومة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الإدارات الحكومية دراسة مقارنة"**، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى.

- Rania Nemat (2011) **"Taking A Look At Different Types Of E-Commerce"**, World Applied Programming Journal, ISSN: 2222-2510, Kenya, Vol (01), No (02).

[9] حميد عبد الله الحرتسي (2012)، **"تطبيقات فنيات الضرائب بالنظام الجبائي"**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.

[10] نور الدين حامد سعيد (2016)، **"أثر إصلاح النظام الضريبي"**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.

[11] جمال معتوق، إيمان كموش (2019)، **"الإشكاليات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية والمتعلقة بالمجال الضريبي"**، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة محمد صديق بن يحي بجيجل، الجزائر، مج 03، ع 01.

[12] الحواس زواق، ولهي بوعلام، **"الضرائب على التجارة الإلكترونية المشكلات وآليات الإخضاع"**، عن الموقع:

http://dspace.univ-msila.dz:8080//xmlui/handle/123456789/10410, (consulte le :21/05/2020 à 22 :40h).

[13] وليد ناجي الحيالي، مجدي أحمد السيد الجعبري (2016)، **"الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية"**، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر، عمان، الأردن.

[14] طارق ملال محمد (2013)، **"آليات وأسباب التهرب الضريبي الدولي وإمكانية تجنبها"**، مجلة دراسات - العدد الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الأغواط، الجزائر، مج 04، ع 01.

[15] عبد سهاد كشكول، **"أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب"**، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة بغداد، العراق، مج 18، ع 68، 2012، ص470.

[16] Nora Fauzana Zainal, Noraza Mat Udin (2015) , **"The Impact And Challenges Of Electronic Commerce"**, Proceedings Of The International Conference On E-Commerce ICoEC2015, Kuching, Sarawak, Malaysia.

[17] Nadeem Shariq, Saxena A.K (2018) **"The Challenges Of Taxing E-Comerce"**, International Journal Of Management Studies, ISSN (print) 2249-0302 ISSN (Online)2231-2528, United Kingdom, Vol-V, Issue -4(04).

[18] مولود مليكاوي (2012)، **"آليات تكييف النظام الضريبي الجزائري في ظل تبني مفهوم التجارة الإلكترونية"**، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة بغداد، العراق، مج 18، ع 68.

[19] سعيد علي محمد العبيدي (2011)، **"اقتصاديات المالية العامة"**، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1

[20] Orkhan Abdulkarimli (2015) **"Taxation of E-commerce"**, Baku State University Law Review, the first student-run and peer-reviewed academic journal in Azerbaijan and a publication of Student Academic Society of BSU Law School (ISSN 2412-5555), vol (01).

[21] آمال مشتي (2018)، **"التجارة الإلكترونية في الجزائر"**، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة البليدة 2، العفرون، الجزائر، مج 07، ع 13.

[22] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية (2018)، العدد 28..

[23] United Nations Conference on Trade And Development (2016) **"UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX"**, UNCTAD Technical Notes on ICT for Development, N° 07.

[24] United Nations Conference on Trade And Development (2018) **"UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX FOCUS ON AFRICA"**, UNCTAD Technical Notes on ICT for Development, N°12.

[25] United Nations Conference on Trade And Development(2018) **"UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX"**, UNCTAD Technical Notes on ICT for Development, N°14.

[26] صندوق النقد العربي (2019)، **"تقرير تنافسية الاقتصادات العربية"**، العدد الثالث، أبو ظبي، الإمارات.

[27] عبد الله سفيان رمادلية (2018)، **"دور الإدارة الإلكترونية في تطوير الخدمة العمومية والمرفق العام في الجزائر رقمنة الإدارة الضريبة نموذجا"**، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول: النظام القانوني للمرفق العام الإلكتروني واقع – تحديات – آفاق"، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، يومي 26، 27 نوفمبر.

[28] محمد البشير مركان وآخرون (2019)، **"الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر"**، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، يومي 02، 03 ديسمبر.

واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم - التحديات والحلول-

The reality of electronic commerce in Algeria and the problem of subjecting it to taxes and fees - challenges and solutions -



شوقي طارق[1]، حجيرة بدر الدين[2]

Chougui Tarek[1], Hdjira Badreddine[2]

جامعة سطيف1 (الجزائر)؛ مخبر الشراكو الأورومتوسطية في الفضاء الأورومغاربي؛ tarekchougui@yahoo.fr ؛

جامعة سطيف1 (الجزائر)؛ **Badr.bat@gmail.com**؛

الملخص:

مع تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال ظهرت التجارة الالكترونية بمزاياها على المتعاملين بها، ومشاكلها على التشريعات والأنظمة الضريبية والمحاسبية التي لا تتلاءم في عدة جوانب مع طبيعة هذه المعاملات .

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مشاكل التجارة الالكترونية في العالم وفي الجزائر، مع اقتراح حلول لها تتماشى والواقع الحالي، خاصة فيما تعلق باخضاعها لمختلف الضرائب والرسوم التي تخضع لها التجارة العادية، من خلال اصدار قوانين وتشريعات تنظمها وتبين طرق الاخصاع والرقابة وغيرها.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، الضريبة على التجارة الالكترونية، التشريع الضريبي،النظام المحاسبي.

تصنيفات JEL : M31،M37.

Abstract:

With the development of information and communication technology, electronic commerce has emerged with its advantages over those dealing with it, and its problems over legislation and tax and accounting regulations that do not fit in several aspects with the nature of these transactions.

This study seeks to shed light on the problems of electronic commerce in the world and in Algeria, while proposing solutions to them that are in line with the current reality, especially with regard to its subjection to the various taxes and fees to which regular trade is subject, through the issuance of laws and legislation that regulates it and shows methods of specialization, control and others.

Keywords: *E-commerce, tax on electronic commerce, tax legislation, the accounting system.*

JEL Classification Codes ;M31 ,M37 .

مقدمة:

أدت الثورة المعلوماتية في العصر الحالي إلى بروز نوع جديد من المعاملات التجارية غير تقليدية، فمع تطور طرق الاتصال وانتشار الانترنت في العالم ظهر ما يسمى بالتجارة الالكترونية، حيث ترتكز هذه الأخيرة على مبادئ ومفاهيم مغايرة لما ألفته المعاملات التجارية التقليدية، الأمر الذي أعطى امتحانا صعبا للأنظمة المحاسبية والضريبية العالمية لكيفية الاعتراف بها وإخضاع إيراداتها للضرائب المفروضة.

فالتجارة الالكترونية تتطور كنتيجة حتمية للتطورات في تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال، عكس التنظيمات والقوانين خاصة الأنظمة الضريبية التي بقيت بعيدة عن مسايرة هذه التطورات، مما قد يؤثر سلبا على كفاءة النظام الضريبي. مما أدى إلى حتمية قبول الأنظمة الضريبية لتحديات التجارة الالكترونية، خاصة المتعلقة بسيادة الدولة في فرض وتحصيل الضريبة، والجزائر كباقي دول العالم وان كانت متأخرة بدأ استعمال هذه التقنيات للتجارة الالكترونية وما يصاحبها من وسائل الدفع الالكتروني من خلال نشأة عدة مواقع للتسوق الالكتروني وتدعيم هذا النشاط بحزمة من القوانين المنظمة، وما نلاحظه في هذه الفترة مع جائحة كورونا زاد استخدام هذه التقنيات لتعويض نقس المبيعات بالتجارة التقليدية وطهرت العديد من المنصات للبيع الالكتروني وأضعفها استخدام أصحاب المحلات لوسائل التواصل الاجتماعي كقنوات لتصريف منتجاتهم مع خدمة التوصيل للمنزل.مما سبق تظهر إشكالية بحثنا والمتمثلة في :

كيف يتم الاعتراف بهذه الإيرادات محاسبيا وإخضاعها للضرائب وفق النظام الجبائي المعمول به؟

تعد هذه الورقة تنظيرا لواقع التجارة الالكترونية ومشكلة إخضاع مداخيلها للضريبة في ظل النظام الجبائي الجزائري، كما تقترح مجموعة من الحلول والآليات التي قد تساعد القائمين على القطاع الجبائي في تحيين التشريعات الضريبية لمسايرة تطور التجارة الالكترونية، لذا تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم التجارة الالكترونية ؟
- كيف يتم فرض الضريبة على المعاملات الالكترونية؟
- ما هو واقع التجارة الالكترونية في العالم وفي الجزائر؟

-فرضيات البحث:

-أهمية البحث: تندرج أهمية الموضوع في مدي لجوء المؤسسات والتجار في الجزائر لاستخدام تقنيات التجارة الالكترونية ومنه تحديد المداخيل والإيرادات وكيفية إخضاعها للضرائب والرسوم ضمن النظام الجبائي المعمول به.

-أهداف البحث:يهدف البحث إلي إبراز واقع التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال الإحصائيات والمواقع التي تتعامل بها وكذا مناقشة السبل الممكنة للتحكم في إيرادات التجارة الالكترونية ومن ثم إخضاعها لمختلف الضرائب والرسوم السارية على باقي النشاطات العادية.

-منهجية الدراسة: اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال سرد ما هو واقع للتعاملات التجارية الالكترونية بدعمها بإحصائيات حديثة ثم تحليل كيفية إخضاع هذا النوع من التجارة للتنظيم الجبائي المعمول به.

- **الدراسات السابقة :** هناك مجموعة من الدراسات تناولت الموضوع ولكن بزوايا مختلفة أهمها:

1. محمد التهامي طواهر وآخرون: حيث تناولت الدراسة أن الدول والمنظمات الدولية تفكر في إنشاء صيغة جديدة للجباية تتماشى مع خصوصيات التجارة الإلكترونية مستقبلا، حيث أن السياسة الجبائية على الإنترنت لابد أن تكون موحدة لكي تكون هناك منافسة جبائية بين مختلف الدول بعد أن أُلغيت الحدود الجغرافية عن طريق التجارة الإلكترونية.

2. رأفت رضوان وآخرون : حيث تناولت الدراسة أن العالم شهد خلال العقد الأخير من القرن السابق ثورة حقيقية في تقنيات الإعلام والاتصالات ، أثرت إلى حد كبير على أوجه النشاط الاقتصادي والاجتماعي ومن أهم المنتجات الثانوية لها التجارة الإلكترونية Commerce Electronic ،وما أفرزته من تحديات للنظم الضريبية القائمة التي كانت ملائمة لظروف اقتصادية مختلفة،إعتماداً على نظم عمل لا تتفق مع المتغيرات العالمية المتسارعة مما قد يؤثر سلباً على كفاءة النظام الضريبي. سلط البحث على المشكلات الأساسية والتحديات المترتبة على المعاملات التجارية الالكترونية الجديدة كما يناقش عدة اقتراح وضع إطار عام اتطبيق الضريبة على هذا النوع من التجارة.

3. الحواس زواق و بوعلام ولهي: حيث تناولت الدراسة أثر الثورة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السنوات الأخيرة على أنشطة المؤسسات الاقتصادية وكان أبرز هذه الآثار ظهور ما يسمى بالتجارة الإلكترونية وتحدياتها أمام المؤسسات والنظم الضريبية التقليدية التي لا تتوافق قواعدها مع خصائص هذه التجارة. لذا تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المشاكل الناشئة عن المعاملات التجارية الإلكترونية للمنتجات المادية والمنتجات الرقمية والحلول
الضريبية المقترحة.

أولا. مفاهيم حول التجارة الالكترونية

1. تعريف التجارة الالكترونية:

عرفتها منظمة التجارة العالمية على أنها " مجموعة العمليات التجارية المتكاملة (خدمات ومنتجات) التي تتعامل معها كافة الفعاليات من مؤسسات وشركات وأفراد، والتي تعتمد على المعالجة الالكترونية صوتا وصورة ونصوصا والتي يتم توفيرها من خلال شبكة الانترنت. **(ولهي و زواق، 2014، صفحة 2)**

عرفتها المادة 6 من القانون 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنها " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية". **(القانون رقم 18-05، 2018، صفحة 6)**

وتعرف التجارة الالكترونية أيضا على أنها **(حامد، جوان 2011، صفحة 4)** " فرع ممتزج فيه الأصول والمبادئ والنظريات التجارية بتقنيات تكنلوجيا المعلومات والاتصالات وهي فرع يقوم على مقومات متميزة، ويستند إلى نماذج واستراتيجيات وأساليب وتقنيات مستحدثة تختلف في أغلب جوانبها عن تلك التي سادت لعصور طويلة في ظل المعاملات التجارية التقليدية".

وتعتبر التجارة الالكترونية احدى الأساليب والنظم الحديثة في إتمام وتنفيذ المعاملات والصفقات التجارية، فمن الباحثين من يرى أنها عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضهم بعض باستخدام تكنلوجيا المعلومات والاتصال. (درويش، 2002، صفحة 5)

كما يمكن تعريف التجارة الالكترونية على أنها " هي ممارسة عمليات البيع والشراء عبر شبكة الانترنت ولا تقتصر عملية البيع والشراء على السلع التجارية بل أنها تشمل الخدمات والمعلومات المختلفة، وعادة ما يكون الدفع بواسطة البطاقات الائتمانية، وقد يكون عن طريق شيك مصرفي أو نقدا في أحيان قليلة" **(نضال ص.، 2005، صفحة 3)**.

وأعطى الخبير الاقتصادي الأمريكي نيكولاس بيرتلي تعريفا للتجارة الالكترونية " إن مفهوم التجارة الالكترونية يشر إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت الدولية وتفريغ البرامج الالكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو إلى الشركة، وعلاوة على ذلك فإنها تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي مما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من حجمها". **(مرقاش و خلوف، 2007، صفحة 10)**

والتجارة الالكترونية كذلك هي " كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية، كالتزود بمعلومات (عن طريق شبكات تجارية أخرى) تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا سواء تم تسديدها الكترونيا، بصك ورقي أو نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى". **(كشكول، 2012، صفحة 464)**

من خلال ما ذكر من مفاهيم وتعاريف يرى الباحث أن التجارة الالكترونية هي كل الأنشطة والمعاملات المبرمة في التجارة التقليدية بطرق ووسائط تكنولوجية ومعلوماتية بحتة، سواء تعلق الأمر بالعرض، الطلب، الفوترة، وأحيانا التسديد، حيث يكون طرفي المعاملات التجارية في صورتهما الالكترونية، كما يكون العرض والطلب بشكل الكتروني، وعملية إبرام المعاملة أيضا بصفة الكترونية، وغالبا تكون عملية التسديد الكترونيا، في ظل تشريعات وتنظيمات تضمن التحكم في هذا النوع من التجارة وتضمن حقوق أطراف المعاملات.

2. تمييز التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية:

إن التغيرات التي طرأت على المعاملات التجارية، وما أصبحت عليه في زمن التكنولوجيا، هو سبب سعي الدول للتكيف مع هذه التحديات، ومن خلال الجدول رقم: 01 نبرز أهم مميزات التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية.

الجدول رقم 01: تمييز التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية.

الخاصية	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
التكلفة والوقت[8]	مكلفة جدا	من أهم ميزات التجارة الالكترونية خفض تكاليف التبادل التجاري، حيث أن تكلفة وضع موقع على شبكة الانترنت أقل تكلفة بكثير من فتح عدة نقاط بيع وتصميم حملة إعلانية، زيادة على ذلك يمكن وصول الموقع عبر شبكة الانترنت إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين، أما من حيث الوقت فالتجارة الالكترونية تتيح العمل 24 ساعة دون أي عطلة.
الموقع الجغرافي (المكان)[9]	المؤسسة مقيدة بمكان جغرافي تمارس فيه نشاطها، وكذلك الأمر بالنسبة للمستهلك عليه التنقل إلى مقر المؤسسة لإبرام المعاملة	يمكن للمؤسسة إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من خلال شبكة الانترنت من أي موقع جغرافي وكذلك الأمر بالنسبة للمستهلك.
الوثائق الورقية للمعاملات التجارية[10]	ترتبط المعاملة التجارية التقليدية بمجموعة من الوثائق والمستندات الورقية متبادلة بين الطرفين.	لا ترتبط المعاملة الالكترونية بوجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملة، مما يشكل صعوبة في إثبات العقود والمعاملات، وذلك لأن كافة الإجراءات والممارسات تتم الكترونيا دون استخدام أي أوراق، وهكذا تصبح الرسائل الالكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلى الطرفين.
المبيعات عبر العالم[11]	لا تتم عملية البيع عبر الحدود العالمية إلا من خلال قنوات محددة ووفق شروط وإجراءات مضبوطة من خلال التجارة العالمية.	يمكن لأي مؤسسة صغيرة كانت أم عملاقة ممارسة نشاطها التجاري عبر العالم عن طريق الانترنت، وهذا ما أصبح يمثل تحديا وعبئا على الاقتصاديات الوطنية خاصة فيما يتعلق بفرض الضرائب.
المنتجات الرقمية[12]	كانت في وقت سابق المنتجات الالكترونية تمر عبر قناة التجارة العادية أي بصفة ملموسة ويمكن تتبعها.	أتاحت شبكة الانترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونيا مثل برامج الحاسوب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب والأبحاث والتقارير الالكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات، ويشكل ذلك تحديا أمام السلطات، حيث لا يوجد حتى الآن آليات
وسائل الدفع[13]	اتسمت التجارة التقليدية بطرق محدودة من للتسديد كالتسديد النقدي أو الصكوك البنكية	لقد رافق التجارة الالكترونية العمل على إيجاد وسائل دفع وتسوية المعاملات في مختلف أشكال الدفع الالكتروني التي يصطلح عليها النقد الالكتروني، غير أن هذه الأشكال الجديدة للدفع عقدت من عملية تتبع مسار استخدام هذا النوع من النقود خصوصا في المجال الضريبي.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على عدة مصادر.

بالإضافة إلى الميزات السابقة، إن اعتماد التجارة الالكترونية نمطا رئيسيا للتجارة بمختلف الأطراف يحقق مزايا عديدة منها: **(حامد، جوان 2011)**

- تحقيق الموائمة بين ثورة المعلومات والطرق التسويقية الحديثة.

- توافر سجل الكتروني لأنشطة الشركة.

- فعالية أكبر في التسويق.

- التعرف على المنافسين.

القدرة على التواصل مع الشركاء

ثانيا. فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية:

واحد من أكبر المواضيع المطروحة للنقاش في الوقت الحاضر فيما يخص التجارة الالكترونية، سواء بين صناع القرار السياسي أو في وسط مجتمع الأعمال، وهو موضوع كيفية جمع الضرائب والرسوم والتعريفات على التجارة الالكترونية خاصة منها عبر الحدود العالمية. حتى الآن لا يوجد تشريع محلي أو دولي يضبط هذا الانشغال . (**Teltscher, 2002, p. 1137**)

1.العلاقة بين التجارة الالكترونية والضريبة:

لم تشهد البشرية خلال تاريخها الطويل تغيرات نمط الإنتاج والتبادل والاتصال مثلما نشهده اليوم، وكذلك أسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة، التي تشهدها المجتمعات منذ دخلت في حياتها التقنيات الالكترونية الحديثة للمعلومات والاتصال، وقد تغلغلت هذه التقنيات في بعض القطاعات مثل قطاع المعلومات والقطاع المالي والمصرفي، وقطاع التجارة إلى الدرجة التي تحولت معها الأساليب والممارسات التي تستخدمها المؤسسات التي تعمل في هذه القطاعات تحولا جذريا. وتتحمل الشركات التي تؤدي أعمالا على الويب نفس الضرائب التي تتحملها أي شركة أخرى، لكن حتى أصغر أعمال الويب يمكن أن تتحمل ضرائب فوريا في العديد من المناطق، والدول بسبب المدى العالمي للانترنت، وتفع تحت طائلة نفس مجموعة القوانين الخاصة بضرائب الشركات لسنوات ويجب أن تلتزم الشركات التي تدخل في التجارة الالكترونية بقوانين الضرائب المتعددة هذه منذ أول يوم تتواجد فيه.

وفضلا عن ذلك يشهد العالم في السنوات الأخيرة تغيرات كثيرة متلاحقة في تكنولوجيا المعلومات، ولعل التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات أدى إلى ظهور التجارة الالكترونية التي أدت إلى عقد الصفقات بين البائع والمشتري دون أن ينتقل أحدهما إلى الآخر، ومنه فعلى هذه الأعمال والمداخيل والاستهلاكات أن تخضع للضريبة مثله مثل الأعمال العادية . **(كشكول، 2012، صفحة 469)**

2. حجم التجارة الالكترونية على المستوى العالمي:

ارتفع حجم المعاملات التجارية في مجال التجارة الالكترونية بشكل ملحوظ، الأمر الذي أدى إلى سعي مختلف الأنظمة الجبائية والتشريعات لإخضاع هذه المداخيل وأرقام الأعمال المتزايدة والضخمة للضريبة، علما أن معظم الدول تعتمد أساسا في مصادر تمويل ميزانياتها على الضرائب والرسوم.

وفيما يلي أحدث الإحصائيات حول حجم التعاملات في التجارة الالكترونية:

تنقسم أعمال التجارة الالكترونية (E-commerce) إلى ثلاثة اقسام أساسية، القسم الأول هو المسمى B2C أي (Business to Consumer) أي المعاملات التجارية التي تتم بين الناس العاديين والشركات مباشرة، أما القسم الثاني المسمى B2B (Business to Business) أي المعاملات التجارية التي تتم بين الشركات، والقسم الثالث B2G (Business to Government) أي المعاملات التجارية بين الشركات والحكومة.

الجدول رقم 02: تطور حجم المعاملات في التجارة الالكترونية

السنة	1992	1998	2003	2018	2020	2021
المبيعات	03 مليار دولار	84 مليار دولار	1.25 ترليون دولار	2.8 ترليون دولار	3.2 ترليون دولار	4.9 ترليون دولار

Source : The Ultimate List of Ecommerce Statistics 2020(https://letstalkaboutmoney.com/ecommerce-statistics/), consulté le 03/05/2020

من خلال متابعة نطور حجم المعاملات في التجارة الالكترونية نجد أن حجما كبيرا من المعاملات غير خاضع لرقابة الأنظمة الجبائية عبر العالم، حيث يتوقع أن تمثل التجارة الالكترونية 95 % من حجم التجارة سنة 2040، كما يتوقع أن متوسط إنفاق الفرد الأمريكي عبر التسوق الالكتروني سنة 2020 هو 1800 دولار، كما أن إنفاق المستهلكين الالكترونيين على التجار الأمريكيين فقط سنة 2018 ناهز 601.75 مليار دولار أي 14.9 % من المشتريات.

وكمثال عن أسواق التجارة الإلكترونية موقع Shopify يحتوي على 820،000 متجر الكتروني وأحصى منذ سنة 2013 8.35 مليون طلب، وسنة 2015 أحصى 85 مليون منتج عبر العالم، أما موقع SendOWL حقق منذ سنة 2010 أكثر من 84.9 مليون دولار. ويعتبر محرك البحث Google مسؤولا عن 43 % من عمليات البحث عن أسواق التجارة الالكترونية. كما يفضل 86 % من المتسوقين عبر الانترنت تلقي العروض عبر رسائل Email.

3. مشاكل فرض الضريبة المثارة بالنسبة للصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية:

عندما أصبحت التجارة الالكترونية واقعا ملموسا في ظل البيئة الحديثة، وانتشارها الواسع بالإضافة إلى حجم المعاملات التي تتم من خلالها، فرض هذا الوضع العديد من المشاكل الضريبية المثارة، وتتمثل تلك المشاكل فيما يلي: **(درويش، 2002، الصفحات 31-33)**

أ. مشكلة قياس الصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية:

وتعتبر هذه المشكلة من أهم المشكلات التي تواجه المحاسبين للصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية، وتنشأ هذه المشكلة كنتيجة لأن جزء كبير من التجارة الالكترونية يعتبر غير منظور، كما أنه لا توجد المستندات اللازمة لتأييد المعاملات والصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت، مما ينشأ معه صعوبة تحديد الوعاء الضريبي للتجارة الالكترونية.

ب. مشكلة التهرب والتجنب الضريبي:

وتنشأ هذه المشكلة كنتيجة لكون هناك العديد من المعاملات العير منظورة تتم عبر شبكة الانترنت والتي تتم عن طريق وسيط داخل الدولة ولكن تجرى الصفقة بين ممولين في دولتين أخرين عبر شبكة الانترنت. كما تعتبر الاستشارات المهنية التي تتم عبر الشبكة أيضا من ضمن التجارة الالكترونية الغير منظورة سواء كانت تلك الاستشارات محاسبية أو ضريبية أو إدارية أو قانونية. وتعتبر مشكلة التجنب الضريبي أيضا من المشكلات التي أصبحت مثارة في ظل التجارة الالكترونية، وتنشأ تلك المشكلة كنتيجة للوضع الفوضوي الذي يسود العديد من الدول الآن بشأن عدم صدور تشريعات تتعامل مع التجارة الالكترونية وتراعي ظروفها.

ج. مشكلة السيادة الضريبية للدولة على التجارة الالكترونية:

تفرض السيادة الضريبية للدولة في إطار مبدئي إقليمية الضريبة وعالمية الإيراد، وبالطبع تتبع هذه المشكلة كنتيجة لكون معظم معاملات التجارة الالكترونية تعتبر غير منظورة مما يصعب معه تحديد الدولة لسيادتها الضريبية على المعاملات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية، خاصة وأنه قد يكون أحد أطراف الصفقة داخل الدولة وقد يكون طرفيها داخل الدولة وقد لا يكون أيا منهم داخل الدولة.

د. مشكلة الازدواج الضريبي والدولة التي لها حق فرض الضريبة:

تستخدم بعض الدول فكرة المنشأة الدائمة (الكيان المادي) لتحديد السيادة الضريبية بين الدول، بحيث يكون من حق الدولة التي يعمل فيها الممول أن تفرض الضريبة على الدخل المحقق نتيجة مزاولة النشاط عن طريق هذه المنشأة. ولكن يعتبر هذا المبدأ محل نقد وشك في ظل ظهور التجارة الإلكترونية حيث أصبح من الممكن أن تمارس المنشأة نشاطها دون الحاجة لوجود كيان مادي لها، وبالتالي فإن هذا يؤدي إلى فشل فكرة المنشأة الدائمة في حصر الكثير من صور المعاملات والصفقات التي تتم على نطاق محلي أو دولي. وقد أدى هذا الوضع إلى احتمالية حدوث ازدواج على الصفقة الواحدة لأن الدولة مصدر الدخل ترى أن لها الحق في فرض الضريبة على الدخل في حين ترى الدولة موطن الشركة أن لها الحق في فرض الضريبة، وقد يؤدي ذلك في النهاية إلى تقلص حجم التجارة الالكترونية.

هـ. مشكلة صعوبة تتبع المعاملات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية:

نظرا لأن المعاملات تتم عبر شبكة الانترنت العالمية فإنه يوجد صعوبة في تتبع تلك المعاملات من جانب الإدارة الضريبية وبالطبع فإن هذه المشكلة تتزايد في ظل الوضع الحالي خصوصا في ظل التشعب والتعقد الذي يحيط ببيئة الأعمال الحالية، مما يفرض على العديد من الدول العديد من القيود والصعوبات في تتبع المعاملات والصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت والمحاسبة الضريبية عنها، مما قد يؤدي إلى انخفاض الحصيلة الضريبية لهذه الدول وبالتالي قد يصل الأمر إلى عدم تبرير التجارة الالكترونية والحد من نموها وتطورها.

و. مشكلة كيفية تحصيل الرسوم أو الضرائب على التبادل التجاري الالكتروني:

حيث من الطبيعي أن يتم تحصيل ضريبة على السلع والخدمات المتبادلة عن طريق التجارة الالكترونية في بلدي المنشأ والاستهلاك بحيث تنتفع الدولتان، كما تحصل الدولتان الضرائب المباشرة على أرباح الشركات التي تتعامل من خلال التجارة الإلكترونية وهو الأمر الذي يتطلب تنظيم الموقف الضريبي تدريجا وذلك وصولا إلى وضع حديث للمعاملة الجمركية والضريبية للسلع والخدمات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية.

ي. مشاكل متعلقة بتأمين التجارة الالكترونية:

تعتبر مخاطر عدم توفر الأمان والسرية في نقل المعلومات وخصوصية البيانات والمعلومات، من أكثر المخاطر التي يمكن التعرض لها في ظل التجارة الالكترونية والتي تحد من إقبال العديد من الشركات في انجاز عمليات التبادل التجاري عبر شبكة الانترنت.

ثالثا: واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر:

إن أحد أهم العوائق أمام التجارة الالكترونية في الجزائر هو التشريعات التي تجعل من هذه المعاملات قانونية خاصة من خارج البلاد، حيث أن استعمال بطاقة الائتمان في الجزائر بصورته الحالية يثبط نجاح التجارة الالكترونية. حيث لا توجد الثقة في التسديد عبر الانترنت لذلك انتشر نظام الدفع عند الاستلام بكثرة في الجزائر . **(Algerian online Marketing Country profile, 2017)**

1. إحصائيات التجارة الالكترونية:

نهاية 2017 بلغ سكان الجزائر 41.6 مليون نسمة، منهم 18.6 مليون متصل بالأنترنت (internet world stats) و 21 مليون حسب (Hootsuite) أي أن 44.2% من الجزائريين يستعملون الانترنت، 32.4% منهم متصلونبالأنترنت عبر الهواتف الذكية (newzoo global mobile market report).**(Entreprises, 2020)**

ولا تزال التجارة الالكترونية في الجزائر في نمو مستمر ولكن لم تصل إلى المستوى الذي وصلته الأسواق الالكترونية في جاراتها بشمال افريقيا (مقارنة بمصر والمغرب) حيث لا يوجد شكل رسمي للتجارة الالكترونية ولكن حسب المنظمة الوطنية الجزائرية للتجارة والحرف قدرت المعاملات بالتجارة الالكترونية بـ 05 مليار دولار، حيث كان أول سوق عبر الأنترنت كان في 2009، وفي 2014 بدأت بشكل جيد مع شركة JUMIA.

حسب احصائيات JUMIA بالجزائر: كان هناك 1.5 مليون زائر بمعدل 15000 إلى 20000 طلب في الشهر سنة 2017، وتزايد عدد الزوار سنة 2018 ليصبح 1.7 مليون. وطبقا لـ JUMIA و Hootsuite سجلت مبيعات لـ 2.45 مليون مستهلك أي 6% من السكان، كما أن 09% فقط من السكان يتسوقون الكترونيا، إلا أن بريد الجزائر قدم تسهيلات لعملية التسديد عبر الانترنت مما سيساهم في تحسين التجارة الالكترونية.

إلا أن هذه الأرقام تبقى متدنية مقارنة مع بقية العالم العربي والعالم بأسره حيث سنة 2015 22% من الجزائريين متصلين بالأنترنت في حين 33% من العالم العربي متصل بالأنترنت، أما في العالم 41%. **(Algerian online Marketing Country profile, 2017)**

وحسب نفس المصدر فإن 43% من الجزائريين ليديهم حسابات في مؤسسات مالية، لكن 3.2% فقط من يملكون بطاقات ائتمان (Credit Card)، ولا يوجد من لديه حساب مالي بالهاتف، و 4.6% يدفعون المعاملات والفواتير عبر الأنترنت.تحتل الجزائر المرتبة 10 العاشرة إفريقيا والمرتبة 97 عالميا فيما يخص التجارة الالكترونية (UNCTAD B2C E-commerce index 2017) . **(Entreprises, 2020)**

تستعمل الأنترنت في الجزائر كالتالي**(Chaabna & Wang, 2015, p. 44)** :

74.5% يستعملونها فقط كمصدر معلومات، 78.2% يستعملونها من أجل خدمات Email، 39.8% من أجل الإعلانات، 15.7% من أجل خدمات الحكومة الالكترونية، 20% فقط للأعمال.

كما أن تكلفة إقتناء جهاز كمبيوتر في الجزائر أعلى بـ 1.07% معدل الدخل لذوي الأجر المنخفض وأيضا لا يتحملون تكلفة التسجيل في الانترنت، حيث 0.58 من 100 مواطن يحصلون على الانترنت من خط ثابت عن طريق الاشتراك، أما سنة 2012 ارتفع عددهم إلى 2.54 من 100 مواطن.**(Chaabna & Wang, 2015, p. 55)**

في سنة 2017 فاق عدد المسجلين 3.17 مليون بالأنترنت عن طريق الخط الثابت بارتفاع قدره 10.7 % عن السنة الماضية، علما أنه في 2018 سجلت رتبة 129 من 130 دولة حسب تقرير موقع Speedtest.net من حيث سرعة التحميل عن طريق خط الهاتف الثابت بمعدل 3.84 Mbps متذيلة الترتيب خلف دول العالم بمعدل 50.88 Mbps، بالإضافة إلى تجهيزات الألياف البصرية التي تملكها الجزائر بطول 123000 كلم تم توصيلها سنة 2017 ممثلة أوسع شبكة في افريقيا، حيث تربط الجزائر بالانترنت عن طريق كابل الانترنت من جهة ولاية عنابة منطلق من الساحل الشرقي للولايات المتحدة الأمريكية بسعة 4.4 TB بالإضافة إلى كابل ثاني أضيف في 2019 من جهة ولاية وهران آتي من فالنسيا (اسبانيا) ليتوقع ارتفاع سعة الانترنت إلى (من 6.4 إلى 10 TB)**(Oxfordbusinenessgroup, 2018)** .

الدفع الالكتروني في الجزائر (E-payments): في أكتوبر 2016 شارك 11 بنك و 09 شركات في إطلاق أول خدمة دفع الكتروني في الجزائر، 06 بنوك العمومية الجزائرية شاركت 05 بنوك خاصة: Trust Bank, Natixis, Société Générale, Gulf Bank and Al Baraka. وانظمت اليها الشركات طيران الجزائر، إتصالات الجزائر، الجزائرية للمياه، جيزي، أوريدو و أمانة للتأمينات، ومنه أصحاب حسابات البنوك يمكنهم طلب بطاقات الدفع الخاصة بهم لتمكينهم من القيام بعمليات الدفع الالكترونية، ففي سنة 2016 تمت 5000 عملية تحويل e-payment وتم تسجيل 930.000 تسجيل ببطاقات الدفع الالكتروني. كما قامت بالشراكة في هذه العملية شركة سونلغاز، نافطال و مؤسسة الأرصاد الجوية الجزائرية في مارس 2017 لتسهيل عمليات الدفع.**(Oxfordbusinessgroup, 2018)**

أكثر مواقع التجارة الالكترونية زيارة في الجزائر:**(Istizada, 2019)**

Batolis.com - Kaymu.com - ouedkniss.com -

Jumia.com.ng - Aliexpress.net-

الجدول رقم 3:صفحات التسوق الالكتروني على فيسبوك في الجزائر:

الصفحة	عدد المعجبين
Haylla Algeria	1'237’362
Autobip.com Algeria	1'044’572
FoorShop Algeria	508’442
Batolis.com Algeria	356’724
PMG.dz Algeria	293’197
BestShop Algeria	288’003
Chic Hijab Algeria	277’991
Zawwali زوالي للتسوق اونلاين	267’167
DZ-shopping بيع وشراء في الجزائر	252’636
Bykaza Algeria	203’047

Source : Facebook pages stats in Algeria E-commerce, https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/algeria/brands/ecommerce/page-1-2,consulté le 11/05/2020 19:00.

2. واقع التشريع الجزائري في مجال التجارة الالكترونية:

بعد معاينة احصائيات التجارة الالكترونية في الجزائر، وجب التركيز على واقع التشريع الجزائري في مجال التجارة الالكترونية، حيث أن القانون الخاص بالتجارة الالكترونية الساري المفعول هو القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، فقد جاء هذا القانون لينظم شروط وظروف معاملات التجارة الالكترونية بالجزائر، وقد استند في إعداد هذا القانون على عدة أولويات نذكر منها:

- القانون التجاري، قانون العقوبات، قانون الجمارك، قانون المالية، السجل التجاري، تشريعات الصرف وحركة رؤوس الأموال من وإلى الخارج، المنافسة، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، براءات الاختراع، النقد والقرض، الممارسات التجارية، تبييض الأموال وتمويل الإرهاب ومكافحتها، حماية المستهلك وقمع الغش، القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، أنشطة وسوق الكتاب، القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصال.

إلا أن هذا القانون يشمل فقط المعاملات التجارية الالكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الالكتروني متمتعا بالجنسية الجزائرية أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر أو شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري أو كان محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر. لكن يمنع القانون كل معاملة بالتجارة الالكترونية المتعلقة بلعب القمار والمشروبات الكحولية والمنتجات الصيدلانية أو المنتجات التي تمس بالملكية الفكرية، أو المنتجات التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام.

وزيادة على تعريف القانون للتجارة الالكترونية عرف مجموعة من أهم المصطلحات في هذا المجال وهي: العقد الالكتروني، المستهلك الالكتروني، المورد الالكتروني، وسيلة الدفع الالكتروني، الإشهار الالكتروني، الطلبية المسبقة واسم النطاق.

فيما يخص المعاملات التجارية العابرة للحدود وضح المشرع الجزائري مجموعة من المعاملات المقبولة قانونا وهي:

- سلعة أو خدمة من طرف مورد إلكتروني مقيم لمستهلك إلكتروني موجود في بلد أجنبي بشرط أن لا تفوق قيمة المعاملة الحد المسموح به، وأن تحول عائدات هذا البيع بعد الدفع لحساب المورد الالكتروني الجزائري، ان تحول إلى بنك معتمد من طرف بنك الجزائر أو بريد الجزائر.

- أما في حالة شراء مستهلك إلكتروني مقيم سلعة أو خدمة من مورد إلكتروني موجود في بلد أجنبي شرط المشرع أن تكون المعاملة لا تتعدي الحد المسموح به قانونا وكذلك أن تكون السلعة أو الخدمة للاستعمال الشخصي من قبل المستهلك، بالإضافة إلى أن تغطية تسديد المعاملة (الشراء) عن طريق حساب بنكي بالعملة الصعبة "شخص طبيعي" خاص بالمستهلك الالكتروني الجزائري.

الشرطين السابقين يساهمان بشكل مباشر في الأهداف التالية:

* تحفيز التصدير خارج قطاع المحروقات.

* الحفاظ على احتياطي الصرف من العملة الصعبة من خلال الرقابة على حجم المعاملات.

* تفادي التهرب الضريبي فيما يخص السلع الواردة من الموردين الالكترونيين من البلدان الأجنبية، من خلال تسقيف حجم المعاملة وحجم السلع وشرط الاستعمال الشخصي.

3. الإجراءات القانونية والجبائية المتخذة لضبط التجارة الالكترونية داخل الجزائر:

أما التجارة الالكترونية داخل الجزائر فضبطها المشرع الجزائري بمجموعة من الشروط التي تساهم في الرقابة من الناحية القانونية كما تساهم بشكل غير مباشر في الرقابة الجبائية على هذه الأنشطة ومنها:

- يجب على الممارس لهذا النشاط التسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

- يجب عنونة الموقع أو الصفحة بامتداد com.dz كما يجب على المورد الالكتروني أن يضع دلائل للتأكد من صحته.

- أوجب القانون نشر بطاقية وطنية للموردين الالكترونيين المسجلين في السجل التجاري. لكن الباحث عن هذه البطاقية لا يجدها منشورة في أي وسيلة إشهار أو إعلام، حيث أنها ليست في متناول المستهلك الالكتروني.

- وجود توقيع عقد الكتروني من طرف المستهلك.

- أن يقدم المورد الالكتروني المعلومات اللازمة بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة تتضمن: رقم التعريف الجبائي، رقم السجل التجاري وغيرها من المعلومات التي تساهم في حماية المستهلك من جهة و فرض إدراج المعلومات الجبائية من جهة، مما يساعد الإدارة الجبائية في فرض رقابتها.

- على المستهلك أن يمضي وصل الاستلام لتأكيد إتمام المعاملة، هذا الشرط يساهم في تبرير عملية البيع وإخضاعها للضريبة.

- وجب على المورد الالكتروني أن يرسل نسخة من العقد الالكتروني للمستهلك، هذا الإجراء يسهل من عملية متابعة رقم أعمال المورد الالكتروني، وذلك من خلال متابعة إرساليات العقود ومطابقتها مع وصول الاستلام.

- وجوب إعداد فاتورة لكل عملية بيع منتوج أو تأدية خدمة، تسلم للمستهلك، من خلال هذا الإجراء يمكن للمستهلكين تقديم هذه الفواتير كأعباء لتخفيضها مداخيلهم الخاضعة للضريبة، ومنه يمكن للإدارة الجبائية القيام بالعملية العكسية من خلال الأرقم الجبائية الموجودة في هذه الفواتير ومقارنة تصريحات الموردين الالكترونيين مع هذه الفواتير ومنه محاربة التدليس والتهرب الجبائيين.

- كما نصت المادة 25 على إجبارية حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ومن شأن هذا الإجراء المساهمة في تسهيل عمل الإدارة الجبائية من خلال التعاون مع مصالح السجل التجاري وفرض الرقابة الجبائية على هذه السجلات.

ويقترح الباحث إمكانية استغلال العقوبات والغرامات التي وضعها المشرع في هذا القانون في مساعدة الإدارة الجبائية، وذلك من خلال المساعدة على نشر البطاقية الوطنية للموردين الالكترونيين وفتح المجال للتبليغات من طرف المستهلكين الالكترونيين الجزائريين، خاصة منها التبليغات الخاصة بالموردين الالكترونيين المخالفين للشروط الجبائية السابقة، الأمر الذي يساهم في فرض رقابة مشددة على كل المتهربين من التصريح بنشاطهم أو التصريح بمداخيلهم، فيمكن للمورد الالكتروني الإبلاغ بعد تلقي فاتورة تخص معاملة قام بها مع مورد إلكتروني معين.

كما يقترح الباحث إمكانية أن يستفيد صاحب البلاغ من نسبة معينة من الغرامة المطبقة على من يثبت في حقه صحة البلاغ، مثلما هو الحال في النظام المعمول به لموظفي المصالح الجبائية حيث يستفيدون من منحة قدرها 50 % من مبالغ الغرامات المحصلة. مثلما هو الحال في النظام الجبائي الأمريكي الذي يعطي مكافئات لأصحاب التبليغات التي تساعد الإدارة الجبائية في عملها. فمن خلال هذه الاجراء لن يستطيع أي مورد الكتروني مخالفة شروط ممارسة هذا النشاط.

من أمثلة هذه المخالفات وخاصة التي لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بالضريبة:

* عدم إدراج الرقم الجبائي والسجل التجاري عقوبته من 50'000 دج إلى 500'000 دج.

* مخالفة عدم حفظ السجلات الخاصة بالمعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وارسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري، يعاقب عليها القانون بغرامة من 20'000 دج إلى 200'000 دج.

نجد القصور في هذا القانون يكمن في عدم فرض عقوبات على أهم مخالفتين مدرجتين به، وهما عدم إرسال نسخة من العقد الإلكتروني للمستهلك، ومخالفة عدم إعداد فاتورة وتسليمها للمستهلك. حيث كان على المشرع أن لا يغفل على هذا الجانب من المخالفات، التي من شأن المعاقبة عليها مساعدة أعوان الإدارة الجبائية في فرض رقابتهم الجبائية وكذلك تحفيز المستهلكين الالكترونيين للإبلاغ عن مثل هذه المخالفات.

بالإضافة إلى أن البطاقية الوطنية للموردين الالكترونيين غير متاحة للجميع، هذا ما يشكل عائقا أما الشفافية ومساعدة المستهلك الالكتروني الجزائري في التعامل في كل أمان وثقة. مما يطرح مشكل عدم تطبيق القوانين على أرض الواقع.

4. واقع الإدارة الجبائية مقابل معاملات التجارة الالكترونية:

من خلال ما سبق وما تشهده المعاملات التجارية في المجال الالكتروني من تطور متسارع وتزايد تبقى الإدارة الجبائية الجزائرية في مكانها سواء من خلال النظام الجبائي والسياسة الجبائية وكذلك إطاراتها وأعوانها ومن أهم العقبات من الناحية الجبائية:

- عدم تدريب وتأهيل أعوان وإطارات المصالح الجبائية بما يتلاءم مع طبيعة التجارة الالكترونية. **(ولهي، النظام الضريبي الفعال في ظل الدور الجديد للدولة حالة الجزائر، 2011، صفحة 235)**

- غياب التشريع الضريبي الواجب على معاملات التجارة الالكترونية.

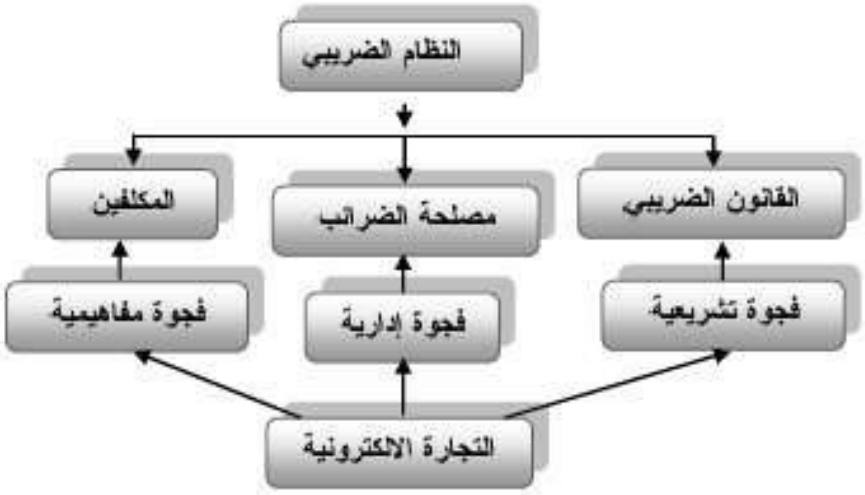
- عدم وضوح التعاون الضريبي الدولي في هذا المجال، وهذا يظهر من خلال ضبط الرقابة المعاملات بالتجارة الالكترونية مع أطراف إلكترونيين من خارج الجزائر.

- صعوبة حصر وتحديد المجتمع الضريبي.

- عدم وجود الوسائل التقنية بالإدارة الجبائية، حيث لا يتمتع أعوان الإدارة الجبائية بحق الولوج إلى خدمة الانترنت داخل الإدارة، إذ يقتصر وجود هذه الخدمة فقط بمكتب مدير الضرائب فقط. بالإضافة إلى أن معظم موظفي الإدارة الجبائية يستغلون حواسيبهم المحمولة الخاصة في تأدية مهامهم نظرا لعدم توفر التجهيزات الالكترونية اللازمة.

وفيما يلي شكل يبرز الفجوات التي أظهرتها التجارة الالكترونية أمام النظام الضريبي:

الشكل رقم 01: النظام الضريبي والتجارة الالكترونية



المصدر: بوعلام ولهي، النظام الضريبي الفعال في ظل الدور الجديد للدولة حالة الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس – سطيف، 2012/2011، ص 236.

الخاتمة:

أدى ظهور التجارة الالكترونية بأكثر الأنظمة الضريبية تطورا في العالم إلى مواجهة عدة تحديات، وقفت أمام بسط الرقابة وتكيف هذه تلك الأنظمة مع هذه المعاملات العابرة للحدود الجغرافية للدول، ومن خلال دراسة مشاكل وصعوبات فرض الضريبة على التجارة الالكترونية، نجد أن إيجاد حلول لها يستلزم وجود إرادة وتعاون على الصعيد الدولي والمحلي، فالمستجدات التقنية والالكترونية وجب استغلالها لتشجيع هذه المعاملات الحديثة من جهة، والتحكم فيها من الناحية الجبائية من جهة أخرى. وفي هذا الإطار توصلنا إلى مجموعة من النتائج وقدمت جملة من التوصيات نوجزها في التالي:

أ. النتائج: يمكن إدراج النتائج المتحصل عليها التالية:

- التجارة الالكترونية هي معاملات التجارة التقليدية باستخدام الوسائل الالكترونية الحديثة في كل جميع المراحل.

- يصعب على الدول إخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضرائب بسبب مشاكل تخص طبيعة هذه المعاملات من ناحية، ومشاكل تخص طبيعة الأنظمة الضريبية التقليدية من ناحية أخرى.

- سوق التجارة الالكترونية بالجزائر لا يزال فتيا، الأمر الذي يجعل من السهل معالجة مشاكل إخضاع المعاملات للضريبة أمرا متحكما فيه إلى حد ما.

- عالج المشرع الجزائري التجارة الالكترونية من الناحية التجارية البحت، دون الخوض في معالجة الظاهرة من الناحية الضريبية.

- المشرع الجزائري ومن خلال الشروط التي وضعها لممارسة التجارة الالكترونية، خطى خطوة لا بأس بها في مجال التجارة الالكترونية مع خارج حدود البلاد، من حيث التحكم في حجم وتكاليف واستعمال السلع والخدمات المتعلقة بتلك المعاملات.

ب. التوصيات: يمكن تقديم مجموعة من التوصيات أهمها:

- تطوير وإصلاح الأنظمة الضريبية والتشريعات ضرورة ملحة، من أجل مواكبة التطور والتحول الحاصل في مجال التجارة الالكترونية.

- جيب استغلال المستهلك الالكتروني بجانب الإدارة الجبائية للمساهمة في إجراءات الرقابة على معاملات التجارة الالكترونية، كطلب التوقيع الالكتروني وحق طلب فواتير معاملاته مع الموردين الالكترونيين.

- ضرورة الشفافية في نشر البطاقية الوطنية للموردين الالكترونيين القانونيين والنظاميين من أجل الكبح انتشار ظاهرة التجارة الالكترونية العشوائية في الجزائر.

- منح مكافئات لكل مستهلك إلكتروني يقوم بتبليغ من شأنه كشف أي تدليس أو تهرب ضريبي من قبل أي مورد إلكتروني.

- ضرورة التطوير من الإدارة الجبائية وأعوانها من أجل التلاؤم مع التطورات الجذرية في المعاملات الالكترونية.

- ضرورة التعاون بين المصالح الضريبية وباقي المؤسسات المالية والبنوك إضافة إلى مصالح السجل التجاري، من أجل بسط الرقابة المتكاملة على المعاملات التجارية الالكترونية.

- بالنسبة لمعاملات التجارة الالكترونية الخارجية (خارج حدود البلاد)، فبالإضافة للشروط التي نص عليها المشرع الجزائري، والتي من شأنها كبح جماحها، يجب أيضا التطوير من قطاع الجمارك الجزائرية لرفع مستوى التحدي القادم من مثل هذه المعاملات.

- ضرورة ربط مواقع الأسواق الالكترونية المحلية مع الإدارة الضريبية، مع مراعات الخصوصية والأمان، من أجل تسهيل الرقابة وتحديد الوعاء الضريبي الأقرب للحقيقة.

قائمة المراجع:

ابراهيم محمد درويش. (2002). التجارة الالكترونية من منظور ضريبي. *تطوير النظام الضريبي المصري في ضوء التغيرات المعاصرة*، (صفحة 5). القاهرة.

القانون القانون رقم 18-05. (10 ماي, 2018). المتعلق بالتجارة الالكترونية. 6. الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 28 بتاريخ 16 ماي 2018.

بوعلام ولهي. (2011). *النظام الضريبي الفعال في ظل الدور الجديد للدولة حالة الجزائر*. سطيف الجزائر: رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة فرحات عباس سطيف1.

بوعلام ولهي، و الحواس زواق. (2014). الضرائب على التجارة الالكترونية (مشكلات وآليات الإخضاع)، جامعة محمد بوضياف المسيلة. *مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير* ، 2.

سميرة مرقاش، و زهرة خلوف. (2007). التجارة الالكترونية الفرص والتحديات. *الملتقى العلمي الدولي الثاني المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي* (صفحة 10). الشلف الجزائر: جامعة الشلف دار المنظومة.

سهاد كشكول. (2012). أثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب. *مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، 18* (68)، 464.

صالجي نضال. (2005). التجارة الالكترونية(مفهومها ، أهميتها وسبل الافادة منها) دراسة تحليلية للواقع التجاري الاردني . *العولمة وانعكاساتها على سوق العمل العربي كلية العلوم الادارية والمالية* (صفحة 3). عمان: جامعة اربد الأهلية الأردن.

صالحي نضال. التجارة الالكترونية (مفهومها ،أهميته وسبل الافاد.

منال حامد. (جوان 2011). مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية وطرق علاجها (دراسو ميدانية). *مجلة الشروق للعلوم التجارية* ، 4

Algerian online Marketing Country profile. (2017, janury). Consulté le avril 13, 2020, sur http://istizada.com/algeria-online-marketing-country-profile/.

Chaabna, s., & Wang, H. (2015). Analysis of the State of E-Commerce in Algeria. *International Journal of Marketing Studies , 7* (2), 44.

Istizada*26* .(2019) .*Popular E-Commerce Sites in Algeria* 23 تاريخ الاسترداد .,avril, 2020 من ، http://istizada.com/algeria-online-marketing-country-profile./

Oxfordbusinenessgroup 21) .may, 2018 .(*Algerian ICT expands on digitisation and cybersecurity The Report: Algeria 2018* 22 تاريخ الاسترداد .avril, 2020 من، https://oxfordbusinessgroup.com/search-results?sector=all&country=54010&keywords=algerian+ict.

Oxfordbusinessgroup 12) .May, 2018 .(*Algeria's first e-payment service reshaping finance sector The Report: Algeria 2018* 22 تاريخ الاسترداد .,avril, 2020 من ، https://oxfordbusinessgroup.com/analysis/modern-money-rollout-first-e-payment-service-reshaping-sector.

SA Export Entreprises 12) .janvier, 2020 .(*import-export.societegenerale.fr* 17 تاريخ الاسترداد .avril, 2020 من، https://import-export.societegenerale.fr/en/country/algeria/ecommerce.

Teltscher, S. (2002). ELECTRONIC Commerce and Development Fiscal Implication of Digitized Goods Trading. *World Development Journal , 30* (7), 1137..

التجارة الإلكترونية وإشكالية منصات الأنترنت في إنفاذ ضريبة القيمة المضافة

E-commerce and the problem of Internet platforms in the implementation of value-added tax

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي : 978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر واشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم – التحديات و الحلول –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

طالب دكتوراه/ مبروك بوقرة،[1] الدكتور/علي بو صنوبرة[2]

PhD Student/ Mabrouk Bouguerra[1] *Dr/ Ali Bousnobra,[2]*

جامعة باجي مختار-عنابة (الجزائر)؛ مخبر الانتماء: **LARIEF** ؛ boumab23@gmail.com

جامعة باجي مختار-عنابة (الجزائر)؛ مخبر الانتماء: **LARIEF** ؛ ali.bousnobra@graduateinstitute.ch

الملخص:

أظهرت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية مؤخرًا الدور المحتمل الذي يمكن أن تلعبه المنصات في التطبيق الفعال لقواعد الضريبة في سياق التجارة الإلكترونية. كما إقترحت إمكانية جعل أسواق التجارة الإلكترونية مسؤولة عن ضريبة القيمة المضافة (ضريبة السلع والخدمات) على المبيعات التي تتم من خلال منصاتها والإجراءات الأخرى مثل مشاركة البيانات والتعاون المعزز بين السلطات الضريبية والأسواق عبر الأنترنت. وقد بدأت دول العالم بالفعل في التفكير في كيفية إشراك المنصات في تطبيق مثل هذه الضريبة. فالتحليل مقارن للتشريعات المعتمدة في ألمانيا وأستراليا، وحزمة التجارة الإلكترونية لضريبة القيمة المضافة الخاصة بالإتحاد الأوروبي يهدف إلى التمييز بين الفوائد والقيود الرئيسية لهذه الأحكام الجديدة، ومدى التحسين المحقق في هذا المجال. فالأحكام التي تعزز دور المنصات لفرض ضريبة القيمة المضافة (ضريبة السلع والخدمات) تعد تدابير قيّمة تعتمدها الدول من أجل خلق فرص متكافئة للشركات وحماية إيراداتها.

كلمات مفتاحية: المنصات - ضريبة القيمة المضافة – التجارة الإلكترونية – الأسواق الإلكترونية – الفضاء الرقمي.

تصنيفات JEL : H21، H25، E62.

Abstract:

The Organization for Economic Co-operation and Development has recently demonstrated the potential role that platforms can play in the effective application of tax rules in the context of e-commerce. It also suggested the possibility of making e-commerce markets accountable for VAT / GST on sales through its platforms and other measures such as data sharing and enhanced cooperation between tax authorities and online markets. Countries of the world have already begun to think about how to involve platforms in applying such a tax. The analysis is comparative to the legislation adopted in Germany and Australia, and the e-commerce package for value-added tax for the European Union aims to distinguish between the benefits and main restrictions of these new provisions, and the extent of improvement achieved in this area. Provisions that strengthen the role of platforms to impose value-added tax / GST are valuable measures that countries adopt to create equal opportunities for companies and protect their revenues.

Keywords: *Platforms - Value added tax - E-Commerce - Electronic markets - Digital space.*

JEL Classification Codes : H21, H25, E62.

مقدمة:

ساهمت المنصات عبر الأنترنت بشكل كبير في النمو السريع للتجارة الإلكترونية، حيث تشير التقديرات إلى أن مبيعات التجارة الإلكترونية العالمية للبضائع وحدها تبلغ قيمتها الآن في حدود 2 تريليون دولار أمريكي سنويًا، مع توقعات تشير إلى أنها قد تصل إلى 4.5 تريليون دولار أمريكي بحلول عام 2021، ويقدر أن يكون تريليون دولار منها متقاطعًا مع التجارة الإلكترونية الحدودية.(OCDE، 2019) علاوة على ذلك، تشير الإحصاءات إلى أن ما يقرب من 1.6 مليار مستهلك يشترون الآن عبر الأنترنت، ويقدر أن هذه الأرقام ستنمو إلى 2.2 مليار مستهلك بحلول عام 2022.(Manyika, 2014)

في الواقع، إن إحدى الفوائد الرئيسية للتجارة الإلكترونية هي السماح للعملاء والبائعين بالتفاعل المباشر مع بعضهم البعض. ولقد مكنت المنصات التي تسهل المبيعات عبر الأنترنت الشركات الصغيرة من الوصول بكفاءة إلى ملايين المستهلكين في سوق عالمية الآن، ومع ذلك فإن إمكانية ربط غير رجال الأعمال والشركات الصغيرة والشركات الأكبر مع العملاء في جميع أنحاء العالم، قد وضعت بالتأكيد إختبار قواعد ضريبة القيمة المضافة التقليدية. علاوة على ذلك فإن فرصة إستغلال السوق على الأنترنت والإستفادة من التناقضات بين الدول سمحت بخطط جديدة للتهرب من الضرائب وتجنبها، مما أدى بالتالي إلى التمييز ضد الأعمال التجارية التقليدية.

لم يتم تنظيم ضريبة القيمة المضافة (ضريبة السلع والخدمات) في البداية مع مراعاة الفضاء عبر الأنترنت. ونتيجة لذلك إستندت جميع أحكام الإنفاذ التي تتعامل مع التهرب الضريبي والإحتيال في هذه الضريبة بشكل أساسي على الميزات التي تميز العالم المادي. ومع ذلك فإن ظهور ما يسمى بالإقتصاد الرقمي يتطلب تطبيق هذه القواعد في العالم الرقمي أيضًا، لمواجهة التحديات الجديدة المتعلقة بالبعد عبر الأنترنت للتجارة الإلكترونية، وقد بدأ المشرعون حول العالم في التركيز على كيفية تحسين آليات الإنفاذ.

فعلى المستوى المحلي والأوروبي والدولي، إنتقل النقاش حول كيفية تطبيق قواعد ضريبة القيمة المضافة المعمول بها في إتجاه المنصات عبر الأنترنت لتسهيل المعاملات، ولمواجهة التحديات التي تفرضها التجارة الإلكترونية. نفذت الدول بالفعل بعض التدابير المفيدة، على سبيل المثال، في الإتحاد الأوروبي كان هناك تحول في المعاملات عبر الحدود، وتهدف الحلول الأخرى إلى إعتبار المنصات الأنترنت لجمع ضريبة القيمة المضافة، وفقًا لدراسة من المفوضية الأوروبية لعام 2016، والتي يستند إليها التشريع الأوروبي الجديد، يتم شراء 57 ٪ من إمدادات البضائع عبر الحدود عبر أكبر ثلاث منصات رقمية فقط، (Manyika, 2014) وبالتالي سيكون للمنصات موقعًا مميزًا لأنها ستكون القناة المفضلة للتجارة الإلكترونية، والحاجة إلى تضمين منصات في مجموعة ضريبة القيمة المضافة يمكن أن تواجه تحديًا من خلال دراسة إحصائية أوروبية أخيرة نُشرت في عام 2019. إستنادًا إلى نتائج إستطلاع عام 2018 حول إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات والتجارة الإلكترونية في الشركات، يتبين أنه خلال عام 2017، 87٪ من الإتحاد الأوروبي إستخدمت المؤسسات التي لديها مبيعات على الويب مواقع الويب أو التطبيقات الخاصة بها، بينما إستخدم 40٪ فقط سوقًا للتجارة الإلكترونية.(Eurostat, 2019)

فالتجارة الإلكترونية التي تتم من خلال الأسواق عبر الأنترنت تعكس تحديات جديدة لتطبيق ضريبة القيمة المضافة، مما يؤدي إلى أعباء ضريبية مختلفة على الفاعلين في السوق، علاوة على ذلك يمكن أن يؤدي التطبيق غير الفعال وما يترتب عليه من التهرب من ضريبة القيمة المضافة، والإحتيال إلى خسائر كبيرة في الإيرادات لا يمكن إستخدامها بعد ذلك في الإنفاق العام لإعمال الحقوق الإجتماعية والإقتصادية في ضوء قيمة العدالة الإجتماعية الأوسع، هذا من جهة، أما من الناحية الأخرى، يمكن أن يمثل وجود منصات عبر الأنترنت بين الكثير من البائعين الصغار والعملاء مورداً قيماً لتقديم قواعد

ضريبة القيمة المضافة بشكل أكثر فعالية، حتى إذا كانت التجارة الإلكترونية تطرح تحديات جديدة لتطبيق الضريبة الصحيحة، نظرًا لوجود طرف ثالث يمكن أن يشارك في آلية التنفيذ، فإن نموذج العمل هذا قد يسهل تطبيق قواعد ضريبة القيمة المضافة، وبالتالي يمكن أن يؤدي إلى نظام إنفاذ أكثر كفاءة من أجل تجنب التهرب والإحتيال مقارنة بالمخازن المادية التي تحتاج إلى المراجعة على أساس كل حالة على حدة. من هنا تبرز عناصر هذا البحث فيما يلي:

إشكالية البحث:

التساؤل المطروح في هذه الورقة البحثية يتمحور حول إشكالية دور المنصات الأنترنت في إنفاذ ضريبة القيمة المضافة (ضريبة السلع والخدمات)؟. الإجابة على هذا التساؤل يتطلب تجزئته إلى أسئلة فرعية يمكن حصرها فيما يلي:

أولا: ما هي تحديات المبيعات البعيدة عبر الأنترنت لتطبيق قواعد ضريبة القيمة المضافة (ضريبة السلع والخدمات)؟

ثانيا: ما هي أدوار منصات الأنترنت في مكافحة الإحتيال على ضريبة القيمة المضافة؟

ثالثا: ما هي التجارب المستخلصة من تجربة كل من: ألمانيا وأستراليا وحزمة التجارة الإلكترونية الأوروبية الجديدة لضريبة القيمة المضافة؟

فرضيات البحث:

للإجابة على التساؤل الرئيسي من خلال أجوبة الأسئلة الفرعية، يمكن الإعتماد في هذه الدراسة على الفرضيات التالية:

- الفضاءات الرقمية تعبر عن مجالات متنوعة من مخاطر الإحتيال إزاء التهرب الضريبي لضريبة القيمة المضافة؛
- يمكن الإعتماد على منصات الأنترنت في مكافحة الإحتيال على ضريبة القيمة المضافة.

أهمية البحث:

تكتسي القيمة العلمية والعملية لهذه الورقة البحثية من خلال أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه المنصات في التطبيق الفعال لقواعد الضريبة في سياق التجارة الإلكترونية. وكيفية إشراك هذه المنصات في تطبيق ضريبة القيمة المضافة على السلع والخدمات. قصد خلق فرص متكافئة للشركات وحماية إيراداتها. مع تعزيز الوعاء الضريبي للبلد.

أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى إقتراح إمكانية جعل أسواق التجارة الإلكترونية مسؤولة عن ضريبة القيمة المضافة (ضريبة السلع والخدمات) على المبيعات التي تتم من خلال منصاتها، والإجراءات الأخرى مثل مشاركة البيانات والتعاون المعزز بين السلطات الضريبية والأسواق عبر الأنترنت.

منهجية الدراسة:

بهدف إبراز دور المنصات في تطبيق ضريبة القيمة المضافة، وبالإعتماد على المنهج التحليلي السائد في هذه الورقة البحثية، بالإضافة إلى المنهج الوصفي، كما سيعتمد أيضا في التحليل على المنهج المقارن من خلال مقارن للتشريعات المعتمدة في ألمانيا وأستراليا وحزمة التجارة الإلكترونية الأوروبية الجديدة لضريبة القيمة المضافة.

الدراسات السابقة:

1. دراسة سامي مراد، حول أثر تطبيق ضريبة القيمة المضافة على الفعالية التنموية لإقتصاد المعرفة في ظل رؤية 2030، (2019)، توصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة تبادلية وتكاملية بين فرض ضريبة القيمة المضافة وبين تحقيق الفعالية

التنموية لإقتصاد المعرفة، وأن هذه الضريبة لها آثار إقتصادية على كل من قطاع الأعمال والإدارة الضريبية وعلى الإيرادات الحكومية، وقد توصل الباحث إلى إطار مقترح لتفعيل دور ضريبة القيمة المضافة على الفعالية التنموية لإقتصاد المعرفة؛

2. دراسة جمال معتوق وكموش إيمان، الموسومة بـ: الإشكاليات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية والمتعلقة بالمجال الضريبي، (2019)، توصلت هذه الدراسة إلى نتائج مهمة من بينها حصر أهم الإشكاليات التي تعاني منها أنظمة الإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية تتمثل فيما يلي : إشكالية الحصر الضريبي، إشكالية السيادة الضريبية، الإزدواج الضريبي، تحديد هوية وموقع المكلف، صعوبة إثبات التعاملات والعقود، الطبيعة الإفتراضية للمعاملات، وإشكالية تحصيل الرسم على القيمة المضافة؛

3. دراسة مشتي أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، (2018)، حيث عالجت من خلالها موضوع التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر، لاسيما الإجراءات القانونية المتخذة لتأطير هذا الموضوع، مع الإشارة إلى مشروع قانون التجارة الإلكترونية الذي صادق عليه مجلس الوزراء آنذاك، والذي تمت مناقشته والمصادقة عليه من طرف البرلمان بغرفتيه مع بداية سنة 2018.

هيكل البحث:

تمت هيكلة هذه المساهمة العلمية في ثلاثة عناصر أساسية، يعطي العنصر الأول نظرة شاملة عن كيفية تحدي المبيعات البعيدة عبر الأنترنت تطبيق قواعد ضريبة القيمة المضافة، من الواضح أن مخاطر التهرب من ضريبة القيمة المضافة والإحتيالات الناشئة تمثل سلسلة من خسائر الإيرادات التي سيتم إستخدامها لأغراض إعادة التوزيع والرعاية الإجتماعية. العنصر الثاني خصص لإبراز الأدوار التي يمكن أن تلعبها منصات التجارة الإلكترونية في آليات الإنفاذ، حيث تمت الإشارة إلى ذلك في تقرير مؤخر لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية من خلال إدراج المنصات النشطة في قطاع التجارة الإلكترونية، والهدف هو تحسين تطبيق ضريبة القيمة المضافة، وبالتالي تقليل مخاطر التهرب والإحتيال وتجنب خسائر الإيرادات العامة. أما العنصر الثالث، فهو عملي يهدف إلى تقديم تحليل مقارن للتشريعات الجديدة التي تستهدف على وجه التحديد المنصات التي تسهل البيع عن بعد للسلع .هدف البلدان من هذا التحليل هي ألمانيا وأستراليا، علاوة على ذلك يتضمن هذا العنصر وصفًا موجزًا لحزمة التجارة الإلكترونية الجديدة لضريبة القيمة المضافة في الإتحاد الأوروبي، ونظرة عامة على فوائد وحدود هذا النهج في ضمان التطبيق المتساوي لتطبيق الأحكام بين الشركات وحماية الموارد العامة. يمكن التفصيل في كل ذلك كما يلي:

أولا: وضع سياق للتهرب من ضريبة القيمة المضافة ومخاطر الإحتيال في الفضاءات الرقمية

وضعت ضريبة القيمة المضافة لأول مرة منذ أقل من 70 عامًا، وهي الآن مكون محوري لأنظمة الضرائب حول العالم. (بيري، 2001) في الإتحاد الأوروبي تعد ضريبة القيمة المضافة المشتركة مصدرًا رئيسيًا ومتزايدًا لزيادة الإيرادات بما يزيد عن 1 تريليون يورو في عام 2015، وهو ما يعادل 7٪ من الناتج المحلي الإجمالي للإتحاد الأوروبي، علاوة على ذلك تعتمد الموارد الخاصة بالإتحاد الأوروبي أيضًا على ضريبة القيمة المضافة، ويُنظر إلى ضريبة القيمة المضافة على أنها وسيلة فعالة لزيادة الإيرادات أيضًا في البلدان النامية. (Cnossen, 2015)

كما أن تطور الإقتصاد الرقمي الذي يتميز بزوال الإقليمية والإمتداد العالمي المحتمل للعملاء، أي أن الشركات ستتحمل أيضًا مسؤولية ضريبة القيمة المضافة في العديد من البلدان، وسيكون هناك عدم يقين بشأن إلتزاماتها الضريبية المتعلقة بالمعاملات التي قامت بها بإستخدام أو بدون إستخدام منصات الأنترنت، وبالفعل أتاحت المبيعات والخدمات عن بعد المقدمة من خلال المنصات الرقمية الفرصة لصغار رواد الأعمال وغير أصحاب المشاريع لتزويد سلعهم وخدماتهم الخاصة لجمهور أكبر من العملاء المحتملين الموجودين في

جميع أنحاء العالم، ومع ذلك فإن هذا الإستخدام التجاري المحتمل للأنترنت قوض أيضًا إمكانية تطبيق وإنفاذ قواعد ضريبة القيمة المضافة، فمثلا إذا بدأ المستهلك الذي يعمل بالفعل في البيع المنتظم لبعض إبداعاته التي يتم إنتاجها كهواية على منصة (E-bay)، فيشك فيما إذا كان لا يزال يجب معاملته كمستهلك أو كصاحب أعمال، حيث قد تجد الإعفاءات لصاحب المشروع الصغير تطبيق، حتى لو كانت خارج نطاق هذه المساهمة. تبرز نفس المشكلة أيضًا في حالة المنصات التي تعمل في ما يسمى "إقتصاد المشاركة" وتسهل المعاملات بين الأقران وبين الأفراد،(Beretta, 2018) وقد تمت مناقشة العديد من المساهمات التي تسليط الضوء على صعوبات تحديد ما إذا كانت المعاملة التي تتم من خلال واجهة إلكترونية وبين طرفين ستخضع للضريبة أم لا، وإذا كان الشخص الذي يقدم الخدمة (مثل تأجير منزل) شخصا خاضعا للضريبة أم لا.(Gruson, 2019) فالمنصات التي تسهل "ريادة الأعمال" التي تمكن الأفراد الذين يقومون بمعاملات (زبون لزبون) من تحويل أنفسهم في رواد الأعمال (وبالتالي إجراء معاملات (عميل لزبون) جعلت من الصعب للغاية تحديد ما إذا كان يجب إعتبار المزود شخصًا خاضعًا للضريبة بموجب قواعد ضريبة القيمة المضافة، علاوة على ذلك في حين أنه في التجارة العرضية للسلع أو التزويد العرضي للخدمات لا توجد نتائج ضريبية، إذا أصبحت التجارة أو العرض العرضي نشاطًا إقتصاديًا مستدامًا، تنشأ مسؤولية ضريبة القيمة المضافة. فيصبح الخط الفاصل بين العمل كرجل أعمال / شخص خاضع للضريبة وخصوصية غير واضح. فمن خلال السوابق القضائية ذات الصلة يتضح أنه يمكن إعتبار شراء وبيع السلع / الخدمات بسرعة كنشاط إقتصادي مستدام لضريبة القيمة المضافة ومصدر دخل لضريبة الدخل، بما في ذلك الإلتزامات الإدارية،(Cannas, Vecchio, & Pellegrini, 2016) كما أنه نظرًا لأن إمدادات (زبون لزبون) خارج نطاق ضريبة القيمة المضافة، فقد أدى ذلك أيضًا إلى تشوهات في المنافسة. أخيرًا تتطور هذه المنصات بإستمرار وتصبح أكثر تهجينًا من خلال تقديم خدمات أخرى، مثل تحصيل الديون والنقل والبيع بإسمها وللمخاطر الخاصة بها على المستهلكين.

في مثل هذه البيئة الإقتصادية المتغيرة، من المشكوك فيه إذن ما إذا كانت الشروط التي تحدد المعاملة الضريبية للمعاملات واضحة للجميع، فلا يدرك الأشخاص الخاصون دائمًا عواقب أنشطتهم على الأنترنت، بينما يختارون بوعي في غير أوقاتهم عدم التسجيل لأغراض ضريبية، تنشأ هذه المشكلة بشكل أساسي في البلدان التي لا يوفر فيها القانون الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة المتعلقة بالدوران للشركات الصغيرة أو يوفر عتبة منخفضة جدًا لهذا الإعفاء (مثل هولندا والسويد)،(Dijk & Griffoen, 2019) منصة الأنترنت على الرغم من أنها ليست مسؤولة عن ضريبة القيمة المضافة في هذه الحالات، لديها موقع معلومات يمكن من خلاله تتبع المسؤولية الضريبية لمستخدمي المنصة.

علاوة على ذلك، فيما يتعلق بالمبيعات عن بعد التي تشمل دولًا ثالثة والسلع ذات القيمة المنخفضة (على سبيل المثال في الإتحاد الأوروبي، والسلع التي تقل قيمتها عن 22 يورو)، فقد تكون هناك مخاطر خطيرة لظهور إحتيال ضريبة القيمة المضافة. فمثلا مشتريات مستهلك مقرها الإتحاد الأوروبي عبر منصة تداول عبر الأنترنت مقرها في الولايات المتحدة، هاتف من مورد صيني ويدفع 300 يورو، يدفع المستهلك عبر بطاقة الائتمان أو نظام دفع آخر تدعمه المنصة، بعد خصم عمولتها، تدفع المنصة المبلغ المتبقي للمورد الصيني، وبعد ذلك، تنقل شركة البريد السريع الهاتف إلى المركز اللوجستي للمنصة الذي يقع في دولة أخرى في الإتحاد الأوروبي تختلف عن دولة المستهلك، ثم يتم إرسال الهاتف إلى مركز توزيع موجود في بلد المستهلك، حيث يتم تسليمه إليه. وقد أدرجت المنصة في شروطها وأحكامها أن مورد البضائع مسؤول عن أي إلتزامات ضريبية ناشئة عن المعاملة.(Dijk & Griffoen, 2019) في هذه الحالة، المورد الصيني، على الرغم من أنه حصل على 300 يورو للهاتف، قد يقدم الهاتف للجمارك كشحنة بقيمة 15 يورو، وبالتالي، ستخضع هذه الشحنة لنظام الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة للشحنات الصغيرة ورسوم الإستيراد، وبالتالي لن يتم دفع ضريبة القيمة المضافة ورسوم الإستيراد (الحد الأدنى لرسوم الإستيراد هو 150 يورو). في هذه الحالات، يمكن أن تكون إمدادات بلدان ثالثة قادرة على تقديم منتجات أرخص في السوق

من منافسي الإتحاد الأوروبي، وهذا سيؤدي إلى تشويه المنافسة والتمييز، وبالتالي فإن موقف معلومات النظام الأساسي أمر حاسم لتحديد المسؤولية الضريبية.

مثل هذه المخاطر وغيرها، هي أمثلة واضحة على إمكانية إرتكاب التهرب من ضريبة القيمة المضافة والإحتيال من خلال إستغلال الثغرات الناتجة عن صعوبات تطبيق القواعد التقليدية على نماذج الأعمال الجديدة هذه، لهذا السبب أصبح النقاش على مستوى الإتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الإقتصادي حول كيفية تجنب التهرب المحتمل من ضريبة القيمة المضافة والإحتيال بسبب نماذج الأعمال الجديدة التي تشمل المنصات ذات الصلة، ويسمح الإستخدام المتزايد للتجارة الإلكترونية بمخططات مختلفة للإحتيال الضريبي. فمن بين الصعوبات الناشئة عن المبيعات عن بعد والأدوار الجديدة التي يعزوها الإتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية للمنصات في هذا السياق، فإن القضايا الرئيسية هي التالية:

1. عدم إعتراف الأفراد الخاصون بمسؤولون عن دفع الضرائب، وبالتالي وجود العديد من الأفراد الخاصين المحتملين الذين لديهم مصلحة ضريبية صغيرة نسبيًا يقدمون السلع و / أو الخدمات عبر الأنترنت، ولكن من المفترض أنهم يجهلون الإلتزامات الضريبية والإدارية، علاوة على ذلك ونظرًا للحجب عن العديد من الأفراد ومبالغ منخفضة، فقد يكون من الصعب على سلطة الضرائب معرفة الأعمال التي يقوم بها هؤلاء؛
2. يرتبط الخطر الثاني برواد الأعمال (الأجانب) أو الأشخاص الخاضعين للضريبة الذين لم يسجلوا في حالة البيع عن بعد للسلع، فمن المتوقع أن يظل أصحاب المشاريع الصغيرة أو الأشخاص الخاضعون للضريبة الذين يتاجرون عبر منصات الأنترنت خارج وجهة نظر السلطات الضريبية لصعوبة الإشراف؛
3. قد تنشأ مشكلات من منصات الأنترنت مع أنشطة متعددة وإتفاقيات مختلفة لفرض ضريبة على ضريبة القيمة المضافة للمعاملات (على سبيل المثال، تطبيق معدلات ضريبية مختلفة، وتوريد السلع والخدمات التي يتم إعفاؤها مع سلع وخدمات أخرى ليست كذلك)؛(Dijk & Griffoen, 2019)
4. هناك خطر إضافي يتعلق بالمبيعات عبر الأنترنت للسلع منخفضة القيمة المستوردة.وفقًا لتقرير حديث لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية، حيث أنه نظرًا لأن العديد من الولايات القضائية تعفي الطرود منخفضة القيمة من المبيعات عبر الأنترنت من ضريبة القيمة المضافة، فمن المرجح أن تفوق التكاليف الإدارية المرتبطة بجمع ضريبة القيمة المضافة على البضائع ضريبة القيمة المضافة التي سيتم جمعها. فتختلف العتبة بإختلاف الولاية القضائية، ولكن نظرًا لتزايد حجم السلع منخفضة القيمة التي لا يتم جمع ضريبة القيمة المضافة عليها، فقد أدى ذلك إلى إنخفاض إيرادات ضريبة القيمة المضافة، وضغوط تنافسية غير عادلة على تجار التجزئة المحليين الذين يتم تطبيق ضريبة القيمة المضافة عليهم.وقد يؤدي هذا في نهاية المطاف إلى تحفيز الموردين المحليين على الإنتقال في ولاية قضائية خارجية من أجل بيع سلع ذات قيمة خالية من ضريبة القيمة المضافة. (OCDE، 2020)

فعلى الرغم من التحديات في تطبيق ضريبة القيمة المضافة التي قد تنشأ في سياق المبيعات عبر الأنترنت من خلال المنصات، فإن حقيقة أن منصات الأنترنت تعمل كوسيط بين العرض والطلب، كمجمع للديون وكعمل تجاري بحد ذاتها، يمكن أن تكون حاسمة في مكافحة التهرب من ضريبة القيمة المضافة والإحتيال، كما يمكنهم الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالمعاملات التي تتم من خلالهم، وهو سبب إضافي لإعتبارهم موردًا قيمًا.(Dijk & Griffoen, 2019)

ثانيا. الأدوار التي تلعبها منصات الأنترنت في مكافحة الإحتيال على ضريبة القيمة المضافة:

طرق مختلفة يمكن من خلالها مشاركة أطراف ثالثة في تحصيل الضرائب، ففي حالة عدم الإتصال بالأنترنت، لعبت الجهات الخارجية دورًا محوريًا بصفتها حاملي ضرائب وكمزوّدين للمعلومات المتعلقة بالضرائب. فعلى سبيل المثال في العديد من الدول، تستقطع

المؤسسات المالية الضرائب على مكاسب رأس المال المالي، وفي هذه الحالة تكون المؤسسات المالية في وضع أفضل من دافعي الضرائب للتحقق مما إذا كانت هناك مكاسب رأسمالية على الأصول المالية لدافعي الضرائب. يتضح من مثل هذه الأمثلة وما شابهها، أن الأنظمة الضريبية قد تم بالفعل إشراك أطراف ثالثة في أنشطة تحصيل الضرائب التقليدية، وبالتالي ليس من المستغرب أن يتم النظر في طرح مماثل أيضًا في حالة التجارة الإلكترونية مع مراعاة الفاعلين المعنيين في هذا المجال(Ehrke-Rabel, 2018) .

ففي سياق التجارة الإلكترونية، هناك العديد من الأسباب التي تجعل من المفيد للدولة إشراك المنصات في جمع ضريبة القيمة المضافة. لإحتوائها على معلومات حول المعاملات الإجمالية التي تحدث من خلالها. كما أنه في معظم الحالات، تمر الدفعات عبر النظام الأساسي. وأخيرًا، كما ورد في تقرير منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية، قد يكون الدافع أيضًا إلى الإعتماد على المنصات الرقمية لجمع ضريبة القيمة المضافة هو حقيقة أن سلاسل التوريد الرقمية غالبًا ما تكون طويلة ومعقدة، وأن الموردين في هذه السلسلة قد لا يكونوا على دراية بأدوار الأطراف المختلفة في السلسلة. كما قد يُتوقع من النهج الذي يعتمد على النظام الأساسي الرقمي لجمع الضريبة المستحقة على العرض النهائي للعميل النهائي وتحويلها توفير حل فعال لإدارات الضرائب، ويبدو أن تجارب السلطات القضائية التي إعتمدت بالفعل هذا النموذج تدعم وتأكد هذا التوقع. (OCDE، 2019)

يعد نمو التجارة الدولية عبر الأنترنت بين الشركات والمستهلكين، سواء من حيث الحجم أو تعداد المشاركين، أحد العوامل الرئيسية التي تخضع الآن لإختبار ضريبة القيمة المضافة. وفي هذا الصدد، كان من أولى ردود فعل المشرعين الضريبيين في العديد من البلدان معالجة توريد الخدمات الرقمية والسلع الرقمية، يتم بشكل عام جمع ضريبة القيمة المضافة حول التجارة عبر الحدود بين الشركات (العملاء) في الخدمات وغير الملموسة، والتي تستمر أيضًا في النمو، من خلال آلية الشحن العكسي أو التقييم الذاتي. تعمل آليات التقييم الذاتي هذه بشكل عام بشكل جيد في سياق التبادل بين العملاء، ومع ذلك فهي غير فعالة إلى حد كبير في سياق التبادل بين العميل والزبون، ويصبح هذا أكثر ملاءمة في ضوء تجارة بين العميل والزبون المتفجرة عبر الأنترنت. فعلى سبيل المثال، داخل الإتحاد الأوروبي، بالفعل في عام 2015، دخل ما يسمى بمخطط المحطة الواحدة الصغيرة (MOSS: Mini One Stop Shop)حيز التنفيذ فيما يتعلق بالخدمات الرقمية، ومع ذلك لم يتم حل المشكلات المتعلقة بمبيعات السلع عبر الأنترنت من خلال المنصات، خاصة فيما يتعلق بالسلع منخفضة القيمة في السياق الأوروبي لضريبة القيمة المضافة، وقد أدى ذلك مؤخرًا إلى نوعين من التغييرات (بالإضافة إلى متجر - نظام MOSS المعمول به بالفعل منذ عام 2015 من ناحية، سيصبح مخطط (MOSS) متجرًا واحدً (OSS)، حيث تم توسيعه ليشمل جميع أنواع السلع والخدمات، من ناحية أخرى بدأ التركيز على المنصات ودورها المحتمل في تسهيل جمع ومحاسبة ضريبة القيمة المضافة.(Hadzhieva, 2019) وبالفعل فقد أوضحت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية في عام 2017 الدور المهم في جمع ومحاسبة ضريبة القيمة المضافة نيابة عن الموردين الأجانب، (OCDE، آليات للتحصيل الفعال لضريبة القيمة المضافة أو ضريبة السلع والخدمات حيث لا يقع المورد في نطاق الاختصاص الضريبي، 2017) وفي نفس العام أدخل الإتحاد الأوروبي، كما سيتم تحليله بشكل إضافي في العنصر الثالث من هذا البحث، خلال إعتماد حزمة التجارة الإلكترونية لضريبة القيمة المضافة، أحكامًا جديدة تعتبر المنصة مسؤولة عن ضريبة القيمة المضافة. وستدخل هذه الأحكام حيز التنفيذ في 2019 و2021. وأخيرًا، في عام 2019، أصدرت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية تقريرًا يحتوي على إرشادات للدول التي ترغب في إشراك المنصات في جمع ضريبة القيمة المضافة.(Lamensch, 2018)

1. المسؤولية الكاملة لضريبة القيمة المضافة:

يتمثل الدور الأول لمنصات الأنترنت التي تفردها منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية في إمكانية قيام الدول بإدخال مخصصات تعتبر بموجبها منصات الأنترنت كاملة ضريبة القيمة المضافة المسؤولة عن المبيعات التي تتم من خلال منصاتها.

وبموجب نظام المسؤولية الكاملة لضريبة القيمة المضافة، تكون المنصة الرقمية مطلوبة من حيث المبدأ لتقييم وجمع وتحويل ضريبة القيمة المضافة إلى السلطات الضريبية والإمتثال لتقارير ضريبة القيمة المضافة والإلتزامات الأخرى، كما هو مطلوب بموجب قواعد ضريبة القيمة المضافة في السلطة الضريبية.

2. أدوار قيمة أخرى محتملة للمنصات:

إلى جانب إمكانية الإعتماد على منصات جمع ضريبة القيمة المضافة من خلال خطط المسؤولية الكاملة لضريبة القيمة المضافة، توصي منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية بمناهج أخرى قيّمة يمكن للدول إعتمادها والتي تشمل المنصات على وجه الخصوص، تشمل هذه الأدوار إلتزام مشاركة المعلومات، وتعليم الموردين، والإتفاقيات الرسمية بين السلطات الضريبية والمنصات وتوفير خيار للمنصات لتلتزم طوعًا بالإلتزام بالعمل كمجمع لضريبة القيمة المضافة.

أ. إلتزام مشاركة المعلومات:

في هذه حالة، سيطلب النظام الأساسي عبر الأنترنت بموجب القانون تقديم المعلومات إلى السلطات الضريبية من أجل مساعدتها في تطبيق قواعد ضريبة القيمة المضافة، ويجب ألا تكون المنصة مسؤولة بالضرورة أو أن يكون لها دور نشط في جمع والتحويلات ضريبة القيمة المضافة إلى السلطات الضريبية، ويمكن أن يطلب من المنصة الرقمية تقديم هذه المعلومات إما على أساس منتظم، عند الطلب أو بشكل تلقائي، فعلى سبيل المثال في حالات النشاط المريب. ستحتاج سلطة الضرائب أيضًا إلى تحديد نوع المعلومات المطلوبة لجمع ضريبة القيمة المضافة بكفاءة وفعالية على المبيعات عبر الأنترنت وما إذا كان لديها الموارد البشرية والتقنية لمعالجة البيانات التي تم جمعها. (OCDE، دور المنصات الرقمية في جمع ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات على المبيعات، 2019)

قد يتم أيضًا تعديل إلتزام مشاركة المعلومات لإستكمال نظام المسؤولية الضريبية / ضريبة القيمة المضافة بالكامل، في هذه الحالة، يقتصر تطبيق أي إلتزامات إضافية لتبادل المعلومات على المنصات الرقمية التي لا تغطيها تلك التدابير الأخرى .إذا تم إعتماد إلتزام مشاركة المعلومات كإجراء مستقل، فيجب عندئذٍ تطبيقه على جميع أنواع المنصات الرقمية، مثل تلك التي تلعب دورًا أساسيًا في التوريد، كأسواق الأنترنت، أو نقل المشترين إلى البائعين. حتى إذا كان هذا النوع من الإلتزامات يبدو مفيدًا للتجميع الفعال لضريبة القيمة المضافة على الأنظمة الأساسية، فقد تكون المنصات الرقمية موجودة خارج نطاق الولاية الضريبية، ويمثل فرض هذا الإلتزام على المنصات الرقمية الأجنبية تحديًا صعبًا، وبالتالي إذا لم يتم دمج هذا النوع من الإلتزامات مع آليات التعاون الإداري الموجودة بالفعل بين السلطات القضائية، فقد يكون هباءً.

وفقًا لتقرير منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية، يمكن النظر في خيارين عريضين للإلتزام بمشاركة المعلومات:

1. **توفير المعلومات عند الطلب:** في هذه الحالة تتطلب السلطة القضائية منصة على الأنترنت للإحتفاظ بسجلات المبيعات الخاضعة لضريبة القيمة المضافة، وأن هذه المعلومات ستكون متاحة عند الطلب، كما تشير السجلات إلى فئة معينة من المبيعات مع مراعاة فترة معينة أو مورد معين أو فيما يتعلق بمعاملة معينة؛
2. **التزويد المنتظم بالمعلومات:** توفر المنصة الرقمية بشكل منتظم ودوري معلومات حول المبيعات عبر الأنترنت التي يتم إجراؤها عبر المنصة إلى مصلحة الضرائب في الولاية القضائية الضريبية ذات الصلة، والتي ستحدد التنسيق والمعلومات المطلوبة، وقد يقتصر الإلتزام أيضًا على مبيعات محددة، كالسلع التي تتجاوز قيمة معينة وتختلف فترة التقديم إعتمادا على إستخدام تلك البيانات من قبل إدارات الضرائب. (OCDE، دور المنصات الرقمية في جمع ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات على المبيعات، 2019)

ب. تعليم الموردين بإستخدام المنصات الرقمية:

غالبًا ما تمثل إلتزامات ضريبة القيمة المضافة تحديًا أمام الشركات المنخرطة في التجارة الإلكترونية، وفي كثير من الأحيان لا تعرف الشركات معدل ضريبة القيمة المضافة المعمول به لسلعة أو خدمة معينة في الولاية القضائية الضريبية، وفواتير حفظ الدفاتر وإلتزامات إعداد التقارير. ويتم تضخيم هذه المشكلة حتى عندما يتم تنفيذ نشاط تجاري في بلدان مختلفة، وقد أبرزت المبادئ التوجيهية السابقة، وتقرير آليات التحصيل سابقًا، أهمية إستراتيجية الإتصال المناسبة لتحقيق مستويات الإمتثال المناسبة من قبل الموردين الأجانب في الولاية القضائية الضريبية. (OCDE، آليات للتحصيل الفعال لضريبة القيمة المضافة أو ضريبة السلع والخدمات حيث لا يقع المورد في نطاق الاختصاص الضريبي، 2017) وقد ثبت أن توفر إرشادات دافعي الضرائب التي يسهل الوصول إليها، ويسهل فهمها لدافعي الضرائب مفيد لمستويات الإمتثال من قبل الموردين الأجانب، وزيادة مشاركة دافعي الضرائب الإستباقية، وخاصة فيما يتعلق بالسلطات القضائية بإستخدام آليات التسجيل والإمتثال المبسطة لجمع ضريبة القيمة المضافة على التوريدات الواردة.(Tax Certainty, 2017) كما أنه في الواقع قد لا تتمكن السلطات الضريبية من الوصول مباشرة إلى الموردين خارج نطاق سلطتها لإبلاغهم بإلتزاماتهم، لاسيما في حالة المنصات النشطة العالمية، حيث قد يكون هناك الملايين من الموردين، وبالتالي يمكن إستخدام المنصات التي تتيح الوصول إلى السوق العالمية كقنوات إتصال لتوفير معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب للموردين الأساسيين حول إلتزامات ضريبة القيمة المضافة.[1] وحول هذه النقطة، أكد التقرير على قدرة المنصات الرقمية على التواصل مع عدد كبير من الموردين الذين يبيعون من خلال منصتهم، مما يوفر فرصة فريدة للسلطات الضريبية لنشر المعلومات حول إلتزامات هؤلاء الضريبة على ضريبة القيمة المضافة، مثل هذه الإرشادات والرسائل المباشرة فيما يتعلق بإخطارات التغييرات في الإلتزامات، وتنظيم الندوات عبر الأنترنت والمشورة من السلطات الضريبية عبر منتدى مجتمع المنصات.

ج. إتفاقيات تعاون رسمية:

قد تقرر السلطات الضريبية أيضًا الدخول في إتفاقيات رسمية مع المنصات الرقمية، على غرار مفهوم الإمتثال التعاوني.[2] أين يمكن تضمين مجموعة متنوعة من التدابير والمناهج لإشراك المنصات الرقمية في زيادة مستويات الإمتثال لضريبة القيمة المضافة في المبيعات عبر الأنترنت في محتوى الإتفاقية. غالبًا ما قد تتضمن الإتفاقية أيضًا مشاركة المعلومات (الدورية والعفوية) والتعليم (بما في ذلك إستخدام المنصة كقناة للتواصل مع الموردين الأساسيين بشأن إلتزامات الإمتثال، وما إلى ذلك)، بالإضافة إلى تنبيه السلطات الضريبية والمنصات لحالات الإحتيال، والرد بسرعة على الإخطارات من قبل مصلحة الضرائب، عند تبين أن الموردين الأساسيين ينتهكون إلتزامات ضريبة القيمة المضافة.

قد يكون هذا النوع من إتفاقيات التعاون الرسمية مفيدًا خصوصًا في الحالات التي تكون فيها المنصة الرقمية غير مسؤولة أو لا تلعب أي دور في جمع وتحويل ضريبة القيمة المضافة، كما يمكن أن يمثل هذا النوع من الإتفاقات خطوة وسيطة أولى قبل تطبيق نظام كامل لضريبة القيمة المضافة للمنصات الرقمية، فمن خلال إتفاقية التعاون، ستكون السلطات الضريبية قادرة على الإتصال بكفاءة مع منصة رقمية والعكس بالعكس لدعم الإمتثال من قبل الموردين الأساسيين، و تبرز منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية، أنه نظرًا لأن النظام الأساسي يمكنه الوصول إلى نقطة إتصال مخصصة في مصلحة الضرائب، وقد يؤدي نشر هذا النوع من الإتفاقية إلى علنية حث المستهلكين على إعتبار النظام الأساسي "آمنًا" فيما يتعلق بإلتزامات ضريبة القيمة المضافة وخاصة النظر إلى المستهلكين الذين يشترون السلع عبر الأنترنت والذين قد يدفعوا ضريبة القيمة المضافة إلى منصة ما في نقطة البيع، وبالتالي قد يتوقعون أنهم لن يواجهوا مسؤولية إضافية عن

ضريبة القيمة المضافة عند الإستيراد. في الواقع، من خلال مسودة شروط الإتفاقية، يجب أن تكون الشروط والإطار الزمني للإتفاقية واضحة، خاصة فيما يتعلق بالجوانب قانونية، ويجب أن تكون الشروط واقعية ومتناسبة لأنها إتفاقية طوعية وتعاونية. (OCDE، آليات للتحصيل الفعال لضريبة القيمة المضافة أو ضريبة السلع والخدمات حيث لا يقع المورد في نطاق الاختصاص الضريبي، 2017)

د. المنصات التي تعمل كوسيط طوعي:

قد تسمح السلطات الضريبية أيضًا للمنصات بالعمل بشكل تطوعي كمقدم خدمة تابع لجهة خارجية نيابة عن الموردين الأساسيين. قد يكون هذا المخطط مناسبًا بشكل خاص في الحالة التي تكون فيها المنصة مسؤولة فقط عن بعض اللوازم ويمكنها أيضًا أن تعمل كمكمل لنظام المسؤولية الضريبية (ضريبة القيمة المضافة) الكامل للمعاملات التي لا يغطيها هذا الإلتزام، وقد تعزز السلطات القضائية المنصات لتكون بمثابة وسطاء طوعيين أيضًا لتوسيع نطاق المسؤولية بما يتجاوز الشرط القانوني في حالة المسؤولية الكاملة المنطبقة فقط على واردات السلع التي تقل عن الحد الأدنى للحد الأدنى للجمارك، يمكن أيضًا السماح للمنصة الرقمية بجمع وتحويل ضريبة القيمة المضافة بشكل طوعي نيابة عن المورد الأساسي فوق هذا الحد الأدنى، هذا النوع من الإتفاقات لديه القدرة على زيادة الإمتثال، ويصبح أكثر فائدة في الحالات التي لا توجد فيها المنصات داخل حدود الولاية القضائية ذات الصلة، ونتيجة لذلك قد يدفع هذا السلطات القضائية إلى إنشاء نظام مبسط للتسجيل والإمتثال لتسهيل الإمتثال وإقناع المزيد من المنابر للعمل كوسيط طوعي. (OCDE، آليات للتحصيل الفعال لضريبة القيمة المضافة أو ضريبة السلع والخدمات حيث لا يقع المورد في نطاق الاختصاص الضريبي، 2017)

ثالثا: دراسات حالة ألمانيا وأستراليا وحزمة التجارة الإلكترونية الأوروبية الجديدة لضريبة القيمة المضافة

يمكن أن تلعب المنصات أدوارًا مختلفة في إجراءات فرض ضريبة القيمة المضافة، حيث أدى هذا الموقع المفيد كطرف ثالث بين الشركات والعملاء إلى بعض السلطات القضائية لإستكشاف إمكانية تضمين الأنظمة الأساسية في إستراتيجية فرض ضريبة القيمة المضافة، ومن أجل تقديم نظرة عامة على كيفية تبني السلطات القضائية المختلفة تشريعات جديدة تتناول تطبيق ضريبة القيمة المضافة عن طريق تضمين أحكام تستهدف المنصات التي تستهدف مباشرة بيع السلع، والدول التي ستكون موضوع التحليل المقارن التالي هي كل من ألمانيا وأستراليا.

علما أنه بدءًا من عام 2021، ستدخل أيضًا الأحكام الجديدة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والمنصات التي تسهل مبيعات البضائع عبر الأنترنت حيز التنفيذ في الإتحاد الأوروبي، والواقع أن هذه الأحكام التي ستنفذ في جميع الدول الأعضاء، سيكون لها نطاق جغرافي أوسع وقد تؤثر على دول أخرى حول العالم.

1. دراسات حالة ألمانيا وأستراليا:

أ- دراسات حالة ألمانيا: في ديسمبر 2018، تبنت ألمانيا قواعد جديدة تنص على أن الأسواق الإلكترونية تتحمل المسؤولية عن دفع ضريبة القيمة المضافة مع ضرورة تقيد المتداولون الذين يستخدمون منصاتهم بإلتزامات ضريبة القيمة المضافة الخاصة بهم. وهناك جانبان رئيسيان يميزان القواعد الألمانية الجديدة، إلتزامات حفظ السجلات لمشغلي الأسواق الإلكترونية والمسؤولية تجاه التجار.

قبل الدخول في تفاصيل محتوى هذين العنصرين الواردين في قانون ضريبة القيمة المضافة الألماني الجديد، لن تتأثر الأسواق بالأحكام الجديدة إلا إذا كانت "يمكن إستخدامها من قبل أطراف ثالثة لإجراء معاملة" قانونية "مع السلع". ووفقًا للأدبيات فإن الأسواق التي تتعامل مع الخدمات تقع خارج نطاق هذا القانون، ولن تجد القواعد الجديدة تطبيقًا أيضًا

في حالة عدم إبرام عقد الشراء في السوق.(Grambeck, 2019) علاوة على ذلك لا تميز هذه القواعد الجديدة بين الأسواق الألمانية والأجنبية، نظرًا لأن المتداولين عند التقدم للحصول على شهادة ضريبة القيمة المضافة، يتعين عليهم الإشارة إلى إسم السوق وأسماء الحسابات المستخدمة في التداول، وهذا يعني أن السلطات الضريبية الألمانية ستتعرف أيضًا على مشغلي السوق غير المستقرة النشطة داخل ألمانيا.

أما فيما يتعلق بإلتزامات حفظ السجلات، بموجب هذه القواعد الجديدة، يجب على مشغلي الأسواق الإحتفاظ بالسجلات المتعلقة بالتاجر نفسه والمعاملات التي يقوم بها من خلال السوق، كما يستند إلتزام حفظ السجلات إلى شهادة ضريبة القيمة المضافة التي يجب على السوق أرشفتها، ويتم إصدار هذه الشهادة من قبل مكتب الضرائب المختص بالتاجر بناءً على طلب التاجر نفسه، والذي يثبت صحة تسجيل ضريبة القيمة المضافة. بالإضافة إلى الشهادة وبدءًا من يناير 2019، يجب أن يحتفظ السوق أيضًا بمعلومات مثل:

أ- الإسم الكامل وعنوان التاجر؛

ب- الرقم الضريبي للمتداولين الذي أصدره مكتب الضرائب الألماني المختص، وإذا كان متاحًا، رقم معرف ضريبة القيمة المضافة الألماني الذي أصدره مكتب الضرائب المركزي؛

ج- تواريخ بدء وإنتهاء صلاحية شهادة ضريبة القيمة المضافة؛

د- فيما يتعلق بالمبيعات ذات الصلة، معلومات تتعلق بمكان بداية النقل أو الإرسال، مكان المقصد ووقت التوريد ومقدار المبيعات.

كما يجب الإحتفاظ بالسجلات حتى بالنسبة للمبيعات التي لن تخضع لضريبة القيمة المضافة الألمانية على الإطلاق، مثل الحالات التي يكون فيها التاجر فردًا خاصًا، يستفيد التاجر من مخطط صاحب المشروع الصغير (بالنسبة لألمانيا، ينطبق المخطط على المقيمين الألمان الذين إذا كان حجم مبيعاتهم أدنى من حد التسجيل 17.500 يورو)، أو عندما يكون مكان التوريد خارج ألمانيا، عندما يكون البيع صفرًا، وبالتالي حتى إذا كان السوق يستهدف الأفراد الخاصين فقط كتجار، فإن العامل حتى لو لم يتأثر بقاعدة المسؤولية سيظل عليه الإمتثال لإلتزامات مسك الدفاتر. أخيرًا وفيما يتعلق بإلتزامات مسك الدفاتر، يعد عدم الإمتثال جريمة ضد قانون الضرائب العام الألماني الذي يعاقب عليه.

تنشأ مسؤولية ضريبة القيمة المضافة الألمانية [3] عن السوق عن ضريبة القيمة المضافة التي كان سيتم الإعلان عنها وتحويلها إلى مكتب الضرائب من قبل التجار، ومع ذلك هناك ثلاثة ظروف قد لا يتحمل فيها السوق المسؤولية:

أ- عندما يكون مشغل السوق قادرًا على تقديم شهادة ضريبة القيمة المضافة الصالحة للتاجر ولم يكن يعلم أن التاجر لم يلتزم بقانون ضريبة القيمة المضافة الألماني؛

ب- في الحالات التي يكون فيها التاجر مسجلاً كفرد خاص ولا توجد مؤشرات (مثل حجم الأعمال وعدد الصفقات وإنتظامها) يمكن أن تكون إنذارًا للسلوك غير المتوافق مع التاجر؛

ج- عندما يتوقف التاجر غير المتوافق عن التداول في السوق بعد أن إتصل مكتب الضرائب المسؤول عن التاجر بمشغل السوق وطلب منه إتخاذ إجراء في غضون فترة مناسبة.(Grambeck, 2019)

رغم كل ذلك، فقد إنتقدت المفوضية الأوروبية إختيار ألمانيا وفقًا للمنصات التي ستكون قادرة على تجنب المسؤولية المشتركة والمتعددة لضريبة القيمة المضافة المستحقة على السلع المباعة من خلال أسواقها فقط من خلال إصدار شهادة ورقية مقدمة من سلطات الضرائب الألمانية، في رسالة إخطار غير رسمية وجهتها مؤخراً إلى ألمانيا، تزعم المفوضية الأوروبية أن هذا النوع

من المتطلبات غير فعال وغير متناسب لأنه يمكن أن يعوق شركات الإتحاد الأوروبي من دخول السوق الألمانية، بالإضافة إلى إعتماد هذه الإجراءات بعد إعتماد قواعد الإتحاد الأوروبي التي ستدخل حيز التنفيذ في يناير 2021، والتي لا تفرض مثل هذا الشرط. كما أنه فيما يتعلق بالحدود المحتملة للتشريع الألماني الجديد، أشار العلماء إلى أنه يمكن تحدي فعالية إلتزامات مسك الدفاتر في الحالات التي لا يكون فيها السوق متورطًا في الخدمات اللوجستية (مثال على ذلك برنامج الوفاء بالأمازون). (المفوضية الأوروبية، 2019)

ب- دراسات حالة أستراليا: خارج أوروبا، دخلت قواعد مماثلة بشأن مسؤولية مشغلي المنصات حيز التنفيذ بالفعل في أستراليا عام 2017، حيث أقرت الحكومة الأسترالية مجموعة جديدة من القواعد بشأن ضريبة السلع والخدمات تهدف إلى تسوية فضاء التفاعل بين السلع الأسترالية والمنتجات المستوردة،[4] وبالتالي بدءًا من 1 يوليو 2018، تم تطبيق ضريبة السلع والخدمات الأسترالية على مبيعات السلع منخفضة القيمة المستوردة والمباعة للمستهلكين الأستراليين، ووفقًا للتشريع الأسترالي، فإن السلع منخفضة القيمة هي تلك التي تقل عن عتبة 1.000 دولار أسترالي.(Alksandra, 2018) وقبل دخول القواعد الجديدة حيز التنفيذ، تم إعفاء السلع المستوردة التي تقل عن هذا الحد، وأصبحت تخضع لضريبة السلع والخدمات بنسبة 10٪. أما فيما يتعلق بنظام المسؤولية الجديد لمشغلي المنصات، وفقًا للقواعد الجديدة، سيتم التعامل مع مشغل منصة التوزيع الإلكترونية كمورد للسلع منخفضة القيمة إذا تم شراء السلع من خلال المنصة من قبل المستهلكين الأستراليين وإستيرادها بمساعدة المورد، وبالتالي يُطلب من مشغلي المنصات تسجيل وإرجاع ضريبة السلع والخدمات في المبيعات التي تمت عبر المنصة في الحالات التي يكون فيها معدل دوران ضريبة السلع والخدمات أعلى من حد التسجيل البالغ 75.000 دولار أسترالي في فترة 12 شهرًا. ومع ذلك، ينص النظام الجديد على ثلاثة إستثناءات، حيث لا يسري الإلتزام بتحصيل ضريبة السلع والخدمات، وهي عبارة عن:

أ. معاملات بين الشركات التجارية ولدى الأعمال التجارية المتلقية رقم أعمال أسترالي ومسجل في ضريبة السلع والخدمات؛

ب. العديد من السلع التي تبلغ قيمتها الجمركية مجتمعة أكثر من 1.000 دولار أسترالي، والتي سيتم شحنها في أستراليا؛

ج. البضائع المباعة من خلال المنصات معفاة.(ATO, 2020)

2. نظام مسؤولية ضريبة القيمة المضافة للمنصات في حزمة التجارة الإلكترونية الجديدة لهذه الضريبة في الإتحاد الأوروبي:

خلال عام 2016، أظهرت دراسة للمفوضية الأوروبية أنه على المستوى الأوروبي، يتم تسهيل معظم المبيعات عن بعد للسلع، سواء الموردة من دولة عضو إلى أخرى ومن أقاليم ثالثة أو بلدان ثالثة إلى الدول الأعضاء من خلال الإستخدام واجهة إلكترونية، وغالباً ما تلجأ إلى تنفيذ ترتيبات التخزين. كما يمكن أن تعمل واجهات إلكترونية في شكل سوق أو منصة أو بوابة أو وسائل مماثلة على الرغم من حقيقة أن الدول الأعضاء قد تقر بأن الشخص بخلاف ذلك المسؤول عن دفع ضريبة القيمة المضافة يجب أن يكون مسؤولًا بشكل جماعي ومتعدد عن دفع ضريبة القيمة المضافة، فوفقًا للمشرع الأوروبي، فإن هذا النهج غير كاف لضمان تحصيل فعال لضريبة القيمة المضافة. (الأوروبية، تقييم الأثر المصاحب لمقترحات الوثيقة لتوجيه المجلس، 2016) لهذا السبب ومن أجل تقليل العبء الإداري على البائعين وإدارات الضرائب والمستهلكين، تم إعتماد أحكام جديدة، التي من خلالها، يعتبر الأشخاص الخاضعون للضريبة الذين يسهلون بيع البضائع عن بُعد من خلال إستخدام الواجهات الإلكترونية هم الأشخاص الذين يقومون بهذه المبيعات لأغراض تحصيل ضريبة القيمة المضافة.

كما سلط العلماء الضوء على بعض الصعوبات التي تنشأ عن هذا النظام الجديد، والركيز بشكل أساسي على نظام الشباك الواحد،(Lamensch, Rendering Platforms Liable to Collect and Pay VAT on B2C Imports: A Silver Bullet?, 2018) ومع التوجيه الجديد، قرر الإتحاد الأوروبي جعل المبيعات عن بعد ضمن المخطط القديم (*MOSS: Mini One Stop Shop*)، الذي أصبح الآن تحت إسم (*OSS: One Stop Shop*) من خلال توسيع (*MOSS*)، الذي تم تقديمه للإتصالات السلكية واللاسلكية والبث والخدمات

الإلكترونية، حيث أن مزود السلع في علاقة (المتعامل-زبون) عبر الحدود، لن يكون مطلوبًا إعتبارا من عام 2021، مع تعدد أرقام تعريف ضريبة القيمة المضافة لبيع السلع عبر الأنترنت للعملاء المتواجدين في بلدان مختلفة. سيتحمل المورد الآن ضريبة القيمة المضافة المحلية في الدولة العضو التي يوجد فيها العميل وسيتم تطبيق قواعد الفواتير للدولة العضو التي تم تأسيس المورد فيها. كما أنه في الواقع حتى إذا كان تسجيل (*OSS*) إختياريًا، فإن التوقعات من هذا المخطط المبسط هي أن المنصات ستسجل، بناء على ذلك سيتم إعفاء واردات السلع التي قاموا بها ودفع ضريبة القيمة المضافة على أساس شهري من خلال (*OSS*)، كما سيتعين على إدارة الجمارك التحقق من صحة رقم تسجيل (*OSS*) كما هو موضح في بيان الإستيراد، وبعد هذا التقييم سيتم تسليم السلعة إلى عملائها، هذا يعني أن أي شخص لديه عدد (*OSS*) من المنصات مثل (*Amazon*) أو (*eBay*) يمكن أن يعفي إستيراد البضائع. كما ستكون أرقام تسجيل (*OSS*) هذه متاحة للموردين عند البيع من خلال المنصات، ولكن قد تنشأ مشاكل عندما يستخدم الموردون هذا الرقم للبيع مباشرة للعملاء من القطاع الخاص، والتي لن تكون منصات البيع مسؤولة عنها.

3. مزايا وحدود أنظمة مسؤولية ضريبة القيمة المضافة الجديدة للمنصات:

من خلال ما سبق، يتبين أن الأحكام الجديدة المتعلقة بضريبة القيمة المضافة بشأن المبيعات البعيدة للسلع المعتمدة في ألمانيا وأستراليا والواردة في حزمة التجارة الإلكترونية الجديدة لضريبة القيمة المضافة على المستوى الأوروبي تشترك في نظام جديد للمسؤولية للمنصات، حيث تستفيد هذه الأحكام الجديدة من فرض ضريبة القيمة المضافة للمركز الذي تحتفظ به الأسواق عبر الأنترنت حيث تتم المبيعات البعيدة. كما أن إختيار إشراك طرف ثالث في تطبيق الأحكام الضريبية ليس فكرة جديدة في نظام الضرائب الأوسع. ففي الواقع هناك العديد من الأمثلة التي يتم تضمين أطراف ثالثة تعمل كوسيط في عمليات التقييم و/أو الجمع (مثل أصحاب العمل والوسطاء الماليين وكتاب العدل). وأيضًا إستجابة للدراسات المتعلقة بما يسمى فجوة ضريبة القيمة المضافة، حيث كان هناك الإتجاه المستمر مؤخرًا في تعزيز وتحسين تطبيق ضريبة القيمة المضافة، (الأوروبية، دراسة وتقارير عن فجوة ضريبة القيمة المضافة في الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي-28: التقرير النهائي لعام 2019، 2019) سواء عبر الأنترنت أو في وضع عدم الإتصال. ومع ذلك بالنظر إلى إستخدام الأنظمة الأساسية للمبيعات عن بعد عبر الأنترنت، فإن فرض قواعد ضريبة القيمة المضافة عن طريق تحميل المنصات المسؤولية بدلاً من العديد من الموردين المختلفين يمكن أن يكون أكثر تكلفة، فعالة لأغراض فرض ضريبة القيمة المضافة من فرض تلك القواعد في العالم الحقيقي. ومع ذلك، في حين أن هذه الأحكام الجديدة تمثل فرصة جديدة لإدارة الضرائب لجمع ضريبة القيمة المضافة أو ضريبة المبيعات العامة بكفاءة، إلا أنها تزيد أيضًا من الأعباء البيروقراطية على المنصات. في الواقع ومن أجل الإمتثال أكثر يتعين عليهم التحقق بعناية من كل نوع من المعاملات التي تتم من خلال واجهتهم عبر الأنترنت، وكل موقف خاضع للضريبة على المورد، كما يتعين عليهم أيضا جمع المعلومات ذات الصلة التي قد يحتاجون إلى إستخدامها في المستقبل من أجل إظهار ما لم يتمكنوا من معرفته حول صحة المعلومات التي قدمها المورد في حين أن الإدخال المحتمل لأدوات تكنولوجيا المعلومات والإتصالات قد يسهل الإمتثال للأعباء البيروقراطية المتزايدة، ما لم يتم توفير هذه الأدوات من قبل نفس وكالات الضرائب، فإن هذا لن يخفف من تكاليف الإمتثال للشركات، وبالتالي يمكن لهذا النظام الجديد أن يعمل كرادع للشركات الجديدة الراغبة في دخول هذا السوق.

أخيرًا سيؤدي توسيع نطاق المخططات الخاصة لتغطية المبيعات عن بُعد للسلع وجميع الخدمات إلى زيادة كبيرة في عدد المعاملات التي سيتم الإبلاغ عنها في ضريبة القيمة المضافة، علاوة على ذلك، سيتطلب تمديد هذه المخططات أيضًا لبيع السلع المستوردة من أقاليم ثالثة أو دول ثالثة عن بُعد، كما يتطلب من الإدارة الجمركية للدولة العضو المستوردة تحديد واردات البضائع في شحنات صغيرة يتم دفع ضريبة القيمة المضافة من خلالها أحد المخططات الخاصة. وبالتالي ولكي تنجح هذه الآلية الجديدة (خاصة

من منظور السوق الأوروبية الموحدة)، هناك بالتأكيد حاجة إلى تعاون أقوى بين سلطات الجمارك وإدارة الضرائب في الدول الأعضاء المختلفة.

خاتمة:

السنوات الأخيرة كشف التطور الهائل للتجارة الإلكترونية عن فرصها ومخاطرها في مجال الضرائب، حيث لا تنشأ المشكلات فقط مع الإشارة إلى إستراتيجيات ضريبة دخل الشركات التي تعتمدها منصات التجارة الإلكترونية لخفض أعبائها الضريبية، ولكنها تنشأ أيضًا في مجال ضريبة القيمة المضافة. فالمخاطر التي تنشأ في هذا السياق كثيرة وكبيرة، مثل الصعوبات في تحديد ما إذا كان هناك شخص خاضع للضريبة أو في وصف معاملة ما بأنها (زبون-زبون) أو (عميل-عميل) في تقييم ما إذا كان دافعو الضرائب على دراية كافية بالنتائج الضريبية لأنشطتهم عبر الأنترنت، كما أنه في سياق واردات السلع منخفضة القيمة، قد يسيء موردو البلدان المعنية بالدراسة إستخدام الأحكام القابلة للتنفيذ حاليًا.

يجب ضمان الإنفاذ الفعال لضريبة القيمة المضافة لمنح معاملة متساوية لمشغلي السوق المعنيين، ولأن التهرب المحتمل من ضريبة القيمة المضافة والإحتيال يمكن أن يؤدي إلى خسائر في الإيرادات، وبهذه الطريقة فإن الإيرادات العامة التي ستستخدم في سياسات الرفاه وحماية قيم العدالة الإجتماعية معرضة للخطر، وقد أدى ذلك بالمشرعين المحليين والإتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية إلى التفكير في كيفية تنفيذ الإنفاذ الفعال عبر الأنترنت، حيث لم يتم إدخال أو تطبيق إجراء فرض ضريبة القيمة المضافة القديمة للعالم الافتراضي في المقام الأول، وقد لفتت هذه المخاطر إنتباه المشرعين والمنظمين على مستوى الولاية الواحدة، على المستوى الأوروبي والدولي. ففي مارس عام 2019، أصدرت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية إطارها للمبادئ التوجيهية التي ستساعد الدول في تصميم السياسات اللازمة لإشراك المنصات في مجموعة ضريبة القيمة المضافة (OCDE، دور المنصات الرقمية في جمع ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات على المبيعات عبر الإنترنت، 2019). فعلى وجه الخصوص يوضح هذا التقرير كيف يمكن تحميل الأنظمة الأساسية مسؤولية جمع ضريبة القيمة المضافة، ويمكن أن تكون ملزمة بمشاركة المعلومات بسبب موقعها المفيد، ويمكن إستخدامها كمعلمة للشركات التي تعمل من خلالها، ويمكن أن تكون شركاء في تعاونية الإتفاقات، وأخيرا يمكن أن تعمل التطوعية كوسيط. وبالتالي كان الحل الذي تم الترحيب به هو مستوى أعلى من إدراج المنصات عبر الأنترنت في آلية الإنفاذ. ومع ذلك فإن إستهداف طرف ثالث لأغراض التقييم الضريبي و/أو التحصيل ليست آلية جديدة في مجال الضرائب. والواقع أن إستحالة السلطات الضريبية لتقييم الوضع الضريبي لكل دافع ضرائب، أدى إلى الإعتماد على أطراف ثالثة كمحصلين للضرائب أو مزودي معلومات. الأمثلة تتمثل في أصحاب العمل والمؤسسات المالية وكتاب العدل.(Ehrke-Rabe, 2019)

لكن النظر إلى التشريعات الجديدة المختلفة التي تم إعتمادها في ألمانيا وأستراليا وفي حزمة ضريبة القيمة المضافة الجديدة في الإتحاد الأوروبي، من الممكن رؤية الفوائد والحدود الرئيسية لهذه الأحكام الجديدة.

في الواقع تتمتع المنصات بمكانة مفيدة، حيث يمكنها الوصول إلى المعلومات ذات الصلة حول نوع المعاملات التي تتم من خلالها. بسبب عنصر التوصيف هذا، من الممكن جمع ضريبة القيمة المضافة من خلالهم بشكل أكثر فعالية من تقييم وجمع هذه الضريبة على أساس مورد واحد. إلا أن هذه الأنظمة الجديدة تزيد من الأعباء البيروقراطية والتكاليف على المنصة، حتى إذا كانت هناك أحكام تحد من المسؤولية من خلال النظر في عمل النظام الأساسي، وحقيقة أنه قد يتم تزويد المنصات بمعلومات خاطئة ولا يمكنها أن تعرف بشكل معقول أن المعلومات المقدمة صحيحة، فإن عبء الإثبات هذا يمكن أن يكون بمثابة رادع جديد الأعمال، ومع ذلك يمكن تحقيق التنفيذ التقني لهذا الحكم بأدوات تكنولوجيا المعلومات والإتصالات ذات الصلة، مما قد يسهل الإمتثال.

أخيرًا على الرغم من حقيقة أن هذه الإجراءات ليست بعيدة عن الكمال، فإنها لا تزال تمثل خطوة إلى الأمام في محاولة الوصول إلى مستوى أعلى من الإمتثال لضريبة القيمة المضافة، وبالتالي تجنب التهرب المحتمل من ضريبة القيمة المضافة والإحتيال، وفي نفس الوقت حماية

الإيرادات العامة. مما لا شك فيه، يمكن للمنصات الإعتماد على معلومات أكثر دقة حول المعاملات التي تتم في أسواقها عبر الأنترنت وإستغلال هذه الميزة من قبل السلطات الضريبية يتماشى تمامًا مع تطوير نظام ضريبي جديد حديث يعتمد بشكل متزايد على أطراف ثالثة.

قائمة المراجع:

أولا: المراجع باللغة العربية

1. OCDE. (12, 2019). *دور المنصات الرقمية في جمع ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات على المبيعات عبر الإنترنت*. تاريخ الإطلاع 15 02, 2020، من https://www.ocde.org/tax/tax-policy
2. OCDE. (2017). *آليات للتحصيل الفعال لضريبة القيمة المضافة أو ضريبة السلع والخدمات حيث لا يقع المورد في نطاق الاختصاص الضريبي*. OCDE.
3. OCDE. (2019). دور المنصات الرقمية في جمع ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات على المبيعات. 117-119.
4. OCDE. (2019). *دور المنصات الرقمية في جمع ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات على المبيعات عبر الإنترنت*.
5. OCDE. (2020). *معاللجة التحديات الضريبية في رقمنة الإقتصاد*. تاريخ الإطلاع 15 02, 2020، من:
File:///C:/Users/SI216/Downloads/Documents/public-consultation-document-addressing-the-tax-challenges-of-the-digitalisation-of-the-econom
6. ليام إبريل ومايكل كين وفيكتوريا بيري. (2001). *ضريبة القيمة المضافة الحديثة*. صندوق النقد الدولي.
7. المفوضية الأوروبية. (10 10, 2019). *حزمة إنتهاكات أكتوبر: القرارات الرئيسية 10 أكتوبر 2019*. تاريخ الإطلاع 15 02, 2020، من https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/inf_19_5950
8. المفوضية الأوروبية. (2016). *تقييم الأثر المصاحب لمقترحات الوثيقة لتوجيه المجلس، .* المفوضية الأوروبية.
9. المفوضية الأوروبية. (2019). *دراسة وتقارير عن فجوة ضريبة القيمة المضافة في الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي-28: التقرير النهائي لعام 2019*.
10. منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية. (2019). *دور المنصات الرقمية في جمع ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات على المبيعات عبر الإنترنت ؟، 12*.

ثانيا: المراجع اللغة الأجنبية

11. ATO. (2020). *GST on low value imported goods*. Retrieved 02 15, 2020, from https://www.ato.gov.au/General/New-legislation/In-detail/Indirect-taxes/GST/GST-on-low-value-imported-goods
12. Bal, A. (2018). *Managing EU VAT Risks for Platform Business Models.* 72 Bulletin for International Taxation 4.
13. Beretta, G. (2018). *VAT and the Sharing Economy.* World Tax Journal 3.
14. Cannas, F., Vecchio, C., & Pellegrini, D. (2016). *Policy note: A New Legal Framework Towards a Definitive EU VAT System: Online Hosting Platforms and E-Books Reveal Unsolved Problems on the Horizon.* 46 Intertax, 8/9, .

15. Dijk, L. v.-v., & Griffoen, M. (2019). *Eu VAT Note: Online Platforms: A Marketplace for Tax Fraud?, (2019)* . 47 Intertax 4.
16. Ehrke-Rabe, T. (2019). *Big data in tax collection and enforcement, in Werner Haslehner and others (eds.) Tax and the Digital Economy: Challenges and Proposals for Reform.* Kluver Law International.
17. Ehrke-Rabel, T. (2018). Third parties as suplementaries to transparency, in Funda Busran and Johanna Hey, Transparency in taxation. *EATLP Congress Papers.*
18. Eurostat. (2019). *E-commerce statistics*. Retrieved 02 09, 2020, from https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics (2019) accessed 09 February 2020.
19. Grambeck, H.-M. (2019). *Electronic Marketplace may be held liable for German VAT – New Rules Entered into Effect on 1 January 2019.* International VAT Monitor 1.
20. Gruson, M. M. (2019). *Definitive VAT Regime: Ready for the Next Step?* 28 EC Tax Review 3.
21. Hadzhieva, E. (2019). *Impact of Digitalisation on International Tax Matters. Challenges and remedies.* European Parliament.
22. James Manyika .(2014) .*Global Flows in a Digital Age: How Trade, Finance, People, and Data Connect the World Economym* .McKinsey Global Institute : https://www.mckinsey.com/media/McKinsey/Featured%20Insights/Globalization/Global%20flows%20in%20
23. Lamensch, M. (2018). Adoption of the E-Commerce VAT Package: The Road Ahead Is Still a Rocky One. *27 EC Tax Review 4* , 186-195.
24. Lamensch, M. (2018). *Rendering Platforms Liable to Collect and Pay VAT on B2C Imports: A Silver Bullet?* International VAT Monitor, European Union, .
25. Sijbren Cnossen .(2015) .*Mobilizing VAT revenues in African countries* .International Tax and Public Finance.
26. *Tax Certainty*. (2017, 03). Retrieved 02 09, 2020, from http://www.oecd.org/tax/tax-policy/tax-certainty-report-oecd-imf-report-g20-financeministers-March-2017.pdf

الهوامش:

(1) ومن الجدير بالذكر أن العديد من المنصات الرقمية قد اتخذت مبادرات عفوية للتواصل مع موردیها الأساسيين بشأن التزامات ضريبة القيمة المضافة أو ضريبة السلع والخدمات في الولايات القضائية الضريبية المختلفة. وهذا يشمل تشغيل المنتديات عبر الإنترنت لمنتديات المنصات على المنابر حيث يمكن أن تكون المعلومات حول القضايا التنظيمية العامة بما في ذلك الضرائب مشترك.

(2) أوصى تقرير 2013 "الإمتثال التعاوني في إطار العلاقة المحسنة"، وإستنادًا إلى تحليل مفصل للتجارب العملية في العديد من البلدان، بأن تطور السلطات الضريبية علاقة قائمة على الثقة والتعاون. ويستند التقرير إلى فحص مفصل للتجارب العملية للبلدان التي أقامت هذا النوع من العلاقات. منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية، "الإمتثال التعاوني في إطار العلاقة المحسنة"، (2013).

(3) سيدخل نظام المسؤولية هذا حيز التنفيذ بعد فترة مؤقتة والتي تختلف إعتمادًا على ما إذا كان التاجر مؤسسًا داخل أو خارج الإتحاد الأوروبي أو المنطقة الإقتصادية الأوروبية. في الحالة الأولى، سيتم تطبيق نظام المسؤولية إعتبارًا من 1 أكتوبر 2019، بينما في الحالة الثانية، فيكون إعتبارًا من 1 مارس 2019. هذه الفترة المؤقتة تعمل على إعطاء إمكانية (في وقت معقول) للتجار لتقديم طلب للحصول على شهادة ضريبة القيمة المضافة في مكتب الضرائب المختص.

[4] تعديل قانون الضرائب **(ضريبة السلع والخدمات على المبيعات)** الأسترالي لمعالجة المعاملات عبر الحدود. مشروع قانون 2015.

تحديات تكييف النظام الضريبي مع التجارة الالكترونية

THE CHALLENGE OF ADAPTIG THE TAX SYSTEM TO ELECTRONIC COMMERCE



حمري نجود[1]، حمري نوال[2]

Hamri Noudjoud[1], Hamri Naouel[2]

جامعة آكلي محند أولحاج البويرة (الجزائر) ؛ مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . حالة ولاية البويرة .

noudjoud.hamri@univ-bouira.dz

جامعة الجزائر1 بن عكنون (الجزائر)؛ *hamrihakri@hotmail.fr*

الملخص:

تواجه الأنظمة الضريبية تحديا أمام المبادلات التجارية الافتراضية التي يتعذر معها تكييف السياسات الجبائية خاصة وأن التجارة الالكترونية ألغت كل الحدود الجغرافية للدول، الأمر الذي يشكل تحديا أمام التشريعات الجبائية فيما يتعلق بالمعاملة الضريبية والتحصيل الضريبي، وجاءت هذه الورقة البحثية لتؤكد أن النظم الضريبية في العالم لم تستطيع التجاوب مع المستجدات التكنولوجية الرقمية فبقيت بين معارض ومؤيد، وبالرغم من محاولات فرض نظم ضريبية إلا أنها لاقت انتقادات، فالواقع يثبت عدم وجود تشريع وقانون دولي موحد حتى بين الدول المتقدمة نفسها حول التكييف الجبائي للتجارة الالكترونية، لكن تبقى ضرورة تطوير اللوائح الجبائية لمواكبة الاقتصاد الرقمي ضرورة لتحقيق العدالة الضريبية

كلمات مفتاحية: المعاملات الالكترونية، التجارة الالكترونية، النظم الضريبية، الجباية الالكترونية.

تصنيفات JEL : K4، F4، H2

Abstract:

Tax systems face a challenge to virtual trade exchanges with which tax policies cannot be adapted, especially as electronic commerce has eliminated all geographical boundaries of countries, which poses a challenge to tax legislation regarding tax treatment and tax collection, and this research paper came to confirm that tax systems in the world have not been able In response to digital technological developments, I remained between opponents and supporters, and despite attempts to impose tax regimes, they were criticized. Indeed, there is no unified international legislation and law even among developed countries themselves about the fiscal adaptation of electronic commerce, but the need to develop tax regulations to keep pace with the digital economy remains a necessity. To achieve tax justice.

Key words: *electronic transactions, electronic commerce, tax systems, electronic taxation*

JEL Classification Codes : K4, F4, H2

مقدمة:

يقوم الاقتصاد الافتراضي على أسواق ومنشآت افتراضية تلغي قيود الزمان والمكان من خلال التجارة الإلكترونية وعليه فإنه من الصعوبة بمكان في اقتصاد المعرفة تطبيق القوانين والقيود المألوفة في الاقتصاد الحقيقي، لهذا فمن أكبر المشاكل التي تواجهها التجارة الإلكترونية كونها غير خاضعة للجهات الرقابية الضريبية في مختلف دول العالم خاصة في الدول النامية، حيث أن كثيراً مِن العاملين في هذا المجال ربحوا الكثير مِن المال دون الخضوع لأيً مِن القوانين الضريبية وعدم دفع أي مِن مستحقات الدولة في هذه التجارة.

ولهذا فقد تم سن تشريعات وقوانين دولية لإلزام القائمين على التجارة الإلكترونية بالخضوع للقوانين الضريبية وفقاً لمصدر وقيمة الدخل ومكان الإقامة، وتبقى هذه القوانين تواجه بعض التحديات مثل صعوبة تحديد هوية مستخدمي التجارة الإلكترونية وعدم إمكانية تعقب الصفقات التجارية التي يتم إقامتها عن طريق وسائط إلكترونية، كما أنه ما مِن مستندات أو أوراق توثق هذه الصفقات التجارية، هذا وإن موضوع فرض الضرائب على التجارة الالكترونية ينظر إليه من وجهتي نظر مختلفتين، الأولى ترى أن إخضاع الصفقات الالكترونية إلى الضرائب يعد كبحا للتطور التكنولوجي، في حين ترى وجهة النظر الثانية أن الإعفاء الضريبي للمعاملات التجارية الالكترونية يؤدي حتما إلى حرمان خزينة الدولة من إيرادات مهمة.

. إشكالية البحث: يبقى فرض الضريبة على الممتهنين للتجارة بمختلف أنواعها وأساليبها وطرقها توجها عالميا لتحقيق العدالة الضريبية، فهو يصب في مصلحة الاقتصاد الوطني كما أنه يظهر عدالة بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية خاصة في ظل المؤشرات التي تظهر ازدياد حجم التجارة الالكترونية في العالم حيث أن مبيعات التجارة الإلكترونية حول العالم تصل إلى معدل سنوي بقيمة 25.3 تريليون دولار، وأن النسبة الكبرى من قيمة تلك التجارة الإلكترونية تمثل 22.4 تريليون دولار تتم بين الشركات، هذا ما يؤكد ضرورة فرض الضرائب على هذه المعاملات التجارية الالكترونية الضخمة.

وفي ظل هذه المعطيات تتضح معالم الإشكالية في طرح السؤال التالي: كيف يمكن إخضاع معاملات وصفقات التجارة الالكترونية للنظام الضريبي؟ وما هي التحديات التي تواجه هذا التكيف الضريبي من الناحية القانونية في الجزائر ؟

. فرضية البحث: إن استخدام الأنشطة الاقتصادية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال يشكل تحدي كبير في المعالجة الضريبية للصفقات التي تتم عبر التجارة الالكترونية.

. أهمية البحث: يستمد هذا البحث أهميته من التطور الكبير في حجم التجارة الالكترونية الذي يفرض بالضرورة النظر في تكييف هذا النوع من التجارة إلى تشريعات ضريبية تتلاءم نصوصها مع الصفقات والمعاملات والأرباح الناتجة عنها والتي تختلف في مجملها عن تلك النصوص الضريبية المتعلقة بالتجارة التقليدية، لذا لا بد أن تتلائم التشريعات والضوابط الجبائية مع تطور تقنيات المعلومات والاتصال لتطال الضريبة معاملات التجارة الالكترونية.

الدراسات السابقة: من أهم الدراسات التي تناولت الضريبة على التجارة الالكترونية نذكر:

دراسة دادن عبد الوهاب (2004): حيث عالجت هذه الدراسة الجباية الافتراضية والتجارة الالكترونية :النقاشات، المشاكل والتحديات، وانصب اهتمام هذه الدراسة حول المعاملة الضريبية للصفقات التجارية الالكترونية، وترى أنه لا يمكن للنظام الضريبي أن يكون فعالا ما لم يستجيب للأحداث والمستجدات التكنولوجية التي تعد سببا في إثارة حيرة وقلق الحكومة في مسألة الجباية بالرغم من كونه يتيح فرصا لا متناهية أمام المتعاملين في الفضاء الالكتروني وانتهت الدراسة بضرورة صياغة جديدة للجباية من طرف الدول والمنظمات العالمية تتماشى مع خصوصية التجارة الالكترونية

ـ **دراسة رأفت رضوان، رشا عوض، ولاء الحسيني(2006):** عالجت هذه الدراسة الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية من خلال تقديم إطارا عاما مقترحا لتطبيق الضرائب على المعاملات الالكترونية، يتضمن أربعة مكونات رئيسية هي الإطار المفاهيمي، الإطار التشريعي، الإطار الإجرائي، والإطار التنفيذي،حيث يحاول هذا الإطار المقترح توفير البيئة الملائمة لتحقيق الأهداف المنشودة للنظام الضريبي الذي يعد حجر الزاوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ـ **دراسة سهاد كشكول عبد (2013) :** بعنوان أثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب، حيث ترى هذه الدراسة أن هناك اهتمام كبير من طرف الدول النامية حول فرض الضريبة على التجارة الالكترونية لكن هناك الكثير من العقبات أهمها افتقار البنية المالية المناسبة لتسهيل عملية الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى قلة وعدم كفاءة الكادر الضريبي القادر على التعامل مع التطبيقات التقنية والحديثة للتجارة الإلكترونية، حيث أوصت الدراسة بضرورة تطوير التشريعات الضريبية بما يتلائم مع التطورات التقنية الحاصلة في عالم الانترنيت والعمل على تأهيل البنى التحتية للدوائر الضريبية وأتمتها وربطها بشبكة الانترنيت منعا للإزدواج الضريبي المحلي والعالمي.

ـ **دراسة سامر محي عبد الحمزة (2010) :** عالجت هذه الدراسة ضرائب أرباح التجارة الالكترونية عابرة الحدود (المعوقات والحلول المطروحة)،حيث تناولت التحدي الذي تمثله التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية الوطنية في العراق، ومعوقات فرضها سواء تعلق الأمر بالمعوقات السياسية أو الفنية، وقد توصلت الدراسة إلى أن إخضاع الأرباح الالكترونية للضريبة لا زال أمرا في طور النمو في البلدان العربية ولم يتخذ صيغة النظام القانوني المتكامل والدليل هو تباين مواقف التشريعات الضريبية، حيث أوصت الدراسة بضرورة توسيع التعاون الإقليمي والدولي لتجنب الازدواج الضريبي على السلع الالكترونية عن طريق المنظمات الدولية وفي مقدمتها الأمم المتحدة ومنظمة التجارة العالمية.

ـ **تقسيم البحث :** بهدف الإحاطة قدر المستطاع بمتطلبات البناء الفكري الذي يمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم تقسيم ورقتنا البحثية على النحو التالي:

ـ الاطار النظري للتجارة الالكترونية

ـ الجباية الالكترونية

ـ تحديات تكيف الضرائب مع التجارة الالكترونية

ـ قانون التجارة الالكترونية في الجزائر(بين الأفضلية للممارسات والعقوبات والتجاهل الكلي للضريبة)

أولا: الاطار النظري للتجارة الالكترونية

أ- مفهوم التجارة الالكترونية:

تقنية المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي للتجارة الإلكترونية، ومصطلح التجارة الإلكترونية عرف عدة مفاهيم في الأدبيات المعاصرة، نذكر منها:

ـ «التجارة الإلكترونية هي مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الانترنت، وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خدمات المعلومات المالية والقانونية ...الخ، وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف. انترنت والشبكات المعلوماتية» (Alain charles & Ahmed, 2005, p. 110)

ـ "تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية المشابهة» (علي السبئي، 2017)

ـ منظمة التجارة العالمية تعرف التجارة الالكترونية أنها :" مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات"(OMC, 2017)

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية (العيسوي، 2003، صفحة 12):

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات
- عملية تسليم المشتريات

ـ أما تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية يشير أن "التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعاملات والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية على اختلاف أشكالها سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة "، ونجد بأن هذا ركز هذا التعريف على:

- طبيعة المتعاملين
- طبيعة البيانات المتبادلة
- لم يوضح عملية التبادل نفسها وإجراءاتها

2. خصائص التجارة الالكترونية :

لقد ارتبطت التجارة الإلكترونية وتداخلت مع عدة مصطلحات مرافقة من بينها:

أ- **الأعمال الالكترونية:** حيث تعتبر شركة IBM أول من أطلق التعبير اللفظي للأعمال الالكترونية Electronic Business سنة 1997 (عبود نجم، 2004، صفحة 45)، وتعرفها أنها قطاع حيوي و تفاعلي تمثله الانترنيت، كما تعرف بأنها "استخدام الوسائط الإلكترونية بما فيه الانترنت لأداء الأعمال' (طه، التسويق و التجارة الالكترونية ،، 2005، صفحة 332)

وبهذا تعتبر التجارة الالكترونية جزءا من بيئة الأعمال الالكترونية لان هذه الأخيرة أكثر اتساعا وشمولا.

ب- **الأسواق الالكترونية:** تعرف بأنها "تنفيذ كافة الأنشطة المتعلّقة بالوظيفة التسويقية، مثل الإعلان والبيع وتوصيل السلع والخدمات وخدمة ما بعد البيع الإلكتروني باستخدام الويب» (النجار و آخرون، 2006، صفحة 92).

وعلى هذا فالسوق الالكترونية جزء من التجارة الالكترونية .

. هذا وتتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص نذكر منها :

1. عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونياً ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق، ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.

2. التعامل مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جداً من المستقبلين وفي نفس الوقت.

3. يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات، إذ يلتقي البائع و المشتري على شبكة الانترنيت في سوق افتراضي.

4. إن عملية التبادل التجاري الالكتروني تتم بأعلى درجه من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة حيث تعتمد على التبادل الالكتروني للبيانات Electronic Data Interchange والمستندات كإرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى (زوينة و كريدر، 2010، صفحة 177)

5. تشكل التجارة الالكترونية عاملا "محفزا "للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، فالمنافسة تكون على أشدها من اجل الحصول على اكبر حصة سوقية.

6. استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هنالك أي تدخل مباشر لطرف ثالث .

7. معايير كونية Universel Standards أي أن تعاملات التجارة الالكترونية تخضع للمعايير الدولية وهي المعايير المقبولة و المشتركة بين جميع دول العالم، فبرامج التعامل مع المواقع و التصفح عبر الصفحات الالكترونية لشبكة الانترنيت موحدة ومتعارف عليها (طه، مرجع سابق ، صفحة 339).

3 . البنية التحتية للتجارة الالكترونيةEC infrastructure :

تشمل البنية التحتية الإلكترونية للتجارة الإلكترونية أربعة ركائز:

- الأجهزة: وتتضمن

. حواسيب آلية ومخدمات.Computers and Servers

. مسيِّر وموجه المعلومات.Routers

. كابلات وتقنيات حديثة للاتصالات...Fiberoptics, Space channel, etc

- البرمجيات: وتتضمن:

. برمجيات التشغيل.Operating Systems

. وبرمجيات الاتجار بالإنترنت.

. حزم برمجيات التجارة الإلكترونية وهي عبارة عن برمجيات خاصة تسمح بإتمام عمليتي البيع والشراء الآني عبر الإنترنت.

- مقدمو خدمات التوصيل بالشبكات العامة المفتوحة كالإنترنت.(Internet Service Providers)
- الخدمات المخولة:Enabling Services وهي خدمات تتعلق بإتمام الصفقة التجارية كالإعلان.

4 . وسائل الدفع في التجارة الالكترونية :

اتسع نطاق التجارة الالكترونية نتيجة التطور الرهيب في الأساليب الحديثة المستخدمة في كافة مجالات الحياة، ، حيث أخذت الأساليب التقليدية للدفع تتراجع أمام نمو و انتشار النظام الالكتروني للدفع.

وتصنف وسائل الدفع الالكتروني بالاعتماد على توقيت الدفع ضمن ثلاثة أنظمة:

أ- **نظام الدفع الالكتروني المسبق**: يشمل هذا النظام النقود الالكترونية و البطاقات الذكية .

- النقود الالكترونية أو الرقمية Digital Money: يعرفها صندوق النقد الدولي على أنها قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة في شكل الكتروني أو في ذاكرة الكترونية لصالح المستهلك (بوعافية، 2014، صفحة 113) ، وهي لا تخضع في إصدارها إلى سلطة البنك المركزي، إلا أن العديد من المصارف المركزية اليوم تنادي بحق إصدار النقود الالكترونية على المصارف وحدها كما هو في أوربا و خاصة ألمانيا

- البطاقات الذكية Smart card : هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، يثبت عليها شريط ممغنط، عليه رقم كودي يحمل شريحة الكترونية مزودة بذاكرة، تكون قادرة على أن تخزن و تسترجع و تعالج حميع البيانات (عبد الخالق، 2006، صفحة 182)، ومن أهم خصائصها أنها تعبر عن قيمة نقدية مخزنة مدفوعة، بالإضافة أنها متعددة الوظائف فهي تلعب عدة أ دوار كرخصة القيادة وبطاقة التأمين الصحي وبطاقة العمل، فهي تمثل أفضل حماية ضد التزوير و سوء الاستغلال، مع انخفاض نسبة الخطأ فيها .

ب- **نظام الدفع الفوري Debit card** : يشير هذا النظام من خلال تسميته إلى تسديد قيمة المشتريات لحظة إنجاز الصفقة دون تأجيل، ويتم عن طريق بطاقة السحب المباشر، التي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة .

ت- . **نظام الدفع الالكتروني المؤجل :** يعتمد هذا النظام على البطاقة الائتمانية و الشيك الالكتروني :

- البطاقة الائتمانية : هي بطاقة بلاستيكية تصدرها المصارف، تحمل معلومات شخصية لحاملها، حيث يتكفل المصرف بدفع قيم مشتريات العميل (حامل البطاقة) في مواقع البيع.
- الشيك الالكتروني : هو وثيقة الكترونية تحمل نفس البيانات و المعلومات الموجودة في الشيك الورقي لكن بشكل الكتروني مؤمن، حيث يتم ارساله عبر البريد الالكتروني من المشتري إلى البائع، هذا أخير الذي يحصل على مستحقاته بعد تقديم الشيك للبنك عبر الانترنيت

5 . مزايا التجارة الالكترونية :

التجارة الإلكترونية تقدم مكاسب كبيرة للدول الغنية والفقيرة على حد سواء، وأيضا عدة مكاسب سواء للأفراد أو المنظمات نلخصها في ما يلي :

أ- **المزايا بالنسبة للأفراد :**

1. توفير الوقت و الجهد : فالأسواق الالكترونية مفتوحة بشكل دائم، ولا يحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار

2. حرية الاختيار : توفر التجارة الالكترونية فرصا رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنيت، بالإضافة إلى إمكانية تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن مواصفات و أسعار المنتجات .

3. خفض الاسعار : تمكن التجارة الالكترونية من الحصول على منتجات بأسعار منخفضة مقارنة بالمتاجر التقليدية لأن الشراء الالكتروني تدخل في نطاقه عمليات الخصم الكبيرة التي تعلنها معظم الشركات.

ب- **المزايا بالنسبة للشركات :**

1. تسويق أكثر فعالية، وأرباح أكثر، فمن خلال التسويق الالكتروني تعرض الشركات منتجاتها و خدماتها في مختلف دول العالم دون انقطاع فهي تتجاوز الحدود والقيود الجغرافية إلى نطاق عالمي.

2. تمكّن التجارة الإلكترونية الموردين من تحسين أوضاعهم التنافسية من خلال جعلهم أقرب إلى العميل (رأفت، 2000 ، صفحة 40) عن طريق تقديم وتطوير خدمات ما قبل وبعد البيع والاستجابة السريعة لطلبات السوق.

3. وفورات هائلة في التكاليف: المؤسسات ليست مضطرة لإنفا ق مبالغ ضخمة للترويج لمنتجاتها وإقامة معارض والاستعانة برجال البيع.

4ـ عولمة المعلومة : جوهر التجارة الالكترونية يقوم على تجاوز الحدود حيث أصبحت المعلومة ذات توجه عالمي ساعدت الشركات المتوسطة و الصغيرة للوصول إلى أسواق العالم بأقل التكاليف (أحمد قنديل، 2004) والمنافسة فيها و العثور على المزيد من العملاء وأفضل الموردين وأفضل الشركاء في العالم.

5ـ التحكم في المخزون: تسمح التجارة الإلكترونية بتقليل المخزون إلى أقصى حد ممكن، مع إمكانية تطبيق الأسلوب الياباني Just in time التصنيع في الوقت المناسب، وجعل المخزون السلعي صفر.

ت- المزايا على مستوى الاقتصاد الكلي:

1. التجارة الالكترونية أداة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة

2ـ التجارة الإلكترونية أداة لزيادة الشفافية الحكومية وتحسين خدماتها

3. ـ التجارة الالكترونية أداة لتحسين رصيد الميزان التجاري وتدفق العملة الصعبة

4ـ التجارة الالكترونية أداة لزيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي

5ـ التجارة الالكترونية أداة لتعظيم الاستفادة من الفرص المتاحة في سوق التكنولوجيا

6 . الطبيعة القانونية للتجارة الالكترونية :

صحيح أن قيام التجارة الالكترونية يتطلب بنية تحتية تتمثل في البنية التقنية التي تعتمد على استخدام شبكة معلومات دولية تعتمد على الانترنيت، ووسائل دفع الكترونية، إلا أن هذا لا يضمن بقائها واستمرارها ما لم تدعم بمتطلبات تشريعية تضمن الحقوق والواجبات لكافة الأطراف المشاركة ، ذلك أن أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية حول أثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة ومدى حجة العقود الالكترونية المطبقة فيها.

لذلك سنحاول أن نعرج على العقود التي تحكم التجارة الالكترونية .

1 . 6 . العقود الالكترونية : إن العقد بصفة عامة، يتمثل في تلاقي إرادتين أو أكثر على إحداث أثر قانوني معين، كما أن العقد من حيث تكوينه إما أن يكون رضائيا أو شكليا أو عينيا، و هو من حيث الأثر، إما أن يكون ملزما للجانبين أو ملزما لجانب واحد، وإما أن يكون محددا أو احتماليا ، وإن العقد الالكتروني لا يخرج في بنائه و طبيعته وأركانه عن هذا السياق، لكن ما يميزه هو مدى تأثير الطابع الالكتروني والوسائط الالكترونية عليه .

فرغم استخدام تعبير" التعاقد الالكتروني" كثيرا في مداولات لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي لم يوضع تعريفا محددا له، ويظهر مع ذلك من مداولات اللجنة أن هذا التعبير يستخدم للإشارة إلي تكوين العقود عن طريق الاتصالات الإلكترونية أو "رسائل البيانات" بالمعني الوارد في المادة 2 من قانون الأونستيرال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية

و قد عرف الفقهاء العقود الالكترونية بأنه «ا ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل للرسائل بين البائع و المشتري والتي تكون قائمة على صيغ معدة سلفا ومعالجة إلكترونيا، وتنشئ التزامات تعاقدية» (رباحي، الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني، 2013، صفحة 99)وعرفه البعض بأنه «العقد الذي يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول عبر شبكة اتصالات دولية باستخدام التبادل الالكتروني للبيانات، بقصد إنشاء التزامات تعاقدية»

كما اختلف الفقهاء بشأن طبيعته فمنهم من يرى أن العقد الالكتروني هو من عقود المساومة في حين يذهب رأي ثاني إلى اعتباره من عقود الإذعان.

*. **العقود الالكترونية هي من عقود المساومة** : اعتبر هذا الفريق أن العقد الالكتروني هو عقد من عقود المساومة، تتساوى فيه إرادة كل طرف مع إرادة الطرف الآخر، وتتبادل فيه النقاشات بكل حرية، وليس للمتعاقد فيه أن يطالب بأي حماية

خاصة، وله مطلق الحرية في التعاقد مع أي منتج أو مورد آخر إذا لم تعجبه الشروط المعروضة على شاشة الانترنيت (رباحي، مرجع سابق، صفحة 102)، ويستطيع الانتقال من موقع إلى آخر واختيار ما يشاء و ترك ما يشاء.

*- **العقود الالكترونية هي من عقود الادغان :** إن المنافسة الحرة قد خلقت إذعانا جديدا، جعلنا نحس بحرية الاختيار في ما نحتاجه من سلع و خدمات معروضة، فهل يمكن أن يذعن الكل؟ هذه المعطيات أبعدت الفقه و القضاء الحديث عن المفهوم التقليدي للاذعان، حيث اتجه إلى اعتبار العقد الالكتروني أحد أنواع عقد الإذعان بالمفهوم الواسع لهذا العقد، الذي يقوم على خرق مبدأ سلطان الإرادة، لأنه لا يقبل المناقشة.

كما أن القانون الإنجليزي يعتبر عقود التجارة الإلكترونية هي بمثابة عقود إذعان، وإن لم يصرح بذلك صراحة علي اعتبار أن المتعاقد لا يملك إلا أن يضغط في عدد من الخانات المفتوحة أمامه في موقع البائع أو المشتري على المواصفات التي يرغب فيها من السلعة، وعلى الثمن المحدد سلفا الذي لا يملك مناقشته أو المفاوضة عليه مع المتعاقد الآخر وكل ما يتاح له هو إما قبول العقد برمته أو رفضه كلية (بن سامي، 2003، صفحة 62).

المحور الثاني: الجباية الالكترونية

لم يعد كافيا أن ترتقي الحكومة الكلاسيكية بأساليبها لمواجهة التغييرات التي أحدثها ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بل أضحى من الضروري إعادة النظر جذرياً في نموذجها وابتكار نموذج آخر جديد تماماً يسمى الحكومة الالكترونية، هذه الحكومة التي تلامس حاجات الأفراد تماما كما فعلت وتفعل الحكومات الكلاسيكية، وهي لن تكون بديلا عنها بل الوجه الآخر لها ولكن في الفضاء الإلكتروني، حيث تطبق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوظائف والإجراءات الحكومية بهدف زيادة الكفاءة والشفافيّة، كما تتيح فرص التواصل بسلاسة بين المكاتب الحكوميّة المختلفة، وتضع المعلومة في متناول الأفراد وذلك لخلق علاقة شفافة تتصف بالسرعة والدقة تهدف للارتقاء بجودة الأداء، فهي تعمل على خلق بيئة أفضل للأعمال.

1. ضبط المفاهيم الضريبية :

لعل أهم قطاع تعمل فيه الحكومة على تبسيط التفاعل والتعاملات بينها وبين قطاع الأعمال هو القطاع الضريبي لتمكين المواطنين من ربطهم بنظام الكتروني لتقديم الخدمات الضريبية اتجاه الدولة، لكن الحديث عن الضريبة الالكترونية والضريبة على التجارة الالكترونية يجعلنا نفرق بين هذين المفهومين، حيث نجد الكثير يذهبون إلى أن الضريبة الالكترونية والضريبة على التجارة الالكترونية تعني معنى واحدًا، وليس بينهما فرق، ولكن الحقيقة أن هذين المصطلحين يختلفان في المعنى ويمكن أن نوضح ذلك:

أ- مفهوم الضريبة الالكترونية:

تعرف الضريبة عامة بأنها اقتطاع نقدي جبري تفرضه الدولة على المكلفين وفقا لقدراتهم، وبلا مقابل وذلك لتغطية الأعباء العامة وتحقيق أهداف الدولة المختلفة (الحاج، 2009، صفحة 47)،

ويسري هذا التعريف في مضمونه على الواقع الرقمي والافتراضي، وما تغير هو شكل الإدارة الضريبية فقط، الذي توجب عليها تحديث نظامها إلى نظام ضريبي الكتروني، وعلى هذا تعرف الضريبة الالكترونية بأنها ممارسة دفع الضرائب بكل أنواعها (الضريبة على الدخل، الضريبة على أرباح الشركات ، الرسم على القيمة المضافة، الرسوم الجمركية ...) بواسطة الانترنيت، أي

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دفع الضرائب المستحقة بهدف تبسيط الاجراءات الحكومية واعتمادها النظام الضريبي الالكتروني.

ب- . مفهوم الضريبة على التجارة الالكترونية:

تعرف أيضا باسم الجباية الالكترونية، وهي تعني فرض ضرائب على كل التعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنيت، والتي تتطلب بنية تحتية وبنية تشريعية لسن القوانين التي تنظم هذا النوع من الضرائب على المعاملات الالكترونية. من خلال التعريفين يتضح الفرق بين كل من الضريبة الالكترونية والضريبة على التجارة الالكترونية فالأولى هي إحدى مفرزات الحكومة الالكترونية أي تحصيل الضرائب بطريقة الكترونية بعد ما كانت تدفع نقدا، في حين الثانية تعبر عن قدرة وكفاءة الأداء الضريبي في تحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عبر الانترنيت.

2 . العلاقة بين الضريبة والتجارة الالكترونية:

تشهد البشرية في عصرنا تغيرات جذرية لم تشهدها من قبل في نمط الإنتاج والاستهلاك والتبادل والاتصال، حيث غيرت في أسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة منذ أن دخلت في حياتنا التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصال (كشكول عبد، صفحة 429)، حيث مست كل القطاعات الاقتصادية، المالية والمصرفية والتجارية إلى درجة تحولت معها الممارسات والتشريعات والقوانين لتواكب هذا التطور، فشبكة الانترنيت فتحت أفاقا لمنظمات الأعمال والأفراد والدول على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي في العالم، حيث أصبحت الصفقات التجارية تتم الكترونيا، وهذا ما يثير تحدي التجارة الالكترونية على التشريع الضريبي القائم، خاصة في ظل دعم الحكومات عملية الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية التي أحدثت ثورة في عالم المال والأعمال.

نعلم أن هيكل النظام الضريبي يقوم على أساس:

- اللوائح والقوانين والتشريعات الصادرة من الدولة
- الجهات الحكومية المكلفة بتحصيل الضرائب
- الأفراد سواء كانوا طبيعيين أو معنويين الخاضعين للضريبة

لكن في ضوء التقنيات الحديثة للاتصالات التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية، يظهر قصور في العلاقة بين هيكل النظام الضريبي ومستحدثات تقنيات المعلومات، هذا القصور نترجمه في ثلاث فجوات تعد دعامة هيكل النظام الضريبي (رضوان و آخرون، ، الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية؛ ،، 2002، صفحة 6):

أ - الفجوة التشريعية: قامت الكثير من الدول بسن قوانين تنظم تجارتها الالكترونية إلا أن التشريعات والقوانين لم تستطيع تنظيم أساليب تحصيلها ولا حتى المنازعات الضريبية، وعليه يتوجب على الدول إجراء تعديلات وصياغة قوانين تتلاءم وطبيعة التعاملات التجارية الالكترونية.

ب - الفجوة الإدارية: تختص الإدارة الضريبية بتنفيذ القوانين والتشريعات، لكن هذه الإدارة في ظل المبادلات الالكترونية تعاني قصورا في حصر وتحصيل الضرائب من هذه المعاملات، فهي تحتاج إلى تهيئة الكوادر العلمية والفنية العاملة في إدارة الضرائب لمواكبة التطورات الحاصلة في الأنظمة المعلوماتية.

ت - الفجوة المفاهيمية: بالرغم من تطور حجم التجارة الالكترونية في العالم إلا أن هناك قصورا قانونيا في تحديد طبيعة بعض المعاملات التجارية التي تتم عبر الأنترنيت حتى يتم فرض الضريبة عليها، مثل منتجات كالصور والتسجيلات الموسيقية فتقوم بتحميلها كمنتجات رقمية ثم تقوم بطباعتها وتصبح بذلك منتجات مادية.

3 . التوجهات الضريبية على تجارة الالكترونية بين الإخضاع والإعفاء::

توفر التجارة الالكترونية للمستهلك كل ما يحتاجه بسرعة وسهولة وأقل تكلفة فأصبحت هي طريقة التسوق المثلى في العالم، كما تطورت معها طرق الدفع من تلك التقليدية المعروفة إلى طرق دفع إلكترونية، كالنقود الالكترونية والشيكات والمحافظ الالكترونية، ومعها تطور حجم التجارة الالكترونية في العالم، وحسب منظمة التجارة الالكترونية (E-Commerce foundation) فإن حجم التجارة الالكترونية يزداد بمعدل 11 % سنويا وقد وصل إلى 27,7 تريليون دولار سنة 2018، فالبعض ما زال يعتقد أن هذا التقدم الهائل ينحصر تأثيره فقط في زيادة الرفاهية لدى الأفراد، ولكن أيضا يمثل إيرادات هامة للدول إذا أتقنت طرق تحصيلها الجبائي.

وعلى هذا اختلفت الآراء بين الإعفاء الضريبي للتعاملات التجارية الالكترونية وبين ضرورة إخضاعها.

أ- التوجه نحو فرض الضريبة:

يرى أصحاب هذا المبدأ ضرورة فرض الضريبة لأنها تشكل أهم مورد لإيرادات الخزينة التي تستخدمها في تغطية النفقات، فالحكومات إن لم تفرض ضرائب على التجارة الالكترونية فإن المستهلكون سيخاطرون بتحويل مشترياتهم إلا الفضاء الإلكتروني، وهو ما سيعمل على تقليص حصة الدولة من جباية الضرائب، بالإضافة إلى تحويل التجار الجزء الكبير من مبيعاتهم عبر الانترنيت للتهرب من دفع الضرائب ففرض الضريبة على التجارة التقليدية وإعفاء التجارة الالكترونية يعد إخلالا بمبدأ العدالة (كامل الشوابكة، 2007، صفحة 518).

وهناك ثلاث توجهات في هذا الصدد (ددان، 2004، صفحة 158.157):

التوجه الأول: وهو التوجه الأمريكي الألماني الذي يرى أن الجباية على الانترنيت يجب أن تستجيب لمبدأ الحياد، مبدأ البساطة، ومبدأ الملائمة.

التوجه الثاني: يرى أصحاب هذا التوجه ضرورة ايجاد قواعد ضريبية جديدة تختلف عن تلك التقليدية، حيث تم اقتراح محاولات تتضمن أفكار لعدد من الرسوم الجديدة منها (صالح، 2005، صفحة 173.172) :

. فرض رسم على المستهلك من خلال الشركات التي تقدم خدمة الانترنيت ويرمز لها ISP

. فرض رسم على التجهيزات الالكترونية وما يتميز به هذا الرسم أنه لا يدفع المؤسسات أو المستعملين إلى الهروب وإعادة التوطن لأن هذا الرسم يعتمد بالأساس على الرابطة المادية التي تتجسد في ربط المستعمل بالشبكة..

. فرض **رسم على البريد الإلكتروني** E.MAIL حيث يهدف هذا الرسم إلى إحداث نوع من التوازن بين الدول المتقدمة والدول الفقيرة، حيث يقضي فرض رسم متواضع لا يتعدى 0.01 دولار على كل 100 رسالة مرسلة عن طريق البريد الالكتروني

. فرض رسم على وحدات التعداد الإلكتروني Bit tax وهو يشبه الرسم المفروض على الانتاج لكن الفرق بينهما أن هذا الرسم لا يستهدف منتوج محدد بل وحدات التعداد الالكتروني مهما كانت الوسيلة المستخدمة (محاضرات عن بعد، البريد الالكتروني، تحويل ملفات، المقاصة بين البنوك،..الخ)، ويقدر هذا الرسم 1% مغابايت.

التوجه الثالث: ويعد كوسيط بين التوجهين السابقين، والذي يتضمن احترام التقنيات الضريبية التقليدية مع الأخذ بعين الاعتبار التجارة الإلكترونية.

ب- التوجه نحو الإعفاء الضريبي:

يرى أصحاب هذا التوجه أن إعفاء تعاملات التجارة الالكترونية من الضريبة يعد نموا للتجارة الالكترونية ويزيد من التطور التكنولوجي، ويذهب البعض الآخر إلى اعتبار التجارة لالكترونية صناعة في مرحلة الطفولة، وفرض أي ضريبة عليها سوف يعيق نمو الانترنيت وهذا ملا يمكن تحمله الآن (الشوابكة، صفحة 519)، ويستند أصحاب هذا الرأي إلى مجموعة من الحجج أهمها:

- تشجيع المنظمات والشركات في دخول صفقات الانترنيت مما يساعدهم في اكتساب الخبرة والتدريب وتطوير مهاراتهم الاتصالية في عقد الصفقات الالكترونية.
- المعاملات الالكترونية تتميز بخصائص أهمها اختفاء الوثائق والانفصال المكاني وإمكانية تسليم منتجات رقمية، مما يجعل عملية فرض الضرائب عملية صعبة، وعليه فإعفائها من الضرائب يعطي فرصة كسب الوقت لدراسة المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة وأخذ منها ما يناسب الدول النامية، كما يتيح الخبرة للإدارة الضريبية من اكتساب الخبرة من الواقع العملي واتخاذ ما يلزم بشأنها.

المحور الثالث: تحديات تكيف الضرائب مع التجارة الالكترونية

1 . تنظيم القانوني الضريبي للصفقات الالكترونية:

في ظل التجارة التقليدية كانت الصفقات التجارية تنتقل بوسائل التبادل المادية، لكن تكنولوجيا المعلومات والتطور غير المسبوق لشبكة الانترنيت قد جعل الصفقات التقليدية تتم عبر هذه الشبكات، حيث زادت قدرة الشركات على الوصول إلى هذا السوق العالمي الجديد مما أدى إلى زيادة حجم الصفقات عبر الحدود، ولكون التحول من بيئة التجارة المحددة ماديا إلى بيئة إلكترونية تستند على المعرفة أثار هذا التجول ضرورة وجود نظام جبائي في هكذا أوضاع، فوضع التجارة الالكترونية والعولمة بجوانبها الاقتصادية والمالية تتحدى الأنظمة الضريبية التقليدية التي كانت إخضاعها للضريبة يتسم بالسهولة (السلع مادية، الإنتاج، الاستهلاك، التوزيع، البيع كلها عمليات يمكن تتبعها بسهولة)، بينما التجارة الالكترونية العالمية جعلت الحركة الحدودية للسلع، رأس المال، العمل، أقل شفافية في إمكانية تتبعها ومن ثم زاد التهرب الضريبي (عبد القوي علي مصري، ، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية، 2012، صفحة 210) .

فالكل يعلم بأن الضرائب هي المصدر الرئيسي لدخل الحكومات، حيث تشكل عوائد الضريبة من السلع والخدمات ومن الاستيراد حوالي 59% بالنسبة للدول النامية، و37% للبلدان المتقدمة، فنظام فرض الضريبة هو الوسيلة العملية الوحيدة لزيادة العوائد اللازمة لتمويل الإنفاق الحكومي، وهذا ما يجعلنا نتساءل عن إمكانية إخضاع التجارة الالكترونية للضرائب والرسوم ذاتها التي تفرض على التجارة التقليدية

في حين يرى البعض أن الانترنيت سيجعل وظيفة الجباية الضريبية صعبة عبر ثلاث طرق مختلفة (عبد القوي علي مصري، مرجع سابق، صفحة 203):

1. الانترنيت تزيد من سهولة التهرب من دفع الضريبة على المبيعات، فعند الشراء في التجارة التقليدية فالمشتري يدفع تلقائيا الرسم على القيمة المضافة لكن عند الشراء عبر الانترنيت فهو لن يدفع أي ضريبة ومن المستحيل على الأجهزة الضريبية اقتفاء أثر المنتجات الرقمية.
2. تزيد الانترنيت حركة الشركات وتنقلها مع أنواع معينة من الأيدي الماهرة، وعلى هذا يمكن أن تنتقل إلى البلدان المنخفضة الضرائب.
3. تزيد الانترنيت من الصعوبات التي تواجهها الأجهزة الضريبية في توفير المعلومات اللازمة عن الصفقات الالكترونية، فالانترنيت تعطل قدرة التجار والمصارف وغيرهم من الوسطاء الذي يلعبون دورا مهما اليوم في توفير المعلومات اللازمة التي تساعد في تحصيل الضرائب كما هو الحال في التجارة التقليدية.

2 . التحديات القانونية التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الالكترونية:

تواجه التشريعات الضريبية الواجب تطبيقها على التجارة الالكترونية الكثير من العراقيل، خاصة وأن تلك المنظمات والمؤسسات ليس لها تواجد على أرض دولة ما حتى يتم سن تشريعات ضريبية خاصة بتلك الدولة، ومن أهم التحديات التي تواجه الجباية الالكترونية:

ـ تحديات الدولة صاحبة الحق في فرض لضريبة: باعتبار معاملات التجارة الالكترونية ليست من طبيعة واحدة، فالسلع المادية لا تثير أي إشكال حيث تتعدى الحدود الدولية وتستطيع الدولة من خلال إدارتها الضريبية تحصيلها أثناء عبور حدودها التقليدية، لكن المنتجات الرقمية تتعدى الحدود دون استئذان حيث تسلم بطريقة الكترونية يصعب تسجيلها وهذا ما يثير إشكالية فرض الضريبة أهي دولة المقصد أم دولة المنشأ.

ـ مشكل تحقيق العدالة الضريبية المبنية على أساس تكنولوجي: فهو يصعب من فرض ضريبة على المنظمات والأفراد ذوي المكاسب المرتفعة لما يتمتعون به من مرونة في تحويل نشاطهم إلى دول أخرى يقل فيها العبء الضريبي

ـ مشاكل متعلقة بتحديد طبيعة الضريبة، ضريبة على الاستهلاك، ضريبة على الدخل بما في ذلك الضرائب المفروضة على الشركات الأجنبية ، الضريبة على الأرباح، الرسم على القيمة المضافة

ـ المشكلات المرتبطة بإثبات العقود والمعاملات الالكترونية، فالسرية في العقود الالكترونية تطرح مشكلة عدم قدرة الإدارة الضريبية على معرفة طبيعة الصفقة ولا حتى قيمتها حتى يتم تحصيل الضريبة منها

ـ مشكلة الازدواج الضريبي: في ظل التجارة الالكترونية أصحت كل دولة تحاول الحد من ظاهرة التهرب الضريبي وتعطي لنفسها الحق في فرض الضريبة مما يؤدي إلى ازدواجية الضريبة على الصفقة الواحدة، فمثلا الوضع القانوني العام للاتحاد الأوربي يقضي بفرض الضريبة على التجارة الالكترونية في بلد الاستهلاك(مكان الضريبة هو مكان التوريد)، ومع ذلك تبقى الممارسة العملية هنا أكثر صعوبة، كما أن البلدان الأوربية لا تطبق نفس القواعد لتحديد مكان الاستهلاك ومن ثم ازدواجية الضريبة بحيث يصبح عدم فرض الضرائب على المنتجات الرقمية أكثر ترجيحا مستقبلا (OECD, 2001, p. 3) ,

3 . الإطار العام للتكيف الضريبي للمعاملات الالكترونية:

تثير المعاملات الالكترونية العديد من القضايا المتعلقة بالكيفية التي يجب أن تتم بها المعاملة الضريبية لهذا النوع غير التقليدي من المعاملات، حيث ظهرت الكثير من الدراسات والمؤلفات حول التجارة الإلكترونية وتأثيرها على عائدات الضرائب، ومع ذلك فإن هذا الدراسات لديها تحيز واضح لصالح البلدان المتقدمة والصناعية الحديثة، ففي بعض الحالات تقدم تقييمًا تفصيليًا للتأثير المحتمل للتجارة الإلكترونية على الإيرادات الضريبية، وفي حالات أخرى يذكرون بشكل عام الآثار الضريبية المحتملة(Marlon & Bristol, p. 3) ، وقد واجهت هذه المقترحات(الضريبة على الاستهلاك، ضريبة Bit tax) العديد من التحديات والانتقادات، ولازالت المحاولات لإيجاد نموذج لفرض الضرائب على المعاملات الالكترونية قائمة لا سيما على التجارة الالكترونية، حيث تأخذ بعين الاعتبار مراعاة النقاط التالية في أي سياسة مستقبلية خاصة بفرض الضرائب:

. الاتساق مع أسس التجارة العالمية وعبر السلطات القضائية المختلفة.

. الحياد عند المقارنة مع أنواع التجارة الأخرى.

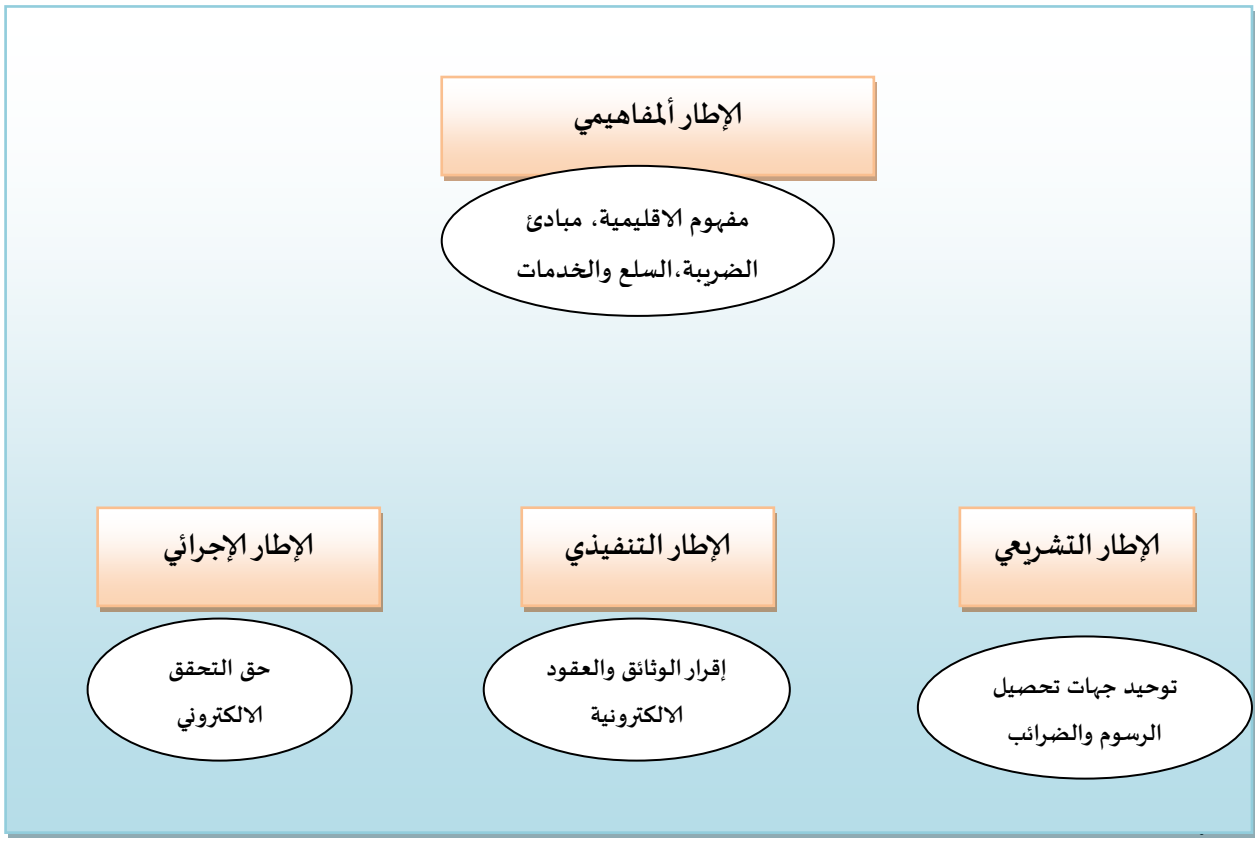
. تجنب الازدواج الضريبي.

. التقليل من نفقات الالتزام أو الإذعان الضريبي.

. الاتسام بالشفافية والقدرة على التنبؤ بها بالإضافة إلى سهولة القواعد المتبعة

وعلى هذا ظهرت حاجة ملحة لأهمية وجود إطار عام متكامل ملائم، يبنى على مبادئ السياسة الجبائية المتكيفة مع التطورات الحاصلة في معاملات التجارة الالكترونية ويحقق الأهداف المنشودة للنظام الضريبي في نفس الوقت، ويمكن أن نوضح ذلك في الشكل التالي:

الشكل رقم 1: الإطار العام لتكييف الضرائب مع المعاملات التجارية الالكترونية



المصدر: رأفت رضوان وآخرون، الضريبة في عالم الأعمال الالكترونية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط ، المجلد2 العدد2 ، 2000، ص17

الشكل أعلاه يوضح الاطار العام لتكييف الضرائب مع المعاملات التجارية الالكترونية من خلال (رضوان و آخرون، 2000، صفحة 18. 19):

أ ـ الإطار المفاهيمي: هناك الكثير من المفاهيم الضريبية تحتاج إلى مراجعة في الاتجاه الذي يجعلها ملائمة مع ما أفرزته تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومن دون شك المبادئ المقصودة هي:

*مبدأ الإقليمية: يتعين توسيع مفهوم هذا المبدأ ليشمل النشاط التجاري الذي يتم عبر شبكات الاتصال الإلكترونية حتى تستطيع الدولة ممارسة سيادتها بفرض الضريبة.

*المبادئ العامة للضريبة: يقصد بالمبادئ العامة للضريبة مجموعة القواعد والأسس التي يتعين على المشرع إتباعها عند وضعه للتشريعات الضريبية وتتمثل هذه المبادئ في العدالة،اليقين، الملائمة (عباس محرزي، 2003، صفحة 23) .

غير أن ظهور التجارة الالكترونية التي لا تعتمد على التوطن (المكان) يتطلب تثبيت البعد العالمي لهذا النشاط حتى تكون الضريبة واضحة من حيث المقدار لتضمن توزيع العبئ المالي بعدالة

*تحديد مفهوم السلع والخدمات ليصبح متلائما مع الإشكال الجديدة من المعاملات التجارية الالكترونية حيث تحولت السلع من شكلها المادي إلى شكلها الرقمي

ب ـ الإطار التشريعي: تبقى المستندات والعقود هي التي تعطي أهمية كبيرة لتمكين التجارة الالكترونية من التوسع وهذا ما يتطلب مجاراة التشريع بالشكل الذي يراعي فيها:

. الاعتراف بالإمضاءات الالكترونية وجعلها تساير في أهميتها النظم الورقية المعمول بها بل هذه الإمضاءات أكثر صعوبة في التزوير من المستندات الورقية .

. العقود الالكترونية: يتم إبرامها دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف حيث يتم تبادل الإيجاب والقبول عبر شبكة الإنترنت لذلك فهو فوري ومعاصر، وهذا ما يعطيها مصداقية كوسيلة إثبات تتجاوز في ذلك العقود التقليدية

. تطوير التشريع الخاص بتأمين قواعد البيانات وكلمة السر باعتبارهما مراجع يعتمد عليهما للإثبات

ب ـ الإطار الإجرائي: نعلم بأن الضرائب تصنف إلى عدة أنواع كالضريبة على الدخل، الضريبة على الأرباح، الرسم على القيمة المضافة، الضرائب والرسوم الجمركية، ولكل نوع إدارة تتولى مهمة جبايتها،

لكن التجارة الالكترونية بسلعها وخدماتها الرقمية تتعدى حدود الدولة الواحدة دون استئذان حيث تسلم بطريقة الكترونية (غياب محل المعاملة) مما يصعب تسجيلها أو تدقيقها على الحدود، لذلك نجد أنفسنا أمام حلين:

. إما إعفاء هذه السلع من الضرائب الجمركية وهذا ما يخل بمبادئ الضريبة كالمساواة والعدالة.

. أو إخضاعها للضرائب من خلال المراجعة السنوية لحسابات الشركات، كما يكون تحصيل الضرائب بواسطة أطراف ثالثة مثل الوسطاء ومزودو خدمة الانترنيت.

ث ـ الإطار التنفيذي: فرض الضريبة يعتمد على مراجعة السجلات المحاسبية والقيود الدفترية والفواتير للتحقق من صحة البيانات، لكن بالتحول إلى أسلوب القيد الالكتروني والعقود الالكترونية تتطلب الرقابة الجبائية نظام تحقق جبائي الكتروني لهذه العقود من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية بين الشركة وعملائها الذين تعاملت معهم بيعا وشراءا(إعادة النظر في وسائل الإثبات والتحقيق).

المحور الرابع: قانون التجارة الالكترونية في الجزائر(بين الأفضلية للممارسات والعقوبات والتجاهل الكلي للضريبة)

بالرغم من ارتفاع نسبة مستخدمي الانترنيت في الجزائر سنة 2018 والذي وصل إلى حوالي 21 مليون مستخدم لتحتل الجزائر بذلك المرتبة 88 في العالم، إلا أن واقع التجارة الالكترونية في الجزائر يؤكد أنها لازالت تطور مبادئها العلمية والتقنية والقانونية، وقد حاول المشرع الجزائري تشريع قانون جديد متعلق بالتجارة الالكترونية في الجريدة الرسمية المؤرخ في 10 ماي 2018، إذ سيأطر هذا النص القانوني السوق الالكترونية من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان ممارسات وأمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنيت والمستهلكين، كما أن هذا القانون قد سنه المشرع الجزائري وفقا للبيئة الجزائرية على غرار النموذج الدولي الاونسيترال Uncitral الخاص بالتجارة الالكترونية، فبوجود هذه البيئة القانونية والتشريعية في الجزائر يمكن للتجارة الالكترونية أن تتطور وتنمو في السنوات القليلة القادمة، لكن أهم ما جاء به

قانون التجارة الالكترونية 05.18 المؤرخ في 10 ماي 2018 هو تنظيم مواضيع مختلفة في بابين، الباب الأول يتعلق بالممارسات الالكترونية والثاني يتعلق بالجرائم والعقوبات، حيث تطرق المشرع في مواده الأولى إلى السلع والخدمات الممنوع بيعها عبر الانترنيت بشكل قطعي لطبيعة وأعراف المجتمع الجزائري ، لينتقل إلى شروط ممارسة التجارة الالكترونية ومتطلباتها وكذا إلتزامات المستهلك الالكتروني، حي يتم إنشاء سجل وطني للممونين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري في المركز الوطني للسجل التجاري الذي يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني، كما أن كل عملية تجارية الكترونية توثق بعقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني، و بمجرد إبرام العقد يصبح المورد الالكتروني مسؤول أمام المستهلك، ويشترط عليه حفظ سجلات المعاملات وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للإحصاء أما في ما يخص الدفع في المعاملات الالكترونية فقد نص القانون على أن يتم من خلال منصات الدفع الالكتروني المنشاة و التابعة لبنك الجزائر و بريد الجزائر سواء تمت المعاملة داخليا أو دوليا، كذلك لم يغفل المشرع الجزائري عن وسيلة الاتصال و الخاصة بالاشهار الالكتروني الذي اوجب إن تكون محددة وواضحة وأن لا تخل بالآداب العامة والنظام العام، وتكريسا لمبدأ الصرامة في تطبيق القانون تخضع كل أعمال المورد الاكتروني إلى رقابة ضباط وأعوان الشرطة وكذا رقابة الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة ، وقد شرح المشرع الجزائري كل العقوبات في الفصل الثاني من الباب الثاني الخاص بالجرائم والعقوبات من الماد ة 37حتى المادة 48.

إلا أن مسألة فرض الضرائب على التجارة الالكترونية تمثل تحديا كبيرا بالنسبة للمشرع الجزائري في قانون التجارة الالكترونية 05.18 ، إذ لم يوضح لا طريقة فرضها ولا حتى كيفية تحصيلها هذا من جهة، ومن جهة أخرى هذا القانون يثير الكثير من التساؤلات حول المعاملات للصفقات الرقمية وبالتالي تبقى مشكلة التهرب الضريبي قائمة، حيث لا زال الغموض يكتنف فرض مختلف أنواع الضريبة، على الدخل وعلى الأرباح وعلى الاستهلاك في كامل الصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية. وبالمقابل يعد مجال التجارة الالكترونية من أسهل الأدوات لارتكاب الجرائم من اختراق المواقع، وسرقة بيانات البطاقات الائتمانية (ما يقوم به الهاكر من شراء و إعادة البيع بواسطة بطاقات دفع مسروقة)، و استخدام أسماء و علامات تجارية مشابهة، ونجد70% من الهجمات الإلكترونية لا يتم اكتشافها لكن يبقى فاعلوها مجهولين، حيث ترصد شركة مايكروسوفت يوميا أكثر من 10 ملايين محاولة لمهاجمة خدماتها المختلفة، لذلك يتعين على المشرع الجزائري ضمان المبادئ القانونية التي تحترم سيادة الدولة وحقوق المتعاملين سواء موردين أو مستهلكين على الإنترنت الذي يتطلب استثمار مالاً كبيرا لتعزيز قدراتها على مقاومة الهجمات الإلكترونية، أيضا الحديث عن التجارة الالكترونية في الجزائر دون وسائل الدفع الالكتروني شبه مستحيل، فبطاقات الدفع المصدرة من طرف بنك الجزائر وبريد الجزائر لم ترق بعد إلى المستوى الدولي بدليل أن معظم البنوك لم تشرع في إعطاء طابع الدولية لبطاقاتها، ومن جهة أخرى عزوف الكثير من المتعاملين استخدام هذه البطاقات ولجوئهم إلى عملية الدفع نقدا في مختلف معاملاتهم التجارية.

خاتمة:

من البديهي القول بأن عالم اليوم عالم معولم، والواقع يثبت أن الفضاء الاقتصادي العالمي في حالة إعادة هيكلة كاملة لأكثر من ثلاثة عقود، ويرجع الفضل في ذلك بوجه خاص إلى التقدم الذي أحرزته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)، التي أدت إلى تغييرات كبيرة حيث خلقت عادات جديدة في العلاقات الاقتصادية الدولية مما ظهر نوع جديد من المبادلات التجارية يقوم على العالم الافتراضي يسمى بالتجارة الالكترونية التي تطورت ونمت على نطاق واسع، فكما تعتمد هذه التجارة على بنى تحتية هي أيضا بحاجة إلى بنى تشريعية تنظم ممارساتها والتزاماتها ومجالاتها، إذ هناك قناعة قوية بأهمية التجارة الالكترونية ومزاياها على مستوى الأفراد والمنظمات والدول، حيث أصبحت حقيقة في اقتصاديات الدول

خاصة في الدول المتقدمة، وحتى يتحقق ذلك لا بد من نظم ضريبية تتكيف مع طبيعة التقدم التكنولوجي الذي تعتمد عليه هذه التجارة خاصة وأنها لا تتقيد بالحدود المكانية، ولن تحقق هذه التجارة نموها الكامل إلا مع توافر عنصر الثقة والأمان فيما يتعلق بالجوانب التشريعية للتبادل التجاري على شبكة الانترنيت، وإخضاعها للضريبة تحقيقا لمبدأ العدالة الضريبية وهو إحدى المبادئ الأساسية التي تقوم عليها الضريبة، فاقتران التجارة الالكترونية بجباية الضرائب يشكل موردا هاما من موارد الدولة يتناسب مع حجم التبادل لتجاري الالكتروني في العالم الذي تجاوز اليوم 7.7 تريليون دولار.
وبالرغم من محاولات الدول والمنظمات اقتراح عدد التشريعات للمعاملة الضريبية للتجارة الالكترونية إلا أنها تبقى غير كافية وهذا لغياب الحدود الزمانية والمكانية بين طرفي المعاملة وغياب المستندات التي تثبت صحتها .

وفي الأخير نؤكد أن النقاش حول التكيف الجبائي مع التجارة الالكترونية يقودنا إلى حقيقة مفادها:

1. . يجب أن تتطور اللوائح والتشريعات الضريبية وتتكيف مع التغير الحاصل في تكنولوجيا الأعمال لتلبية عدم اليقين الجديد المتأصل في معاملات التجارة الالكترونية.
2. يبدو أن هناك اتفاقًا على أن التجارة الإلكترونية من المحتمل أن تؤثر سلبًا على الإيرادات الضريبية للخدمات الرقمية، لهذا فالمرونة مهمة خاصة لضمان أن الأنظمة الضريبية تواكب التطورات التكنولوجية والتجارية، لأن البلدان النامية تعد اليوم مستورد صافي للتجارة الإلكترونية، وبالتالي ستواجه خطرًا أكبر بفقدان الرسوم الجمركية والإيرادات الضريبية مقارنة بالدول المتقدمة.

.

قائمة المراجع :

المراجع بالأجنبية:

- A Marlonet ، Bristol(san date).*The impact of Electronic Commerce on Tax Revenues in the Caribbean Community. research paper,p3* https://caricom.org/documents/9782-e-commerce_tax_revenues_bristol.pdf.
- Alain charles, L., & Ahmed, s. (2005). *lexique de gestion.* Dalloz, Lyon.
- OECD. (2001). *IMPLEMENTATION ISSUES FOR TAXATION OF ELECTRONIC COMMERCE.*
- OMC .(2017) .*www.wto.org/fr/e-commerce*

- **المراجع بالعربية :**

- ابراهيم العيسوي. (2003). *التجارة الإلكترونية*، : المكتبة الأكاديمية. *القاهرة*. ، مصر
- ابراهيم كامل الشوابكة. (2007). ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية. *دراسات علوم الشريعة والقانون، عمادة البحث العلمي* . المجلد 34، عمان ، الأردن،
- أحمد رباحي. (2013). الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني. *أكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية ، قسم العلوم الاقتصادية و القانونية* .
- أحمد رباحي. (بلا تاريخ). مرجع سابق.
- السيد أحمد عبد الخالق. (2006). ، *"التجارة الإلكترونية والعولمة*. القاهرة، مصر: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- الياس بن سامي. (2003). التعاقد الالكتروني ، المسائل القانونية المتعلقة به. *مجلة الباحث* .
- رأفت رضوان، و آخرون. (2002). ، الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية؛ ،. *مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط*، .
- رأفت رضوان، و آخرون. (2000).
- رشيد بوعافية. (سبتمبر, 2014). دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية. *لمجلة الجزائرية للإقتصاد والمالية* .
- رضوان رأفت. (2000). *عالم التجارة الإلكترونية*. القاهرة، مصر: لمنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- سهاد كشكول عبد. (بلا تاريخ). ، أثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب، ،. *مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، العراق* .
- طارق الحاج. (2009). *المالية العامة*. : دار صفاء لمنشر والتوزيع.،الطبعة الاولى ، عمان، الاردن
- طارق طه. (2005). *التسويق و التجارة الالكترونية*.: دار الكتب للنشر والتوزيع.، القاهرة، مصر
- عبد الصبور عبد القوي علي مصري. (2012). ، *التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية*.: مكتبة القانون والاقتصاد، الطبعة الاولى، الرياض.
- عبد الوهاب ددان. (2004). الجباية الافتراضية والتجارة الالكترونية ، النقاشات،المشاكل والتحديات. *مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير*، العدد(3).
- عبدالغني علي السبئي. (2017). *واقع التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً*. تاريخ الاسترداد 24 12, 2019، من https://yemen-saeed.com/art16292.html.
- فريد النجار، و آخرون. (2006). *التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة*. ا: الدار الجامعية للطباعة والنشر.
- محمد صالح زوينة، و شريف كريدر. (جانفي , 2010). التجارة الالكترونية العربية الواقع والتحديات. *مجلة الاقتصاد الجديد/ العدد02* ، الإسكندرية، مصر،

- محمد عباس محرزي. (2003). *؛ اقتصاديات الجباية والضرائب*.: دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر.
- مرزاقة صالح. (2005). التجارة الالكترونية وأشكالية إخضاعها للضرائب (التجيات المستقبلية للسياسة الجبائية). *مجلة العلوم الانسانية* ، العدد (23).
- نجم عبود نجم. (2004). *الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية والوظائف والمشكلات*، دار المريخ. الرياض، المملكة العربية السعودية
- نهلة أحمد قنديل. (2004). *التجارة الإلكترونية، المرشد للمدير العصري رؤية تسويقية* . مصر.

[i] طارق طه،" التسويق و التجارة الالكترونية " دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر،2005 ص332

التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع و المأمول

E-commerce in Algeriabetween reality and expectations



تاعبد الله وفاء "طالبة دكتوراه"

جامعة عمار ثليجي الأغواط -الجزائر- doc.ouafaa@gmail.com

مخبر العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة عمار ثليجي– الاغواط–

الملخص : إن ما يميز النشاط التجاري في عصرنا الحاضر هو تعاظم دور التكنولوجيا والسعي إلى الاستفادة القصوى من فوائدها لممارسة نمط حديث من المبادلات يعرف بالتجارة الالكترونية، والتي برزت كأسلوب حديث لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا ، وقد استطاع هذا النوع من التجارة أن ينتشر بصورة كبيرة في وقت قصير، وتزايدت أهميتها وحظيت بقبول عام، كما أخذت مكانتها الدولية في العلاقات التجارية الدولية بأسرع مما كان متوقعا، فقد أصبحت التجارة الالكترونية حقيقة واقعية ليس في البلدان المتقدمة فقط بل في جميع دول العالم، و قد أفرزت العديد من التحديات من أبرزها تلك التي تواجهها الدول في فرض الضرائب على نشاطات التجارية الإلكترونية بمختلف أشكالها .

Abstract : What distinguishes commercial activity in our time is the growing role of technology and the pursuit of maximum benefit from its benefits for practicing a modern type of exchange known as electronic commerce, which has emerged as a modern method for displaying goods and services and making deals electronically, and this type of trade has been able to spread widely in A short time, its importance increased and received a general acceptance, as it took its international position in international trade relations faster than expected, e-commerce has become a realistic reality not only in developed countries but in all countries of the world, and many challenges have emerged, most notably those facing Countries in imposing taxes on e-commerce activities of all kinds

1. مقدمة :

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تطورا غير مشهود في وسائل الاتصال و خاصة التقنيات الالكترونية و التي ألقت بتأثيرها على مجال التجارة حيث ظهرت مصطلحات جديدة كالتسوق الآلي ، التجارة الالكترونية أو تجارة الانترنت (مخلوفي عبد الوهاب ، 2012-2011 ، ص 16) .

و تعتبر التجارة الالكترونية حدثا في مجال التجارة ترتكز على استعمال التقنيات التكنولوجية الحديثة في إتمام معاملاتها و بالتالي إزالة كل القيود مما ساهم في انفتاح الأسواق و منافذ لا تعترف بالحدود المكانية و الزمانية و تعمل على مدار الساعة (محمد عدنان أمين زيد، 2014 ، ص ص 21-22) .

رغم التطورات التي شهدها العالم فيما يخص التجارة لإلكترونية لكن الجزائر لازالت تسير بخطوات متباطئة مقارنة بالدول الأخرى و لعل أكثر ما يدل على ذلك هو انعدام الأرقام الإحصائية و الدراسات حول مدى تطور الحجم الفعلي لتعاملات التجارة الإلكترونية في الجزائر (معراج هواري ، أحمد مجدل، 2013 ، ص 27) ، و تجدر الإشارة إلى ان أول بدايات ظهور التجارة الإلكترونية في الجزائر كان بربط الجزائر بالأنترنت باعتبارها وسيلة الاتصال من خلال ظهور شركة تزويد الإنترنت في سنة 1997 فكانت شركة جيكوس هي اول شركة جزائرية تتعامل بالتجارة

الإلكترونية حيث تعمل على ربط المؤسسات و الافراد بالإنترنت و الدفع يكون بالحوالات أو نقدا (مصطفى دالع ، بدون سنة)، و تصنف هذه التعاملات ضمن مفهوم التجارة الإلكترونية بين وحدات الاعمال B2B و التجارة الإلكترونية بين وحدات الاعمال و المستهلكين B2C ، كما قام السجل التجاري بتخصيص رقم CODE للتجارة الإلكترونية (المادة 3،5 من القانون 18-05 ، 2018) 607074 (https://sidjilcom.cnrc.dz) ، و على حسب احصائيات لمركز الوطني للسجل التجاري فقد بلغ عدد المواقع المخصصة لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية في سنة 2009 ما يقارب 14 موقعا ليرتفع العدد في سنة 2011 إلى 30 موقع ليصبح العدد في سنة 2013 عدد المواقع 64 موقعا (Nassima benrabrab,2013,p32.)

إشكالية الدراسة :

تتجه غالبية معاملات التجارة الإلكترونية في الجزائر إلى إما التعامل بين الشركات و المستهلكين أو التعامل بين الشركات بعضها مع بعض ، و من خلال ما تقدم نطرح الإشكالية الرئيسة لورقتنا البحثية و المتمثلة في : **هل يمكننا الحديث عن تجارة إلكترونية في الجزائر ؟ و إن وجدت فما هي أهم التحديات التي تواجهها خاصة في الجانب الجبائي ؟**

فرضيات الدراسة :

- تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات البنية الأساسية والقاعدة التكنولوجية لتعاملات التجارة الإلكترونية.
- تسعى الجزائر إلى مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية، إلا أنها تحتل موقعا ضعيفا في مجال تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات.
- لا تزال التجارة الإلكترونية شبه غائبة عن الجزائر لعدم توفر مقوماتها الأساسية ولغياب الوعي بأهميتها مقارنة بالدول أخرى .
- إمكانيات كبيرة متاحة للجزائر لتطوير التجارة الإلكترونية والاستفادة من مزاياها، فيما لو تم اتخاذ الإجراءات المناسبة وتوفير المتطلبات اللاز مة لاستخدامها وتوسيع انتشارها و كذا تكييف التشريعات الضابطة لسير هذا النوع من النشاطات خاصة الضريبية منها و التي لاتزال تشكل تحديا في الجزائر .

أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقت إليه، فهي تعالج ظاهرة التجارة الإلكترونية، والتي تعد إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الاقتصاد المعاصر، وتعتبر الجزائر من الدول المتأخرة في مجال التجارة الإلكترونية، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبرز الواقع الفعلي للتجارة الإلكترونية في الجزائر و أهم التحديات التي تواجه هذه التجارة .

أهداف الدراسة :

- التعرف على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تبين تأثيرها على المجال التجاري .
- التعرف على ظاهرة حديثة و هي التجارة الالكترونية و التي انتشرت بسرعة في العالم كله .
- تسليط الضوء على واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، و الكشف عن اهم التحديات و العقبات التي تحول دون تطورها.

- تسليط الضوء على أهم التحديات التي فرضتها التجارة الإلكترونية في مجال فرض الضرائب على هذا النوع من النشاطات التجارية الحديثة .

منهج الدراسة :

و للإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على الملهج الوصفي التحليلي، فيكون وصفيا عند التعرض الى مفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الالكترونية ، و تحليليا عند تعرضنا لتشريح و تقييم وضع و مكانة التجارة الالكترونية في الجزائر من حيث البنية التحتية و من حيث التحديات التي تفرضها الضرائب في تطبيقها على هذا النوع من النشاطات التجارية .

الدراسات السابقة :

- دادان عبد الوهاب ، الجباية الإلكترونية و التجارة الإلكترونية النقاشات المشاكل و التحديات ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، العدد 3 ، 2004 ، فقد تطرق الكاتب في دراسته إلى إشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية ، من خلال تسليط الضوء على أهم النقاشات ، المشاكل و التحديات ، حول المعاملة الضريبية للصفقات التجارية الالكترونية ن التي تتميز بانعدام قيود و حدود الزمان و المكان ، فقد اعتبر المقاربة الثنائية بين التجارة الإلكترونية و النظام الضريبي أمر حتمي لضمان فعالية و كفاءة النظام الضريبي، كما خلص إلى ان التطور التكنولوجي قد كان سببا في اثارة حيرة الحكومات جبائيا ، رغم كون نشاطات التجارة الإلكترونية تتيح فرصا كبيرة أمام المتعاملين التجاريين من جهة و أمام الحكومات من حيث التحصيل الجبائي من جهة أخرى .

- سمية ديمش ،التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري – قسنطينة- ، السنة الجامعية: 2010 – 2011 ، حيث تطرقت الدراسة إلى تسليط الضوء إلى مدى اعتماد الجزائر و انفتاحها على النشاط التجاري الإلكتروني بمفهومها الحديث ، فقد ارتأت الباحثة إلى أن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال قد أصبحت تشكل قاعدة و بنية أساسية لتعاملات التجارة الإلكترونية التي تشكل تحديا من خلال انعدام الحدود المكانية و الزمانية ، و قد خلصت إلى ان الجزائر تسعى كغيرها من الدول إلى مواكبة مختلف التطورات التكنولوجيا و التي مازالت ضعيفة في بلادنا ، كما خلصت إلى أن التجارة الإلكترونية في الجزائر كنشاط لازالت شبه غائبة مقارنة بالدول المجاورة و القريبة منا كتونس و المغرب .

- مرزاقة صالح ، التجارة الإلكترونية و إشكالية اخضاعها للضرائب – التحديات المستقبلية للسياسة الجبائية -، مجلة العلوم الإنسانية ، عدد 23 جوان 2005 ، قسنطينة ، فقد تطرق الباحث إلى الموضوع من حيث أن التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد أدت إلى ظهور عدة تطبيقات لها منها النشاط التجاري عبر الإنترنت ونظرا لما توفره من سهولة ممارسة لهذا النشاط فقد أنتشر عبر العالم بسرعة كبيرة مما أصبح يشكل تحديا أمام الأنظمة الجبائية التي تأسست على مبدأ التواجد المادي للمؤسسات الاقتصادية الذي تتجاوزه التجارة الإلكترونية. مما شكل تحديا أمام السياسة الجبائية. يظهر هذا المقال هذا التحدي ويقدم تصورا لمواجهته، و قد خلصت الدراسة إلى أن أن التجارة الإلكترونية إنما هي نتيجة للتطور التقني والتكنولوجي خاصة في ميدان الاتصالات، وقد عرفت انتشارا كبيرا في ظرف زمني قصير ، غير أن هذا النشاط لا يزال غير خاضع للضرائب والرسوم التي استنبطت لإخضاع النشاطات التجارية التقليدية، ولاشك أن سبب ذلك إنما يرجع إلى أن الضرائب والرسوم التي تضمها الأنظمة الجبائية، مبنية على المبادئ والشروط اللازم توفرها لممارسة النشاطات التجارية في شكلها التقليدي .

2. ماهية التجارة الالكترونية :

1. تعريف التجارة الإلكترونية :يعد مصطلح التجارة الإلكترونية اختصارا لمجموعة مركبة من التكنولوجية و البنية الأساسية و العمليات و المنتجات ، و التي تجمع معا صناعة كاملة و منتجين و مستخدمين و معلومات متبادلة و نشاطا اقتصاديا داخل سوق عالمية تسمى الشبكة الدولية للمعلومات الانترنت ، و لا يوجد لها تعريف شامل نظرا لشدة تعدد

الأسواق على الانترنت و المشاركين فيها ، وتزايد سرعة تطور علاقاتهم المتشابكة (نزيه عبد المقصود محمد المبروك ، 2011 ، ص15) .

التعريف الأول :هي تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت الدولية و تفريغ البرامج الالكترونية ، دون الذهاب إلى المتجر ، و إضافة إلى ذلك فالتجارة الالكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي و الدولي ، مما يسهل عملية التبادل التجاري و يزيد من حجمها (عبد القادر بريش ، 2007 ، ص 34)

التعريف الثاني : وهو تعريف الجمعية الفرنسية للتجارة والتبادل الإلكتروني(Association française pour le commerce et les échanges électroniques) ، حيث عرفت التجارة الإلكترونية بأنها: هي مجموعة العلاقات غير المادية المقامة بين أعوان اقتصاديين وآخرين موضوعها سلع مادية وخدمات وسلع افتراضية (كبرامج الإعلام الآلي، الموسيقى، وكتب إلكترونية،...الخ)، على أن يتم التحويل بالوسائط والأساليب الإلكترونية كالإنترنت مثلا (1 Mustafa Hashem Sherif ,2007, p)

التعريف الثالث :و هو تعريف المنظمة التجارة العالمية OMC (نزيه عبد المقصود مُحَمَّد المبروك ، 2011 ، ص 17) : عرفتها بأنها : مجموعة متكاملة من العمليات و عقد الصفقات و تأسيس الروابط التجارية و توزيع و تسويق المنتجات من خلال الوسائل الالكترونية .

التعريف الرابع : و هو تعريف منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية OCDE (www.ocde.org publication):هي : جميع أنواع الصفقات التجارية التي تعقد ، سواء بين الإدارات أوبين الأفراد عن طريق المعالجة الالكترونية ، سواء كانت تلك البيانات مقروءة أو أصوات أو صور مرئية.

2. خصائص التجارة الالكترونية :

للتجارة الالكترونية عدة مزايا و خصائص تتميز بها و تختلف فيها عن التجارة التقليدية و من بين هذه الخصائص نذكر ما يلي (دادن عبد الوهاب ، 2004 ، ص ص 147-148) :

أ- إخفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية :لا ترتبط المعاملات الإلكترونية بوجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، مما يشكل صعوبة في إثبات العقود والتعاملات. ذلك أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونيا دون استخدام أي أوراق. وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما. وبالتالي فإن ذلك يفتح المجال أمام قضية أدلة الإثبات القانوني، وأثرها كعائق أمام نمو التجارة الإلكترونية.

ب- المبيعات عبر العالم: تزايد في الآونة الأخيرة ظهور الشركات العملاقة التي تمارس أنشطتها التجارية عبر العالم، وأصبحت تمثل تحديا وعبأ على الاقتصاديات الوطنية، ومع تزايد حركة التجارة الإلكترونية، بدأ ظهور الشركات صغيرة الحجم والتي تستطيع باستخدام شبكة الإنترنت أن تمارس أنشطتها عبر العالم. وهذا يؤدي إلى تفاقم شكل التعارض بين المصالح الاقتصادية القومية ومصالح هذه الشركات، وانفتاح الباب على مصراعيه لمشاكل الولاية القانونية واختلاف النظم الضريبية وسبل الإثبات.

ج -الانفصال المكاني: تتيح شبكة الإنترنت للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي. ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على الأداء. بل إن العرف قد جرى على وجود أكثر من مقر للشركة الواحدة في أكثر من بلد لتحقيق سهولة وسرعة الاتصال وتوزيع العملاء وفقا لمواقعهم الجغرافية.

د- عدم إمكانية تحديد الهوية: لا يرى طرفي التعاملات التجارية الإلكترونية كل منهما الآخر، وقد لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضهما البعض كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية. ونتيجة لذلك، قد يجد البائعون عبر الإنترنت صعوبة في استكمال الملفات الضريبية التي تقيد السلطات التشريعية الالتزام بها، وقد يستغل هؤلاء البائعون ذلك للتهرب من الضريبة، بعدم تسجيل هذه التعاملات في الدفاتر المحاسبية الرسمية.

و -المنتجات الرقمية :أتاحت الإنترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونيا، مثل برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب والأبحاث والتقارير الإلكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات، ويخلق ذلك تحديا رئيسيا أمام السلطات، حيث لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية" غير المنظورة" للضريبة.

هـ - سرعة تغير القواعد الحاكمة :رغم أنه لم يتم وضع صياغة نهائية للقواعد الخاصة بالنظام الضريبي للتعاملات التجارية الإلكترونية، إلا أن التشريعات الحاكمة لهذه التعاملات، تتغير بمعدلات متسارعة. ومن ثم، فإنه لابد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة وقابل للتعديل، حتى يواكب منجزات التقدم التكنولوجي.

3. **أشكال التجارة الالكترونية** :يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني ، يتقابل فيه المردون و المستهلكون و الوسطاء ، تقدم فيه المنتجات و الخدمات في صورة رقمية ، و تختلف أشكال التجارة الإلكترونية على حسب أطراف العلاقة التجارية ، و يمكن تقسيمها إلى أربع فئات و هي (مشتي امال ، 2014 ، ص ص 243-245) :

1- **التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال و وحدة أعمال أخرى Business to Business:**و يرمز لها بالرمز **(B2B)** تستعمل هذا النوع من التجارة مؤسسات الاعمال مع بعضها البعض ، فتقوم منشأة الاعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبيات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات ،و تكنولوجيات المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير و القيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة ، باستعمال هذه التكنولوجيا ،و هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعا في الوقت الحالي و من ابرز صور تقنيات هذا النوع من التجارة :

- التسويق الإلكتروني الذي يوفر آلية بحث قوية و سريعة تستخدمها الشركات بغرض مقارنة السلع المعروضة بين الموردين المختلفين من اجل العثور على المورد المناسب .
- التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) : و تبدأ هذه التقنية في العمل بمجرد اختيار المورد المناسب و الاتفاق معه على شروط و ترتيبات التوريدات ، من خلال تبادل البيانات و ارسال طلبات التوريد .
- التجارة الإلكترونية داخل المؤسسة : و يوجد هذا النوع في الشركات الكبيرة ذات الفروع المتعددة مثل الشركات المتعددة الجنسيات ، التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع و الخدمات بين الأقسام أو الفروع المختلفة .

2- **التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال و المستهلكين(Business to Customers) :** و يرمز لها بالرمز **(B2C)** بظهور التسوق الإلكتروني أو ما يسمى بالمراكز التجارية على الإنترنت ، اصبح للمستهلك إمكانية القيام بشراء السلع المتاحة و دفع قيمتها عن طريق بطاقة الائتمان أو المصارف الإلكترونية أو عن طريق النقود عند استلام السلعة .

3- **التجارة الإلكترونية بين الحكومة و ووحدات الأعمال(Government to Business):** و يرمز لها بالرمز **(G2B)** و هي تتضمن جميع التعاملات التي تتم بين الشركات و الحكومة و كذلك بين الأفراد و الإدارات الحكومية المختلفة باستخدام الوسائل لإلكترونية و خاصة شبكة الإنترنت و هي تمثل عرض الإدارات

الحكومية و الإجراءات و اللوائح و نماذج المعاملة على الانترنت بحيث تستطيع الشركات و كذلك الأفراد من الاطلاع عليها و القيام بإجراء معاملة إلكترونية دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي .

بالإضافة إلى ما سبق ، هناك ما يعرف بالمعاملات بين الحكومات و المواطنين **Government to Consumer** و يرمز لها بالرمز **(G2C)** هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة و غير موسع ، و هو ينظم العديد من الأنشطة إلا انها تعتمد بشكل أساسي على تقديم خدمة للمواطنين ، و يصعب اعتبارها من أشكال التجارة الإلكترونية ، من أهمها إصدار التراخيص و تبادل المعلومات و خدمات التعليم عن بعد ، و ما يمكن الإشارة ليه في هذا الشكل ، هو أن العلاقة بين الحكومة و المواطنين في التعامل الإلكتروني ، لا تندرج ضمن الربحية التي هي هدف العمل التجاري ، و إنما تتخذ شكل الخدمة العامة .

4- **التجارة الإلكترونية بين مستهلك و مستهلك آخر(Consumer to Consumer):** يرمز لهذا النوع من التجارة بالرمز (C2C) ، و فيه يقوم الأفراد بالبيع و الشراء فيما بينهم و بشكل مباشر عبر شبكة الإنترنت ، و مثال ذلك عندما يقوم أحد المستهلكين بوضع إعلان في موقعه الإلكتروني أو أي موقع آخر من أجل بيع أحد الأغراض أو الخبرات الخاصة به ، و قد انتشر مؤخرا المزاد الإلكتروني حيث يعرض فيه الزوار ما يرغبون في بيعه على هذا الموقع ، المتخصص بالمزايدة بين مستخدمي زوار الموقع .

3.واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر :

1. **واقع البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر :** إن أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية لم تعد محل جدل في أي منطقة من مناطق العالم ، فالتجارب الدولية العاصرة أثبتت ان السبيل الوحيد لتحقيق التقدم في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية و افتكاك مكانة في السباق العلمي و المعلوماتي الحالي هو توفير بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات .

أولا : شبكة الإنترنت :

إن رغبة الجزائر في التوجه نحو اقتصاد المعرفة و الذي تعد التجارة الإلكترونية جزءا منه ، يفترض أن تتحقق من خلال نضوج و تطور الانترنت التي تعتبر الوسيط الإلكتروني الذي يؤدي إلى تقريب المسافات و إزالة الحواجز و تخفيض التكاليف و رفع كفاءة و سرعة إنجاز المعاملات ، و لقد زاد وعي الدولة بضرورة هذا التحول و ما سيجلبه من فوائد على عدة اصعدة ، و لذلك تم اسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية و ربطها بالشبكات لدولية إلى مركز البحث و الإعلام العلمي و التقني cerist التابع لوزارة التعليم العالي و البحث العلمي ، و قد كان الانطلاق الفعلي للارتباط بالشبكة العنكبوتية في مارس 1994 عن طريق إيطاليا (إبراهيم بختي ، 2003 ، ص 196) ، و فيما يلي الجدول رقم 1 : ادناه يوضح عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر :

السنة	عدد مستخدمي الانترنت	عدد السكان	نسبة النمو
2000	50،000	31،795،500	% 0،2
2005	1،920،000	33،033،546	% 5،8
2007	2،460،000	33،506،567	%7،3
2008	3،500،000	33،769،669	%10،4
2009	4،100،000	34،178،188	%12
2010	4،700،000	34،586،184	%13،6
2012	5،230،000	37،367،226	%14
2013	6،404،264	37،900،000	%16،5
2014	6،669،927	38،813،722	%17،2
2015	11،000،000	39،542،166	%27،8

2016	000،15،000	40،263،711	%37،3
2017	18،580،000	41،063،753	% 45،2

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على الموقع https://www.internetworldstats.com/af/dz.htm

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد مستخدمي الانترنت عرف تطورا كبيرا بمرور السنوات فقد بلغ في سنة 2000 عدد المستخدمين 50000 ألف فرد و هو ما مثل نسبة 0،2 % من عدد سكان الجزائر ليصل في سنة 2010 إلى 4،700،000 فرد أي بنسبة 13،6 %من عدد السكان ليقفز سنة 2017 إلى 18،580،000 فرد ، أي بنسبة 45،2 %من اجمالي عدد سكان الجزائر و هي نسبة مهمة و جد معتبرة .

و قد ساهم في زيادة عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر استعمال تكنولوجيا التدفق العالي و التي ساهمت إلى حد كبير في تغذية نمو الإنترنت و توسيع حقل استعماله .

ثانيا : الهاتف الثابت : يطلب انتشار التجارة الإلكترونية حدا أدنى من الخطوط الهاتفية الأرضية و التي تكون بأسعار معقولة فهي تعتبر السبيل لشائع للاشتراك في شبكة الانترنت (محمود سحنون ، 2005 ، ص 80) و فيما يلي الجدول التالي الذي نستعرض من خلاله تطور وضعية الهاتف الثابت في الجزائر :

الجدول رقم 2: تطور وضعية الهاتف الثابت في الجزائر (2000-2017)

السنوات	عدد المشتركين
2000	1،761،300
2001	1،880،000
2002	1،950،000
2003	2،147،000
2004	2،487،000
2005	2،572،000
2006	2،841،300
2007	3،068،400
2008	3،314،000
2009	2،576،200
2010	2،922،731
2011	3،059،336
2012	3،289،363
2013	3،138،914
2014	3،098،787
2015	3،267،592
2016	3،404،709
2017	4،100،982

المصدر : وزارة البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية و التكنولوجيات و الرقمنة ، المديرية العامة للاقتصاد الرقمي ، التقرير السنوي لسنة 2008 و سنة 2018 على الموقع الرسمي
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/penetration-fixe

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن السوق الجزائرية للهاتف الثابت شهدت تطورا و تحسنا بمرور السنوات حيث بلغ عدد المشتركين في هذه الخدمة سنة 2000 ما يقارب 1،761،300 مشترك ، و بعد مرور عشر سنوات أي في سنة 2010 تزايد عدد المشتركين ليصل إلى 2،922،731 مشترك أي بزيادة قدرها 60،26 % ليصل العدد في سنة 2017 إلى 4،100،982 مشترك أي بزيادة قدرت بـ 71،26 % مقارنة بسنة 2010 .

ثالثا : الهاتف النقال :شهد قطاع الاتصالات اللاسلكية تطورا كبيرا و سريعا على المستوى الدولي و المحلي ، و قد فتحت مجالا واسعا و كبيرا لإمكانية استعمال شبكات الهاتف النقال للولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية و فيما يلي نستعرض تطور عدد مشتركي الهاتف النقال في الجزائر.

الجدول رقم 3: تطور عدد مشتركي الهاتف النقال في الجزائر (2000- 2017)

السنوات	عدد المشتركين
2000	86،000
2001	100،000
2002	450،200
2003	1،446،900
2004	4،882،400
2005	13،661،400
2006	20،998،000
2007	27،562،700
2008	31،871،000
2009	32،729،800
2010	32،780،165
2011	35،615،926
2012	37،527,703
2013	39،630،347
2014	43،298،147
2015	43،390،965
2016	45،817،846
2017	45،845،665

المصدر : وزارة البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية و التكنولوجيات و الرقمنة ، المديرية العامة للاقتصاد الرقمي ، التقرير السنوي لسنة 2008 و سنة 2018 على الموقع الرسمي
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/penetration-fixe

يوفر الهاتف النقال حركية و سهولة استخدام ، إضافة إلى انخفاض التعريفات ، و انه يسمح لمستخدمه التحكم في نفقاته الهاتفية من خلال نظم الدفع المتوفرة (www .arpt.dz) ، و هذه الخواص جعلت الجزائريين يقبلون على هذا النوع من الاتصالات بشكل كبير و بوتيرة أوسع فنلاحظ أن عدد المشتركين في هذه الخدمة كان يبلغ في سنة 2000 ما يقارب 86،000 مشترك ليصبح العدد بعد مرور خمس سنوات أي في سنة 2005 إلى 13،661،400 مشترك ليصب عدد المشتركين في خدمة لهاتف النقال إلى 45،845،665 في سنة 2017 و هي زيادة جد معتبرة و تشير إلى الدور الهام الذي تلعبه خدمة الهاتف النقال في تحقيق التطور في التجارة الإلكترونية في الجزائر فقد تضاعف عدد المشتركين بين سنتي 2000 و 2005 بحوالي 15885 مرة ، و هو ما يدل على أن تكنولوجيا الهواتف النقالة تعتبر الأكثر انتشارا في الجزائر ، و تجدر الإشارة إلى أن عدد المشتركين الكبير يعود إلى ميول المشترك الواحد إلى امتلاك اكثر من شريحة واحدة في مختلف الشبكات للاستفادة من العروض المتنوعة للمتعاملين .

و قد يعود أيضا هذا الارتفاع إلى لجوء الجزائر إلى تحرير سوق الهاتف النقال و دخول العديد من المستثمرين الخواص السوق الجزائري و ذلك رغبة منها لتطوير قطاع الاتصالات و تم ذلك من خلال صدور القانون 2000-03 الصادر بتاريخ 5 أوت 2000 (www .arpt.dz) الذي انهى احتكار الدولة لقطاع البريد و المواصلات .

رابعا : استخدام أجهزة الحاسوب :

إن الولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية يتطلب توفير جميع العوامل التي تتيح ذلك و من بينها توفر أجهزة الحاسوب الشخصية و فيما يلي سنستعرض تطور عدد أجهزة الحاسوب المستخدمة في الجزائر .

الجدول رقم 4: يوضح تطور عدد أجهزة الحاسوب المستخدمة خلال الفترة 2000-2011 .

السنوات	عدد أجهزة الحاسوب المستخدمة
2000	200،000
2001	220،000
2002	242،000
2003	265،000
2004	290،000
2005	350،000
2006	386،667
2007	1،482،000
2008	2،000،700
2009	2،434،168
2010	2،961،551
2011	3،763،607

المصدر : صراع كريمة ، واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة وهران ، 2013-2014 ، ص 134.

تعتبر أجهزة الحاسوب من اهم مستلزمات تطبيق التجارة الإلكترونية فهي تتيح لصاحبها النفاذ إلى شبكة الإنترنت، و بناءا على معطيات الجدول السابق نلاحظ أن عدد أجهزة الحاسوب المستخدمة في الجزائر عرف تطورا لابأس به خلال الفتة موضوع الدراسة فقد بلغ في سنة 2000 حوالي 200000 جهاز لينتقل العدد خلال سنة 2011 إلى 3763607 جهاز مستخدم و لعل هذا التطور مرتبط بانفتاح سوق تجهيزات الإعلام الآلي على الخواص مما وسع الثقافة الرقمية لمختلف فئات المجتمع .

خامسا :الصيرفة الإلكترونية : تستلزم التجارة الإلكترونية مثلها مثل تعاملات التجارة التقليدية تسوية مدفوعات المعاملات الناتجة عنها و لكن تتم هذه التسوية بطريقة إلكترونية ، و هو ما فرض على البنوك ضرورة توفير تقنيات تتلاءم مع هذا النوع من التعاملات الإلكترونية ، فكلما توفرت وسائل دفع متطورة و حديثة كل ما أدى ذلك إلى تطور و انتشار أوسع للتجارة الإلكترونية ، و بالتالي فلا يمكننا الحديث عن التجارة الإلكترونية في الجزائر إلا من خلال توفر قطاع بنكي عصري يوفر وسائل دفع الكترونية متطورة ، و ذلك من خلال إصدار البطاقات البنكية و نشر الموزعات الآلية للنقد و نهائيات الدفع الإلكتروني و الانضمام لشبكات الدفع العالمية.

1- **التعاملات بالصرفات الآلية و أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر**:الجدول التالي يوضح عدد أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر:

الجدول رقم5 : يوضح عدد أجهزة الدفع الإلكتروني المركبة في الجزائر بين 2005 و 2015

السنوات	*2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*
عدد أجهزة الدفع الإلكتروني	*232*	*176*	*311*	*1367*	*553*	*2897*	*3047*	*2965*	*2986*	*2737*	*3035*

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على : سمية الديمش ، التجارة الإلكترونية حتميتها و واقعها في الجزائر ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري – قسنطينة- ، 2011/

2010 ، ص 244 و أ. سمية عبابسة، وسائل الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري -الواقع و المعيقات والآفاق المستقبلية- ، مجلة العلوم الإنسانة ، العدد السادس ديسمبر 2016 ، ص 352 .

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ التطور الذي شهدته أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر حيث بلغ عددها في سنة 2005 ما يعادل 232 جهاز ليصبح العدد في سنة 2015 3035 جهاز و بذلك يصبح عدد أجهزة الدفع الإلكتروني المركبة في الجزائر في المجموع 20306 جهاز بنهاية سنة 2015 ، ليصبح عددها في نهاية سنة 2019 ما يعادل 24850 جهاز دفع TPE ،إضافة إلى ذلك فقد عرف عدد الصرفات الآلية هو الآخر تطورا ملحوظا في الجزائر خلال السنوات الأخيرة و الجدول رقم 6 يوضح تطور عدد الصرفات الآلية في الجزائر خلال الفترة الممتدة بين 2010 -2015 .

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	نوفمبر 2015
عدد الصرافات الآلية	636	647	543	475	539	570

المصدر : أ. سمية عبابسة، وسائل الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري -الواقع و المعيقات والآفاق المستقبلية- ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد السادس ديسمبر 2016 ، ص 353 .

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن عدد الصرفات الآلية في الجزائر هو الآخر عرف تطورا و إن كان متذبذبا عبر سنوات الدراسة حيث بلغ أكبر عدد في سنة 2011 بـ 647 ، لينخفض هذا العد في سنتي 2012و 2013 ليعود إلى الارتفاع و يبلغ 570 صرافا آليا في نوفمبر 2015 ، و قد يعود هذا التذبذب في تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر إلى عدم التحكم الجيد في هذه التقنيات الحديثة من قبل البنوك و كذا صعوبة التحكم في المعاملات الناتجة عنها .

2-البطاقات البنكية في الجزائر : إن فشل نظام السحب دفع البنوك إلى بذل المزيد من الجهود في مجال البطاقات البنكية ليكون المشروع الجديد و المتعلق ببطاقة السحب و الدفع بين البنكية CIB و التي حلت محل البطاقة البنكية المشتركة حيث تسمح هذه البطاقة الجديدة لحاملها القيام بعملية سحب الأموال من الموزعات الآلية و كذا دفع قيمة مشترياته من سلع و خدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي بين البنكية حتى و لو لم تكن البطاقة تابعة للبنك المصدر للبطاقة (سمية الديمش ، 2010-2011 ، ص 242) . و في هذا السياق شرعت البنوك الجزائرية وبالتعاون مع شركة SATIM ، في تطبيق مشروع نظام الدفع بواسطة البطاقة، يتوافق والهياكل القاعدية المتوفرة لدى البنوك ولقطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية الجزائرية (أحمد جميل، كهينة رشام، 2010 ، ص 123) .

و تحمل البطاقة شعار البنك المصدر ، و شعار البطاقة البنكية المشتركة CIB ، و خلية الكترونية تتوافق مع المعايير الدولية لشركتي VISA و MASTERCARD ، تسمح بعمليات السداد و شريط مغناطيسي لعملية السحب (سمية الديمش ، 2010-2011 ، ص 245) .

و من أنواع البطاقات المصرفية المعتمدة في الجزائر نجد :

1- البطاقات المحلية : هي بطاقات تسمح بعمليات السحب و الدفع و هي متاحة لكل الزبائن و تقدر مدة صلاحيتها لمدة سنتين و تنقسم هذه البطاقات إلى :

- البطاقة العادية Classique Card: تمنح لفئة من العملاء الذي لا يقل دخلهم عن مبلغ معين و طبعا لا يمكن تحديد هذا المبلغ باعتباره نسبي يختلف من بنك لآخر .

- البطاقة الذهبية Gold Card: يمنح هذا النوع لفئة من العملاء الذين يتجوز دخلهم مبلغا معينا كامتياز يمنحه البنك للعميل .

2- البطاقات الدولية : هي بطاقة تستعمل خارج الوطن في عملية السحب و الدفع ، موجهة لعملاء البنوك الذين يمتلكون حسابات بالعملة الصعبة و يمكن التمييز بين نوعين أساسيين هما :

- بطاقة Visa Classique : يمنح هذا النوع من البطاقات للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة، الصعبة أكبر أو يساوي 1500 أورو على أن لا يتعدى عدد عمليات السحب في اليوم أربع عمليات.

- بطاقة Visa Gold : يمنح هذا النوع من البطاقات للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة ، أكبر أو يساوي 5000 أورو على أن لا يتجاوز عدد عمليات السحب في اليوم الواحد سبع ساعات (أ. سمية عبابسة ، 2015)

و الجدول رقم7 التالي يوضح عدد البطاقات البنكية المتداولة في الجزائر خلال الفترة 2007-2015 :

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد البطاقات المتداولة	564753	566520	569558	978933	1056018	1075989	1098566	1125689	1142145

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على : فيما يتعلق باحصائيات سنة 2007-2010 :

KAMELI Mohammed,LAZREG Mohammed,La carte de Paiement et de Retrait Interbancaire CIB en Algérie en 2014: Réalité et perspective,Dialogue Méditerranéen, Algérie n° 11-12 Mars 2016,p86

فيما يتعلق باحصائيات سنة 2011-2015 :

LAZREG Mohammed,GOUDIH Djamel torqui ,Test analyses about the use of the electroniccard of payement and interbankwithdrawal in Algeria,Journal of Economic& Financial Research,Sixth Issue/ December 2016, p 33.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد البطاقات البنكية المتداولة في الجزائر شهد تطورا خلال سنوات الدراسة حيث شهد تزايدا مستمرا و لو بوتيرة متباطئة منذ سنة 2010 وصولا إلى سنة 2015 ،و لكن في المقابل نلاحظ ان هذا العدد يعتبر قليل جدا بالمقارنة مع عدد البطاقات البنكية المستعملة في الدول الأخرى على سبيل المثال نأخذ دول الجوار المغرب و تونس حيث أن عدد البطاقات البنكية المتداولة يفوق بكثير ما هو متداول في الجزائر و الجدول التالي يوضح المقارنة:

الجدول رقم8 تطور عدد البطاقات البنكية المتداولة في كل من الجزائر ، المغرب ، تونس خلال الفترة 2012-2015 .

	2012	2013	2014	2015
الجزائر	1075989	1098566	1125689	1142145
تونس	2070140	2367022	2373404	2665199
المغرب	6039415	6917894	8028142	8398451

Source :LAZREG Mohammed, GOUDIH Djamel torqui , Test analyses about the use of the electroniccard of payement and interbankwithdrawal in Algeria, Journal of Economic& Financial Research, Sixth Issue/ December 2016, p 35.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ فرقا واضحا في عدد البطاقات البنكية المتداولةبين كل من الجزائر و تونس و الجزائر و المغرب ففي سنة 2012 كان العدد في الجزائر يقدر بـ 1075989 بطاقة في حين بلغ العدد في تونس 2070140 بطاقة أي تقريبا ضعف ما هو عليه في الجزائر ة في نفس السنة كان عدد البطاقات المتداولة في المغرب يقدر بـ 6039415 بطاقة أي تقريبا ستة أضعاف ما هو متداول في الجزائر ، أما في سنة 2015 فقد بلغ عدد البطاقات البنكية المتداولة في الجزائر 1142145 بطاقة في حين بلغ العدد في تونس 2665199 بطاقة و هو الضعف في حين بلغ العدد في المغرب لنفس السنة 8398451 بطاقة و هو تقريبا سبع أضعاف و نصف ماو متداول في الجزائر و الفرق شاسع جدا ، و هو ما يدل على التأخر الكبير في الجزائر في ميدان الرقمنة و تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية .

3. وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر

1. التجارة الإلكترونية بين الشركات و المستهلكين B2C : إن اتساع مجال استعمال الانترنت من الوسط الجامعي إلى أوساط مختلف فئات المجتمع أحدثت تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين ، و قد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الانترنت ، و إيصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء و البيع عبر شبكة الانترنت ، و هو ما يعرف بتجارة التجزئة الإلكترونية B2C التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار و اقتصاد الوقت و التكاليف .

و في دراسة هي الوحيدة من نوعها في الجزائر و التي أجريت مرتين الأولى في سبتمبر 2009 و الثانية في أكتوبر 2012 من قبل مؤسستي Med and com و Idea Tic بعنوان ويب ديالنا و التي خصت مجال البحث و التحليل و الاستقصاءات حول التسويق عبر شبكة الإنترنت ، حيث وضحت نتائج دراسة 2009 (www.webdialna.com.) أن نسبة 75 % من مستخدمي الانترنت في الجزائر يعتبرون الأنترنت أصبحت من ضروريات الحياة اليومية حيث ان نسبة 71،2 % من الأشخاص الذين شملتهم الدراسة يستخدمون الإنترنت عدة مرات في اليوم لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم، أما فيما يخص استخدام الإنترنت بغرض التسوق فإن نسبة 39،5 % من مستخدمي الإنترنت في الجزائر في سنة 2009 قامو بالفعل بعمليات شراء أو حجوزات عن طريق الإنترنت و نسبة 20،5 % منهم قامو بتأكيد عمليات الشراء و الحجوزات المقدمة و قامو بالدفع بمقابلها ، في حين بقية النسبة تعذر إتمام الصفقة عبر الإنترنت نظرا لغياب وسائل الدفع الإلكترونية لديهم .

أما بالنسبة للدراسة التي تمت في أكتوبر 2012 (www.webdialna.com.) فقد اتضح أن عدد مستخدمي الإنترنت الذين يستعملونها لأكثر من مرة في اليوم لمدة تزيد عن ثلاث ساعات في اليوم قد ارتفعت لتصبح 76،7 % ، في حين فيما يتعلق بالتسوق الإلكتروني فقد وضحت هذه الدراسة أنه فيما يتعلق بالسلع فإن 55،3 % من مستخدمي الإنترنت في الجزائر يقومون بطلبات شراء أثاث و أدوات الكترونية و كهرو منزلية ، فيما تقوم نسبة 34،9 % بتقديم طلبات لشراء سلع تتعلق بالصحة و الجمال من أدوية و فيتامينات و ووسائل تجميل ، أما فيما يتعلق بجانب الخدمات فإن نسبة 45،3 % يقومون بشراء كتب و مجلات و يطلعون على الصحف عبر الإنترنت ، إضافة إلى شراء برامج الكمبيوتر ، كما أوضحت هذه الدراسة و التي أجريت على 13600 مستخدم للأنترنت الأنشطة التي يستخدم من خلالها المستخدم الجزائري شبكة الإنترنت حيث ان نسبة 20 % منهم يمارسون نشاطات تجارية.

و تجدر الإشارة إلى أن الجزائر احتلت المرتبة 17 افريقيا حسب مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات و المستهلك B2C في سنة 2017 بعد كل من تونس و المغرب اللتان احتلتا المرتبة 3و 4 على التوالي افريقيا، و حتى ليبيا جاءت في مرتبة متقدمة عن الجزائر فقد احتلت المرتبة 13 ، أم من حيث الترتيب العالمي فقد احتلت الجزائر المرتبة 111 من أصل 151 دولة ، في حين كانت تونس في المرتبة 79 عالميا و المغرب المرتبة 81 عالميا و ذلك لسنة 2017 United nations ConferenCe on trade and development ,2018)، و تجدر الإشارة إلى ان ترتيب الجزائر العالمي قد تراجع عما كان عليه الحال في سنة 2016 أين احتلت الجزائر المرتبة 95 عالميا من أصل 137 دولة (United nations ConferenCe on trade and development,2016).

2. التجارة الإلكترونية بين الشركات B2B : إن التطور الهائل و المستمر الذي أحدثته تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في عالم الأعمال و التجارة يفرض على المؤسسات الجزائرية مواكبة هذا التطور و ضرورة التحول إلى استعمال هذه التكنولوجيات خاصة الإنترنت كقاعدة تجارية و الاستفادة منها لتعظيم فائدة التجارة الإلكترونية في قنوات عملها اليومية ، و قد بدأت بعض المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء و البيع الإلكتروني و لكن بمستويات مختلفة فمن خلال البحث عبر الشبكة نجد بعض المؤسسات التي بدأت تتعامل من خلال الإنترنت مع مؤسسات أخرى ، إلا ان المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية ترتكز على العلاقة مع المستهلك B2C ، في حين هناك ضعف كبير في

المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات B2B ، و الدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع التكنولوجي لدى مختلف الهيئات الاقتصادية في الجزائر (سمية ديمش ، 2010-2011، ص 244).

ففي التقرير السنوي حول الجاهزية الرقمية Network Readiness index (world economic forum ,2016) الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي World EconomicForum ، و الذي يسعى لقياس مدى جاهزية الدول للتقدم و الرقي في ظل المجتمع المعرفي ، بينت نتائج سنة 2016 احتلال الجزائر المرتبة 117 في مؤشر الجاهزية التكنولوجية من أصل 139 دولة كانت محل الدراسة ، و قد تم وضع هذا المؤشر بناءا على ثلاث محاور رئيسية و هي :

1- المحيط السياسي والاقتصادي للبلد والبنية التحتية.
2- مستوى التطور التكنولوجي والذي يصف رغبة وقدرة الجهات المختلفة على الاستثمار للتطور الرقمي.
3- درجة استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ال حديثة من طرف الأفراد ، الحكومات، و الأعمال .

بالنسبة للأعمال فقد ركز هذا التقرير على طبيعة و محتوى مواقع الإنترنت التي يتم انشاؤها من طرف المؤسسات الجزائرية ، و مدى استخدام هذه المواقع لإتمام الاعمال ، و الجهود التي تبذلها هذه المؤسسات لدمج تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من اجل تحقيق مكاسب في الإنتاجية ، و مقدار ابرامها لصفقات الكترونية و مدى استخدام التطبيقات الاقتصادية ، فقد أشار التقرير إلى احتلال الجزائر المرتبة 125 من أصل 139 دولة محل الدراسة ، حيث أن مقدار استيعاب المؤسسات الجزائرية للتكنولوجيا قدر بـ 3،1 نقطة على سلم من 1 إلى 7 و احتلت بذلك الجزائر المرتبة 131 من أصل 139 دولة ، أما بالنسبة للصفقات التجارية فقد أشار التقرير إلى احتلال الجزائر المرتبة 133 فيما يتعلق باستخدام الإنترنت للأغراض التجارية مسجلا علامة 2،9 نقطة على سلم من 1 إلى 7 ، ، وهو ما يدل أن مستوى تطبيقات التجارة الإلكترونية المستخدمة من قبل المؤسسات الجزائرية كان ضعيفا ومتدنيا حيث أنهذه المؤسسات تستخدم الوسائل التقليدية في تجارتها، وما زالت بعيدة عن الممارسة الواسعة للتجارة الإلكترونية، واقتصرت تطبيقات هذه الأخيرة على الدعاية والترويج للشركة ومنتجاتها دون عقد صفقات تجارية عبر الإنترنيت واكتفت المؤسسات باستعمال هذه التقنية (الإنترنيت) لأغراض بسيطة كالاتصال والإعلام.

4. التجارة الالكترونية و السياسة الجبائية في الجزائر

يواجه النظام الضريبي الجزائري عدة تحديات ، حيث تثير التجارة الإلكترونية و التي تعتبر إحدى صور النشاط الاقتصادي المستحدث بفعل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصالات العديد من أوجه البحث المتعلقة بكيفية المعاملة الضريبية و مدى ملائمة تطبيق النظم الضريبية التقليدية عليها ، و دور الإدارة الجبائية في التعامل مع كل هذه المستجدات ، وقد نصت المادة رقم 3 (القانون رقم 18-05 ، 2018) من القانون رقم 18-05 الصادر في 10 ماي 2018 و المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن " تخضع كل المعاملات التي تتم هن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق و الرسوم التي ينص عليها التشريع و التنظيم المعمول بهما " كما تنص المادة رقم 4 (القانون رقم 18-05 ، 2018) من نفس القانون على " يمكن ان تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الإلكترونية موضوع تدابير تحفيزية طبقا للتشريع المعمول به ".

و من اهم المشكلات التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يمكننا ان نعددها في النقاط التالية :

1- صياغة نظام ضريبي يحافظ على حرية المنافسة و لا ينحاز إلى نوع من التجارة على حساب الآخر مع مراعاة طبيعة التجارة الإلكترونية .
2- تحديد السيادة الضريبية التي تقرر حق كل دولة في فرض الضريبة على دخل التجارة الإلكترونية ، لذلك يجب التخلي على مبدأ الإقليمية في مدال التجارة الإلكترونية و البحث عن معايير غير تقليدية لتقرير إقامة المنشأة في الدولة ، ذلك ان مبدأ إقليمية الضريبة يقلل من فرص الدولة في فرض الضريبة على الدخل الذي يتحقق من عمليات البيع إلى المستهلكين الذين ينتمون إلى تلك الدولة إذا كانت المنشآت البائعة تقيم خارجها ، و هو الامر الذي يزداد خطره في ظل تزايد التعامل عبر الإنترنت .

3- فيما خص الضريبة على المبيعات فهناك صعوبة في تحديد مدى ارتباط المنشأة البائعة بالدولة التي يقيم فيها المستهلك لهذه المبيعات مما يعني ضرورة الاعتماد على معايير ضريبة الدخل في تحديد محل إقامة المنشأة البائعة إثبات هذا الارتباط .

4- فرض الضريبة على الضريبة على التجارة الإلكترونية على السلع المستوردة يواجه مشكلتين :

- ✓ تراجع الدور الجمركي للرقابة و تحصيل الضريبة على السلع التي تسلم رقميا .
- ✓ اعتماد تصنيف عالمي للساع الداخلة إلى البلاد في صورة برامج جاهزة .

5- المشكلة الأكثر خطورة تكمن في عدم توافر الإدارة الجبائية القادرة على التعامل مع التطورات التكنولوجية و مواجهة تحديات القيام بأعمال الحصر و الربط و الحصيلة على المنشآت العاملة بالتجارة الإلكترونية ، و هذا أمر صعب في الواقع الجزائري ، فلا زال الإعلام الآلي لم يعمم في المدارس و المعاهد ، و شبكة الإنترنت الجزائرية من اضعف شبكات الإنترنت من حيث ضعف التدفق و ارتفاع تكاليف الاستخدام.

6- صعوبة التحصيل الضريبي إذ أن انتشار استعمال النقود الإلكترونية يزيد من صعوبة التحصيل ، و ينتج عن هذه صعوبة اطلاع إدارة الضرائب على البيانات الضرورية لتطبيق الضريبة على الدخل او المبيعات او غيرها .

7- تحديد قواعد تحديد السيادة الضريبية على التجارة الإلكترونية بأشكالها المختلفة وفق التشريعات الداخلية للدولة و في ضوء اتفاقيات تجنب الازدواج الضريبي .

5. تحديات فرض ضرائب على التجارة الالكترونية :هناك تحديات كثيرة ناتجة عن فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية سنحاول ذكر أهمها فيما يلي:

1. تحدي إثبات التعاملات و العقود: لأن معظم القوانين الوطنية والاتفاقات الدولية هي عبارة عن أحكام تشترط أن يتم إثبات التعاملات كتابة – أي ما يعرف بالتوثيق – و عليه فإنه في ظل غياب إطار تشريعي يأخذ في الحسبان العمليات التي تتم إلكترونيا من شأنه أن يحدث صعوبة في هذا المجال ، يضاف إلى ذلك أن السرية التي تحاط بها التعاملات من شأنها أن تطرح مشكلة عدم قدرة الإدارة الجبائية على معرفة محتوى المبادلات و بالتالي قيمتها ، و أيضا عدم معرفة أسماء المتعاملين في بعض الأحيان وهذا من شأنه أن يكون عائقا بالنسبة لجباية الضرائب ((manifest.univ-ouargla.dz

2. تحدي النقود الإلكترونية:بحيث أن النقود الإلكترونية ستحل بمرور الزمن محل النقود الحقيقية، لأن سرعة حركة رؤوس الأموال و تطور العلاقات التجارية الدولية أدى إلى انتشار واسع للنقود الالكترونية في معاملات الأفراد بالمقارنة مع النقود الحقيقية، و هذا بدوره أدى إلى تحسين وسائل الدفع ،حيث ظهرت بطاقات إلكترونية كثيرة أهمها بطاقات الائتمان (LA CARTE DE CREDIT) و البطاقات الذكية مثل بطاقة البرغوث (LA CARTE A PUCE) ، و بطاقة الفيزا و هي ثلاثة أنواع ، فهناك بطاقة الفيزا الذهبية و بطاقة رجال الأعمال و بطاقة الفيزا العالمية ، و هناك بطاقة ماستركارد و هي نوعين كذلك ، بطاقة ماستركارد لرجال الأعمال ، و بطاقة ماستركارد العادي. (سحنون محمود ، 2003 ، ص ص 71-72) ، حيث تحتوي هذه البطاقات الالكترونية على رقائق بها أرصدة أموال الأفراد ، و التي تستخدم في دفع المستحقات و تسوية الحسابات مما يزيد من الصعوبة التي تواجهها إدارة الضرائب و تتفاقم هذه الصعوبات لو تمت المدفوعات بالنقود الالكترونية عبر الانترنت (ناصر مراد ، 2003 ، ص ص 150-151) ،يضاف إلى ذلك أن المدفوعات الإلكترونية تتم بدون تسجيل محاسبي ، ومن ثم فهي تفتح المجال للتهرب الضريبي ، و منه فإن العمليات التي تتم تسويتها عن طريق النقود الإلكترونية يصعب محاسبتها نظرا لعدم وجود حسابات ممسوكة يمكن الاطلاع عليها ، و

تتفاقم المشكلة أكثر لو صار من الممكن تسليم المدفوعات بالنقود الإلكترونية عبر الإنترنت كما تتجه التطبيقات الحديثة لفكرة المال الرقمي(عزوز علي و آخرون ، 2003 ، ص 3).

3. **تحدي الوصول إلى الدفاتر والسجلات الإلكترونية:** في حالة التجارة التقليدية نجد أن دافعي الضرائب مطالبون بتقديم الدفاتر والسجلات المحاسبية، وجميع الوثائق التي تثبت مداخيل المكلف إلى السلطات الجبائية لدعم عملية تقدير الضرائب المستحقة و السلطات الضريبة تقوم بالتحقق من هذه المعلومات التي يقدمها دافعي الضريبة ، و غالبا فإن السلطات الضريبية تعتمد على المعلومات التي تقدمها المؤسسات المالية أو وسطاء آخرين في نطاق اختصاصها ، أما في بيئة التجارة الإلكترونية فإن الدفاتر و السجلات غالبا ما تكون أكثر منها في التجارة التقليدية ، و غالبا ما تخزن في دولة أخرى مما يجعل من الصعب جدا الوصول إليها .

ويرى البعض أن المعاملات الإلكترونية تثير بعض التحديات فيما يتعلق بمراجعة الحسابات أهمها :

- القدرة على تحديد مكان وصول السجلات التي يحتفظ بها في أشكال إلكترونية ؛
- القدرة على تشفير السجلات الإلكترونية ؛
- الافتقار إلى الأصالة و النزاهة و الثقة في السجل الإلكتروني (نزيه عبد المقصود محمد مبروك ، 2011 ، ص ص 89-90) .

4. **تحدي إثبات موقع المكلف على شبكة الانترنت و نشاطه:** إن إثبات موقع المكلف بالضريبة في تعاملات التجارة الإلكترونية، يعتبر من أهم التحديات التي تواجه فرض الضريبة على الدخل الناتج عن التجارة الالكترونية، وذلك لصعوبة تحديد هوية صاحب النشاط (البائع) ولا حتى المشتري على شبكة الإنترنت، حيث يستطيع أن يقيم ويبرم الصفقات التجارية في أي دولة لا يقيم فيها، ولا يحمل حتى جنسيتها وبالتالي يسهل عليه التهرب من دفع الضريبة، وذلك بعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية ، بالإضافة إلى ذلك التحول نحو إنتاج منتجات رقمية ، حيث أن هناك عدد من المنتجات مثل الصور الفوتوغرافية، و التسجيلات الصوتية ، و الاستشارات الطبية و المالية و الخدمات التعليمية و البرامج التطبيقية يمكن حاليا الحصول عليها مباشرة من خلال الانترنت ، مما يمثل تحديا فيما يخص المعاملة الجبائية لهذه المنتجات ، كما أنه أصبح بإمكان الشركات أن تنشأ متجر افتراضي على الانترنت و تستطيع من خلاله أن تعرض و تبيع منتوجاتها ، كما أصبح بإمكان الزبائن أن يتجولوا في هذا المتجر وأن يطلبوا خدمات معينة وأن يستفسروا عن أسعار المنتوجات المعروضة مع إتاحة عدة فرص أمامها لتحديد طرق الشحن و الدفع التي يفضلونها و بيان التكلفة الإجمالية في كل حالة ، مما يطرح أكثر من إشكال بخصوص المنشأة الافتراضية و هل يمكن اعتبارها كمنشأة ثابتة يمكن الاعتماد عليها كأساس للموقع الجبائي ، ومع غموض فكرة الاختصاص الجبائي ، سوف يصعب تحديد من يجب عليه دفع الضريبة أو تحصيل الأموال (عزوز علي و آخرون ، 2003)

5. **تحدي البيئة الرقمية ذاتها (الإنترنت):**إن شبكة الإنترنت جعلت من الصعب فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية، ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية: (www.yemen-nic.info)

العنصر الأول: سهولة التهرب من الضريبة و بصفة خاصة الضريبة على المبيعات من التجارة الالكترونية ، فمثلا عندما يشتري شخص ما اسطوانة من أحد محلات الاسطوانات الموسيقية فإنه يدفع تلقائيا ضريبة مبيعات ، أما لو اشتراها من خلال شبكة الإنترنت فالمرجح أنه يتهرب من دفع الضريبة و المفترض أن يدفعها ، ومن الصعب على الأجهزة الضريبية اقتفاء أثر المنتجات الرقمية .

العنصر الثاني : الانترنت ستزيد من صعوبة تحديد هوية الأفراد أو الشركات العاملة في الأنشطة التي من المفترض أن تخضع للضريبة ، كذلك ستزيد من حركة الشركات و تنقلها مع أنواع معينة من الأيدي الماهرة ، فالأعمال أو الأفراد الذين يعملون من خلال شبكة الانترنت يستطيعون بسهولة الانتقال إلى الدولة ذات الضريبة المنخفضة؛

العنصر الثالث : الإنترنت ستزيد من الصعوبات التي تواجهها الإداراة الجبائية ، حيث أن هناك متغيرات عديدة ناجمة عن التجارة الإلكترونية من شأنها أن تجعل السلطات الضريبية تواجه تحديات كثيرة منها، التحول من المعاملات الورقية التي تسمح لسلطات الضرائب بتعقب آثار هذه المعاملات كالفواتير، إلى معاملات رقمية يصعب تعقبها ، و منها أيضا التحول التكنولوجي من إنتاج وبيع منتجات مادية إلى إنتاج منتجات رقمية ، و هناك الكثير من المنتجات مثل الصور الفوتوغرافية و الاستشارات المالية و القانونية و الطبية و الخدمات التعليمية من الممكن الحصول عليها مباشرة من خلال الإنترنت ، و هذا يعني انهنا كصعوبة متزايدة في تحديد المؤسسة التي يمكن التعامل معها لغرض فرض الضريبة عليها ، ومع الغموض في تحديد صاحب الاختصاص بغرض الضريبة ، سوف يصعب تحديد من يجب عليه دفع الضريبة أو تحصيل الأموال ، و من ثم فإن مديري الضرائب على الصعيد العالمي يواجهون تحديا هائلا في التعامل مع الأرباح الناتجة عن التجارة الإلكترونية.

6. **تحدي العدالة الضريبية:** في إطار مرونة الحركة الذي تدعمها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، بدأ ظهور اختلال في تحقيق العدالة الضريبية مبني على أساس تكنولوجي، فعلى سبيل المثال قد يتمكن المديرون من نقل أعمالهم إلى المناطق ذات المعدلات الضريبية الأقل ، بينما سيبقى العامل المادي غير قادر على تحقيق ذلك، و في المستقبل القريب ، سيكون من الصعب فرض ضريبة على المنشآت أو الأفراد ذوي المكاسب المرتفعة بمعدلات كبيرة ،لأن هذه المنشآت و الأفراد هي الأكثر مرونة في التنقل ، مما يمكنها من نقل نشاطها إلى دول أقل في أعبائها الضريبية ، و بالتالي فإن العمل غير الماهر سوف يتحمل عبئا ضريبيا أعلى. (www.arab-api.org)

الخاتمة :

إن انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزرع نواة هذه التجارة ، ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، إلا أنه حسب تحليلنا للإحصائيات المتوفرة لاحظنا أن هناك تأخرا كبيرا في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الانترنت، مما حال دون توسع التجارة الالكترونية الجزائرية، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة، منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي واجتماعي.

وبهدف تفعيل هذه التجارة ، لابد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول إلى التجارة الالكترونية يتطلب جملة من التغييرات وإعادة الترتيبات، والتخطيط والتفكير الدقيق. فمن الضروري التركيز على مجموعة من المقومات والعوامل الإيجابية، واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه ويحقق الانطلاق الفعلي للمعاملات التجارية الالكترونية. ويتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا و بالتالي استفادة الجزائر من مداخيل جبائية جديدة متأتية من نشاطات هذا النوع من التجارة مع الاخذ بعين الاعتبار جملة التحديات او المشكلات التي تواجه المشرع الجبائي في فرض الضرائب على نشاطات التجارة الإلكترونية حيث لابد من تكييف التشريع الجبائي ليتماشى و الطبيعة الخاصة لجملة نشاطات التجارة الإلكترونية كما يجب أن يتم تحديث الإدارة الجبائية لتواكب التطور الإلكتروني الحاصل و تكون قادرة على متابعة مثل هذا النوع من الأنشطة .

التوصيات والمقترحات :

- إعطاء الأولوية لقطاع البحث والتطوير وإزالة الانفصال القائم بين قطاعي الصناعة والبحث العلمي، وذلك من خلال إنشاء مراكز وهيئات متخصصة في هذا المجال، ومنحها الفرصة لإبراز مجهوداتها ونتائج أبحاثها واستخدامها في استحداث مختلف الابتكارات المساعدة على تطبيق التجارة الالكترونية.
- دعم وفتح مجال الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقطاع الخاص المحلي، وجذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية.
- دعم الاستعداد الالكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول إلى التجارة الالكترونية، وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الالكترونية.
- تحول التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني لابد أن يصاحبه بنية تحتية قوية مكونة من شبكات اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات، وتوفير تجهيزات آلية، وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري.
- الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الالكترونية، التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة، وما سيكون لذلك من آثار ايجابية في دفع التجارة الالكترونية وزيادة الوعي بان التعامل بهذه التجارة ليس خيارا ترفيهيا بل أمر ضروري.
- تسخير الإمكانيات الضرورية واللازمة للانتقال بمشروع الجزائر الالكترونية من التخطيط إلى التنفيذ، وإعداد دراسات دقيقة حول سبل تسريع عملية تجسيد المشروع على أرض الواقع في آجاله المحددة حتى لا يؤول مصيره الفشل كباقي المشاريع.
- تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي ميسر ومسهل للتجارة الالكترونية، من خلال تطوير التحويل الالكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الالكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمن في هذه العمليات.
- السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام واعتماد التجارة الالكترونية، الذي يضمن استمرارها ويحمي حقوق المستهلكين والبائعين المتعاملين بها، ويضمن الوفاء بالتزاماته ويتم ذلك من خلال تكييف القواعد القانونية الحالية لتتلاءم مع الطبيعة الخاصة للتعاملات الالكترونية.
- العمل على جعل التشريع الجبائي يتماشى و الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية التي تعتبر نشاطاتها مصدرا هاما لإيرادات جبائية غير مستغلة و العمل على تجنب التهرب الضريبي الذي يعتبر مشكلا شائعا في المعاملات الالكترونية .
- العمل على تحديث الإدارة الجبائية و جعلها أكثر الماما بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و جعلها تعتمد أكثر على الرقمنة .
- العمل على تكوين موارد بشرية أكثر كفاءة و أكثر تحكما في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و قادرة على متابعة أنشطة التجارة الإلكترونية من الناحية الجبائية .
- لابد على المكلف بالضريبة الذي يمارس التجارة الالكترونية أن يكتتب تصريحا برقم أعماله المحقق مثل ما هو الحال بالنسبة للمكلف بالضريبة الذي يمارس نشاط تجاري تقليدي الأمر الذي يسهل من عملية التحصيل الجبائي للضرائب و تبقا إشكالية التدقيق في صحة رقم الأعمال المصرح به.
- لابد ان يتم ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية من خلال استخراج سجل تجاري مثل ما هو الحال بالنسبة للتجارة التقليدية و هو أمر يسهل على الإدارة الجبائية بالتعاون مع مصالح السجل التجاري الوطني من إحصاء التجار الممارسين لهذا النشاط .

المراجع :

الكتب :

1- نزيه عبد المقصود محمد المبروك ، (2011) ، **المعاملات الضريبية لصفقات التجارة الالكترونية** ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي للنشر ، الإسكندرية ، مصر .

المجلات :

2- دادن عبد الوهاب ، (2004)، **الجباية الافتراضية و التجارة الإلكترونية ،النقاشات ،المشاكل و التحديات**، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، العدد 3 ، جامعة فرحات عباس ، سطيف .

3- مشتي امال ،(2014) ، **التجارة الإلكترونية في الجزائر** ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، العدد 13 .

4- محمود سحنون ، (2005) ، **التجارة الإلكترونية و دورها في تسويق الخدمات المالية و المصرفية ، حالة الدول العربية** ، مجلة الاقتصاد و المجتمع ، العدد 3 ، جامعة منتوري ، قسنطينة .

5- أحمد جميل، كهينة رشام، (2010) ، **بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر** ، مجلة الاقتصاد الجديد ، العدد الاول .

6- سحنون محمود ، (2003) ، **النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية** ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد الرابع ،جامعة محمد خيضر بسكرة .

7- أ. سمية عبابسة، (2016) ، **وسائل الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري -الواقع و المعيقات والآفاق المستقبلية-** ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد السادس .

8- Nassima benrabrab ,(2013), **marché du e-commerce en Algérie** ,journal l'eco n° 61 .

9- Mustafa Hashem Sherif, (2007) ,**paiements électroniques sécurises**, presses Polytechniques et universitaires Romandes, France.

الأطروحات :

10- سمية الديمش ، (2012/2011) ، **التجارة الإلكترونية حتميتها و واقعها في الجزائر** ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري – قسنطينة- .

11- مخلوفي عبد الوهاب ،(2012/2011) ، **التجارة الالكترونية عبر الانترنت** ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ،الجزائر .

12- محمد عدنان أمين زيد ،(2014) ، **التنظيم الضريبي للتجارة الالكترونية و مقترحات لتبنيها في الواقع الفلسطيني** ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، فلسطين .

13- إبراهيم بختي ،(2002)، **دور الإنترنت و تطبيقاتها في مجال التسويق** ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم اقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، الجزائر .

الملتقيات :

14– عزوز علي و آخرون ،(2007) ، **إشكالية جباية المعاملات في التجارة الإلكترونية** ، ملتقى المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية ،جامعة شلف، الجزائر.

15- ناصر مراد ،(2003) ، **انعكاس العولمة على السياسة الضريبية** ، الملتقى الوطني حول: السياسة الجبائية الجزائرية في الألفية الثالثة ،جامعة سعد دحلب البليدة.

16- عبد القادر بريش ، محمد زيدان ،(2007)، **دور البنوك في تطوير التجارة الالكترونية** ، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة .

المواقع الألكترونية :

17– رأفت رضوان و آخرون ، **الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية** ، ‹ www.arab-api.org.

18- طواهر التهامي و آخرون ،**تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية** ، manifest.univ-ouargla.dz

19-world economic forum, "the global information technology report 2016", https://reports.weforum.org

20- Etude WebDialn@™,Etude sur les Usages et Perceptions des Internautes du Web Algérien, www.webdialna.com.

21- Etude WebDialn@™, Les internautes algériens enthousiastes à la venue de la 3G et du e-commerce , www.webdialna.com.

22- http // :www.ocde.org .

23- www.arab-api.org .

القوانين :

24- القانون رقم 18-05 الصادرة بتاريخ 10 ماي 2018 و المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، الجريدة الرسمية العدد 28 ،الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018 ، المادة رقم 3 و 4 .

تحديات النظام الجبائي في ظل تطور أساليب التجارة والإلكترونية

The challenges of the tax system on the development of methods of electronic commerce



سعد أولاد العيد[1]، مصطفى بورنان[2]

Saad Oulad-Laid[1], Mustapha Bourennane[2]

جامعة عمار ثليجي بالأغواط (الجزائر)؛ مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير؛ s.ouledlaid@lagh-univ.dz

جامعة عمار ثليجي بالأغواط (الجزائر)؛ مخبر دراسات التنمية الاقتصادية؛ m.bourennane@lagh-univ.dz

الملخص:

تطرقت الدراسة إلى نشاط التجارة الالكترونية الذي شهد تطورا هائلا في العقدين الاخيرين وأصبح يشكل جزءا هاما من التجارة العالمية، ولكن بالمقابل وبالنظر لطبيعة النشاط وأدواته فإن تحديات كبيرة تظهر أمام الحكومات للتعامل معه خاصة فيما يتعلق بقضية إخضاعه للضريبة والجباية، التي تتمثل خاصة في صعوبة إثبات التعاملات والعقود الالكترونية، إشكالية استعمال الادوات الالكترونية للدفع، والحدود المكانية ومفهوم الاقليمية وسيادة الدولة، كما تم التطرق إلى أهم الآراء المتعلقة بكيفية التكامل مع التجارة الالكترونية من الرافضة الى الإخضاع الضريبة والى الداعية إليه، مع تقديم أهم الحلول لمجابهة تلك التحديات.

كلمات مفتاحية: تجارة إلكترونية، ضرائب، جباية

تصنيفات JEL : H2 ، H7، O3

Abstract:

E-commerce activity has witnessed tremendous development in the last two decades and has become an important part of global trade, but in contrast, in view of the nature of the activity and its tools, great challenges arise in front of governments to deal with it, especially with regard to the issue of subjecting it to tax and taxation, which is particularly difficult to prove electronic transactions and contracts, problematic The use of electronic tools for payment, spatial limits, the concept of regionalism, and state sovereignty. The most important opinions regarding how to integrate with electronic commerce were also discussed, from refusals to taxation and to those who call for it, while providing the most important solutions to confront these challenges.

Keywords: E-Commerce, Taxes, Collection
JEL Classification Codes : H2, H7, O3.

مقدمة:

عرف العالم خلال الثلاثة عقود الاخيرة تطور رهيب وثورة حقيقية في مجال المعلوماتية والاتصال غير بشكل واضح أوجه الحياة البشرية ومس مختلف الظواهر الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والطبية ..،وحسمت بشكل نهائي التوجه نحو التنميط ونمو وازدهار العولمة القائمة أساسا على إزالة كافة القيود وتحرير حركة التجارة من أي اعتراضات جمركية وتجاوز حدود الدول بكل أريحية ومرونة. وهكذا تم استغلال التطور التكنولوجي وشبكة الاتصالات من أجل منح حرية أكبر للمعاملات التجارية الدولية ومن ثم ازدياد التبادل التجاري العالمي بشكل هائل، وفي خضم ذلك ظهر التساؤل الرئيس وهو كيفية التعامل جبائيا مع هذه المستجدات، وبدت النظم الجبائية لأغلب الدول عاجزة عن فهم فما بالك مواكبة هذا الامر، وعن كيفية إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة الذي يطرح العديد من التحديات التقنية والقانونية.

وعليه نحاول من خلال هذه الورقة الاجابة على الاشكالية الرئيسية التالية:

إشكالية البحث: ما هي التحديات القانونية والتقنية التي تواجه النظم الجبائية لمختلف الدول قصد إخضاع التجارة الالكترونية إلى الضريبة شأنها شأن بقية الانشطة الاقتصادية التقليدية التي تعد الضريبة إحدى عناصرها الاساسية؟

ومن خلال هذا السؤال الرئيسي يمكن تجزئته الى إشكاليات جزئية كما يلي:

- ما مفهوم التجارة الالكترونية؟
- أين تكمن أهم نقاط الاختلاف بين التجارة الالكترونية والتقليدية؟
- ما التحديات القانونية والتقنية التي تحول دون ذلك إخضاع التجارة الإلكترونية إلى الضريبة؟
- ما هي أهم الحلول المقترحة لتخطي الصعوبات التي تحول دون إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة؟

فرضيات البحث:

- بالنظر لمميزاتها وخصائصها فإن هناك مشاكل وصعوبات تحول دون إخضاع المعاملات الالكترونية للجباية؛
- إتساع وازدهار نشاط التجارة الالكترونية راجع إلى التطور تكنولوجيا الاتصال.

أهمية البحث:

تكمن أهمية الدراسة في محاولة الوقوف على أهم التحديات والموقعات التي تحول دون إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة، مع إعطاء الحلول الواقعية الممكنة. على إعتبار أن نشاطها في تطور وإتساع مستمر وتحقق مداخيل وأرقام أعمال معتبرة، ومن ثم فإن إخضاع هذا النوع من المعاملات من شأنه أن يساهم بشكل كبير في تمويل الموازنات العامة للدول التي تعاني من نقص كبير في الايرادات يحول دون الاضطلاع بالمهام المطلوبة منها، وخاصة في البلدان النامية التي تنشد التنمية وتسعى إلى تحسين الخدمات العامة.

أهداف البحث: نهدف من خلال هذا البحث إلى تحديد أهم الصعوبات والمعوقات التي تقف حجر عثرة أمام إخضاع المعاملات التجارية الالكترونية، وذلك من خلال معرفة خصائصها والعوامل التي تتحكم فيها حتى يمكن تقديم حلول ناجعة لهذه المشكلة.

منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج التوصفي التحليلي لمعالجة مسألة اخضاع التجارة الالكترونية للضريبة، مع تقسيم الورقة البحثية إلى ثلاثة محاور رئيسية، تطرقنا في المحور الأول إلى مفهوم وخصائص التجارة الالكترونية، وخصص المحور الثاني إلى تحديد أهم الصعوبات التي تقف أمام إخضاع المعاملات التجارية الالكترونية إلى الجباية، في حين تناول المحور الثالث والأخير أهم الحلول المقترحة للتغلب على تلك الصعوبات.

الدراسات السابقة:

دراسة (عزوز، 2015) والتي عالجت موضوع جباية المعاملات الإلكترونية لذا ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب هذا الموضوع حيث تطرقت إلى تحدت فرض ضريبة على المعاملات الإلكترونية من خلال دراسة صعوبة إثبات التعاملات والعقود، استخدام النقود الإلكترونية، صعوبات مرتبطة بتحديد الهوية وتعيين النشاط و إشكالية فرض رسوم جمركية على المعاملات الإلكترونية الدولية، كما اقترحت بعض الحلول لمعالجة التعاملات الإلكترونية جبائيا ؛

دراسة (مرازقة، 2005) والتي تطرقت إلى الأهم التحديات التي تواجه المعنيين لاخضاع التجارة الالكترونية للضريبة وخاصة مبدأ التواجد المادي للمؤسسات الاقتصادية الخاضعة للضريبة في ظل التجارة التقليدية، هذا المبدأ الذي تجاوزته التجارة الالكترونية، مع تقديم تصورا متكاملا للتغلب على هذه الصعوبات؛

دراسة (مركان ، بوخاري، و حاج أحمد، 2019) والتي تطرقت إلى التطور الهائل الذي عرفه نشاط التجارة الالكترونية مستفيدة من الابتكارات الجديدة لوسائل الاتصال وما صاحب ذلك من صعوبات تحول دون إخضاع هذا النوع من المعاملات للضريبة بالنظر لطبيعتها واختلاف مبادئها عن مبادئ التجارة التقليدية، محالة اقتراح الحلول الناجعة لتغلب على هذا الاشكال باعتماد مجموعة من الوسائل المبتكرة.

أولا. مفهوم التجارة الإلكترونية: لقد شاع مفهوم التجارة الإلكترونية E-Commerce الذي يتيح العديد من المزايا، فبالنسبة لرجال الأعمال، أصبح من الممكن تجنب مشقة وتكاليف السفر للقاء شركائهم وعملائهم، حيث أصبح بمقدورهم توفير قدر كبير من الوقت والمال والجهد للترويج لمنتجاتهم وعرضها في أسواق أبعد وأكثر اتساعا واستهداف مستهلكين أكثر وفي أماكن أبعد مما كان عليه الأمر قبل عشر سنوات خلت، أما بالنسبة للزبائن على التنقل كثيرا للحصول على ما يرغبون فيها أو الوقوف في طوابير تستهلك الجهد والوقت، أو حتى المعاناة من استعمال الشكل التقليدي للنقود وما يحمله من مخاطر متعلقة بالسرقة والضياع، إذ يكفي اقتناء هاتف نقال حديث وتحميل برنامج مستعرض للأنترنت والاشتراك، لتوفير الوقت والجهد وبالإضافة لتعدد الاختيارات وتنوعها وتوفر المعلومة فيما يخص السعر والكمية والنوعية والمقارنة بين مختلف البدائل المتوفرة قصد تعظيم المنفعة.

وفي هذا الإطار يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بكل وضوح على أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج، توزيع، تسويق وبيع مختلف المنتجات اعتمادا على الوسائل الالكترونية. (حماد، 2003، صفحة 07)

كما تعرف المنظمة العالمية للتجارة OMC التجارة الإلكترونية بأنها إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة اتصالات، وبهذا المعنى فإن مفهومها يمتد ليشمل جميع أشكال المعاملات التجارية التي يتم إنجازها إلكترونيا عبر شبكات الاتصالات بما في ذلك المعاملات التي تتم بين الشركات، أي بين بعضها البعض وبينها وبين عملائها أو بين الشركات والإدارات الحكومية، وقد عرف هذا الشكل من التجارة توسعا كبيرا بظهور شبكات الاتصالات عبر الكمبيوتر التي غطت جميع مناطق الكرة الأرضية والتي تعرف بالإنترنت وهي تعبير مادي عن النظريات الاقتصادية المتعلقة بالعولمة. (Huet, 2000, p. 14)

كما تعرفها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE بأن تدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات المرتبطة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمؤسسات، باستعمال المعالجة والنقل الإلكتروني للبيانات، النصوص، الأصوات، الصور، وتمتد لتشمل الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات بالإضافة إلى الاجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنظمات، المفاوضات، العقود، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات والجباية. (إبراهيم، 2008، صفحة 40)

كما تعرف الهيئة الأوربية للمعلومات والتكنولوجيا والرقابة EITO التجارة الإلكترونية على أنها كل نشاط يؤدي إلى تبادل القيم بواسطة شبكات الاتصال. (مركان ، بوخاري، و حاج أحمد، 2019، صفحة 33)

ثانيا. خصائص التجارة الإلكترونية:

تستعد سوق التجارة الإلكترونية لتحقيق قفزة قوية في حجم التعاملات على الصعيد العالمي حتى تصل إلى 5.8 تريليون دولار بحلول عام 2024 مقابل 3.1 تريليون دولار في 2018، بحسب إحصاءات بيزنس إنسايدر.ويستند الموقع الاقتصادي الأمريكي في تقديرات النمو التي تبلغ 87.1% خلال فترة تمتد عبر 4 سنوات إلى تطور حلول التجارة الإلكترونية بوتيرة المتسارعة بفضل التقدم المسجل في آليات وتكنولوجيا الدفع عبر الإنترنت.وأضاف أن مختلف المتاجر تقريبا تستعد لبناء نظام دفع يقبل تعاملات بطاقات الائتمان عبر الإنترنت.وتوقع بيزنس إنسايدر ارتفاع إيرادات الشركات التي تقوم بمعالجة المدفوعات عبر الإنترنت من 82 مليار دولار في 2018 إلى 138 مليار دولار في 2024 بمعدل زيادة 68.3%. (محمد)

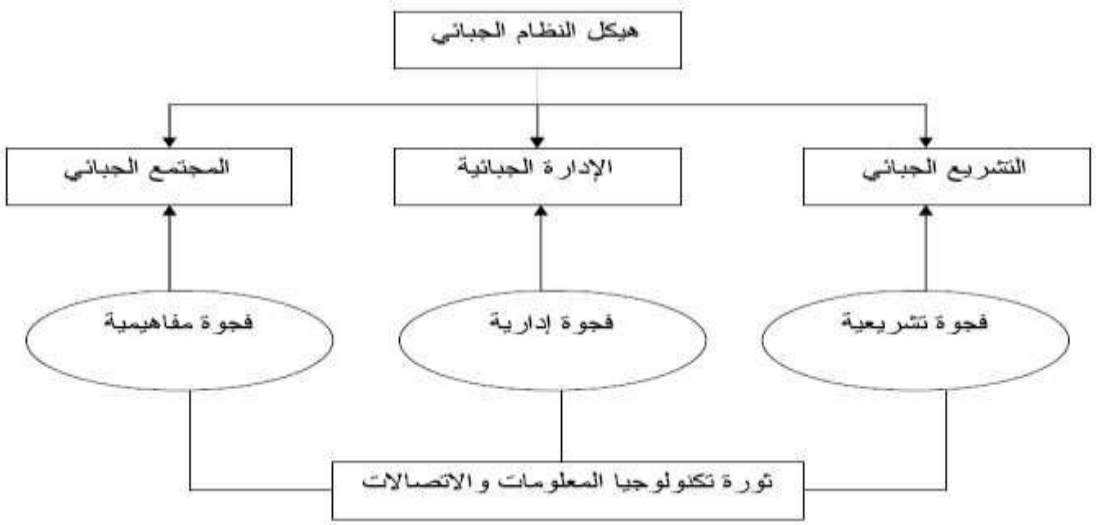
ونتيجة لهذا التطور الكبير الذي عرفته التجارة الدولية وبالنظر أيضا لخصائص التجارة والمعاملات الالكترونية التي تميزها عن التجارة والمعاملات التقليدية، فإن الحكومات على مستوى العالم تواجه تحديات عديدة ومتجددة إخضاعها لقواعد الفن الضريبي والجبائي المنظمة للتعاملات التقليدية تطرح العديد من التحديات والصعوبات. ويمكن حصر تلك التحديات والصعوبات في النقاط التالية:

1. **عدم وجود الإثباتات الورقية للمعاملات الالكترونية** :بما أن المعاملة الإلكترونية لا ترتبط بوجود أي وثائق ورقية تثبت إجراء المعاملة، فإن هذا الأمر يطرح صعوبة في إثبات العقود والتعاملات . .ذلك أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي العقد تنجز بصورة إلكترونية دون استخدام أي أوراق وهكذا، تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما، الأمر الذي يؤدي إلى فتح المجال أمام قضية أدلة الإثبات القانوني، مما يشكل عائقا أمام نمو التجارة الإلكترونية.
2. **معاملاتها عابرة للحدود:** نجم عن التجارة الالكترونية إلغاء القيود المكانية والزمانية، مع تزايد أنشطة الشركات المتعددة الجنسيات التي تمارس أنشطتها التجارية عبر العالم وتخترق حدود جميع الدول والتكتلات الاقتصادية بكل سهولة، وما تمثله من تحدي للاقتصاديات الوطنية، كما أن أدوات وأساليب .التجارة الإلكترونية قد منح الفرصة أيضا لظهور شركات صغيرة الحجم والتي استطاعت باستخدام شبكة الإنترنت ممارسة أنشطتها بدون قيود عبر

العالم، وهذا يؤدي إلى تفاقم شكل التعارض بين المصالح الاقتصادية القومية ومصالح هذه الشركات وانفتاح الباب على مصراعيه لمشاكل المسؤولية القانونية واختلاف وتعرض النظم الضريبية وكيفية التنسيق بين مختلف الحكومات لمراقبة الانشطة التي تتم إلكترونيا بالإضافة إلى سبل إثبات. المعاملات أصلا.

3. **غياب البعد المكاني:** تتيح شبكة الاتصالات للمؤسسات والأفراد على حد السواء على مباشرة تعاملاتهم التجارية بكل ثقة وأمان وكفاءة من أي بقعة في العالم، بغض النظر مكان تواجد الشركة أو المنشأة. بل غالبا ما للشركة أكثر من موقع منتشرين في أكثر من بلد قصد تسهيل وتسريع الاتصالات وتوزيع العملاء حسب مواقعهم الجغرافية.
4. **إشكالية تحديد الهوية:** لا يرى، في العادة، طرفي التعامل الإلكتروني كل منهما الآخر، وقد لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضهما البعض كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية .ونتيجة لذلك، قد يجد البائعون عبر الإنترنت صعوبة في استكمال الملفات الضريبية التي تقيد السلطات التشريعية الالتزام بها .و قد يستغل البعض ذلك للتهرب الضريبي بعدم تسجيل تلك التعاملات في الوثائق المحاسبية الرسمية. (دادان، 2004)
5. **المنتجات الرقمية:** أتاحت شبكة الاتصالات منتجات إلكترونية تختلف طبيعتها جذريا عن المنتجات التقليدية، والتي نعني بها المنتجات الرقمية التي يمكن إقتنائها من على الشبكة العنكبوتية مثل برامج الحاسوب والمواد الموسيقية والأفلام والفيديوهات والتقارير والبحوث والتقارير والدروس الالكترونية، والتي بحكم طبيعتها تحدث تحديات أمام الحكومات كونها لا تخضع حتى الان الى آليات متفق عليها لإخداعها الى الضريبة.
6. **صعوبة تأقلم هيكل النظام الجبائي مع التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات:** وهذا ما يكون له ثير سلبي على كفاءة الأداء الجبائي ، ويتحدد ذلك من خلال ثلاث فجوات رئيسية في العلاقة بين كل من مفردات الهيكل الجبائي وتكنولوجيا المعلومات ، وهذا ما يمكن توضحه من خلال المخطط التالي:

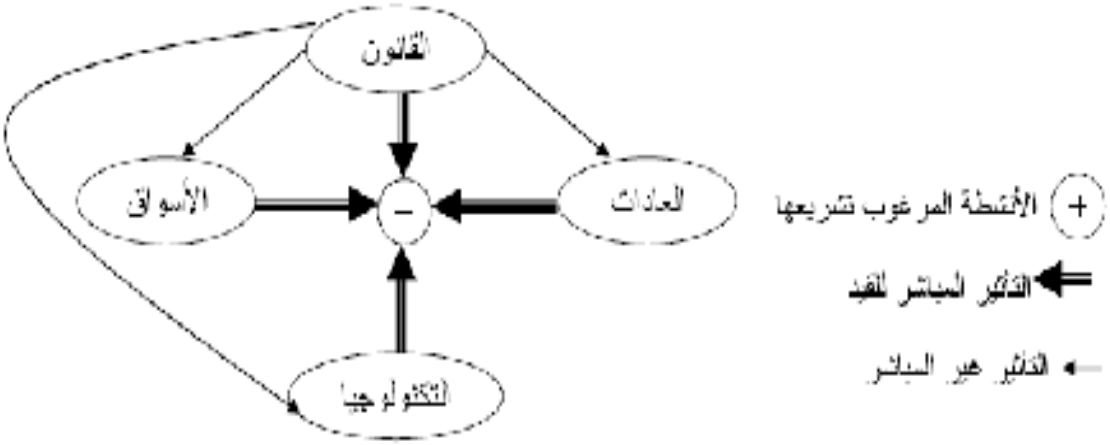
الشكل 1: العلاقة بين هيكل النظام الجبائي وتطور تكنولوجيا المعلومات



المصدر: علي عزوز، جباية المعاملات الإلكترونية: المشاكل والحلول، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد2015/01، ص 76.

كما قدم المفكر الجبائي Lessing في العديد من مقالاته منهجا أكثر تفصيلا لتشريع الفضاء الإلكتروني، تتمثل نقطة البدء لديه في وجود أربعة أنواع من القيود التي تحكم التعاملات الإلكترونية بين الوحدات المختلفة يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

شكل 2: القيود التي تحكم التعاملات الالكترونية



المصدر: علي عزوز، جباية المعاملات الإلكترونية: المشاكل والحلول، مجلة الردة للاقتصاديات الأعمال، العدد01/2015، ص 77.

7. صعوبة الوحدة الرقمية BITTAX:

في ظل الصعوبات القانونية والفنية التي تواجه فرض ضريبة على التجارة الالكترونية فقد أقترح فرض ضريبة جديدة بديلة أطلق عليها إسم ضريبة الوحدة الرقمية BITTAX لتمثل الملجأ الاخير الذي يطبق عندما لا تكون الوسائل الاخرى لفرض ضريبة متاحة، بشكل يضمن عدم تآكل القاعدة الضريبية من جراء التجارة الالكترونية والعولمة، ويفترض أن تتلائم هذه الضريبة ضمن فكر أوسع لتحل محل الانظمة القائمة على ضريبة القيمة المضافة TVA على السلع والخدمات غير المادية، لتفرض على كافة بث المعلومات أو الإتصال، حيث يعتبر عدد الوحدات الرقمية (BITS) وحدة تمثيلية تقدم إشارة لكثافة البث بغض النظر عن القيمة الحقيقية للاتصال. وفي هذا الصدد أقترحت ضريبة الوحدة الرقمية من قبل كل من Arthur Cordell و Ide Ran من خلال ورقة عمل حملت عنوان الثورة الجيدة للامم قدمت في إجتماع عقد في نادي روما عام 1996 (أعنوز)

ويرى الكثير من الباحثين أنه ستكون هناك صعوبة حقيقية لتحديد هذه الضريبة والتحكم فيها إذا كانت البضائع يتم نقلها إلكترونيا عبر الأنترنت، مما يحتاج إلى إجراءات رقابة دقيقة لتتبع هذا النوع من الصفقات.

وقد انبثقت هذه الفكرة من الأهمية القصوى التي تحتلها المعلومات والبيانات في عالم اليوم، حيث تعد دعامة البيئة الجديدة، فانتقال وتبادل المعلومات هو النشاط الرئيسي لهذه البيئة، وعلى الرغم من ذلك فإن المكاسب المتولدة عن هذا النشاط غير منظور حيث أنه لا توجد رقابة كافية أو رصد تام لهذا النشاط وبالتالي فهي مصدر ثروة لا تنتفع به مختلف الدول. (مركان ، بوخاري، و حاج أحمد، 2019، صفحة 41)

وهكذا يمكن تلخيص الحدود العامة للمشكلة المتعلقة بفرض الضرائب على المعاملات الإلكترونية فيما يلي:في كون التجارة الالكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان لنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط بالإضافة إلى تثير مشكلة النظام القانوني المختص لعلاقات والالتزامات الضريبية. كما أن التجارة الالكترونية المتحركة من حيث خوادمها

التقنية قد اجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعا. كما أن فرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع والاهم تعاونا وتنسيقا إقليميا ودوليا. (عزوز، 2015، صفحة 77)

ثالثا. مقارنة بين مميزات التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية:

تتصف التجارة التقليدية بكون عمليات بيع و شراء السلع و الخدمات تتم بتواجد المكان و العملاء، و يتم على هذا الأساس الدفع لتسلم البضاعة ، أي أنها تتيح الفرصة للالتقاء كل من طرفي العقد ونقصد بهما البائع والمشتري، ومن ثم تسمح بالمساومة إمكانية مراجعة السعر. أما بالنسبة للتجارة الالكترونية فيعرف انها تشترك مع التجارة التقليدية بتبادل السلع و الخدمات ، بيد انها توظف في ذلك ، وسائل عصرية حديثة و هي الانترنت ، فيكون الدفع بواسطة هذه الوسيلة وبذلك يتمتع المستهلك بالراحة و توفير الوقت ، فلا يقتصر بدوره على زمن بعينه و لا مكان محدد، ولكن عموما تبقى التجارة كل ما يتعلق بعمليات تبادل السلع والخدمات مقابل بعضها البعض، وهو ما يعرف بالمقايضة، وتبادل السلع والخدمات مقابل المال، ,بالإضافة إلى تبادل السلع مقابل العملات الافتراضية كما في سوق الأسهم، ويمكن تحديد أوجه الاختلاف بينهما في النقاط التالية:

1. **انخفاض تكاليف التجارة الالكترونية مقارنة بالتجارة التقليدية:** تتميز التجارة الإلكترونية كونها لا تحتاج للكثير من النفقات لتمارس عملك التجاري خاصة فيما يتعلق بما يعرف بالتكاليف الثابتة فيها على خلاف التجارة التقليدية التي ينبغي عليك تحمل الكثير من المصاريف مثل الإيجارات والعمالة والمصاريف التشغيلية والإدارية.

2. **اختلاف وسائل الدفع:** اختلاف وسائل الدفع حيث تعتمد التجارة التقليدية بشكل كبير على المقابلة الشخصية ومصادر الدفع التقليدية وفي المقابل تعتمد التجارة الإلكترونية على وسائل دفع مبتكرة وجديدة، قاعدتها الأساسية الانترنت ووسائل الاتصال المتطورة تكنولوجيا مثل البنوك الافتراضية والبطاقات الائتمانية، بالإضافة إلى وسائل الدفع المستقلة التي تتيح لك إمكانية إرسال واستقبال الأموال بشكل فوري وآمن.

3. **التمدد الجغرافي واستهداف أسواق جديدة:** إن قرارًا التمدد الجغرافي وإستهداف أسواق جديدة يتطلب دراسة محكمة وقد تترتب عليه مخاطرة كبيرة وتكاليف إضافية ، بخلاف القيام بذلك في عالم التجارة الإلكترونية أين يكون الأمر أقل صعوبة وأيسر تكلفة، ويمكن استهداف أسواق كامنة وعملاء جدد في وقت أسرع والوصول لأي مكان في العالم وبيع المنتج بكل سهولة. وعليه فهنالك فجوة كبيرة بين فعالية التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية فهذا الأخير يمنح أفضلية لاستهداف الفئة المهتمة على وجه الخصوص بعكس التجارة التقليدية التي تحتاج جهد جبار وأموال طائلة لتصل للفئة المهتمة بشكل دقيق.

رابعا: المقارنة بين المعاملات التقليدية والمعاملات الالكترونية: يمكن حصر أهم الفروق بين المعاملات التجارية التقليدية والالكترونية في العناصر التالية:

1. **التعاملات التقليدية:** تتمثل أول خطوة لتتبع مسار التجارة التقليدية عند نقطة الجمارك عند دخول السلعة أراضي البلد، حيث يتم إخضاعها لرسوم جمركية هذه الاخيرة التي تكون محدد بصفة دقيقة وفقا لكمية ونوع السلعة . وتقوم الشركة، بعد استلام السلعة، بتسجيلها في دفاترها المحاسبية الخاصة، التي يتم ترحيل حساباتها إلى حساب الأرباح والخسائر وذلك عند استعمالها في العملية الانتاجية أو إعادة بيعها، ثم تقوم الشركة بدفع ضريبة وفقا لذلك في نهاية

السنة، ضريبة مباشرة وفي المقابل تقوم بفرض سعر للسلعة أو المنتجات يتضمن ضريبة المبيعات التي تحصلها من لمشترين وتوردها إلى الحكومة ضريبة غير مباشرة وبالتالي فإن النظام التقليدي للسيطرة على المعاملات التجارية، داخليا وخارجيا، يعتمد أساليب متعددة أهمها.

أ. **نقاط الدخول والخروج:** يقصد بها المراقبة الجمركية عند الحدود الدولية مما يضمن للدولة السيطرة على المعاملات مع العالم الخارجي أثناء عمليات التجارة الخارجية لسلع مادية؛

ب. **فرض تسجيل قيد المعاملات التجارية:** تفرض جميع الدول تقريبا قيد كافة المعاملات التجارية التي يقوم بها المقيمين بشروط معينة وإمساك دفاتر منتظمة تسجل فيها كافة الوقائع والمعاملات التجارية؛

ت. **حق فحص دفاتر القيد:** تتيح النظم الضريبية لمصلحة الضرائب إمكانية فحص دفاتر القيد للمؤسسات والشركات كأحد أدوات الضبط والتحقق الحكومي؛

ث. **العقود التجارية والقانون التجاري:** تضمن الدول استيفاء العقود التجارية المكتوبة وبالتالي فقد ألزمت بطريقة غير مباشرة كافة المتعاملين تجاريا أن تتم تعاقداتهم من خلال تحرير عقود مكتوبة لتكون الأصل عند نشوء أي اختلاف في تنفيذ هذه العقود.وذلك عند استعمالها في عملية الإنتاج أو إعادة بيعها.

2. **التعاملات الإلكترونية:** تختلف نظم وأساليب التجارة الإلكترونية في هذا السياق عن الأسلوب التقليدي في بعض الأوجه التي تجعل من العسير فرض نفس نظم السيطرة الحالية ويتضمن ذلك:

أ. **استمرار نقاط الدخول والخروج:** ويتعلق الأمر بدورها في فرض السيطرة على المعاملات الخارجية للمؤسسات والشركات، إلا أن دورها سوف يقتصر على السيطرة على السلع المادية، وسيتقلص دورها في السيطرة على المعاملات في السلع غير المادية كالبرمجيات ؛

ب. **استمرار قيد المعاملات التجارية إلكترونيا:** تُحقق منظومة التجارة الإلكترونية ، سواء بالنسبة للمؤسسات الكبيرة أو الصغيرة، إمكانية غير مسبوقة لإمساك دفاتر إلكترونية تسجل فيها كل المعاملات التجارية وبصورة منظمة للغاية ؛

ت. **استمرار حق فحص دفاتر القيد الإلكتروني:** تحقق القوانين الحالية استمرار حق فحص دفاتر القيد، إلا أن صورة هذه الدفاتر تختلف في التجارة الإلكترونية، كما سيواجه مأمورو الضرائب بعدم وجود وثائق أصلية يمكن المراجعة عليها، مما يتطلب وجود آليات جديدة للمراجعة الضريبية تتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية ؛

ث. **العقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني:** سوف تواجه كافة السلطات التشريعية في دول العالم مشاكل تتعلق بإثبات التعاقدات نظرا لطبيعة العقود الإلكترونية التي يتم تحريرها باستخدام نظم وأساليب التوقيع الإلكتروني، وهذا يتطلب إعادة النظر في وسائل الإثبات والتحقيق.

خامسا: التطرق لمختلف الآراء فيما يتعلق بقضية الاخضاع أو الاعفاء:

أدى الزخم الكبير الذي أحدثه اتساع حجم ونطاق التجارة الإلكترونية في العقود الأخيرة إلى إيلائها أهمية متزايدة فيما يخص الدراسات العلمية والفنية والأكاديمية التي تناولتها بالدراسة والتحليل بهدف إخضاعها مثل غيرها من الأنشطة الاقتصادية إلى الضرائب، يثير موضوع فرض الضرائب وتحصيلها على الدخل المتحقق من عقود التجارة الإلكترونية تباينا واضحا في وجهات النظر، فقد ظهرت آراء عديدة قدمها الباحثون والكتاب تؤيد فرض الضرائب في مقابل آراء مغايرة ترفض

ذلك بالاستناد إلى الحجج والتبريرات المؤيدة لكل اتجاه كما سنبين ذلك لاحقا، وقد توصل الباحثون الى جملة من النتائج يمكن حصرها في اتجاهين متعارضين، الاتجاه الاول يدع الى إعفاء التجارة من الضريبة حتى نمو وتزدهر بشكل متواصل، كون إخضاع المعاملات التي تتم عبر الأنترنت من شأنه أن يشكل عائقا أمام النمو التكنولوجي، بالمقابل يرى مؤيدو الاتجاه الثاني أن التساهل الضريبي مع أنشطة التجارة الإلكترونية سيترتب عليه انخفاض مهما في الايرادات الجبائية للحكومات، كما من شأنه أن يحدث خلل في النشاط الاقتصادي ككل نتيجة التوجه نحو التجارة الافتراضية لانخفاض تكاليفها من حيث القيمة والزمن معا. فضلا عن ذلك فإن اقتصار الأنظمة الضريبية على المعاملات التجارية التقليدية دون الالكترونية يجعل منها أنظمة محدودة الكفاءة، كما أنه في حالة عدم قيام الحكومة بفرض ضرائب على التجارة الالكترونية يبقي الاشكال مطروحا لكون منطقة تبادل هامة تكون خارج القانون والرقابة وغير معروف إن كان في فضاء دولي أو وطني. (أعنوز)

الاتجاه الداعي الى إعفاء التجارة الإلكترونية: ينطلق أنصار الاتجاه الداعي إلى إعفاء أنشطة التجارة الإلكترونية لتبرير منطقهم من فكرة كون بيئة التجارة الإلكترونية تعد بيئة اقتصادية مفتوحة، تشجع النشاط التجاري المستجد كي ينمو ويتطور وان فرض الضرائب عليها سيؤدي إلى إعاقة هذا النمو ولن يبرز خصائصها كاملة كما ينسجم هذا الطرح ينسجم مع عصر اتساع نطاق العولمة وتحرير التجارة، فإذا كان عالم اليوم يتجه أكثر من أي وقت مضى نحو الانفتاح والتحرر الاقتصادي والاندماج في أنشطته التقليدية فمن باب أولى عدم وضع قيود عن طريق فرض ضرائب ورسوم على المعاملات التجارية الالكترونية لأنها بذاتها وطبيعتها عابرة للحدود ولا تعترف بالجغرافيا والتقسيم السياسي للدول، إلى أن ويرى أنصار هذا الطرح أن فرض ضرائب على هكذا نوع من الانشطة من شأنه أن نتنج عنه سلبيات كثيرة منها:

يعتبر فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في الوقت الحالي من بين أكثر العوامل المعيقة لنمو الأنترنت وانتشاره، وهو ما عبر عنه جام سويفت J.Swift بقوله: إني قلق جدا من أن الضريبة على الأنترنت ستعيق نمو هذا القطاع وهو ما لا يمكن تحمله الآن. (السهلي ، 2011، صفحة 41)

كما أن إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة تواجهه صعوبات قانونية وتشريعية جمة، خاصة فيما يتعلق بالقانون الذي يجب أن تخضع له المعاملات التجارية التي تتم عبر وسائل الاتصال الدولية العابرة للدول حيث دخل في جدلية اختلاف وتنوع التشريع الدولي وتضاربه بالإضافة إلى عدم توفر الامكانيات والوسائل الإلكترونية لدى مصلحة الضرائب ناهيك عن ضعف الكفاءات لاستخدامها في حالة توفرها.

كما أن محل فرض الضرائب على التجارة الالكترونية هي السلع غير المادية مما يصعب من تتبعها أو قياسها في بعض الاحان استحالة ذلك، كما ينجم عنه أيضا ارتفاع تكاليف الجباية الالكترونية مما يجعل العملية غير مجدية من الناحية الاقتصادية، فضلا عن الصعوبة الناجمة عن تحديد طبيعة هذا النوع من المعاملات هل هي تجارية أم لا.

كما أن فرض ضرائب على التجارة الالكترونية سيوسع من نطاق الضريبة دون تمثيل من قبل البرلمانات، لأن ضرائب كالضريبة على القيمة المضافة والدخل والمبيعات مثلا سيتم تحصيلها من خارج حدود الدول، وبذلك فإن القواعد الدستورية في كثير من البلدان ستقف حاجزا دون فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية نظرا لافتقادها للمتطلبات الدستورية والشروط القانونية التي تعطي للدولة الحق في فرض الضريبة وتحصيلها، ذلك أن تلك القواعد قد وضعت أصلا في ظل التجارة التقليدية التي تحكمها خصائص وأوضاع مختلفة . أي أن الضريبة تمثل سلطة الدولة المهمة التي تفرضها في مجالها

السيادي والجغرافي مستندة إلى معايير قانونية كالجنسية واقتصادية كالإقليمية، وهذا المفهوم يتعارض والأساس القانوني الذي تقوم عليه التجارة. (عواد، 2010، صفحة 218)

ولقد برزت هذه المسألة على سبيل المثال في الولايات المتحدة الأمريكية عن مناقشة أمر تحصيل ضريبة المبيعات من قبل بائعين متواجدين خارج حدود الولايات ومدى سلطة الكونغرس في إصدار تشريعات تعالج هذه المسألة. (أعنوز)

1. **الاتجاه الداعي الى إخضاع التجارة الإلكترونية:** يبني الداعون إلى إخضاع التجارة الالكترونية الى الضريبة موقفهم على مجموعة من الحقائق ويقدمون جملة من الحجج يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

أ. دحضهم للحجة القائلة بأن إخضاع التجارة الالكترونية سيؤدي إلى تباطء نمو الانترنت بالنظر إلى أن هذا النوع من الأنشطة التجارية في بدايته، كون لا يوجد ما يؤكد هذا الطرح، كما أن الكثير من مواقع البيع على شبكة الأنترنت مواقع كبيرة تجاوزت منذ فترة مرحلة الانطلاق ووسعت نشاطها بشكل مذهل.

ب. من شأن عدم الاخضاع أن يؤدي إلى ازدياد ظاهرة التهرب الضريبي بالدفع بالأشخاص الذين يخضعون إلى نظام ضريبي صارم باللجوء الى التعامل مع المنتجات المسوقة إلكترونيا. كما أن وجود منطقة اقتصادية أو سوق من شأنه أني يؤدي إلى حدوث حالات من الاستغلال وتحقيق أرباح طائلة وازدياد حالات التهرب الضريبي مع التزايد الواضح لمستوى وحجم الإيرادات المتحققة لأصحاب المهن الحرة وغير منظمة في سجلات الضرائب من معاملات التجارة الإلكترونية مما يستدعي إصدار التشريعات الضريبة لتنظيم عمل هذه التجارة.

ت. يقتضي مبدأ العدالة الاجتماعية فرض ضرائب على جميع النشاطات التي تدر دخلا بما فيها إيرادات التجارة الإلكترونية، وعدم فرضها نكون أمام عملية انتقائية من خلال فرض الضرائب على الدخل التجاري التقليدي وعدم فرضها على السلع والخدمات المتداولة عبر التجارة الإلكترونية، مما يعني المخالفة الواضحة لمبدأ المساواة في الخضوع للقانون. (عواد، 2010، صفحة 219)

ث. بدون فرض ضرائب على الالكترونية من شأنه أن يعيد توزيع الدخل ولصالح الدول المتقدمة باعتبار أن النظم الجبائية في البلدان النامية، عكس الدول الصناعية، تعتمد بشكل كبير على ضرائب الاستهلاك لتمويل موازناتها، كما أن توزيع الدخل داخل نفس الدولة سيكون لصالح الاغنياء باعتبارهم الاكثر استعمالا للاتصالات اللاسلكية على حساب الفقراء، وهذا من شأنه أن يعيق بشكل كبير كل المجهودات الهادفة للتخفيض من حدة التفاوت بين الاغنياء والفقراء سواء على المستوى المحلي بين الافراد أو على المستوى العالمي بين الدول.

2. **تحديات إخضاع التجارة الالكترونية الى الضرائب:** يمكن حصر أهم التحديات والصعوبات التي تواجه عملية إخضاع التجارة الالكترونية الى الضريبة في النقاط التالية:

أ. **تحدي الحصر الضريبي:** يبرز هذا التحدي لكون أن جزءا معتبرا من التجارة الإلكترونية غير منظور، ما دام أن التجارة الإلكترونية تأخذ أبعاد متعددة وأشكالا ومستويات متنوعة، فهي يمكن أن تكون بين المؤسسات التجارية وبعضها البعض، بين المؤسسات التجارية والمستهلكين، أو بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية وذلك داخل الدولة أو بين الدول، أو قد تتم بين دولتين أجنبيتين من خلال وسيط محلي، وقد تتمثل في استشارات قانونية، إدارية، محاسبية أو هندسية. (كشكول عبد، 2012، صفحة 67)

ب. **تحدي احترام سيادة الدولة ومبدأ الإقليمية :** استقر العرف التشريعي في أغلب دول العالم على خضوع الكيانات الأجنبية والمقيمة خارج دولة ما لمعدلات الضريبة المفروضة على التعاملات داخل الدولة، وهذا ما يعرف

بمبدأ الإقليمية أو التواجد المكاني، ولذلك تحاول الشركات تجنب ذلك عن طريق التواجد التجاري على شبكة الأنترنت. (حماد، 2003، صفحة 695)

ت. **تحدي مبدأ العدالة:** مع تزايد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم، وفي إطار مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بدأ ظهور اختلال في تحقيق العدالة الضريبية مبني على أساس تكنولوجي، فعلى سبيل المثال، قد يتمكن المديرون والعلماء والباحثون من نقل أعمالهم إلى المناطق ذات المعدلات الضريبية الأقل، بينما سيبقى العامل العادي غير قادر على تحقيق ذلك. وفي المستقبل القريب سيكون من الصعب فرض ضريبة على المنشآت والأفراد ذو المكاسب المرتفعة بمعدلات كبيرة، لأن لهذه المنشآت والأفراد مرونة في التنقل، مما يمكنها من نقل نشاطها إلى دول أقل في أعبائها الضريبية، وبالتالي فإن العامل الماهر سوف يتحمل عبئا ضريبيا أعلى. (العشماوي ، عبد العزيز، و رجب، 2007، صفحة 598)

ث. **تحدي الازدواج الضريبي:** استخدمت الكثير من الدول فكرة المنشأة الدائمة لتحديد السيادة الضريبية بين الدول، بحيث يكون من حق الدولة التي يعمل فيها المكلف من خلال تواجده ماديا أو عن طريق ممثل له أن تفرض الضريبة على الدخل المحقق نتيجة مزاولة النشاط عن طريق هذا الكيان، ونظرا لأن ظهور التجارة الإلكترونية أصبح يهدد هذا المبدأ، حيث أضحى بإمكان المؤسسة ممارسة نشاطها دون الحاجة لوجود كيان مادي أو ممثل مقيم لمقدم السلعة أو الخدمة في الدولة مصدر الدخل، مما يعني فشل فكرة المنشأة الدائمة في حصر الكثير من صور المعاملات و الصفقات التي تتم على صعيد محلي أو دولي، و قد أدى هذا الوضع الى أن كل دولة تحاول الحد من ظاهرة التهرب الضريبي عن طريق التجارة الدولية و تعطي لنفسها الحق في فرض الضرائب، ما يؤدي إلى حدوث ازدواج ضريبي على الصفقة الواحدة، لأن الدولة مصدر الدخل ترى أن لها الحق في فرض الضريبة على الدخل ودولة الموطن أي موطن الشركة ترى أيضا أن لها حق فرض الضريبة؛ ما ينجم عنه فرض الضريبة على الصفقة الواحدة في الدولتين، وهذا ما يؤدي إلى تخفيض حجم التجارة الإلكترونية ويزيد من العبء الضريبي على المؤسسات. (عبد الحفيظ، 1999، صفحة 207)

ج. **تحدي إثبات التعاملات والعقود:** إن ظهور الوسائط الإلكترونية للتعامل و التي تتخطى الحدود الجغرافية، نتج عنه بروز العديد من المشاكل والقضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الإلكترونية و التي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة، فلابد من تعديل وتوفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثنا ء التبادل، وتسريع عملية إبرام وتنفيذ العقود الإلكترونية، وتشجيع على تبني مختلف أساليب التجارة الإلكترونية. (ديمش، 2011، صفحة 286)

3. الحلول المقترحة لمواجهة الصعوبات التي تحول دون إخضاع التجارة الالكترونية:

مما سبق عرضه نستنتج أن دعوة المعارضين لفكرة إخضاع التجارة الالكترونية الى الضريبة هي على العموم دعوة مقيدة ومشروطة ومؤقتة هدفها منح المزيد من الوقت لهذا النوع من النشاط حتى ينمو ويزدهر وبالتوازي تكييف أساليب وأدوات النظم الجبائية في مختلف الدول حتى تستوعب وتتكيف مع طبيعة وخصوصية التجارة الالكترونية، أي أن كلا الاتجاهين في الاخير مع اخضاع التجارة الالكترونية استجابة لمبدأ العدالة وأيضا لاعتبارات اقتصادية، ومن ثم وإذا كان الحال فإننا

نستعرض في ما يلي الحلول المبتكرة والمقترحة للتغلب على الصعوبات ورفع التحديات الناجمة عن إخضاع التجارة الالكترونية:

أ. **الإطار الفكري لمعالجة المشكلة:**

- إن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يمكن أن يتم يتحقق بطريقتين، تمديد الضرائب القائمة والمطبقة في النظم الضريبية واعتماد التنسيق الدولي وخاصة بالنسبة للمعايير الضريبية المعتمدة ومحاولة تحقيق ذلك بالنسبة الإيرادات الناجمة عن تداول السلع والخدمات التي تتم عبر الأنترنت والتي يحتاج نقلها وتجهيزها إلى وسائل مادية، والتي لا طرح في هذه الحالة أي إشكالية في إخضاعها للتعريفة الجمركية أو الضريبة على القيمة المضافة.
- إقام نظام ضريبي دولي يتضمن منظومة متكاملة من التشريعات والقواعد والمعايير المنظمة لآليات المحاسبة الضريبية على المستوى الدولي، خاصة وأن موضوع التجارة الإلكترونية تجاوز مفهوم السيادة التقليدية ليصل الى ضرورة اعتماد آليات التنسيق العالمي مع التأكد أنه لا يمكن لأي سلطة فوق الدولة أن تتولى عملية التحصيل الضريبي، إذ لا يمكن بأي حال من الأحوال إلغاء سلطة الدولة في ذلك إذ أن تحقيق الضريبة يعتبر وظيفة من الوظائف التاريخية للدولة؛
- سيدفع نمو وتطور حجم التجارة الإلكترونية واستمرار بالتالي التحدي للأنظمة الضريبية في التعامل مع الإيرادات الناجمة عنها الدول إلى تبني مجموعة من السياسات والاجراءات التي من شأنها التعامل مع كافة المستجدات كما هو الحال في حالات سابقة مع قضايا مماثلة، خاصة في ظل نمو العولمة وضرورة تكثيف التنسيق الدولي على كافة الأصعدة والمجالات؛ بمعنى آخر أنه سيؤدي ذلك بالدول إلى تشريع القوانين الضريبية على السلع والخدمات الرقمية وغير الرقمية مما يستدعي الوصول إلى آلية تنسيق عالمية تتجاوز الصعوبات الناشئة، وفرض ضرائب فعالة على إيرادات التجارة الإلكترونية.

ب. **الادوات والوسائل:** وأمام التزايد المستمر لحجم التجارة الإلكترونية وفرض نفسها كأمر واقع لا بد من التعامل معه، شرعت عدة دول في اعتماد تشريعات وتنظيمات جديدة تتماشى مع خاصية هذا النوع من التعاملات ويم اقتراح مجموعة من الوسائل والاليات يمكن ذكر منها:

- **تطبيق الضريبة الإلكترونية أو ما يعرف Bit Tax:**

وهي صورة مبتكرة من الضرائب تعتمد الأبعاد الإلكترونية بشكل ينسجم ومقتضيات التجارة الإلكترونية، وهي من ثم وسيلة يمكن لها أن تمنع أو تخفف نزيف الإيرادات الناجمة عن التجارة الإلكترونية، والتي تجد أغلب الدول صعوبة بالغة لتنظيمها وإخضاعها لتشريعاتها الداخلية، إلى جانب إن هذا الأمر ستترتب عليه تحقيق العدالة في الخضوع للضريبة ، فليس من المنطقي أن تفرض الضرائب على أرباح الأعمال التجارية التقليدية وغض الطرف عن ارباح تجارية متأتية من التجارة الإلكترونية.

ويتمثل الوعاء الضريبي في الوحدات الرقمية (BITS) التي تشكل في مجموعها المعلومات والصفقات والمحادثات والبرامج التي تتداول عبر وسائل الاتصال المتطورة، وهي تعتبر مدخلا جديدا لمفهوم الثروة يختلف عما قدمه آدم سميث في كتاباته.[i]

وتشبه هذه الضريبة ما تفرضه العديد من الدول من ضرائب على استخدام الطرق الخارجية، التي يكون وعائها الأموال والأصول المادية كالطرق والجسور والأراضي والقنوات البحرية التي تمر عليها وسائل النقل المختلفة، إذ تفرض الضريبة على الأموال والأصول غير المادية أو ما يعرف بالوحدات الرقمية ويتحدد سعر الضريبة استنادا إلى كل وحدة رقمية متداولة (per bit)

وقد أيدت اللجنة الأوربة، مناقشة فكة فرض الضرائب الإلكترونية عام 1998 وأوصت باعتمادها بحيث يكون سعرها نسبيا أو تصاعديا ويتحدد ذلك طبقا لمعايير عديدة منها:

- تفرض الضريبة فيما يتعلق بخطوط الاتصالات الدولية على أساس نسبة من التدفقات الرقمية بين نقطتي الاتصال؛
- أما إذا كانت الخطوط التي تنقل منها الوحدات الرقمية التي تتكون منها المعلومات مؤجرة فتكون الضريبة بسعر ثابت على أساس الوحدة الرقمية للطاقة المحمّلة ضمن الخط الذي جرى تأجيره؛
- تفرض الضريبة بسعر تصاعدي يؤخذ بالاعتبار متوسط إجمالي التدفقات الرقمية بالنسبة لكل نقطة تحويل محلية إذا كان خط الاتصال داخليا.

وقد تعرضت هذه الضريبة إلى العديد من الانتقادات أهمها، أنها لا تأتي حصرا على الوحدات الرقمية الخاصة بالتداولات التجارية، إذ أن الاتصالات تكون متعددة الأغراض منها ما هو تجاري منها ما هو غير ذلك، إضافة إلى أنها يمكن أن تشكل إعاقة لنمو التجارة الإلكترونية، إلى جانب ما تثيره من صعوبات تتعلق بهوية الجهة التي تتولى تحصيل الضريبة، فهل تكون الحصيلة حكرا على الجهة التي قامت بتحصيلها أم بجري توزيع العوائد بين الدول المختلفة التي جرت عبرها الاتصالات الدولية (عواد، 2010، صفحة 226).

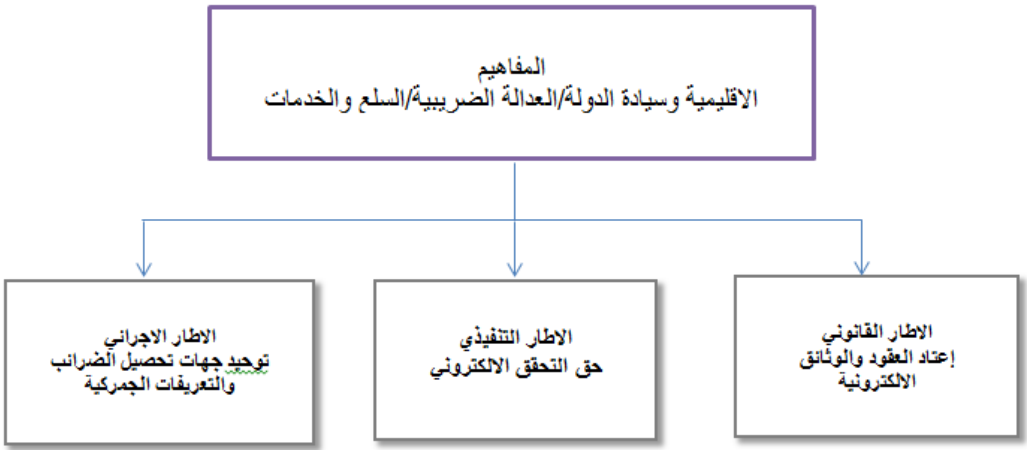
كما أن تحديد قيمة الضريبة وفقا لكمية البيتس ا قد ينطوي على نوع من الخداع ، فقد تحتوي السلعة أو الخدمة المنقولة على عدد صغير من البيتس وبالتالي يتم فرض قيمة ضريبية قليلة ، كما قد تكون قيمة بيع السلعة أو الخدمة مرتفعة، وقد يكون الأمر مختلفا عندما تتكون السلعة أو الخدمة من عدد كبير من البيتس وبالتالي تخضع لالتزامات ضريبية أكبر وفي الوقت نفسه تكون قيمة بيع هذه السلعة منخفضة ، وبالتالي فإن الأمر يتطلب محاولات مستمرة لتطوير المقترح حتى يمكن التغلب على هكذا عقبة التي قد تؤدي اقتصار عملية الانتقال على نوع معين من السلع والخدمات والذي لا يحتوي على عدد كبتَ من البيتس ولكن قيمة مبيعاته مرتفعة . (مركان ، بوخاري، و حاج أحمد، 2019، صفحة 42)

- **الضريبة على الاستهلاك:** يهدف هذا المقترح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض ضريبة على الاستهلاك والملكية، حيث أن كل منها منخفض المرونة وصعب إخفائه وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها ، حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنت حيث يقومون نفاق هذه الدخول ي حال من الأحوال. (عثمان و العشماوي، 2007، صفحة 603)

وتطرح فكرة أخرى للنقاش وهي إمكانية فرض الضريبة على المستهلك من خلال الشركات التي تقدم خدمة الأنترنت، أي أن هذه الشركات هي التي تقوم بمحاسبة عملائها على التعاملات التي يقومون بها عبر شبكة الأنترنت، أي تفرض ضريبة مبيعات على المعاملات المختلفة، ثم تقوم بتحويل هذه الضريبة إلى الحكومة، أي تكون بمثابة وسيط بين الحكومة والمستهلكين، وإن كانت هذه الفكرة تثير العديد من القضايا المتعلقة بطرق تتبع المعاملات الإلكترونية للعملاء ومدى تعارض ذلك مع قوانين السرية والأمن.

سادسا. اقتراح إطار عام لنظام جبائي للتجارة الالكترونية: من خلال ما تم دراسته في النقاط السابقة، تبين بشكل جلي أن الاشكال الاساسي محاولة بلورة إطار عام متكامل لنظام ضريبي يتأقلم والمنطق والادوات التي تحكم التجارة الالكترونية والمعاملات الالكترونية بصفة عامة، وهذا ما نريد توضيحه من خلال التالي :

الشكل رقم 3: الاطار المقترح لنظام جبائي خاص بالتجارة الالكترونية



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على ما تم تناوله في النقاط السابقة

1. **المفاهيم:** حتى يمكن التعامل مع التجارة الالكترونية بشكل فعال خاصة في ما يتعلق بقضية إخضاعها الى الضريبة والجباية مفاهيم عديدة يجب مراجعتها وإعادة تكيفها بما يتناسب والتطور التكنلوجي الهائل الذي عرفه العالم في العقود الأخيرة، ومن بين أهم تلك المفاهيم نجد:

أ. **مفهوم الإقليمية وسيادة الدولة فيما يخص فرض الضرائب:** يمكن أن يتم التطبيق مثلما يتم مع الصفقات التي تتم عبر الاوامر والرسائل البريدية بين البائع والشاري، ولكن يكون هناك بائع وشاري واحد لسلعة مادية، بينما تكون الصفقة عبر تطبيقات التجارة الالكترونية متاحة امام المشترين كافة دون التقيد بمكان محدد، ولا تعبر الرسالة البريدية عن اتمام كلي للصفقة بقدر ما تعبر عن مرحلة تمهيدية لإتمامها مقارنة بعمليات التجارة الالكترونية حيث يتم عقد الصفقة لحظيا وانيا ودون تأخير عبر الانترنت ؛ ويمكن في حالة مزاولة النشاط باستعمال الانترنت بصفة رئيسية اعتبار المكان الذي توجد فيه التجهيزات اللوجستية هو الدليل على مكان تواجد الشركة أو المنشأة صاحبة النشاط، كما يمكن التركيز أيضا على إمكانية تطبيق تشريعات الضرائب القائمة على الصفقات التي تتم عبر الانترنت وحماية الشركات من أن تخضع للضريبة في اقليمين او دولتين عن نفس الصفقة بغرض تفادي الازدواج الضريبي. وأخيرا يمكن اعتبار شبكة الانترنت كالطريق بري أو بحري تملكه دولة معينة أو جزء منه، وبالتالي فان كل دولة تستطيع أن تخضع للضريبة أي صفقة تتم عبر شبكة الانترنت وتمر عبر إقليمها. (عبد الصادق)

ب. **مفهوم العدالة الضريبية:** يتطلب مفهوم العدالة الضريبية أن يتم فرض ضرائب على الشركات المتعددة الجنسيات العابرة للحدود والتي تستفيد بشكل كبير من البنى التحتية لشبكة الاتصالات في هذه الدول دون مقابل، وأن الخوف من تأثير هذا الأمر على وجود هذه الشركات في دولنا غير مبرر بسبب أن فلسفة عملها قائمة على مراعاة مستخدميها مهما قل عددهم وتوسيع نشاطاتها بصفة مستمرة.

ت. **مفهوم السلع والخدمات:** حيث أنه في إطار تزايد وتنامي السلع المادية وتحول بعض هذه السلع إلى خدمات ، فإن هذه المفاهيم تحتاج إلى إعادة الصياغة بما لا يفرق بين نشاط تجاري وآخر بناء على نوع السلعة المتداولة، حيث يمكن تغيير أشكال بعض السلع من الصورة المادية إلى الصورة الإلكترونية. (عزوز، 2015، صفحة 81)

ث. **الاطار القانوني:** ولما كان إبرام العقود في التجارة الالكترونية يتم عبر شبكة الأنترنت، فإن أول ما يجب إقراره هو حجية المحررات والعقود الالكترونية كحل يتفق مع الطبيعة التقنية لأنشطة التجارة الالكترونية، إضافة إلى إقرار تقنيات التواقيع الالكترونية، وحجيتها وقوتها القانونية في الاثبات، كإقرار حجية العقود الالكترونية والمراسلات الالكترونية (البريد الالكتروني مثلا) والتواقيع الالكترونية وموثوقيتها كبينة في المنازعات القضائية. كما يجب أن يتضمن القانون النموذجي للتجارة الالكترونية وكذلك التشريعات التي تسنها الدول، قواعد تقضي بالمساواة في القيمة ما بين التعاقدات التقليدية والتواقيع العادية وبين رسائل البيانات الالكترونية والعقد الالكتروني والتوقيع الالكتروني الرقمي.

ج. **الإطار التنفيذي:** يحتم تطبيق نظام القيد الإلكتروني والعقود الإلكترونية اعتماد نظام للتحقق الإلكتروني بواسطة تبادل الرسائل الإلكترونية بين الشركة تحت الفحص الضريبي والشركات التي تعاملت معها شراء أو بيعا، حيث يتم التعامل الإلكتروني بين الطرفين كلاهما مجهز إلكترونيا بصورة تحقق تنفيذ هذا التعامل.

ح. **الإطار الاجرائي:** كما سبق تبيانه ينجم عن التجارة الإلكترونية إمكانية دخول السلع غير المادية دون العبور على المنافذ الجمركية، فإننا أمام أحد حلين جمركيين : إما إعفاء هذه السلع من الضرائب الجمركية وهو ما يخل بمبدأ العدالة الضريبية، أو فرض ضرائب جمركية عليها عند قيام مأمور الضريبة العامة بالمراجعة السنوية لحسابات الشركات والمؤسسات من خلال محاولة إيجاد تقنيات لإخضاع تلك المنتجات للضريبة، وهذا عن طريق مراقبة انسياب السلع والخدمات عبر المنافذ الجمركية للدولة، أو غبر مؤسسات الرقابة والإشراف على استقبال وبث الأنترنت، إلا أن هذا المقترح يصطدم بالضغوط العالمية المنادية بتحرير التجارة وإزالة القيود الجمركية، ومن ثم الإتجاه نحو توحيد الجهود من أجل إيجاد آليات جديدة لإخضاع المنتجات الإلكترونية للضريبة وكذا توحيد الجهات التي تقوم بتحصيل الضريبة وتكامل أعمالها في المراحل المختلفة وذلك لضمان الحصول على الإيرادات وتحقيق العدالة الضريبية بغض النظر عن المنظمة التي يتم فيها التحصيل. (حجازي، 2007، صفحة 13)

الخاتمة :

يبقى أهم ما يميز التجارة الالكترونية عدم تقيدها بالحدود المكانية، وهو ما يطرح تحديات لإخضاعها للضريبة، وإذا كان البعض يدع الى الاعفاء الضريبي للتجارة الالكترونية ايمانا بالحرية الاقتصادية وحتى لا يكبح نموها وتحقق الازدهار، فإن البعض الاخرى يرى من منطلقة العدالة إخضاعها الى الضريبة كما أن الاعفاء من شأنه أن يؤدي إلى اختلالات كبيرة ويؤثر مستقبلا عن الايرادات الجبائية تصبح وظيفة الدولة محل شك. لذا فإن على الحكومات تكييف نظمها الجبائية مما يتيح امكانية التأقلم مع أساليب وأدوات التجارة الالكترونية التي في مقدمتها اختفاء الوثائق الورقية لإثبات المعاملات، صعوبة تحديد الهوية، معاملاتها عابرة للحدود وغياب البعد المكاني، المنتجات الرقمية غير المادية، بالإضافة إلى التطور المستمر لمنتجاتها مما يخلق صعوبة في تأقلم النظم والاجهزة الجبائية معه.

ولكن على العموم تم معالجة إشكالية اخضاع التجارة إلى الضريبة من خلال اقتراح إطار متكامل يتناول المفاهيم، القوانين والتشريعات، التنفيذ والاجراءات.

التوصيات والاقتراحات: مما سبق يمكن تقديم التوصيات والاقتراحات التالية:

-على الحكومات تكييف وتطوير نظمها الجبائية بما يتماشى وينسجم مع أساليب ومنطق التجارة الالكترونية؛

-بما أن نشاط التجارة الالكترونية لا تعيقه الحدود المكانية فإنه يكون من المحتم القيام بتنسيق دولي لاقتراح نظام جبائي يمتاز بالكفاءة والفعالية والسهولة في التطبيق ويتفادى الازدواج الضريبي وبدون أن يقف حجرة عثرة أمام تطور الانشطة التجارية الالكترونية؛

-على الدول وخاصة النامية منها أن تسعى إلى تدارك التأخر الحاصل في بنيتها التحتية المتعلقة بشبكة الاتصالات التكنولوجية والعمل على تطويرها لتتواكب مع مستوى تطور التجارة الالكترونية على المستوى العالمي.

المراجع:

- ***Huet, F. (2000).*** *La fiscalité du commerce électronique.* Licec.
- ***عبد الفتاح بيومي حجازي. (2007).*** *لتجارة الالكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكومبيوتر والانترنت.* القاهرة: دار الكتب القانونية.
- ***بختي إبراهيم. (2008).*** *تجارة الالكترونية – مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة* (الإصدار الطبعة الثانية). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- ***خالد بداح السهلي . (2011).*** مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الالكترونية من وجهة نظر مديري وفاحصي الضرائب في دولة الكويت. عمان، كلية الأعمال، الاردن: جامعة الشرق الاوسط.
- ***سمية ديمش. (2011).*** التجارة الإلكترونية: حتميتها وواقعها في الجزائر. *مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية.* قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة قسنطينة.
- ***سهاد كشكول عبد. (2012).*** أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*(68)، صفحة 469.
- ***سيد عبد العزيز عثمان، و شكري رجب العشماوي. (2007).*** *اقتصاديات الضرائب:سياسات-نظم- قضايا معاصرة* -. الاسكندرية: الدار الجامعية .
- ***صالح مرازقة. (جوان, 2005).*** التجارة الإلكترونية وإشكالية إخضاعها للضرائب (التحديات المستقبلية للسياسة الجبائية). *مجلة العلوم الانسانية*، الصفحات 165-179.
- ***طارق عبد العال حماد. (2003).*** *التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية.* الإسكندرية: الدار الجامعية.
- ***عادل عبد الصادق. (بلا تاريخ).*** *البحث عن سيادة الدولة: الضرائب على التجارة والاعلانات الالكترونية.* تاريخ الاسترداد 10 06, 2020، من دوريات قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني: http://accronline.com/article_detail.aspx?id=29302
- ***عبد الحق أعنوز. (بلا تاريخ).*** *مجلة مغرب القانون.* تاريخ الاسترداد 28 05, 2020، من https://www.maroclaw.com/
- ***عبد الهادي إبراهيم عبد الحفيظ. (1999).*** إطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحول إلى عالم التجارة الإلكترونية. (كلية التجارة، جامعة بني سويف، المحرر) *مجلة الدراسات المالية والتجارية، 09*(02)، صفحة 207.
- ***عبد الوهاب دادان. (2004).*** الجباية الافتراضية والتجارة الالكترونية: النقاشات، المشاكل والتحديات. *مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير*(03)، الصفحات 155-177.

- ***عثمان العشماوي ، سعيد عبد العزيز، و شكري رجب. (2007).*** *اقتصاديات الضرائب*. الإسكندرية: الدار الجامعية.
- ***علي عزوز. (2015).*** جباية المعاملات الإلكترونية: المشاكل والحلول. *مجلة الردة للاقتصاديات الأعمال*(01)، صفحة ، ، العدد2015/01، ص 77.
- ***علي محمد. (بلا تاريخ).*** تاريخ الاسترداد 04 05, 2020، من العين الاخبارية: https://al-ain.com/article/e-commerce
- ***قيس حسن عواد. (2010).*** مشكلات فرض وتحصيل الضرائب في عقود التجارة الالكترونية. *مجلة الرافدين للحقوق، 12*(43)، صفحة 218.
- ***محمد بشير مركان ، عبد الحميد بوخاري، و فوزي حاج أحمد. (02-03 ديسمبر، 2019).*** الحلول المقترحة لفرض الجباية عمى التجارة الإلكترونية في الجزائر. *الملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية*. الوادي، جامعة لخضر حمة.

مساهمة نظام المعلومات في التطور الإداري

The contribution of the information system to administrative development



إيمان بغدادي [1]

Imene baghdadi[1]

كلية الحقوق جامعة قسنطينة (الجزائر)؛ مخبر العقود وقانون الاعمال؛ imene.baghdadi@umc.edu.dz

الملخص:

نظام المعلومات الإدارية، يرتبط بالعمليات والوظائف الإدارية بتكنولوجيا المعلومات، وتطبيقات الحاسوب واستخداماتها في معالجة البيانات وتوفير المعلومات، وضرورة وصف نشاطات المؤسسة الداخلية والخارجية، فيمكن أن تحوز الإدارة أو المؤسسة على نظام المعلومات يتم وفق برامج وإجراءات رسمية أو بشكل غير رسمي، كاستخدام الهاتف أو الإتصال الشخصي الغير رسمي وغيرها، فالنظام يتكون من وسائل التكنولوجيا التي تتكامل مع بعضها من أجل جمع ومعالجة البيانات وتخزينها، بهدف الحصول على المعلومات وايصالها للمستفيدين داخل المؤسسة، ويهدف نظام المعلومات الإدارية إلى مساعدة المدراء على إنجاز الأعمال، وتدعيم ومساندة الوظائف الإدارية واتخاذ القرارات، وبالتالي معرفة المؤسسة نقاط ضعفها من قوتها ويمنح أيضا معلومات حول البيئة الخارجية للمؤسسة وكل التهديدات التي تؤثر على عملها.

لكن رغم أهمية نظام المعلومات ودوره الكبير في تطوير الإدارة، إلا أنه يواجه تحديات وقيود أمامه، ورغم من وجود أيضا بنية تشريعية تحكمه وتعمل على توفير الأمن له.

كلمات مفتاحية: نظام المعلومات؛ تكنولوجيا المعلومات؛ الإدارة؛ المؤسسات؛ أمن نظام المعلومات؛ التشريع؛ وسائل التكنولوجيا.

Abstract:

The management information system is related to the administrative processes and functions of information technology, computer applications and their uses in data processing and providing information, and the need to describe the activities of the internal and external organization, so the administration or institution can have the information system that is carried out according to official programs or procedures or informally, such as using the phone or calling The unofficial personal and others, the system consists of technology that integrate with each other in order to collect, process and store data, in order to obtain information and deliver it to the beneficiaries within the organization, and the management information system aims to endeavor Of managers doing business, strengthening and supporting administrative functions and decision-making, and therefore knowledge of the institution weaknesses of its strength also gives information about the external environment of the institution and all the threats that affect their work.However, despite the importance of the

information system and its great role in developing the administration, it faces challenges and restrictions in front of it, and despite the presence of a legislative structure that also governs it and works to provide security for it..

Keywords: *Information system ; information technology; management; institutions; information system security; legislation; technology.*

مقدمة: لقد ركزت أنظمة المعلومات المختلفة على النموذج الإداري لتقوية صرحها العملي والتنظيمي، وتتعامل نظم المعلومات مع جميع الأنشطة المتصلة بالمعلومات، واتخاذ القرارات لتشغيل الجهاز الاداري بغرض رفع كفاءته وفاعليته عن طريق توفير المعلومات وتدعيم قرارات المسؤولين، فنظام المعلومات هو ميزة مهنية متطورة، فهو يشمل نظام المعلومات الإدارية والتي تضم؛ نظم يدوية أو ميكانيكية أو الإلكترونية، تسعى إلى تزويد الإدارة بالبيانات التي تحتاجها لممارسة نشاطها، وتعد عملية انتشار ثقافة المعلومات من أبرز المجالات العملية التي طورت الآفاق التنموية للمؤسسات، حيث ساهمت هذه الأخيرة في تطوير الحس المهني وترقية الإطار الموضوعي، الذي بدوره طور المنظمة وروادها نحو إستخدام المعلومات كثقافة أو ظاهرة مهنية يجب التقيد بها، للوصول إلى نموذج معقول من حيث التطوير والتسيير الإداري النموذجي.

إن النظام الوطني للمعلومات هو أحد الركائز المهنية والتقنية التي تنشط من خلالها نظم المعلومات الموجودة إقليميا، وإن أبلغ تعبير عن هذه المسارات المهنية التي تعالج نظم المعلومات، هي تلك النماذج العالمية المعروفة عن المعلومات وماهيتها وغايتها التطبيقية من خلال المعايير ذات التوجه الثقافي العلمي، والنظام الوطني للمعلومات هو أحد روافد العولمة الحديثة التي فرضتها استمرارية تنقل العلم والمعرفة من الأساس البسيط إلى التطور الحديث والولوج إلى المعلومات بواسطة النماذج التكنولوجية الجديدة.

والسؤال الذي يطرح نفسه: إلى أي مدى يساهم نظام المعلومات في تحقيق التطور الإداري؟

أولا. مفهوم نظام المعلومات

ظهر مفهوم نظم المعلومات وازدادت أهميته عقب الحرب العالمية الثانية، نظرا لتضخم حجم المنظمات وتطور وسائل الاتصال وظهور الحاسب وتطوره، وقد تعددت التعريفات التي تناولت نظام المعلومات، فاختلفت تبعا للخلفية العلمية والعملية لمقدمها، ويعرف نظام المعلومات information system

بأنه مجموعة من العناصر المتداخلة والمتفاعلة مع بعضها، والتي تعمل على جمع البيانات والمعلومات وتخزينها وبثها وتوزيعها، بغرض دعم صناعة القرارات والتنسيق وتأمين السيطرة على المنظمة، إضافة إلى تحليل المشكلات وتأمين المنظور المطلوب للموضوعات المقدمة (الطبية، دون سنة).

فالنظام systemهو مجموعة من الأجزاء والمكونات التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق غرض معين.

والمعلومات information هي بيانات قد تم تحويلها ومعالجتها، بحيث يكون لها معنى وقيمة حقيقية أو مدركة بالنسبة لمتخذ القرار.

وبالتالي نظام المعلومات هو مجموعة من الاجراءات التي تتفاعل مع بعضها البعض، بغرض معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات يمكن أن تستخدم لغرض صنع القرار (بن احمد السديري، 2010).

1. مكونات نظام المعلومات:

أ. مكونات النظام:

وتشمل:

* المدخلاتles entrés وهي كل شيء يأتي من خارج النظام، وتمثل عناصر موارده الرئيسية (بشرية، آلات، بيانات، معلومات ...إلخ)

* عملية المعالجة les traitements وهي العمليات التحويلية المختلفة التي تؤدي إلى تحويل المدخلات إلى مخرجات.

* المخرجات les sorties وهي الأشياء الناتجة عن عملية المعالجة والتي تخرج من النظام، قد تكون ملموسة أو غير ملموسة أو معلومات حيث قد تكون مخرجات نظام، ماهي إلا مدخلات بالنسبة إلى نظام آخر.

* التغذية العكسيةfeed back او المعلومات المرتدة، حيث تمكن من إتخاذ الإجراءات التصحيحية أولاً بأول ومراجعة خططها حتى يتأكد من تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.

* البياناتdata هي مجموعة من الحقائق أو المشاهدات أو التقديرات غير المنظمة قد تكون أرقاما أو كلمات أو رموزا أو حروفا (رجم، 2017-2018)

ب. مكونات المعلومات:

إن الهدف الأساسي لنظام المعلومات في المؤسسة، هو توفير المعلومات للجهات المستفيدة منها لاتخاذ القرارات المختلفة، وتمتاز بالدقة والتوقيت والوضوح، المرونة، الشمول، القابلية للمقارنة، الإيجاز، الموضوعية، إقتصادية (محمد حسين عيد و نعمة عباس خضير الخفاجي، 2009).

وتصنف المعلومات حسب المصدر إلى؛ المعلومات الداخلية أي مصدرها من داخل المؤسسة والمعلومات الخارجية أي من البيئة المحيطة بالمؤسسة، وتصنف المعلومات حسب المستوى الإداري إلى: المعلومات الإستراتيجية والمعلومات التكتيكية والمعلومات التشغيلية (تيسير ، 2002)

وتصنف المعلومات حسب درجة الرسمية إلى: معلومات رسمية تكون حسب المتطلبات القانونية والاحتياجات الرقابية وغيرها ومعلومات غير رسمية الآراء والأفكار والخبرات الشخصية وما إلى ذلك (سعد غالب، 2000).

2. أنواع نظام المعلومات في المؤسسة:

أ. نظم معالجة المعاملات TPS:

وهو نظام معلومات محسوب يعالج ويسجل البيانات الناتجة عن أحداث مبادلات الأعمال الروتينية اليومية الضرورية لإدارة الأعمال، تعالج نظم معالجة المعاملات الآلاف من المعاملات التي تحدث كل يوم في العديد من وظائف المنظمة، وتشمل الأنظمة الفرعية TPS؛ نظام الرواتب، نظام إدخال الأوامر، نظام المخزون، نظام الفواتير، نظام الشحن، نظام المشتريات، نظام الاستلام.

ب. نظام المعلومات الإدارية:

وهي مجموعة منظمة من الموارد؛ مادية، برامج، أفراد، إجراءات، تسمح باكتساب ومعالجته وتخزين وإيصال المعلومات تحت شكل بيانات، نصوص، صور، أصوات...إلخ، داخل المنظمات للمساعدة على اتخاذ القرار (رجم، 2017-2018).

وتشمل نظام المعلومات الخاص بالموارد البشرية، الذي يحتوي على النظام الفرعي لإدارة الأداء، وآخر يتعلق بالأجور والمرتبات، ونظام يتعلق بمعلومات التدريب، وتشمل نظام المعلومات التسويقية، ونظام معلومات الإنتاج، ونظام معلومات المالية والمحاسبية

ج -نظام دعم القرارات DSS

وهي معلومات تهدف إلى مساعدة المدراء عند اتخاذهم القرارات غير بنائية وغير متكررة، أي لا يمكن تحديدها مسبقا وتعتمد على ما تنتجه نظم تشغيل البيانات ونظم المعلومات الإدارية.

د -النظم الخبيرة SYSTEMS EXPERT

وتستخدم لمساندة متخذ القرار في التعامل مع القرارات غير الروتينية والتي لا يمكن التنبؤ بخطواتها، وتعتمد على الذكاء الاصطناعي.

ن -نظام المعلومات الإستراتيجي

وهو مبني على إستخدام الحاسب الآلي، يستخدم كأداة لتطبيق استراتيجية المنظمة التي تعتمد على إستخدام وتشغيل واتصال المعلومات (رجم، 2017-2018).

وأنظمة المعلومات الإدارية بذلك تكون بنوع:

- أنظمة الدعم العملياتية

وهي نظم تقوم بمعالجة البيانات التي تنتجها وتستخدمها المنظمة في:

* نظم معالجة المعلومات

* نظم السيطرة على العمليات

* نظم اتممة المكاتب.

- أنظمة الدعم الإدارية

وهي نوع من أنواع أنظمة المعلومات المصممة لتزويد إداري المنظمة بالمعلومات اللازمة للتخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة على نشاط المنظمة أو مساعدتهم على إتخاذ القرار (بن احمد السديري، 2010).

ثانيا. نظام المعلومات الإدارية:

تحتاج الإدارة في جميع مستوياتها إلى كم هائل من المعلومات، وأن كل قطاع يحتاج إلى معلومات، وأن كل مستوى يحتاج إلى كمية خاصة لها من البيانات.

فالإدارة العليا تحتاج إلى معلومات إستراتيجية للتخطيط

والإدارة الوسطى تحتاج إلى معلومات رقابية للتنظيم

والإدارة المباشرة تحتاج إلى معلومات تشغيلية للتوجيه (بن احمد السديري، 2010).

نظم المعلومات الإدارية تزود المسيرين بالمعلومات الضرورية في شكل مؤشرات وتقارير عن الأنشطة الخاصة بالمؤسسة في المجالات الوظيفية المختلفة، وعن الأحداث البيئية الخارجية، بما يساعدهم على أداء وظائفهم الإدارية، من تخطيط ورقابة بالإضافة إلى تدعيم عملية اتخاذ القرارات.

1. تعريف نظام المعلومات الإدارية:

وتعرف على أنها بيئة تحتوي على عدد من العناصر، التي تتفاعل فيما بينها ومع محيطها بهدف جمع البيانات ومعالجتها حاسوبيا وإنتاج وبث المعلومات لمن يحتاجها لصناعة القرارات (عماد، 2000).

وهي النظم الرسمية وغير الرسمية، التي تمد الإدارة بمعلومات سابقة كحالة تنبئية في صورة شفوية أو مرئية، للعمليات الداخلية بالمؤسسة والعناصر البيئية المحيطة بها، بهدف دعم الإداريين وبخاصة المدراء، والعناصر البيئية الأساسية وإتاحة المعلومات الدقيقة والواضحة، في إطار الوقت المناسب لمساعدتهم على إنجاز العمل والإدارة واتخاذ القرارات (سليم ، 2006).

وتعتبر التكنولوجيا من المكونات الأساسية لنظام المعلومات، بحيث تستخدم من قبل المدراء كأداة لمواجهة التحديات وتتمثل في:

* التجهيزات المادية والبرمجيات

* تكنولوجيا التخزين وتتضمن الوسائل المادية لتخزين البيانات

* تكنولوجيا الإتصالات بمختلف مكوناتها المادية ومجموع البرمجيات التي تربط تلك المكونات بحيث تسمح بتحويل البيانات من مكان إلى آخر.

* الشبكات les réseaux والمتمثلة في شبكة الإنترنت، والإنترانت، والإكسترانت، والتي تستخدم أساسا في تبادل المعلومات بين الأفراد والمؤسسات(Olivier Andrieu, 1996) .

2. أمن الأنظمة المعلوماتية الإدارية:

جاء المرسوم الرئاسي رقم: 20-05 المؤرخ في 20 جانفي 2020، يتعلق بوضع منظومة وطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية (المرسوم الرئاسي 20-05، 2020)، يهدف إلى وضع منظومة وطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية، لأن المنظومة أداة الدولة في مجال أمن الأنظمة المعلوماتية، وتشكل الإطار التنظيمي لإعداد الإستراتيجية الوطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية وتنسيق تنفيذها، وتشمل المنظومة الوطنية لأمن المعلوماتية الموضوعة لدى وزارة الدفاع الوطني مايلي:

* مجلس وطني لأمن الأنظمة المعلوماتية يدعى في صلب النص "المجلس"، يكلف باعداد الإستراتيجية الوطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية والموافقة عليها وتوجيهها.

* وكالة لأمن الأنظمة المعلوماتية تدعى في صلب النص " الوكالة"، تكلف بتنسيق تنفيذ الإستراتيجية الوطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية.

ولممارسة مهامه يتوفر المجلس بالإضافة إلى الوكالة، على الهياكل المختصة لوزارة الدفاع الوطني في هذا المجال، وتستثنى أنظمة معلومات الدفاع الوطني من مجال تطبيق هذا المرسوم، وتلزم المؤسسات والإدارات والهيئات العمومية

والمتعاملون الخواص بتعيين مسؤولهم المكلف بأمن الأنظمة المعلوماتية في أجل أقصاه سنة، ابتداءا من تاريخ نشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية.

أ. المجلس الوطني لأمن الأنظمة المعلوماتية

حسب المادة 4 من المرسوم الرئاسي رقم: 20-05 فإن المجلس يتولى في إطار الإستراتيجية الوطنية في مجال أمن الأنظمة المعلوماتية، على الخصوص بالمهام الأتية:

* البحث في عناصر الإستراتيجية الوطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية المقترحة من قبل الوكالة وتحديدها.

* دراسة مخطط عمل الوكالة وتقرير نشاطاتها والموافقة عليها.

* دراسة التقارير المتعلقة بتنفيذ الإستراتيجية الوطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية والموافقة عليها.

* الموافقة على إتفاقات التعاون والإشراف المتبادل مع الهيئات الأجنبية في مجال أمن الأنظمة المعلوماتية.

* الموافقة على سياسة التصديق الإلكتروني للسلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني.

* الموافقة على تصنيف الأنظمة المعلوماتية

* إقتراح ملائمة الإطار الهيكلي أو التنظيمي الخاص بأمن الأنظمة المعلوماتية عند الحاجة.

ويبدي المجلس رأيا مطابقا في أي مشروع نص تشريعي أو تنظيمي ذي صلة بأمن الأنظمة المعلوماتية.

وحسب المادة 5 من ذات المرسوم الرئاسي، فإن المجلس يرأسه وزير الدفاع الوطني أو ممثله ويتكون من: ممثل عن رئاسة الحكومة، ممثل عن الوزير الأول، الوزير المكلف بالشؤون الخارجية، الوزير المكلف بالداخلية، الوزير المكلف بالعدل، الوزير المكلف بالمالية، الوزير المكلف بالطاقة، الوزير المكلف بالاتصالات، الوزير المكلف بالتعليم العالي.

ويمكن أن يستعين المجلس بأي شخص أو مؤسسة من شأنه تنويره في أعماله.

ويتوفر المجلس لأداء مهامه على " **أمانة تقنية** "، توضع تحت سلطة رئيس المجلس، يسيرها أمين عام يعين طبقا للتنظيم المعمول به على مستوى وزارة الدفاع الوطني وتنهى مهامه بحسب الأشكال نفسها، وتكلف هاته الأمانة تحت سلطة رئيس المجلس بمايلي:

* إعداد مشروع النظام الداخلي للمجلس

* التنسيق مع الوكالة

* جمع الوثائق اللازمة لتحضير أشغال المجلس الوطني واستغلالها

* جمع أي معلومة أو وثيقة ذات صلة بمهام المجلس من الوكالة ومن اي إدارة أو مؤسسة أو هيئة.

كما تتولى الأمانة التقنية للمجلس الوطني ما يأتي:

* أشغال الأمانة

* حفظ الوثائق والأرشيف

* تسيير الموارد البشرية والمالية.

ب. وكالة أمن الأنظمة المعلوماتية

الوكالة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية ومقرها في مدينة الجزائر، وتكلف بالمهام التالية على الخصوص:

* عرض عناصر الإستراتيجية الوطنية في مجال أمن الأنظمة المعلوماتية وعرضها على المجلس

* إقتراح كيفيات إعتماد مزودي خدمات التدقيق في مجال أمن الأنظمة المعلوماتية

* إجراء تحقيقات رقمية في حالة الهجمات أو الحوادث السيبرانية التي تستهدف المؤسسات الوطنية.

* السهر على جمع وتحليل وتقييم المعطيات المتصلة بمجال أمن الأنظمة المعلوماتية لاستخلاص المعلومات الملائمة التي تسمح بتأمين المؤسسات الوطنية

* متابعة عمليات التدقيق لأمن الأنظمة المعلوماتية

* تقديم المشورة والمساعدات للادارات والمؤسسات والهيئات العمومية والخاصة من أجل وضع استراتيجية أمن الأنظمة المعلوماتية.

* مرافقة الإدارات والمؤسسات والهيئات بالتشاور مع الهياكل المختصة في هذا المجال في معالجة الحوادث المتصلة بأمن الأنظمة المعلوماتية.

* تقديم توجيهات تتعلق بتكوين أعوان المؤسسات العمومية في مجال أمن الأنظمة المعلوماتية

* ضمان تبادل المعلومات مع الأمانة التقنية للجنة الوطنية لتصنيف النقط الحساسة.

وحسب المادة 6 من ذات المرسوم، فإن المدير العام للوكالة يحضر اجتماعات المجلس بصفة استشارية، والوكالة مؤهلة لطلب اي وثيقة أو معلومة مفيدة للقيام بالمهام الموكلة لها بموجب هذا المرسوم من الهيئات والمؤسسات والمتعاملون المزودين بنظام إعلام، تدير الوكالة " **لجنة توجيه**"، وتزود **بلجنة علمية** ، ويسير الوكالة مدير عام وتتوفر على " **مركز وطني العملياتي لأمن الأنظمة المعلوماتية**" و " **مديريات ومصالح تقنية وإدارية**" موضوعة تحت سلطته وتتكون الوكالة من ممثلي عن الوزارات، ويمكن أن تستعين لجنة التوجيه، بأي شخص أو مؤسسة من شأنها تنويرها في أعمالها.

يحدد التنظيم مكونات الوكالة وكيفيات سيرها وكذا مهامها وصلاحياتها بموجب قرار من وزير الدفاع الوطني.

ثالثا. واقع تطبيق نظام المعلومات بالجزائر

يرتبط مفهوم نظم المعلومات الإدارية بالبيانات والمعلومات التي تشكل حلقة هامة في تحريك أي منظمة على المستوى الفعلي العملي، إن نظم المعلومات تضمن القيمة الحقيقية للمنظمة متمثلة في تأمين الغاية الرئيسية لتواجدها، إذ يتطلب إستخدام النظم الفهم العام للبيئة العامة التي تدور فيها المنظمة، إن المنظمة كائن يعتمد على الأفراد والهياكل، ومعالجة الأعمال والسياسات والثقافة، فهي بذلك جزء متكامل مع المنظمات، إن نظم المعلومات الإدارية الموجودة آنيا، أثبتت قوتها ودورها وغايتها المهنية والفنية، إن المنظمات تحتاج إلى مهارات فردية وبشرية متمثلة في رأس المال المعرفي، الذي تديره هذه الفئة ما ينعكس إيجابا على المنظمة في حد ذاتها، ففي كثير من الأحيان تتجه نظم المعلومات الإدارية، إلى خلق التكامل بين وظائفها لتحقيق غايتها المهنية، ولابد لهذه الوظائف أن تتم بشكل متكامل.

1 -تقييم التشريعات المتعلقة بنظم المعلومات في الجزائر

يتميز الإطار القانوني والتشريعي بالجزائر بمراحل متعددة، وكان لأنظمة المعلومات نصيب في تحقق تقدما نوعا ما من خلال تقديم العديد من القوانين الأساسية.

أ -المرحلة الأولى من ستة 1962 إلى 1988

الجزائر إلى غاية 1973 كانت غير متطورة والنظام القانوني الخاص بالجانب الثقافي والعلمي، لم يكن من الأولويات الرئيسية التي كان المجتمع بحاجة إليها، فإن هذه التصورات المرتبطة بتثمين الجانب الثقافي والعلمي والتنظيمي للخدمات بالنسبة لهذه النشاطات لم تتأسس إلى غاية تكاثف النشاطات والأعمال، وتتميز هذه المرحلة باستقرار كبير على الصعيد التشريعي، حيث شهدت مرحلة التأميمات والتخلي العمل بالقوانين الفرنسية، لتنتقل إلى النهج الإشتراكي، والذي تمخض عنه إعادة النظر في العديد من القوانين والتشريعات.

ب -المرحلة الثانية من سنة 1988 إلى 2002

تعد مرحلة من بين أهم التطورات التي حصلت على الصعيد الوطني، حيث أن النظام الجزائري أهمل الاهتمام بالحياة القانونية، نظرا لاهتمامه بإعادة النظر في الجانب الأمني، حيث عاشت الجزائر عدة صعوبات تقنية ومالية وأمنية.

ج -المرحلة الثالثة من سنة 2002 إلى 2009

دفع مسار الإصلاحات إلى انتماء الجزائر للمنظمات الدولية وهو ما نتج عنه، إعادة التفكير فكل الجوانب التنظيمية والقانونية ومنها صدور قانون حقوق المؤلف وحقوق الملكية الفكرية، وكل قانون منظوي تحت مجال نظم المعلومات.

إن تقييم الجانب التشريعي لأنظمة المعلومات، يختلف من قطاع لآخر ويتميز مش شعبة إلى شعبة، وعلى أي حال فإن القوانين التي تم إخراجها هي مؤسسة وسوف تتحسن في السنوات القادمة على حسب الخبرة والخدمة والحاجة الفنية للتطبيقات التشريعية في المنظمات (كساب).

د -المرحلة الرابعة من سنة 2009-2020

عدل المشرع الجزائري بقانون العقوبات (الامر رقم 66-156، 1966)، ليحمي المعطيات عند معالجتها إلكترونيا، حيث أضاف القسم السابع المعنون ب" المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات"، واستحداث المواد 394 مكرر 7، ضف له الحماية الجنائية للصور الشخصي وللاتصال الخاص وذلك بالمادة 303 مكرر، وأحكام قانون الإجراءات الجزائية، وكذا قانون رقم: 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والإتصال ومكافحتها، والقانون العضوي رقم: 12-09 المتعلق بالإعلام، والقانون الخاص رقم: 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعية في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي (القانون رقم 18-07، 2018)، هذا الأخير يتعلق فقط بالأشخاص الطبيعية دون المعنوية، وأخيرا المرسوم الرئاسي رقم: 20-05 المتضمن وضع منظومة وطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية.

إن الفلسفة الفنية للتشريع والتنظيم هي مقياس فني وعلمي وقوة ضابطة للمؤسسة أو الإدارة ككل، وهو المجال الحقيقي للشفافية والتواصل الإداري، إن التوجهات التشريعية في أنظمة المعلومات في الجزائر تختلف من قطاع إلى آخر، وتزول بصفة كلية في القطاع الجامعي، فلابد من قوانين تحكم نظم المعلومات.

2 -حدود نظام المعلومات

هناك عدة حدود للنظام ومجالات خدمته ونشاطه ومسؤولياته، حيث تحدد إمكانياته بالعناصر التالية:

* البيئة الداخلية للنظام: وهي العناصر والعوامل والعلاقات والنشاطات الملموسة وغير الملموسة، التي يتعامل معها النظام.

* البيئة الخارجية للنظام: وهي جميع العوامل التي تكون خارج السيطرة والتصرف للنظام، وبالتالي فهي تمثل إمكانيات صعبة للنظام كونها غير متوفرة ومتاحة في أية وقت.

* قنوات الاتصال: تتحدد إمكانيات النظام من خلال تعدد وتنوع قنوات الاتصال بين عناصر النظام.

* فعالية العمليات: كلما كانت عملية المعالجة لعناصر النظام وعملياته التحويلية كفؤة وفعالة ومنظمة كلما كان النظام ناجحا (عليان مصطفى ربحي، 2012).

3 -التحديات التي تواجه نظام المعلومات

نذكر منها:

- إن بعض المعلومات لا يمكن إدخالها في النظام: مثل الأفكار بشأن تقديم منتجات جديدة وآراء المستهلكين حول منتج معين وخطط المنافسين.

- المعلومات عادة ما تحتاج إلى سياق يمكن تفسيرها من خلاله: البيانات الكمية لا يمكن فهمها إلا إذا تم ربطها ببيانات أخرى مثل؛ حجم الطلب المتوقع.

- قيمة المعلومات تتناقص بمرور الزمن: بعض المعلومات الهامة في لحظة ما قد لا تكون لها أية قيمة في المستقبل.

- التغيرات البيئية تؤدي إلى تغيرات في الاحتياجات من المعلومات: في حالة تغير البيئة التشريعية أو للاندماج في منظمة أخرى، وظهور تشريعات جديدة في السوق، وظهور منظمات منافسة.

- تكنولوجيا الحاسب الآلي في تغير سريع: تتقادم نظم المعلومات بتقادم أجهزة الحاسوب.

- النقص الملحوظ في العمالة الفنية الماهرة: نقص المبرمجين ومحللي النظام، حيث تحصل فجوة معرفية كل 2-4 سنوات.

- المتطلبات من العمالة في تغير مستمر: المعارف الحاسوبية متجددة ويحتاج اي متعامل مع الحاسوب إلى التدريب من حين لآخر، لكي يواكب المتطلبات الجديدة.

- التوقعات المغالى فيها: بعض المديرين يتصورون أنه لا يمكن تصميم نظام معلومات متكامل ككل بأقل تكلفة وخلال فترة زمنية وجيزة (الطبية، دون سنة).

خاتمة:

جعلت المنظمات المختصة في أنظمة المعلومات سياسات فنية ومهنية وميدانية قوية، لتفعيل الخدمة والصورة العامة الجديدة للخدمة العمومية، من خلال إعداد مجموعة معتبرة من البرامج تغطي جل الأنشطة العامة في الإقليم أو الدولة، ولقد لعب هذا النموذج دورا مهما في ترقية المنظمات، وتفعيل الخدمة وترقية المؤسسة بمختلف توجهاتها، وتزداد أهمية الدور الإستراتيجي لنظم المعلومات وضرورتها، انطلاقا من حيوية وأهمية المعلومات كمورد ثمين من موارد كل منظمة، ومن كونها أداة لا غنى عنها لامتلاك أو تحقيق الميزة التنافسية المساعدة في إتخاذ القرارات وتطوير وتنمية المنظمة وتحسين النوعية المستمرة والإبداع التكنولوجي، مع صياغة وتطبيق إستراتيجيات الأعمال وإدارة العمليات بكفاءة وفعالية.

ويكمن التأثير الإيجابي لنظم المعلومات، في التمكن من إنجاز المسائل الحسابية وعمليات المعالجة للأعمال الورقية بشكل أسرع بكثير مما يقوم به الأفراد ويقابله تأثير سلبي، يرتبط بحقيقة أن حوسبة النشاطات التي كان يؤديها الأفراد ستوقف وتنهي بعض الوظائف.

في الوقت الذي تستطيع فيه نظم المعلومات معاونة المنظمات من التعرف الأوسع والأشمل عن نماذج المبيعات الخاصة بالزبائن، فإنها ستسمح للمنظمات بجمع معلومات تفصيلية عن الأفراد وبذلك قد تتجاوز على خصوصياتهم وحرياتهم الفردية.

توزع نظم المعلومات المحوسبة وفي مقدمتها النظم المرتبطة بالإنترنت، المعلومات بشكل فوري إلى الملايين من الأفراد في مختلف مناطق العالم، ولكن من الممكن إستخدام مثل هذه النظم في توزيع نسخ غير قانونية وبطريقة غير مشروعة، من البرمجيات والمقالات والكتب والممتلكات الفكرية.

تزود نظم المعلومات بإمكانات وكفاءات جديدة من خلال خدمات، مثل الصراف الآلي ونظم الهاتف الآلية والتحكم الآلي في الطائرات والمطارات، ولكن من جانب آخر فإنها قد تسبب في تعطيل وشلل الأعمال والخدمات، وبالتالي شلل المجتمعات في حالات الأعطال غير المتوقعة، أو حتى غير المعروفة في هذه النظم الآلية.

وعموما لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات باستخداماتها المختلفة في ترقية الوحدات المهنية لأنظمة المعلومات، وساهمت في تدعيم المديرين والمشرفين على نظم المعلومات بالاستفادة من العديد من المزايا وتحسين الأعمال والخدمات بدرجات متفاوتة، إن غياب الأطر المعلوماتية في المؤسسات الوطنية جعلها اليوم أحد المؤسسات التي تعيش في تخلف مستمر، رغم الترسانة القانونية القوية والتدعيم بالكادر البشري، إلا أنها بقيت رهينة مسارات قديمة في الصورة والشكل التسييري، وهو ما يجب تداركه بالتطبيق الفعلي والجاد للقوانين ووضع الآليات القانونية لذلك، من خلال وضع التنظيمات للمرسوم الرئاسي رقم 20-05 لتكون أكثر فعالية.

قائمة المراجع

Olivier Andrieu.*guide de connection- internet* .france(1996) .

الامر الامر رقم 66-156. (08 يونيو, 1966). المتظمن قانون العقوبات الجزائري. الجريدة الرسمية العدد 49 المؤرخة في 11 يوليو 1966.

الحسنية سليم . (2006). *نظم المعلومات الادارية،ادارة المعلومات في عصر المنظمات الرقمية*. عمان الاردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

الصباغ عماد. (2000). *نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها*. عمان الاردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الطائي محمد حسين عيد، و نعمة عباس خضير الخفاجي. (2009). *نظام المعلومات الاستراتيجية* (المجلد الطبعة الاولى). عمان الاردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

العجارمة محمد حسين عيد الطائي تيسير . (2002). *نظم المعلومات التسويقية*. عمان الاردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

القانون القانون رقم 18-07. (09 يونيو, 2018). المتعلق بحماية الاشخاص الطبيعية في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي . الجريدة الرسمية العدد 34 المؤرخة في 10 يونيو 2018.

المرسوم الرئاسي المرسوم الرئاسي 20-05. (20 01, 2020). يتعلق بوضع منظومة وطنية لامن الانظمة المعلوماتية. الجريدة الرسمية العدد 04 المؤرخة في 2020/01/26.

جامعة الاندلس الخاصة للعلوم الطبية. (دون سنة). نظام المعلومات.، (صفحة 157). سوريا.

خالد رجم. (2017-2018). نظام المعلومات. *محاضرات مقياس المعلوماتية*، (الصفحات 8-9). ورقلة الجزائر.

عليان مصطفى ربحي. (2012). *ادارة المعرفة*. عمان الاردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.

عمار كساب . (بلا تاريخ). *.item_id=79&http://www.alger-culture.com/print.php?type=N*

محمد بن احمد السديري. (2010). *نظم المعلومات الادارية*. الرياض السعدية.

ياسين سعد غالب. (2000). *تحليل وتصميم نظم المعلومات*. عمان الاردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

الإطار القانوني للتجارة الالكترونية وفقا للمشرع الجزائري

The legal framework for electronic commerce, according to the Algerian legislature



بديرينة هاجر

Bederina hadjer

جامعة عمار الثليجي بالاغواط (الجزائر)؛ مخبر دراسات التنمية الاقتصادية؛ Email : h.bederina@lagh-univ.dz

الملخص:

أدت التطورات التكنولوجيا الاعلام و الاتصال الى ظهور عدة تطبيقات لها منها النشاط التجاري عبر الانترنيت و نظرا لما توفره من سهولة ممارسة لهذا النشاط فقد انتشر عبر العالم بسرعة كبيرة مما اصبح يشكل تحديا امام الأنظمة الضريبية التي تأسست على مبدا التواجد المادي للمؤسسات الاقتصادية الذي تتجاوزه التجارة الالكترونية مما شكل تحديا امام السياسة الضريبية حيث يتم تسليط الضوء على النصوص القانونية للمشرع الجزائري و العلاقة بين النظام الضريبي و التجارة الالكترونية.

كلمات مفتاحية: تجارة الكترونية، نصوص قانونية، نظام ضريبي.

تصنيفات JEL : H21،F14

Abstract:

Technology and media developments have led to the emergence of several applications for it, including commercial activity via the Internet, and due to the ease with which it facilitates the practice of this activity, it has spread across the world very quickly, which has become a challenge to the tax systems established on the principle of physical presence of economic institutions that are exceeded by electronic commerce This posed a challenge to the tax policy, as the legal texts of the Algerian legislator are highlighted, and the relationship between the tax system and electronic commerce.

Keywords: *e-commerce, Legal texts, Tax system word1.*

JEL Classification Codes :F14, H21

مقدمة:

شهد العالم خلال العقد الأخير من القرن العشرين ثورة حقيقية في تقنية المعلومات و الاتصالات، اثرت الى حد كبير على أوجه النشاط الاقتصادي و الاجتماعي حيث ساهمت في نمو و تطور العلاقات التجارية مما أدى الى ميلاد نمط حديث من التبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط الكتروني اصطلح على تسميتها التجارة الالكترونية التي تتسم بخصائص عديدة و المتمثلة في توفير الجهد و السرعة في الإنجاز من خلال توفر شبكة الانترنيت، فهي تعتبر وسيلة اتصال بتكلفة منخفضة مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية وهي الميزة التي أصبحت التجارة الدولية الحديثة تتطلبها.

وبناء على الإدراك الواسع لأهمية التنظيم القانوني لعمليات التجارة الإلكترونية، فقد اجتهدت أغلب الدول لوضع تنظيم قانوني لها والمسائل القانونية المرتبطة بها وبحث الحلول والوسائل التي تمكن من الإستفادة القصوى منها، وتذليل العقبات التي تقف أمامها بإصدار نظام قانوني مرن يسمح بالتفاعل مع المستجدات الحديثة.

- **تمهيد:**

ان التطور السريع والانتشار المتزايد لاستخدام تقنيات المعلومات الالكترونية أدى الى اتخاذ المبادرات التي تهدف الى سرعة تنظيم التعامل وفق هذا النمط الجديد الا وهو التجارة الالكترونية فهي بحاجة إلى تنظيم قانوني خاص لحماية المتعاملين في هذا المجال من جهة، ومن جهة أخرى لرفع الغموض وإزالة اللبس الناجم عن تغيير الدعامة المادية للتبادل التجاري، وذلك في سبيل ايجاد نوع من التكافؤ بين القواعد التي تسري على العالم الرقمي و ما اثرته من تحديات للنظم الضريبية القائمة التي كانت ملائمة لظروف اقتصادية مختلفة اعتمادا على نظم عمل لا تتفق مع التغيرات العالمية المتسارعة مما قد يؤثر على كفاءة النظام الضريبي ومن الطبيعي ان هذا التطور المتلاحق من الناحية الالكترونية يقابله ضرورة ان يكون له اطار قانوني يحدد كيفية عمله و نطاقه و قد عكفت التشريعات الدولية على تنظيم التجارة الالكترونية لاسيما في الجزائر و ما اتخذته من إجراءات قانونية و نصوص لتأطير موضوع التجارة الالكترونية، ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

- **إشكالية البحث:**

ما هو أثر النظم الضريبية التي اتخذها المشرع الجزائري على التجارة الالكترونية؟

و للإجابة على الإشكالية الرئيسية تؤدي بنا الى طرح الإشكاليات الفرعية التالية:

- ما المقصود بالتجارة الالكترونية و فيما تتمثل اشكالها؟؛
- ماهي النصوص القانونية المرتبطة بالتجارة الالكترونية؟؛
- هل توجد علاقة بين النظام الضريبي و التجارة الالكترونية؟.

- **فرضيات البحث:**

من خلال ما سبق ذكره ارتاينا وضع الفرضيات التالية:

- تعتبر التجارة الالكترونية مصدر امان و ثقة بالنسبة للمكلف الحامل لبطاقة الائتمان لتسهيل العمليات التجارية بين المتعاملين للقضاء على مشكلة السيولة؛
- وضع إطار للقوانين و النصوص التشريعية تحكم التجارة الالكترونية و التشريع الجبائي؛

- تعد التجارة الالكترونية أحد أساليب محاربة الغش و التهرب الضريبي فهي تساهم في إنعاش الجهاز الجبائي؛
- ابراز العلاقة بين التشريع الجبائي و التجارة الالكترونية.

- **أهمية البحث:**

للتجارة الالكترونية أهمية كبيرة في زيادة النمو الاقتصادي و تعزيز تجارتها الخارجية و النهوض بالعديد من القطاعات نظرا لماله من أهمية بالغة كونه يعتبر بمثابة احدى المداخل الاستراتيجية ذات العلاقة بالتنمية الاقتصادية و ضبطها بالقوانين و النصوص التشريعية للنظام الجبائي.

- **أهداف البحث:**

تهدف الدراسة الى تحليل القواعد القانونية التي تحكم مختلف جوانب التجارة الالكترونية و معاملاتها في ضوء التشريعات و التدابير و الإجراءات القانونية التي اتخذتها الجزائر لتاطيرها و تنظيمها، الى جانب القواعد العامة التي تتلائم احكامها مع طبيعة هذه التجارة.

- **منهجية الدراسة:**

تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يأتي في اطار وصف الوضع الراهن للتجارة الالكترونية و المنهج التحليلي باعتبار ان الدراسة قد تمحورت حول تحليل و سرد اهم النصوص القانونية المنظمة للتجارة الالكترونية.

- **الدراسات السابقة:**

- **الدراسة الاولى:**

مشتي امال بعنوان:"التجارة الالكترونية في الجزائر" مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، العدد13، هدفت هذه الدراسة الى البحث عن التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر وما اتخذته من اجراءات قانونية لتاطير موضوع التجارة الالكترونية مع الاشارة الى مشروع قانونها الذي صادق عليه مجلس الوزراء في اكتوبر2017 و تمت مناقشته و المصادقة عليه من البرلمان بغرفتيه في 2018 لكن لم يصدر في ذاك الوقت في الجريدة الرسمية، و توصلت الدراسة الى انه لانجاح التجارة الالكترونية في الجزائر على ارض الواقع لابد من توفر شروط معينة ولعل اول هذه الشروط هي تدفق الانترنيت، وجود اطار قانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر بعد مصادقة البرلمان تشكل اضافة للاقتصاد الجزائري مستقبلا، مختلف المؤسسات المالية منذ سنتين على أكثر تقدير سارعت في توزيع بطاقات السحب و الدفع الالكتروني على زبائنها لتعميم ثقافة الدفع عن بعد غير ان العملية لم تعرف اقبالا كبيرا من المواطنين لخوفهم من نظام المعلوماتي.

- **الدراسة الثانية:**

مصطفى هنشور وسيمة بعنوان "النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري و المقارن" اطروحة دكتوراه في جامعة مستغانم،2017/2016، هدفت هذه الدراسة الى البحث عن الإطار القانوني للتجارة التي تتم عبر شبكة الانترنيت فظهورها و تطورها ادى الى ضرورة خلق اطار قانوني يتماشى معها، و توصلت الدراسة الى انه بالرغم من اصدار التشريعات التي تتعلق بالتجارة الالكترونية في الجزائر مازالت تعاني تاخرا كبيرا في مجال البنية التحتية للاتصالات، و على الرغم من التطور الملحوظ الذي تشهده التجارة الالكترونية في العديد من الدول الا ان الجزائر تعاني صعوبة، حيث اتخذت العديد من الدول القانون النموذجي الخاص بالتجارة الالكترونية الذي وضعته لجنة الامم المتحدة للقانون التجاري مصدرا لها عند سن

او تعديل تشريعاتها الداخلية الخاصة بالتجارة الالكترونية خاصة تشريعات الدول الاجنبية باعتبارها السباقة في اصدار القوانين لسد الفراغ الشريعي الناتج عن التطور الهائل في مجال المعلوماتي.

- **الدراسة الثالثة:**

الحواس زواق ولهي بوعلام بعنوان "الضرائب على التجارة الالكترونية –المشكلات و اليات الاخضاع -" جامعة المسيلة،2017، هدفت هذه الدراسة الى التعرف بكل ما يتعلق بالتجارة و اليات اخضاعها للضريبة حيث شكلت هذه التجارة تحديا جديدا للسياسة الضريبة يتعلق بكيفية جعل تعاملاتها تحت طائلة الاخضاع الضريبي، و توصلت الدراسة الى عدم ملائمة النظم الضريبية التقليدية لخصوصيات التجارة الالكترونية، صعوبة تجسيد و تطبيق اليات مقترحة لاخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضريبة، ان صعوبة اخضاع معاملات التجارة الالكترونية تعود لسبب غياب الحدود المكانية و الزمانية بين طرفي المعاملة و غياب المستندات و الوثائق الورقية.

أولا. مدخل للتجارة الالكترونية:

1. نشأة التجارة الالكترونية:

إن ظهور التجارة الالكترونية جاء تطورا طبيعيا مرتبطا بتطور الإنترنت وانتشاره، ومع ظهور الويب وانتشاره توسع استخدام الإنترنت و بدأ التعامل التجاري يتسع على الشبكة ومن هنا بدأ ظهور التجارة الالكترونية ولقد تطورت أجيال الأعمال والتجارة الالكترونية على النحو التالي: (قشام، 2015، الصفحات 140-140)

- الجيل الأول (1996): وقد بدأ هذا الجيل بالاعتماد على إنشاء صفحة موقع على الويب وعرض المنتجات وتقديم بعض العروض.
- الجيل الثاني (1998): تم إدخال بعض التعديلات على الجيل الأول مع إجراء بعض عمليات البيع على الإنترنت.
- الجيل الثالث (بداية القرن الحالي): ويركز هذا الجيل بشكل أساسي على تلبية احتياجات العميل المختلفة.

أ. تطور التجارة الالكترونية:

- **ظهور تبادل البيانات الالكترونية والتجارة الالكترونية قبل شبكة الويب:**

لقد بدأت التجارة الالكترونية من خلال شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر في واقع الحال بتنسيق قياسي خاص بتقاسم البيانات الخاصة بالمشروعات التجارية وهو ما يعرف بتبادل البيانات الالكترونية. ويعد تبادل البيانات الالكترونية وسيلة لنقل البيانات بين البنوك وغيرها من المؤسسات غير نظام مغلق وتم استخدام هذا الأسلوب في النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع بطاقات الائتمان والودائع المباشرة والكثير من العمليات الأخرى خلال العقود الثلاثة الماضية.

- **التجارة الالكترونية عل الويب والتغلب على القيود والحواجز:**

مع الظهور والانتشار السريع لاستخدام التجارة الالكترونية على الويب الخاصة بالتجارة الالكترونية قد تحررت من العوائق والقيود التي ميزت الأشكال السابقة للتجارة الالكترونية، حيث كان الكثير من الأنواع السابقة يمتاز بعدد من المعوقات المتعلقة بالوقت المتاح للمستهلك كي يقوم خلاله بعملية التسوق وما يمثله ذلك بالنسبة للأشخاص المقيمين في مناطق بعيدة، كما تتطلب عملية طلب السلع والخدمات إلكترونيا تحمل المكالمات الهاتفية الكبيرة.

- **بدايات شبكة الويب:**

ظهرت الإنترنت في بادئ الأمر كوسيلة تبادل المعلومات وكان استخدامها في الأساس مقتصرا على الباحثين في المؤسسات الأكاديمية، ومع ظهور أول إدارات تصفح الويب التي عرفت باسم، MOSAIC سنة 1993م.

وقد لاح بعض رجال الأعمال الطموحين إمكانية الاستفادة من التجارة الالكترونية عبر الإنترنت، حيث يتم طرح أداة التصفح "Netscope" سنة 1994م، ومع حلول سنة 1995م بدأت مواقع التجزئة على الإنترنت مثل: (موقع أمازون

Amazon.com) في الظهور، وفي يومنا هذا هناك الآلاف من مواقع الويب الخاصة بالتجارة الالكترونية، التي تزداد يوما بعد يوم. (قشام، 2015، صفحة 141)

ويؤكد -كما سنورد في الخصائص- أن هذه التجارة تعتمد على القطاع الخاص اعتمادا يكاد يكون كليا في ظل دعم حكومي مهم ونذكر من عوامل التطور: (عبد الخالق، 2006، الصفحات 53-56)

- الدعم الحكومي؛
- الدعم بأسعار تنافسية للخدمات؛
- الدعم التنافسي بين المؤسسات ؛
- توفير مناخ من الحرية الاقتصادية والتجارية؛
- تطور وسائل التجارة الالكترونية.

2. تعريف التجارة الالكترونية:

ممثل التجارة الالكترونية واحدة من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي « Economy Digital » حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين: التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات Information Technology فتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الالكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري. (يوسف، 2008، صفحة 16)

و سوف نقوم بعرض أهم التعريفات التي وردت في أهم الكتب والمجلدات الخاصة بهذا الموضوع وذلك بهدف الوصول إلى تعريف عام يخدم ويتفق مع دراستنا للموضوع وتشمل هذه التعريفات: (قشام، 2015، صفحة 142)

- هي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضهم ببعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- إنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة بغرض رفع كفاءة وفاعلية الأداء؛
- هي استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد الروابط الفعالة بين الشركاء في التجارة؛
- هي منهج حديث في الأعمال موجه إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء ويشمل استخدام شبكة الاتصال في البحث والاسترجاع للمعلومات الدعم لاتخاذ قرار الأفراد والمنظمات؛
- هي شكل من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات بعضها ببعض والشركات وعملائها أو بين الشركات وبين الإدارة العامة؛
- هي مزيج من التكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل الشركة وبين الشركة والشركات الأخرى والشركة والعملاء (بيع وشراء)؛
- هي عمليات تبادل باستخدام التبادل الالكتروني للمستندات البريد الالكتروني E-mail النشرات الالكترونية، الفاكس، التحويلات الالكترونية للأموال Electronic Funds Transfer وكذلك كل الوسائل الالكترونية المشابهة .

من خلال التعريفات السابقة نلاحظ أن التجارة الالكترونية تتضمن العناصر والخصائص التالية:

- أداء العمليات التجارية بين الشركات بعضها وبعض الشركات وعملائها والشركات والحكومات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات و شبكة الاتصالات في أداء تلك العمليات؛
- تهدف إلى رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في التعامل؛
- أنها تتعدى الحدود الزمنية التي تقيد حركة التعاملات التجارية؛
- إنما تتيح استجابة سريعة لطلبات السوق من خلال التفاعل مع العملاء؛
- تعمل على تبسيط الإجراءات ووضوح إجراءات العمل.

3. أشكال التجارة الالكترونية:

للتجارة الالكترونية مجموعة من الأنماط التي تدور حولها حيث يمكن النظر إلى التجارة الالكترونية على أنها مفهوم متعدد الأبعاد ويمكن تطبيقه واستخدامه في أكثر من نمط وشكل كما يلي: (خليل، 2009، الصفحات 36-37)

- **مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال B to B:** هذا النمط يتم بين مؤسسات الأعمال بعضها البعض من خلال شبكات الاتصالات والمعلومات؛
- **مؤسسة اعمال – مستهلك B to C:** يطلق البعض على هذا النوع التسويق الالكتروني او تجارة التجزئة الالكترونية لتميزه عن التجارة الالكترونية بين قطاعات الاعمال فهذا النمط من التجارة الالكترونية يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي؛
- **مؤسسة اعمال – إدارة حكومية B to G :** هذا النمط يغطي كل المعاملات بين المؤسسات و الهيئات الحكومية و حاليا يعتبر هذا النمط في مرحلة وليدة؛
- **مستهلك إدارة عمومية C to G :** هذا النمط لم يبزغ بعد و لكنه ربما ينتشر مع انتشار التعامل الالكتروني ونمو كل من نمط المؤسسة الى المستهلك و المؤسسة الى الهيئة الحكومية.

ثانيا. النصوص القانونية المرتبطة بالتجارة الالكترونية:

لقد أدى التطور في مجالي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال السنوات الأخيرة في العالم عامة والجزائر خاصة إلى حدوث تغيرات جذرية، مست مختلف أشكال المعاملات الإدارية والتجارية والمالية، حيث أخذت مجرى تصاعدي حتى صار الشكل الإلكتروني يطغي تدريجيا على الشكل الورقي في المعاملات.

إن المشرع الجزائري اعترف منذ سنة 2005 بالكتابة الإلكترونية وأعطى لها قوة الاثبات نفسها المعترف بها، بالنسبة للكتابة الورقية ومنحها الحجة القانونية، لقبولها كدليل إثبات وهذا ما نصت عليه المادتين 323 مكرر، و323 مكرر1 من القانون المدني الجزائري على النحو التالي:

المادة 323 مكرر: ينتج الاثبات بالكتابة من تسلسل حروف او اوصاف او ارقام او اية علامات او رموز ذات معنى مفهوم، مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها وكذا طرق ارسالها.

المادة 323 مكرر1: يعتبر الاثبات بالكتابة في الشكل الالكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها و ان تكون معدة و محظوظة في ظروف تضمن سلامتها. (الجريدة الرسمية، المؤرخة في 19 جمادى الاولى 1426 الموافق ل 26 يونيو 2005، العدد44، صفحة 24)

وقد سبق هذا التعديل للقانون المدني نصوص قانونية أخرى، كما استتبعه اصدار وتعديل قوانين ذات صله بالتجارة الالكترونية نتناولها كما يلي:

1. القانون 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية:

لقد نصت المادة 3 منه : إشهار "كل اعلان يهدف بصفة مباشرة او غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع او الخدمات مهما كان المكان او وسائل الاتصال المستعملة."

عقد "كل اتفاق او اتفاقية تهدف الى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق، مع اذعان الطرف الاخر بحيث لا يمكن لهذا الأخير احداث تغيير حقيقي فيه.

ويمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة لو سند ضمان او جدول او وصل تسليم او أي سند او أي وثيقة اخرى مهما كان شكلها او سندها تتضمن الخصوصيات او المراجع المطابقة لشروط البيع العامة .

كما نصت المادة 5 منه "يجب أن يكون اعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات او وسم او معلقات او بأية وسيلة أخرى، يجب أن تبين الأسعار و التعريفات بصفة مرئية او مقروءة". (الجريدة الرسمية، المؤرخة في 09 جمادى الاولى 1425 الموافق ل 27 يونيو 2004، العدد 41، صفحة 04)

2. **المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر 2005 يحدد شرط تحرير الفاتورة وسند التحويل، ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكيفيات ذلك:**

حيث نصت المادة 04 "يجب أن تحتوي الفاتورة، على الختم الندي وتوقيع البائع، إلا إذا حررت عن طريق النقل الإلكتروني، كما تنص عليه احكام المادة 11 أدناه، مع العلم انه لا يمكن استعمال هذه الطريقة الأخيرة، إذا كان الأمر يتعلق بتسوية النفقات العمومية ."

وقد نصت المادة 11 " إستثناء لأحكام هذا المرسوم يسمح بتحرير الفاتورة وإرسالها عن طريق النقل الإلكتروني، الذي يتمثل في نظام إرساء الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص او لأكثر بتبادل الفواتير عن بعد، يجب أن يتم استعمال الأسلوب المذكور، أعلاه في الفقرة السابقة وفق الكيفيات والإجراءات المحددة بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بالتجارة والمالية وبالمواصلات السلكية واللاسلكية". (الجريدة الرسمية ، المؤرخة في 09 ذو القعدة 1426 الموافق ل 11 ديسمبر 2005، العدد 80، الصفحات 19-20)

3. **القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق ل 15 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش:**

ورد في الفصل الخامس الزامية إعلام المستهلك، حيث نصت المادة 17 منه يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الرسم أو وضع العلامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة . (الجريدة الرسمية، المؤرخة في 11 ربيع الاول 1430 الموافق ل 08 مارس 2009، العدد 15، صفحة 15)

4. **المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ 11 صفر 1430 الموافق 7 فبراير سنة 2009 يحدد الكيفيات الخاصة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة:**

تناولت المادة 04 من المرسوم بنصها " يقصد في مفهوم احكام هذا المرسوم: الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار و التي يقصد بها طرق الاشهار حول الاسعار والتعريفات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة ولاسيما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والاتصال" (الجريدة الرسمية ، المؤرخة في 15 صفر 1430 الموافق ل 11 فبراير 2009، العدد 10، صفحة 09)

5. **المرسوم الرئاسي 10-236 المؤرخ في28 شوال 1431 الموافق 07 أكتوبر سنة2010 المتضمن تنظيم الصفقات العمومية:**

حيث تناول المشرع الجزائري موضوع التعاقد الإلكتروني في الباب السادس المعنون بـ "الاتصال وتبادل المعلومات بالطريقة الإلكترونية" و نصت المادة 173 على تأسيس بوابة إلكترونية للصفقات العمومية، (الجريدة الرسمية، المؤرخة في 28 شوال 1431 الموافق ل 07 اكتوبر 2010، العدد 58، صفحة 33) ، مبينا نيته في التوجه إلى التعامل الإلكتروني في مجال الصفقات العمومية، كما نص على امكانية وضع الوثائق اللازمة للدعوة إلى المنافسة الخاصة بالمصالح المتعاقدة تحت تصرف المتعهدين بالطريقة الإلكترونية.

إن المشرع الجزائري حتى ولو حاول مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التعاقد بالطريقة الإلكترونية، إلا أن النصوص التي اصدرها في شأن المعاملات الإلكترونية في مجال الصفقات العمومية تبقى غير كافية، باعتبار أن مجال الصفقات عموما يعد مجالا مؤثرا بصورة كبيرة في اقتصاديات الدولة.

6. **القانون 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 الموافق أول فبراير سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونين:** (مدونة النصوص التشريعية ، 2015، الصفحات 125-141)

قسم هذا القانون الى خمسة أبواب تتضمن أحكام عامة والتوقيع الإلكتروني، والتصديق الإلكتروني والعقوبات وأحكام ختامية.

يتضمن الباب الأول (المواد من 1 إلى 5) خاص بالأحكام العامة تحديد الموضوع وتعريف خاص بالمصطلحات المستعملة والمبادئ العامة التي تسير نشاط التوقيع والتصديق الإلكترونين، حيث يلتزم كل المتدخلين بضرورة تخزين المعطيات المتعلقة بالتصديق الإلكتروني داخل التراب الوطني.

أما الباب الثاني (المواد من 6 إلى 14) فقد خصص للتوقيع الإلكتروني الذي يضمن سلامة المعطيات وهوية الاطراف ووظيفتهم ومعايير تطابقه مع الامضاء الخطي، كما يتضمن هذا الباب ايضا المتطلبات التي يجب توافرها في اجهزة الانشاء والتحقق من التوقيع الالكتروني لضمان أمن هذه الأخيرة.

وجاء في الباب الثالث (المواد من 15 إلى 63) الخاص بالتصديق الإلكتروني، تحديد المتطلبات الواجب توافرها في المصادقة الإلكترونية والمسماة بالمؤهلة، ووصف التنظيم المعتمد المتمثل في احداث سلطة وطنية للتصديق الالكتروني والتي تؤطر سلطتين فرعيتين حكومية واقتصادية، كما تضمن هذا الباب نظام قانون الخدمة التصديق الإلكتروني، الذي يخضع نشاطه في السوق التنافسية، إلى رخصة يتم الحصول عليها، بشروط محددة وللرقابة والتدقيق بصفة صارمة ومنظمة، وتحدد ضمن هذا الباب مسؤولية كل من مؤدي الخدمة وصاحب الشهادة الإلكترونية.

وتضمن الباب الرابع (المواد من 64 الى 75) عقوبات مالية، وإدارية، تطبق في حالة اخلال مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، بالتزاماته وكذا عقوبات جزائية في حالة الإخلال بأحكام هذا النص. وورد في الباب الأخير (المواد من 75 إلى 82) أحكام انتقالية ضرورية للتكفل بالكيانات العاملة حاليا في هذا المجال، ودمجها تدريجيا في النظام الجديد كالضمان الاجتماعي والبنوك، وكذلك توكل مهمة التدقيق والاعتماد على مصالح مختصة في هذا المجال، في انتظار انشاء الهيكل المذكور في القانون .

وقد كرس هذا القانون 15-04 المبادئ العامة المتعلقة بنشاط التوقيع والتصديق الالكترونين في الجزائر، وكان لا بد من استكماله بنصوص متعلقة بحماية البيانات الشخصية المنشورة عبر الأنترنت، والإدارة الإلكترونية، والدفع الإلكتروني، والتجارة الإلكترونية.

وفي سنة 2017 خطت الجزائر خطوة كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية، باقتراح مشروع قانون يتعلق بالتجارة الإلكترونية في الجزائر الذي سيحدد حقوق المتعاملين التجاريين والممونين والتزاماتهم، اعد من طرف وزارة البريد وتكنولوجيات الاتصال السلكية واللاسلكية و الرقمنة، متضمنا التجارة الإلكترونية .

ينص هذا المشروع على الأساسيات الواجب توفرها لمزاولة التجارة الإلكترونية في الجزائر والتي تتمثل في التسجيل في السجل التجاري مع تحديد موقع إلكتروني خاص.

يسجل المونون الإلكترونيون المنتمون للمركز الوطني للسجل التجاري في سجل وطني يحدد كل المعلومات المرافقة للعرض التجاري الإلكتروني المتمثلة في العنوان، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري، التعريف الضريبي والضمان التجاري.

وفيما يخص التزامات المستهلك الإلكتروني، ينص مشروع القانون على أنه ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني حالما يتم تشكيل هذه الوثيقة.

تمر مراحل طلب المنتج أو الخدمة بثلاث خطوات إجبارية: توفير الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني، والتحقق من تفاصيل الأمر الذي تصدره الأخيرة وتأكيد الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل العقد.

ويظهر النص مجموعة المعاملات المحظورة التي تتمثل في ألعاب الصدفة والرهان واليانصيب والمشروبات الكحولية والتبغ والمنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، إضافة للخدمات المحظورة بموجب التشريع الساري.

كما يحظر أي معاملة إلكترونية للمواد والمعدات والمنتجات الحساسة التي تحددها اللوائح السارية وكذلك أي منتج أو خدمة أخرى قد تؤثر على مصالح الدفاع الوطني والنظام العام والسلامة العامة. (قانون التجارة الالكترونية في الجزائر، 2018)

7. **القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية:** (الجريدة الرسمية ، المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 مايو 2018، العدد 28، الصفحات 02-07)

قسم هذا القانون الى اربعة أبواب تتضمن احكام عامة و ممارسة التجارة الالكترونية و الجرائم و العقوبات و احكام انتقالية و ختامية.

يتضمن الباب الأول (المواد من 01 الى 06) أحكام عامة متعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع و الخدمات و المعاملات و الالية القانونية لإبرام العقود و الممارسة في اطار التشريع و التنظيم القانوني المعمول بهما ومنع الممارسات التي تمس بالملكية الفكرية او الصناعية و التجارية و الاستفادة من تحفيزات الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الالكترونية و الالتزام بشكل العقود و نوعية المستهلك ووسيلة الدفع الالكتروني و شكل الطلبية.

يتضمن الباب (المواد من 07 الى 34) وقد خصص الى المعاملات التجارية العابرة للحدود و شروط ممارسة التجارة الالكترونية و المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاشهار و التزامات المستهلك وواجبات المورد و مسؤولياته وطريقة الدفع و الاشهار الالكتروني.

كما يتضمن الباب الثالث (المواد من 35 الى 48) كيفية رقابة الموردين الالكترونيين و معاينتهم و المخالفات القانونية بالإضافة الى الجرائم و العقوبات المطبقة في حالة الاخلال بأحد بنود التشريعات و التنظيمات المعمول بها.

كما يتضمن الباب الرابع المادة 49 على انه يتعين الأشخاص الطبعيين و المعنويين الذين يمارسون التجارة الالكترونية عند تاريخ نشر هذا القانون الامتثال لأحكامه في اجل لا يتجاوز 6 اشهر.

ثالثا. قصور في العلاقة بين النظام الضريبي والتجارة الالكترونية:

برز في ظل التجارة الإلكترونية قصورا في العلاقة بين هيكل النظام الضريبي ومستجدات تقنيات المعلومات مما سيؤثر سلبا على كفاءة الأداء الضريبي، وتمثل القصور في وجود ثلاث فجوات هي : (زواق و ولهي ، 2017، صفحة 06)

1. **الفجوة التشريعية:**

تجلت في قصور التشريع الضريبي الذي تمت صياغته بما يتفق مع طبيعة التعاملات التجارية التقليدية في معالجة التعاملات التجارية الإلكترونية، وحتى وإن أعلنت بعض الدول عن برنامجها الوطني للتجارة الإلكترونية، فإن ذلك لم يتوافق مع الإعلان بالبدء في الاصلاحات التشريعية اللازمة، ما يجعل تلك الدول مطالبة بضرورة تقييم قوانينها ونظم تشريعاتها السائدة، بغية إجراء التعديلات الضرورية أو صياغة تشريعات جديدة تتوافق مع طبيعة التعاملات التجارية الإلكترونية؛

2. **الفجوة الإدارية:**

لأن الادارة الضريبية هي المختصة في تنفيذ القوانين والتشريعات الضريبية في ظل الحرص على حماية حقوق كل من الدولة والمجتمع الضريبي على قدم المساواة، يصبح لزاما عليها استخدام الابتكارات لضمان أعلى مستوى من كفاءة أداء النظام الضريبي، غير أن هذا قد يصطدم مع القصور المسجل في أداء الإدارة الضريبية لمهامها في مجال حصر وفحص وتحصيل الضرائب بكافة أنواعها، خاصة إذا لم تشهد الإدارة الضريبية تطويرا في أساليب ونظم العمل التي تستخدمها للقيام بمهامها؛

3. **الفجوة المفاهيمية:**

رغم التطور الذي عرفه حجم التعاملات التجارية الإلكترونية، لايزال المجتمع الضريبي يعاني قصورا في فهم المفاهيم والمفردات المتعلقة بها وما يترتب على تلك التعاملات من اعتبارات قانونية، من ذلك فجوة تحديد طبيعة بعض المنتجات مثل الصور والتسجيلات الموسيقية غيرها، فقد يقوم الممول بتحميل هذه المنتجات من خلال شبكة الانترنيت وتصبح في هذه الحالة منتجات رقمية، ولكن قد يقوم بطباعتها فتصبح منتجات مادية.

تضع هذه الفجوات الثلاث النظام الضريبي في مواجهة العديد من التحديات، فهي تؤثر على كل من الإيرادات الضريبية للدولة من جهة، ونمو حجم التعاملات الإلكترونية من ناحية أخرى.

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التطرق لموضوع الاطار القانوني للتجارة الإلكترونية وفقا للمشرع الجزائري، بحيث يعد هذا الموضوع مفهوما حديثا أصبح شائعا التعامل فيه عبر العالم و نظرا لحداثتها كان من ضروري ايجاد نصوص قانونية لها تنظم معاملاتها و هو ما دفعنا لتسليط الضوء على جانبها القانوني، الا انها تعاني تأخرا كبيرا لاسيما في مجال البنية التحتية للاتصالات مما حال دون التوسع فيها.

بالإضافة الى ذلك فإنها تواجه العديد من التحديات الكبيرة التي فرضتها التجارة الالكترونية على الأنظمة الضريبية و عدم وجود اتجاه دولي موحد لفرض الضرائب عليها و تكييف النظم الضريبية وفقا للمستجدات التكنولوجية وعدم وجود نظام معلوماتي كفئ مما اثر ذلك سلبا على كفاءة الأداء الضريبي، لذا وجب عليها التفكير في إعادة تصميم نظامها الضريبي بما يتوافق مع التغيرات الحاصلة و ايجاد آليات ضريبية تتماشى مع طبيعة التجارة الالكترونية.

التوصيات: توصلنا من خلال الدراسة الى مجموعة من التوصيات المتمثلة في:

- وضع قانون مستقل خاص بالتجارة الإلكترونية و ليس تنظيم جانب من جوانبها أو اضافة بعض التعديلات على القوانين الأخرى؛
- ضرورة العمل على اصلاح التشريعات والنظم الضريبية بما يجعلها متلائمة مع خصوصيات التجارة الالكترونية؛
- وضع سياسة جبائية تتلائم مع طبيعة النشاط التجاري الالكتروني؛
- ضرورة اقامة شبكة ربط بين البنوك والمؤسسات المالية والمصالح الضريبية وكل الهيئات للتمكن من رصد المعاملات التجارية والتحويلات المالية المنجزة عن طريق الانترنيت؛
- إن إلغاء التجارة الالكترونية للحدود الجغرافية للدول يتطلب صياغة نظام ضريبي دولي وإقامة شبكة معلوماتية محلية ودولية بهدف تبادل المعلومات المتعلقة بالمعاملات التجارية الالكترونية بين مختلف دول العالم.

قائمة المراجع:

- اسماعيل قشام. (2015). ضرائب التجارة الالكترونية بين الاعفاء و الاخضاع. مجلة دفاتر اقتصادية، 06(01)، الصفحات 140-141.
- الجريدة الرسمية . (العدد 10). المؤرخة في 15 صفر 1430 الموافق ل 11 فبراير 2009 .
- الجريدة الرسمية . (العدد 28). المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 مايو 2018 .
- الجريدة الرسمية . (العدد 80). المؤرخة في 09 ذو القعدة 1426 الموافق ل 11 ديسمبر 2005.
- الجريدة الرسمية. (العدد 15). المؤرخة في 11 ربيع الاول 1430 الموافق ل 08 مارس 2009 .
- الجريدة الرسمية. (العدد 41). المؤرخة في 09 جمادى الاولى 1425 الموافق ل 27 يونيو 2004.
- الجريدة الرسمية. (العدد 58). المؤرخة في 28 شوال 1431 الموافق ل 07 اكتوبر 2010 .
- الجريدة الرسمية. (العدد44). المؤرخة في 19 جمادى الاولى 1426 الموافق ل 26 يونيو 2005.
- الحواس زواق ، و بوعلام ولهي . (12 11, 2017). الضرائب على التجارة الالكترونية -المشكلات و اليات الاخضاع-. تاريخ الاسترداد 07 06, 2020، من جامعة محمد بوضياف المسيلة: http://dspace.univ-msila.dz:8080//handle/123456789/10410
- السيد احمد عبد الخالق. (2006). التجارة الالكترونية و العولمة. مصر: المنظمة العربية للتنمية الادارية.

- امير فرج يوسف. (2008). التجارة الالكترونية. الاسكندرية-مصر: دار المطبوعات الجامعية.
- قانون التجارة الالكترونية في الجزائر. (2018). تاريخ الاسترداد 07 06, 2020، من https://www.android-dz.com/ar//
- مدونة النصوص التشريعية . (2015). وزارة العلاقات مع البرلمان.
- ناصر خليل. (2009). التجارة و التسويق الالكتروني (الإصدار الطبعة الاولى). الاردن: دار اسامة للنشر و التوزيع.

مدى نجاح الحكومة الإلكترونية و مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر

The success of e-government. And the future of e-commerce in Algeria



أحمد مسعود أسامة

Ahmed Messaoud Oussama

ouss.ahmed@hotmail.com (الجزائر) جامعة لونيسي علي البليدة 2

الملخص:

تهدف هاته الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى نجاح الحكومة الإلكترونية ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر،من منظور نفسي،حيث توصلنا إلى أنه توجد معيقات كثيرة تحول دون تطبيق الحكومة الإلكترونية وكذا التجارة الإلكترونية في الجزائر،من أهمها: عدم وجود بنية تحتية قوية ومتينة،غياب ثقافة التجارة الإلكترونية لدى الفرد الجزائري كونها جديدة عليه،المعايير المعمول بها في الحكومة لا تزال قديمة وتتبع النظام التقليدي،لذلك فهي لا تساير التطور الحديث والرقمنة.ومن هذا المنطلق فإن الحكومة الإلكترونية بشكل عام والتجارة الإلكترونية كجزء منها لا نستطيع القول بأنها فعالة في الجزائر،وإنما هي في طريق التشكل والظهور.

كلمات مفتاحية: الحكومة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية في الجزائر.

تصنيفات JEL : R5

Abstract:

The study aims to highlight the success of e-government and the future of e-commerce in Algeria, from a psychological perspective, as we found that there are many barriers to the application of e-government as well as e-commerce in Algeria, the most important of which are: The lack of a strong and robust infrastructure, the absence of a culture of e-commerce in Algeria, the standards in government are still old and follow the traditional system, so they do not keep pace with modern development and digitization. As a result, e-government in general and e-commerce as part of it cannot be said to be effective in Algeria, but rather In the way of formation and appearance.

Keywords: *E-government , e-commerce in Algeria.*

JEL Classification Codes : R5

مقدمة: في خضم التغيرات الحاصلة في المجال التقني والتكنولوجي،وهذا عبر مختلف أقطاب العالم،تسعى الجزائر في الفترة الأخيرة إلى مواكبة هذه التغيرات وفي محاولة جادة منها إلى إحداث قفزة نوعية في هذا المجال،وبالنظر إلى الدول السباقة في هذا التغير على غرار أمريكا و ألمانيا و السويد،فهم قد أسسوا بنية تحتية متينة و قوية،وهذا لغرض التواصل والمشاركة بين مختلف الأطراف الفاعلة في هذا القرار(المواطن-الحكومة-القطاعات الحكومية فيما بينها)وذلك قد مكنهم من النجاح في إرساء قواعد وأسس صحيحة ،في ما يسمى بالحكومة الإلكترونية.أما الجزائر فهي تحاول إلى حد الساعة للوصول إلى هيكلة بنيتها التحتية بشكل عام،و ضبطها بشكل يتماشى مع قدراتها الحالية. وبما أن مشروع الحكومة يعتبر شامل ويمس مختلف القطاعات الفاعلة في الجزائر،فإن التجارة الإلكترونية تعتبر جزءا مهما من هذا المشروع ،حيث نرى ضرورة إستعمال هذا النوع من التجارة يوما بعد يوم،وهذا بالنظر إلى الواقع المحيط بنا(الدول المتطورة أصبحت تستعمل كل معاملاتها التجارية عن طريق الإنترنت)هذا ما يدفع الدولة الجزائرية إلى محاولة مواكبة هذا التطور ولو بوتيرة متثاقلة نوعا ما، هذا ما سنتطرق إليه في هذه الورقة البحثية. ومن ما سبق نطرح التساؤل الأتي:

هل تعتبر الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في الجزائر مطبقة بشكل حقيقي،يواكب ما تم التوصل إليه في الدول المتطورة؟

فرضيات البحث: لا نزال بعيدين عن التطبيق الفعلي للحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في الجزائر.

أهمية البحث: تأتي أهمية البحث من أهمية متغيراته والمتمثلة في الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.التي تعتبر مفاهيم حديثة نوعا ما في الجزائر(كنظام إداري شامل يسير وينظم الدولة بجميع أطيافها) .و منه إثراء المكتبة الجزائرية وخاصة تخصص علم النفس العمل والتنظيم الذي يطرح مثل هكذا مواضيع من منظوره الخاص،وتعتبر هاته الدراسات قليلة وغير كافية في الجزائر.لذلك تعتبر هاته الدراسة بداية لباحثين أخرين لينطلقوا منها إلى أفاق جديدة،ربما توصلهم لنتائج جديدة مغايرة و لما لا إلى حلول جذرية لمشاكل هذا النظام الإداري الجديد في الجزائر.

أهداف البحث: تتمثل أهداف البحث الحالي في :

-تعريف الحكومة والتجارة الإلكترونيين في الشكل العام.

-مستوى التطبيق الفعلي لهما في الجزائر ،وما هي الإيجابيات والسلبيات لكل منهما.

-الخروج بتوصيات وحلول من شأنها أن توضح الرؤية في الجزائر بخصوص الحكومة والتجارة الإلكترونيين.

منهجية الدراسة: منهج الدراسة يعتبر الطريق التي يختارها البحث في نوعية بحثه،لذلك وحسب نوعية الدراسة ومتغيراته.تم إختيار المنهج الوصفي بما يتلاءم مع نوع المعطيات وكذا طبيعة المتغيرات التي تتضمنها الدراسة الحالية.

الدراسات السابقة :

دراسة بعنوان (حكومة الإمارات الإلكترونية: نموذج عربي رائد في تطبيق الإدارة الإلكترونية)

أنتجت الثورة التكنولوجية ببداية الستينيات تحول عمل الإدارات التقليدي اليدوي إلى الشكل الإلكتروني المعتمد على تكنولوجيا المعلومات وهو ما عرف بالإدارة الإلكترونية.وقد تتضح أهمية هاته المداخلة من خلال النقاط التالية:

إبراز أهمية التحول إلى الإدارة الإلكترونية لمواكبة الركب التكنولوجي.

عرض لمتطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية الحكومية في الدول العربية وعوامل نجاحها.

تسلط الضوء على نموذج الحكومة الإلكترونية لدولة الإمارات مع البحص في أسباب ريادته.

وقد خلصت الدراسة إلى بعض من الإستنتاجات و التوصيات.نذكر أهمها:

تتمثل ركائز الحكومة الإلكترونية فيك المساءلة،الشفافية،والحكم الصالح.

تشتمل أبعاد الحكومة الإلكترونية على ثلاث أبعاد: الخدمة الإلكترونية،الإدارة الإلكترونية،والتجارة الإلكترونية.

تتمثل مستلزمات تطبيق الحكومة الإلكترونية في توفير العنصر البشري المؤهل،الأجهزة العلمية المتطورة،التشريعات اللازمة.

فيما كانت أهم التوصيات كما يلي:

العمل على نشر الوعي والتعلم الإلكتروني بين المواطنين.

توفير الأجهزة والإتصال بشبكة الإنترنت لكافة المواطنين.

العمل على مواجهة التحديات التي تواجه تفعيل عمل الحكومات الإلكترونية. (سارة، 2017).

دراسة بعنوان(الحكومة الإلكترونية إحدى المسارات الحديثة للإصلاح الإقتصادي في العراق:رؤيا مستقبلية)

البحث سوف يناقش أحد المسارات الحديثة في الإصلاح الإقتصادي في العراق ألا وهو الحكومة الإلكترونية وذلك لمعالجة أسباب عدم تقدم الإقتصاد من خلال التطرق إلى مفهوم الإصلاح الإقتصادي والتعرف على أهداف ودوافع وركائز وإعطاء دور للحكومة الإلكترونية الدور القيادي في إدارة الدولة.وخرجت الدراسة بإستنتاجات وتوصيات جاءت على النحو التالي:

-توجد عقبات سياسية وإقتصادية وإجتماعية من الممكن التخلص منها بطرق شرعية وقانونية.

-عدم وعي المجتمع بهذه الثقافة تحتاج إلى وقت.

-الخدمة يجب أن تكون على مراحل حتى نصل إلى إيجابيات كل مرحلة على حدة.

القضاء على الفساد بكل أشكاله لنصل إلى الإصلاح الإقتصادي المنشود.

نحتاج إلى تشريع قانوني لهذه الخدمة الإلكترونية المزمع تطبيقها في العراق.

-برامج نوعية توضح ماهي إيجابيات خدمة الحكومة الإلكترونية في العراق.

تطبيق هذه الخدمة على مراحل لإستيعاب الخدمة في نهاية المطاف بشكل أفضل.

نحتاج إلى رؤية أفضل إلى هذه الخدمة التي سوف تقضي على الفساد إن سارت بطريقة صحيحة. (العزيز، 2017).

دراسة بعنوان(واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر)

إن سعي الجزائر للإندماج في الإقتصاد العالمي القائم على التجارة الحرة وتكنولوجيات المعلومات والإتصال،يفرض علينا مواكبة التطورات الإقتصادية الحديثة.لذا تشكل التجارة الإلكترونية إحدى أهم هذه التطورات،في هذا السياق تحاول هذه الدراسة تحديد واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر،وكذا معرفة أبرز المعوقات والتحديات التي تواجهها إضافة إلى سبل ترقيتها.

وتعتبر أهم العقبات التي تواجه الجزائر في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية في الأتي:

-ضعف البنية التحتية للإتصالات في الجزائر وعدم مواكبتها لتطورات التقنية العالمية فقد جاءت الجزائر في المرتبة 102 عالميا،من بين 176 دولة والمرتبة 11 عربيا من بين 19 دولة وفق مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والإتصال،كذلك صنفت في المرتبة 98 عالميا،وفق مؤشر النفاذ لتكنولوجيا المعلومات والإتصال،والمرتبة 108 عالميا،وفق مؤشر كثافة إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال،والمرتبة 80 عالميا، وفق مؤشر مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال.

-ضعف البنى التحتية الإلكترونية،مثل نوعية وسرعة شبكة الأنترنت ونقل المعلومات وما يرتبط بها من برامج وتجهيزات وأنظمة،فعلى الرغم من أن نسبة استخدام الأنترنت في الجزائر والتي بلغت(45.2%) لا تزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوروبية والأمريكيتين ودول أوقيانوسيا/أستراليا وكذا دول الشرق الأوسط والدول الأسيوية،وهو ما يعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية مما يسبب فشلا في إقامة التجارة الإلكترونية.

-ضعف مؤشر الجاهزية الإلكترونية للجزائر،والتي صنفت بموجبه من بين الدول الأقل توصيلا في العالم،فقد احتلت الجزائر المرتبة 117 عالميا سنة(2016)،وفق مؤشر الجاهزية الإلكترونية من بين 139 دولة،كما جاءت مؤشراته الفرعية في مراتب متأخرة،فقد صنفت في الرتبة 131 عالميا وفق مؤشر البيئة،والرتبة 95 عالميا وفق مؤشر الجاهزية والرتبة 125 وفق مؤشر الإستخدام،ومؤشر التأثير جاء في الرتبة 129 عالميا.

-إتساع الهوة الرقمية في انتشار الكمبيوتر لدى الأسر بين الجزائر وبقية مناطق العالم،فقد بلغت نسبة انتشار الكمبيوتر لدى الأسر الجزائرية ما نسبته(38.42%) أما نسبة الأسر المتصلة بالأنترنت فقد بلغت ما نسبته(34.67%)،والتي لا تزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوروبية والأمريكيتين ودول أوقيانوسيا/أستراليا وكذا دول الشرق الأوسط والمستوى العالمي،وهو ما يكشف عن نقص معدل استخدام أجهزة الحاسوب في هذه الجزائر والذي يعد عائقا أساسيا أمام تقدم التجارة الإلكترونية فيها. (إبراهيم م.، 2018).

أولا: الأدب النظري:

1.تعريف الحكومة الإلكترونية:

إن الحكومة الإلكترونية مفهوم حديث نوعا ما،وهذا يرجع كونها طبقت على عدة دول في الفترة الأخيرة،لذلك نجد تعريفات لها عبر وجهات نظر مختلفة ،ولكن نكتفي ببعضها هنا:

تعريف(العاني.جواد.2014): في ضوء نمو ونضوج التجارة الإلكترونية ، وتحسن أدواتها وتطبيقاتها توجه الإنتباه إلى تطوير الأعمال في المؤسسات الحكومية و غير الحكومية . وتنطوي الحكومة الإلكترونية على أربعة مظاهر هي:

المظهر الأول : إنشاء شبكة إتصال آمنة ، في مؤسسات الدولة وفيما بينها.

المظهر الثاني : إنشاء موقع على الشبكة يتيح للأفراد الدخول و الإستفادة في إجراء العمليات و عقد الصفقات .

المظهر الثالث : إجراء العمليات على إختلاف أشكالها وعملياتها وبشكل إلكتروني كعمليات التزويد وتقديم المناقصات و عقد الصفقات وإجراء المراسلات.

أما المظهر الرابع : فينطوي على رفع مستوى الشفافية في الأعمال الحكومية. (جواد، 2014).

تعريف(Rodríguez و . 2010Domínguez): هي إستخدام تكنولوجيا المعلومات والأعمال بطريقة جديدة تتمثل في تحويل النظام التقليدي إلى نظام جديد تكنولوجي يمكن الحكومات من التفاعل مع المواطنين بما يشمل الأعمال التجارية. (Nuria Rodriguez Dominguez ,Charles Bastos Rodriguez, 2010).

تعريف(Kolachalam.2002): بحكم التعريف فإن الحكومة الإلكترونية ببساطة هي إستخدام تكنولوجيا المعلومات لتحسين عملية الإتصالات ، و تعرف بالمعنى الضيق : خدمات المواطن ، إعادة هندسة التكنولوجيا ، مختلف عمليات الشراء عبر الأنترنت(Kolachalam, 2002) ..

إذن مما سبق ذكره من تعريفات،نجد أن الحكومة الإلكترونية هي عبارة عن منظومة خاصة بالحكومة،والتي يتطلب فيها وجود موقع خاص يمكن كل الأفراد من قضاء مختلف حوائجهم عبره،و أيضا يمكن مختلف القطاعات الوزارية من التواصل فيما بينها،وهذا لغرض الضبط والتحكم.وبالتالي تصبح الإنترنت الفضاء البديل للمواطن.

2.تعريف التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية خيارا جيدا في العصر الحديث،نظرا للتطور التكنولوجي الحاصل الأن،فهي سهلت الكثير على الأفراد ومكنتهم من إتمام معاملاتهم عبر الشبكة العنكبوتية،لذلك سنتطرق إلى تعريف التجارة الإلكترونية فيما يأتي:

تعريف(الشريف،عبد العليم،بيومي.2013): نشاط تجاري يختص بعلاقة البائع بالمشتري أو تنفيذ عمليات البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت سواء كانت تلك المبيعات عبارة عن سلع أو منتجات أو خدمات كشراء كتب و أسطوانات وسيارات وغيرها أو شراء خدمات من خلال التسوق عبر مواقع الإستضافة على شبكة الإنترنت وجميع العمليات التجارية التبادلية تتم بإستعمال الوسائل الإلكترونية.

أنشطة تجارية وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بأليات جديدة ضمن بيئة التقنية لتنفيذ عملية البيع أو الشراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات عبر شبكات قواعد معلومات الحاسبات وأهمها شبكة الإنترنت، وتقوم على الأتي:

إستخدام الإنترنت والشبكة العالمية لمزاولة الأعمال التجارية.

تمكين رقمي للمعاملات التجارية بين الدول وبين المنظمات والأفراد.تبادل القيمة على الإنترنت أو الشبكة العالمية. (عمر أحمد أبو هاشم الشريف.أسامة محمد عبد العليم.هشام محمد بيومي، 2013).

تعريف(أمنة تارزي.2017): عرفتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPOبأنها تشمل كل الوسائل الإلكترونية المستخدمة لغرض التجارة.

وعرفتها منظمة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD أنها الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات(المؤسسات والشركات والأفراد) والمعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات(النصوص والصوت والصورة)،ويتضمن التعريف تأثيرات التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية على المؤسسات،والعمليات التي تحكم الفعاليات التجارية والإطار التنظيمي والتشريعي وكذلك التسويقات المالية والضرائب. (أمنة، 2017).

إذن مما سبق نجد أن التجارة الإلكترونية هي كل ما يستعمل لغرض التجارة ولكن بطريقة حديثة ورقمية،أي عن طريق الشبكة العنكبوتية و مواقع البحث في الإنترنت.

3.كيف نخطط و نبدأ بالحكومة الإلكترونية:

ضع كل ما يمكنك من معلومات في شكل إلكتروني على الأنترنت من خلال نماذج التعامل مع المواطن و مع القطاع الخاص و مع المؤسسات الحكومية.

صنف الخدمات بطريقة صحيحة عبر الأنترنت تبعا لنوع الخدمة.

خدمات شخصية - خدمات تجارية - خدمات تعليمية - خدمات صحية. (الخالدي، 2007).

4.مستويات الحكومة الإلكترونية:

تنتظم خدمات الحكومة الإلكترونية في كل مستويات الإدارة في البلاد وعليه ستكون هناك خدمات حكومية إلكترونية على مستويات متعددة كالأتي:

الحكومة المركزية:

و هذه تشمل الخدمات التي تختص بها الحكومة الإتحادية المركزية حسب الدستور و القانون ومن أمثلة هذه الخدمات:

دفع ضرائب الدخل الشخصي و ضرائب أرباح الأعمال، دفع الجمارك والرسوم الإتحادية .الحصول على الوثائق الثبوتية .

الحكومة الولائية:

و تشمل إختصاصات الولاية حسب الدستور والقانون ومن أمثلة هذه الخدمات : تسجيل الأراضي والسيارات .

الحكومة المحلية:

و تشمل إختصاصات المحليات حسب القانون من أمثلة هذه الخدمات :دفع ضرائب العقارات.

إستخراج تراخيص البناء و تراخيص ممارسة بعض المهن. (الصيرفي، 2010).

5.الفرق بين الحكومة التقليدية و الحكومة الإلكترونية:

جاء في أحد الأبحاث المقدمة في جامعة الملك سعود الفرق بين الحكومة التقليدية والإلكترونية كما يلي:

الحكومة التقليدية:

هي منظومة الحكومة التي تؤدي فيها الأنشطة(عمل – خدمة)بشكل تقليدي من خلال علاقة مباشرة بين الموظف والمواطن(الحضور الزماني والمكاني)يستيقظ الموظف و يذهب للعمل بعد عناء الطريق ،مشكلات كبيرة، تأخير ،إنخفاض القدرة على العمل ،معاناة على الطريق و في العمل أيضا(وقت العمل محدد ،مكان العمل محدد)

مجتمع تقليدي يعتمد على الأساليب التقليدية في ممارسة الأنشطة الحياتية المختلفة (الحياة التقليدية).

الحكومة الإلكترونية:

هي منظومة الحكومة التي تؤدي فيها الأنشطة(عمل – خدمة)بشكل غير تقليدي من خلال علاقة غير مباشرة بين الموظف والمواطن(الحضور اللازماني واللامكاني).

الموظف غير مقيد بمواعيد محددة أو مكان محدد للعمل ،العمل بكفاءة،لا يوجد وقت ضائع،لا مشاكل بالطبع (وقت العمل لا زماني،و مكان العمل لا مكاني) مجتمع يعتمد على المعلوماتية في تأدية الأنشطة الحياتية، جميع الأنشطة تتم من بعد أو من أي مكان (الحياة الإلكترونية ، يوتوبيا على أرض الواقع). (عزب، 2013).

6.مميزات الحكومة الإلكترونية:

زيادة سرعة التعاملات .تقليص النفقات حيث أدى إستخدام الإنترنت إلى تقليل الموظفين.كفاءة إدارة علاقات المواطنين.إرتفاع درجة رضى المواطنين في التعامل مع المواقع الإلكترونية الحكومية .الحكومة الإلكترونية تقلل الإجراءات البيروقراطية من خلال العمل 365*24*7 أي أن الحكومة الإلكترونية تعمل 7 أيام في الأسبوع دون عطلات أو إجازات و لمدة 24 ساعة في اليوم و على مدار 365 يوم في السنة

نظم المعلومات أهم و قبل شراء تكنولوجيا المعلومات :نوع المعلومات و البيانات محل التعامل.شكل المعلومات و البيانات محل التعامل. دور التكنولوجيا في تجهيز و حفظ و إسترجاع المعلومات.دور العامل البشري في تجهيز و حفظ و إسترجاع المعلومات. (عمر أحمد أبو هاشم الشريف.أسامة محمد عبد العليم.هشام محمد بيومي، 2013).

7.أهمية الحكومة الإلكترونية:

إن أهمية الحكومة الإلكترونية ترجع للتأثيرات الهائلة لشبكة الأنترنت،بوصفها منظومة الإتصالات والشبكات العالمية،وكذا سرعة إنتشارها على المستوى العالمي،و يبدو أن شبكة الأنترنت تقنية مثالية للتفاعل والتعاون مع جميع أنواع أصحاب المصلحة في القطاعين العام والخاص.(Bernd W.Wirtz,Peter Daiser, 2015) .

8.فوائد الحكومة الإلكترونية:

تؤدي إلى تحسين الكفاءة،تحسن نوعية الخدمات ،تساعد على تحقيق نتائج السياسات المنتهجة ،تساهم في تحقيق الأهداف الإقتصادية. (Nuria Rodriguez Dominguez ,Charles Bastos Rodriguez, 2010).

9.أشكال التجارة الإلكترونية:

تصنف التجارة الإلكترونية إلى عدة فئات وفقا للعلاقة السوقية بين البائع والمشتري ونتناولها كما يلي:

التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية :B2B يقصد بهذا النوع التعاملات التجارية التي تتم بين منشأة تجارية بائعة وأخرى مشترية،عبر شبكة الإنترنت ويمثل هذا النوع 85% من حجم التجارة الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك : B2C تشير هذه الفئة إلى التعاملات التجارية التي تتم بين منشأة تجارية بائعة ومستهلك متمثل في أفراد مشترين عبر الإنترنت وتعد هذه الفئة من أكثر الفئات شيوعا لإنتشار المراكز التجارية على الإنترنت والتي تقدم كافة أنواع السلع والخدمات.

التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك C2C: في هذا النوع من التجارة يتم بيع المنتجات من فرد أو مستهلك بائع إلى مستهلك أخر مشتري ويمكن أن تضم هذه الفئة في حالة عدم إمتلاك البائع موقع على الإنترنت طرفا وسيطا يتمثل في المؤسسات التجارية التي تملك موقعا على الإنترنت يعرض من يستخدم هذا النوع من قبل المنشأة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة. (أمنة، 2017).

10.الإيجاب في عقد التجارة الإلكترونية:

يعد الإيجاب الركن الأول الصادر عن إرادة أحد طرفي العقد(الموجب)ويكون موجها لطرف أخر يدعوه لإبرام العقد.

ويعرفه الفقه على أنه : التعبير البات عن إرادة شخص يتجه إلى شخص أخر يعرض عليه التعاقد بأسس وشروط معينة. كما يعرفه جانب أخر من الفقه على أنه: تعبير بات عن الإرادة الأولى التي تظهر في العقد عارضة على شخص أخر إمكانية التعاقد معه ضمن شروط معينة. (إبراهيم ا.، 2015).

11.خصائص التجارة الإلكترونية:

إبتداءا ينبغي التمييز بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية (E-Business)فالأخيرة أوسع نطاقا وأشمل من التجارة الإلكترونية، وتقوم على فكرة أتمتة الأداء وتحول أنماط العمل في مختلف الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية في المنشأة ويدخل ضمن هذا المفهوم المصنع الإلكتروني المؤتمت والبنك الإلكترونية وشركة التأمين الإلكترونية والحكومة الإلكترونية.في حين أن التجارة الإلكترونية نشاط تجاري ويتم خلالها بيع المنتجات والخدمات والمعلومات أو شراؤها أو إرتباطها بأليات تقنية وضمن بيئة تقنية.

هذا وتتسم التجارة الإلكترونية بكثير من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية تتمثل في الأتي:

أ-عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون،وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الإنترنت،أي أن السوق أو مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه،بل هو محل شبكي يجري تعاملات تجارية،وأن طرفي العملية التجارية نادرا ما يعرفون بعضهم البعض وتتم عمليات التبادل دونما حاجة حتى إلى أن يرى أحدهم الأخر.

ب-أن عملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة لكونها تعتمد التبادل الإلكتروني للبيانات(EDT) Electronic Data Interchange و المستندات كإرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى.

ج-إن التجارة الإلكترونية تساعد على إنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك إنتقال البائع أو المشتري إلى حيث تعرض هذه المنتجات والخدمات.

د-تمتاز التجارة الإلكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين.

هـ-في وقت واحد وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد ،مايسهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل المنتجين أو المستهلكين.

و-تشكل التجارة الإلكترونية عاملا محفزا للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر،فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها،ذلك أن الشركة مع زيادة الأسواق المتاحة أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق العظيمة ما يساعد على تطوير القدرات التنافسية. (سليمان، 2015).

12.فوائد التجارة الإلكترونية:

إن للتجارة الإلكترونية الكثير من الفوائد للشركات والمؤسسات ومن أهم تلك الفوائد ما يلي:

-التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي،فمع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر وموردين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة.

-تخفض من تكاليف إنشاء ومعالجة و توزيع وحفظ وإسترجاع المعلومات الورقية.

-تساعد على إنشاء تجارة متخصصة.

-تساعد على خفض كلفة الأيدي العاملة في الشركات فحلول التجارة الإلكترونية بدلا من التجارة التقليدية عملت على إلغاء مجموعة من الوظائف التي تحتاجها الشركات بشكل كبير وكذلك التي تحتاج إلى أعداد كبيرة من الموظفين والعاملين.

أما بالنسبة لفوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلكين فهي كالأتي:

-تساعد التجارة الإلكترونية في فهم إحتياجات العملاء وبالتالي فإنها تتيح خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية، علما أن تزايد عدد الزبائن يقابله مساحة أكبر في الأسواق للموردين.

-تسمح بالإشتراك في المزادات الإفتراضية.

-تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والأراء والحصول على الإستشارات من قبل الوسطاء عبر شبكة الإنترنت.

فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للدولة:

-التجارة الإلكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الإجتماعية الأخرى بسعر منخفض وكفاءة عالية.

-تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية بسعر ويستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت.

-تسمح للفرد بأن يعمل في منزله ويقلل من الوقت المتاح للتسوق مما يعني إزدحام مروري أقل في الشوارع وهذا يساعد على خفض نسبة التلوث البيئي.

-تتيح لبعض السلع أن تباع بأسعار زهيدة وبذلك يستطيع الأفراد أصحاب الدخل المنخفض من شراء مثل هذه البضائع مما يعني أنها تساهم في رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل. (المناوي، 2018).

ثانيا: رؤية تحليلية في الواقع الجزائري

إذن وبعد التطرق في الشق النظري إلى بعض التعاريف والخصائص، وكذا النقاط المتعلقة بالحكومة والتجارة الإلكترونيين بشكل عام،سنتناول في مايلي واقع هذا التطور في الجزائر وسبل تطويره.

1.برنامج الجزائر الإلكترونية 2013 :

يندرج برنامج "الجزائر الإلكترونية2013" ضمن الرؤية الرامية لجعل مجتمع المعلومات والإقتصاد الرقمي يؤثران في النمو الإقتصادي ويشكلان إقتصادا بديلا للموارد النفطية، مع الأخذ بعين الإعتبار التحولات العميقة والسريعة التي يعيشها العالم،ويهدف هذا البرنامج الذي يتضمن خطة عمل متماسكة وقوية،إلى تعزيز أداء الإقتصاد الوطني والمؤسسات والإدارة العمومية.

أما بالنسبة للمحاور الرئيسية لبرنامج الجزائر الإلكترونية فهي كالأتي:

أ-الإدارة الإلكترونية: وذلك من خلال تسريع إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في الإدارة العمومية،والذي يؤدي بها إلى تحول كبير في أساليب تنظيمها وعملها ،مما سيجعلها تعيد النظر في كيفية سيرها وتنظيمها وتكييف الخدمة المقدمة للمواطنين بشكل أنسب،وهي تخص الجوانب التالية:

إستكمال البنى الأساسية المعلوماتية- وضع نظم معلومات مندمجة-نشر تطبيقات قطاعية متميزة- تنمية الكفاءات البشرية.

ب-المؤسسة الإلكترونية: ويتم تجسيدها عن طريق تسريع إستعمال تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في المؤسسات ،لأن أستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات أضحى أمرا ضروريا من أجل تحسين الأداء ورفع القدرة التنافسية لدى المؤسسات، وتمكينها بالتالي من الإستفادة من الفرص التي تتيحها سوق أوسع وفائقة النشاط . كما أن ذلك يوفر مصادر دخل جديدة و يمكن من تحسين العلاقات مع الزبائن والشركاء ويساعد بشكل عام، على تحقيق فعالية أكبر.

ج-المواطن الإلكتروني: والذي يتم إعداده من خلال تطوير الأليات والإجراءات التحفيزية الكفيلة بتمكين المواطنين من الإستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا المعلومات والإتصالات ، من الضروري مواصلة عملية تعميم النفاذ إلى الإنترنت، إذ يجب أولا توسيع هذا النفاذ من أجل السماح لكل مواطن أينما وجد عبر التراب الوطني، بالإستفادة من الخدمات الإلكترونية ومن قاعدة المعارف والعلم الهائلة المتمثلة في الإنترنت، ومن الضروري إرفاق برامج التجهيز وتطوير التوصيلات ذات التدفق السريع والمضامين المتعددة الوسائط ببرامج تكوين من أجل تسريع عملية تعميم إستعمال تكنولوجيا المعلومات والإتصالات . وبالتالي تشكل عملية تعميم النفاذ إلى الأنترنت هدفا رئيسيا يتفرع بدوره إلى ثلاثة أهداف خاصة ،هي:

إعادة بعث عملية " أسرتك" عن طريق توفير حواسيب شخصية وخطوط توصيل ذات التدفق السريع مع توفير التكوين ومضامين متميزة لفائدة كل فئة من فئات المجتمع.

الزيادة بقدر معتبر في عدد الفضاءات العمومية الجماعية ومحلات الإنترنت والمنصات المتعددة الوسائط والحظائر المعلوماتية ودور العلم ودور الثقافة.

توسيع الخدمة العمومية لتشمل النفاذ إلى الإنترنت. (عماد، 2011).

2.الخدمات المجسدة في ظل الجزائر الإلكترونية2013:

الجزائر الإلكترونية هو برنامج وطني يشمل في الواقع كل القطاعات والتطبيقات العديدة التي تسمح برقمنة بعض الإجراءات الإدارية ، والتي أحدثت تغييرا وتجديدا في الحياة اليومية للمواطنين ، ومن التطبيقات المجسدة حاليا يتم ذكر بعضها:

طلب صحيفة السوابق القضائية رقم 03 ممكن على موقع وزارة العدل ويمكن إستلامها من أي جهة قضائية على المستوى الوطني.

الإطلاع على الخط على الرصيد للحساب الجاري البريدي ولدفتر التوفير و الإحتياط.

إستمارات الضرائب مرقمة وموضوعة على موقع الإنترنت ،يمكن أن تكتمل أليا أو تنزيلها وإكمالها يدويا.

تسجيل الطلبة الجدد في الجامعة ،إذ يختار حامل شهادة البكالوريا الجديد مجموعة من الرغبات(10) بملىء الإستمارة على الإنترنت، وبعد المعالجة الألية يتلقى تسجيله عن طريق الإنترنت ولم يبق له بعد ذلك إلا أن يتقدم فقط إلى المؤسسة الجامعية الموجه إليها لتثبيت تسجيله النهائي.

الصحة الجزائرية وبوابة المعلومات والتوثيق والإتصالات على الإنترنتhttp://www.ands.dz التي تتكفل بها الوكالة الوطنية للتوثيق الصحي ANDS ،و التي من شأنها تقديم معلومات هامة فيما يخص الصحة ومستجداتها على الساحة الوطنية والدولية ، والتوعية الصحية ، والمراكز الصحية وبعض الملفات الصحية وغيرها من المعلومات والخدمات التي تتميز بها هذه البوابة الصحية.

الحجز لأماكن عن بعد وعلى موقع الخطوط الجوية الجزائرية للسفر على الخطوط المحلية والدولية.

مشروع "أسرتك" ، هذا المشروع والذي بدأ تنفيذه بالفعل ، هو إعطاء كل أسرة فرصة الحصول على جهاز الحاسوب.

بوابة المواطن التي تم الإطلاق الرسمي لها ليلة 14 أوت 2011 على شبكة الإنترنت http://www.elmouwatin.dz، تسمح للمواطن من خلالها بالإستفادة من المعلومات الإدارية للدولة وتوفر له خدمات مختلفة ، كالقوانين المعمول بها في الجريدة الرسمية ، ومسابقات التوظيف عبر الوزارات ، وتحميل الإستمارات الرسمية وغيرها. (عماد، 2011).

3.الصعوبات التي تعترض تنفيذ برنامج الجزائر الإلكترونية 2013:

إذا كان يهدف برنامج " الجزائر الإلكترونية 2013 " إلى تنفيذ الحكومة الإلكترونية للإستفادة من مزاياها بالنسبة لبلد يتطلع إلى عصرنة إدارتها العمومية ، فإن هناك بعض الصعوبات التي يمكن أن تعرقل تنفيذ هذا البرنامج ومن بينها يتم ذكر :

لا يوجد إلا عدد قليل من الدول التي نجحت في إنشاء و إستخدام الحكومة الإلكترونية.

إن سياسة إدخال الحاسوب في تسيير الإدارة الجزائرية (حوسبة الإدارة) لم يؤثر على الإجراءات الإدارية التي بقيت على حالها.

هناك خطر من الفجوة الرقمية بين المدن والقرى والمناطق في الشمال والجنوب ،مما يسبب اختلال التوازن في التغطية الإقليمية من حيث البنية التحتية وإستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات.

الخوف من أن لا تتم حماية المعلومات وأن تنتهك الحياة الشخصية،موجود باستمرار عند المستخدمين (عماد، 2011).

و حسب الباحث فإن برنامج الجزائر الإلكترونية 2013 ، هو عبارة عن محاولة من الحكومة لرفع مستوى المعرفة للمواطن من جهة والتسهيل عليه من جهة أخرى في مختلف القطاعات التي يحتاجها كفرد من المجتمع ، هذا بداية المشروع و لكن تطمح الحكومة للوصول إلى هدف ثاني وهو الأساس و يتمثل في إجراء المشاورات التي طرفاها الشعب والحكومة بطريقة إلكترونية ورقمية ولم لا إجراء الإستفتاء في الأنترنت على مستوى مواقع الحكومة والإنتخابات في وقت لاحق. ناهيك عن توفير الحكومة لمبالغ طائلة و هذا نتيجة توفير الإجراءات الروتينية التقليدية المعتمدة على إرسال الوثائق و إستلامها ثم إسترجاعها و هذا يتطلب مبالغ كبيرة تصرفها الحكومة لهذا الغرض.

و هذا المشروع الذي أقرته الحكومة الجزائرية يتم عبر مراحل : الإدارة الإلكترونية (وفيها تحضير لإدارة حديثة ورقمية وإستبدال الأرشيف الورقي بالحواسيب).

المؤسسة الإلكترونية (وذلك بتشجيع و هذا في إنطلاق المشروع الإلكتروني المؤسسات بالعمل على إستبدال إداراتهم من الوضع السابق التقليدي إلى الرقمي الإلكتروني).

المواطن الإلكتروني (وهذا بتوعيته وتحفيزه على إمتلاك التقنيات الحديثة و محاولة التحكم فيها).

أما العقبات و الصعوبات التي تواجه تطبيق برنامج الجزائر الإلكترونية : فهي كثيرة نذكر أهمها:

صعوبة التغيير لدى الفرد الجزائري و خاصة المسؤول أين نجد مقاومة منهم لعدم تمكنهم من التقنيات الحديثة.

في حالة عدم وجود بنية تحتية جيدة وهذا ما هو موجود في الجزائر يعتبر أي خلل بسيط كفيلا بتوقف الإدارة الإلكترونية و هذا لعدم التنسيق بين المصالح من جهة وضعف الأغلفة المالية المخصصة للصيانة من جهة أخرى.

أما بخصوص مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر،فأنا أرى سلبيات أكثر من إيجابيات في هذا الباب،وسأكتفي بذكر أهمها فيما يلي:

عدم توفير بنية تحتية سليمة و جيدة، أي ربط خطوط الإنترنت لكل الأفراد وبسرعة تدفق عالية، فمقارنة مع الدول الجارة لنا،لديهم إنترنت ذات تدفق عالي وبأسعار مقبولة وموافقة لمتوسط الدخل الفردي لديهم،فلا يمكننا الجزم أن الفرد الجزائري العامل البسيط يستطيع أن يدفع فاتورة الأنترنت وهو ليس لديه إكتفاء حتى بالنسبة للغذاء والملبس والأمور الأساسية،فبينما تعتبر الأنترنت أمر عادي وحق في بعض الدول المتطورة،لازالت تعتبر لدينا من الأمور الكمالية والغير ممكنة لكثير من الأفراد في الجزائر.

وحتى بالحديث عن شبكات متعاملي الهاتف المحمول فهي لا تستثنى من هذا الأمر،فليس لديها تغطية في كل مناطق الوطن وحتى في بعض الأحيان داخل المدن،الأمر الذي يجعل الفرد الجزائري في حيرة من أمره،لذلك تعتبر البنية التحتية الرقمية أول شيء ضروري للتحدث عن التجارة الإلكترونية في الجزائر.

أيضا غياب الرقابة المطبقة من السلطات لمثل هاته العمليات التجارية التي تحدث على مستوى الإنترنت،فتوجد حالات تحايل وخداع كثيرة يقوم بها أشخاص يحملون هوية غير حقيقية،وهذا عن طريق حسابات وهمية بأسماء مستعارة وحتى بعنوان غير صحيح، ويصادف ذلك في بعض الأحيان أن يكون البائع من دولة أجنبية ،وهذا النوع من التحايل لا يستطيع الفرد البسيط أن يكتشفه لوحده،دون وضع رادع من طرف السلطة للتقليل قدر الإمكان من عمليات النصب والخداع والإحتيال على المواطنين، ولا يخفى علينا أن التجارة الإلكترونية تحتوي كل ما هو موجود سواء كان مشروعا من طرف القانون أو ممنوعا، على غرار بيع الأسلحة،المخدرات،تجارة الأعضاء،الحيوانات المهددة بالإنقراض إلى غير ذلك من الأمور التي يمنعها القانون ويجرمها.

غياب ثقافة الإتجار من الإنترنت وهذا يرجع لأسباب السابقة الذكر وأيضا عقلية الفرد الجزائري،فهو لا يستطيع أن يثق في شخص لا يراه أو بالأحرى يخاف أن يتعامل معه رقميا ويعطي له حسابه البنكي لكي يشتري منتوجا ما،وحتى يوجد خداع من نوع أخر بعد تفاهم طرفي العملية التجارية(البائع والمشتري) على السعر والمكان والزمان للقاء ،فيحدث أن يتغيب أحدهم بدون سبب أو حتى إشعار وهذا حدث مرارا على مواقع البيع الإلكتروني في الجزائر،وذلك لأن الإنترنت شبكة إفتراضية ولا نستطيع معرفة مع من نتعامل.

وحتى البنوك لا تسمح للفرد الجزائري بالحصول على مبلغ بالعملة الصعبة،إلا بشروط صعبة جدا والتي تتمثل في إثبات سفر المواطن إلى خارج الوطن ومع هذا فهو مبلغ زهيد ولا يمكن الفرد من قضاء مختلف حاجاته ،ويسمح له مرة واحدة في السنة،فلنتفرض أن فرد " أ " يريد شراء منتوج من فرد " ب " وهذا الأخير من خارج الوطن،يلزم هنا أن يتعامل معه بالعملة الصعبة وليس بالعملة المحلية (الدينار)فكيف للمواطن أن يشتري عبر الإنترنت؟ والتي أصبحت في الواقع أكبر سوق عالمية الأن،و في مختلف الدول يتعامل بها بطريقة عادية، فمتى نستطيع أن نزيل هاته العراقيل ونصبح مثلنا مثل أي دولة توفر لشعبها كل ما يلزمه في هذا الجانب؟سؤال يبقى مطروح إلى حين توفر تحسينات في أرض الواقع وملموسة بشكل فعلي.

خاتمة: ومن ما سبق يتضح لنا أن التجارة الإلكترونية في الجزائر تعتبر في بداية مسيرتها ، ولا يزال ينقصها الكثير و الكثير ،سواء من جانب السلطة أو من جانب المواطن الجزائري.وهذا لا يأتي إلا بإصلاح المنظومة ككل،والتي تسمى بمشروع الحكومة الإلكترونية،لأنها تشمل في طياتها التجارة الإلكترونية وكل القطاعات الأخرى في البلاد .وكما أدرجنا في دراستنا من دراسات سابقة في دول عربية كان لها السبق في هاته الأنظمة الجديدة(الحكومة الإلكترونية.التجارة الإلكترونية)،والتي استطاعت أن تلحق بركب الدول المتطورة ونذكر منها دولة الإمارات التي نجحت نجاحا باهرا وتعتبر قدوة لبقية الدول في هذا المجال،وتؤكد مقولة أن من يريد أن يصل يستطيع ذلك بشرط تطبيق الشروط و إضفاء الوعي خاصة الذي يلعب دورا كبيرا في مثل هاته الأمور.وكذا تطرقنا في ما بعد إلى الجانب النظري من تعاريف و ومستويات الحكومة الإلكترونية والفروق التي بينها وبين الحكومة التقليدية.وغيرها من النقاط المهمة والمتعلقة بمتغيري الدراسة الحالية.كما تطرقنا في الأخير إلى واقع الجزائر المرتبط بتطبيق هاته الأنظمة الحديثة والمعوقات التي تحول دون التطبيق الجيد لها. وختاما تطرقنا إلى النقاط السلبية للحكومة الإلكترونية ومستقبل التجارة الإلكترونية التي تكثر في الجزائر.

قائمة المراجع:

قائمة المراجع العربية:

أباظة،محمد محمد سليمان. (2015). التجارة الإلكترونية: نظرة عربية للواقع والأفاق. *المجلة العربية الدولية للمعلوماتية،إتحاد الجامعات العربية-جمعية كليات الحاسبات مجلد 3 العدد 7*، 31-38.

الحضيري خالد المناوي. (2018). التجارة الإلكترونية وأثرها في تخفيض التكاليف التسويقية:دراسة حالة على شركة ليبيانا للهاتف المحمول. *مجلة الجامعي،النقابة العامة لأعضاء هيئة التدريس الجامعي العدد 28*، 184-208.

الخالدي. (2007). *التكنولوجيا الإلكترونية*. عمان طبعة أولى: دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع.

الراوي مظفر جابر إبراهيم. (2015). التراضي في عقود التجارة الإلكترونية. *مجلة العلوم القانونية والسياسية مجلد 5 العدد 2*، 167-207.

الصيرفي. (2010). *الإدارة الإلكترونية*. الإسكندرية مصر: شركة جلال للطباعة.

العاني جواد. (2014). *الإدارة الإلكترونية*. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

بوقلاشي عماد. (2011). الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الإدارات العمومية(رسالة ماجيستير). كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر العاصمة: جامعة الجزائر 3.

تارزي أمنة. (2017). إقتصاديات التجارة الإلكترونية. *مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية جامعة زيان عاشور الجلفة المجلد 10 العدد ملحق* ، 108-119.

عزايزية سارة. (2017). حكومة الإمارات الإلكترونية. *أبحاث المؤتمر الدولي المحكم : الإدارة الإلكترونية بين الواقع والحتمية* (الصفحات 164-178). عمان: مركز البحث وتطوير الموارد البشرية(رماح) ومخبر التنمية التنظيمية وإدارة الموارد البشرية جامعة علي لونيسي البليدة2.

عزب محمد عزب. (2013). *الإدارة الإلكترونية في الشؤون الإدارية*. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

عمر أحمد أبو هاشم الشريف.أسامة محمد عبد العليم.هشام محمد بيومي. (2013). *الإدارة الإلكترونية" مدخل إلى الإدارة التعليمية الحديثة"* . عمان-الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

مسلم إبراهيم. (2018). واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر. *مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية جامعة زيان عاشور الجلفة مجلد 11 ملحق*، 149-164.

مهدي محمد عماد عبد العزيز. (2017). الحكومة الإلكترونية إحدى مسارات الحديثة للإصلاح الإقتصادي في العراق: رؤيا مستقبلية. *وقائع المؤتمر العلمي السنوي الثالث : الإصلاح منطلق للتنمية وإعادة بناء العراق-مسارات معاصرة* (الصفحات 88-102). البصرة: الجامعة الأهلية-كلية شط العرب وجامعة البصرة-كلية الإدارة و الإقتصاد.

قائمة المراجع الأجنبية:

Bernd W.Wirtz,Peter Daiser. (2015). *E-Govermment,Strategy Process Instruments.* German: University of Administrative Sciences Spayer.

Kolachalam, S. (2002). An Overview of E-goverment. *International Symposium on Learning Management and Technology Development*, 1-12.

Nuria Rodriguez Dominguez ,Charles Bastos Rodriguez. (2010). *Introducion to e-Government.* Sarajevo: Atos Origin"ICT-driven Change Management Project".

إشكالية فرض الضرائب: تحدي من التحديات القانونية الواقعة على التجارة الالكترونية

The problem of imposing taxes: one of the legal challenges to electronic commerce



معزوز دليلة

mazouz dalila

جامعة أكلي محند أولحاج

mazouzdall@gmail.com

الملخص:

إن اقتران التجارة الالكترونية بجبائية الضرائب يشكل موردا هاما للدولة مما يستوجب وضع سياسة جبائية تتلاءم وطبيعة النشاط التجاري الالكتروني.

وفي ظل كل ذلك برزت العديد من القضايا الجبائية التي أثرت سلبيا على واقع النظم الضريبية بمختلف الدول ،ومنها الجزائر التي أصبحت عاجزة عن مسايرتها نظرا لبروز تحديات تواجه هذا الغرض. مما يستوجب إيجاد الآليات القانونية المثلى المناسبة لهذا الغرض.

كلمات مفتاحية: التجارة الالكترونية، الضريبة الالكترونية ، تحديات، آليات قانونية.

Abstract:

The association of electronic commerce with taxation is an important resource for the state, which necessitates setting a tax policy that is compatible with the nature of electronic business activity.

In light of all this, many tax issues have emerged that negatively affected the reality of tax systems in various countries, including Algeria, which has become unable to cope with it, given the emergence of challenges facing this purpose. Which requires finding the optimal legal mechanisms appropriate for this purpose.

Keywords: *electronic commerce, electronic tax, challenges, legal mechanisms.*

مقدمة:

لاشك أن التبادل التجاري في السلع والخدمات المتنوعة المادية والرقمية من خلال التجارة الالكترونية سواء داخل الدولة أو خارجها يسمح لتلك الدولة بفرض ضريبة على مختلف المعاملات بواسطة احترام متطلبات هذه الضريبة وتتبع كل الإجراءات المتعلقة بتنفيذها، وهذا ما يشجع ويزيد من دعم هذه الضريبة في التجارة الالكترونية.

والضريبة الالكترونية ضمن ما يعرف يصطلح عليه الاقتصاد الرقمي وكذا الاعمال الرقمية بأنها دفع للضرائب بأنواعها المختلفة (مثل ضريبة الدخل ،وضريبة الشركات ،وضريبة القيمة المضافة) وذلك باستعمال الحاسوب وتتم العملية عبر الانترنت، وبذلك فهي طريقة تعامل سريعة لدفع وجمع الضريبة من مؤديها.

ومع ذلك فان موضوع الضرائب على التجارة الالكترونية أدى إلى بروز العديد من الانشغالات والقضايا الجبائية التي أثرت سلبا على واقع النظم الضريبية بمختلف الدول، ومنه النظام الضريبي الجزائري الذي كان يتماشى وأسلوب النظام الاقتصادي المتبع الى حين التحول الى السوق الحر بإدخال اصلاح ضريبي شامل .ولما كان النظام الضريبي متأثرا بالواقع الاقتصادي الذي اصبح يعتمد على كل افرازات العولمة الاقتصادية لإيجاد نظام ضريبي ملائم ينجز فحصا ضريبيا سريعا ودقيقا لتنظيم هذه التجارة .

وللوقوف على هذه المسالة الجد هامة، وتحليلها طرحنا الإشكالية التالية: **فيما يتمثل الآليات المثلى لمواجهة تحديات إخضاع الضريبة على التجارة الالكترونية ؟**

ولمعالجة الإشكالية السابقة والإجابة عليها قمنا بطرح الفرضيات التالية كنقطة انطلاق لهذا البحث:

- الحاجة ضرورية إلى تطوير أنظمة الضرائب لمواجهة تحديات تكنولوجيا شبكة الإنترنت والتجارة الإلكترونية .
- ان التكتلات الاقتصادية المتزايدة تستوجب تنظيم تنسيق ضريبي يتفاعل مع التجارة الالكترونية
- العصر الرقمي الذي انتشر فيه الانترنت انتشارا هائلا وبفضله برزت التجارة الإلكترونية وبالتالي فان اقتران هذه الاخيرة بالضريبة الالكترونية سيشكل موردا هاما من موارد الدولة يتميز بالزيادة المستمرة التي ا تتناسب وحجم التبادل التجاري الالكتروني.
- إعادة تكوين وتأهيل موظفي الضرائب حتى يمكنهم فهم التقنية وبيئة العمل الجديدة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية.
- مازالت الضريبة بنمطها التقليدي تمارس في مختلف مؤسسات بعض الدول، ومنها الجزائر بالرغم من اصدار قانون رقم 18-05 (قانون رقم 18-05، 2018)المنظم للتجارة الالكترونية.
- دراسة انواع التحديات المانعة لتجسيد الضريبة الالكترونية وتقديم حلولا لها.

وتتجلى أهمية هذا الموضوع في فيما يلي:

- كونه موضوعا معاصرا ومرتبط بالتجارة الالكترونية، كما انه يحظى باهتمام متميز من قبل الباحثين حول مدى تضريب أو عدم تضريب هذه التجارة .
- الكشف عن اهم التحديات المانعة لتجسيد هذه الضريبة باستخدام الآليات المختلفة لتحقيقها.
- كون الموضوع مرتبط بالوسائل الحديثة للدفع الالكتروني وسرعة انتشار البنوك الالكترونية.

- يساهم في القضاء على اشكال الفساد الضريبي وزيادة الحصيلة الضريبية من خلال الحد من التهرب الضريبي،
- كما يمكن الكشف على مختلف النظم الضريبية المعتمدة حاليا في التجارة الالكترونية ومحاولة اقتراحها في قانون رقم18-05 بشكل خاص.

و تتحدد طبيعة المنهج المتبع من خلال طبيعة الموضوع ،ومن اجل الإحاطة بأهم جوانب الموضوع

اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي كونه منهجا مناسبا للوصف وتشخيص بعض مكونات هذا البحث كما اعتمدنا المنهج المقارن من خلال ذكر بعض المواقف الفقهية والاتجاهات التشريعية الدولية حول هذا الموضوع.

ومن ذلك تم تقسيم هذا الموضوع إلى مبحثين أساسيين، بحيث يكون المبحث الأول متعلق بتبيان الاتجاهات المختلفة حول فرض الضريبة على التجارة الالكترونية، أما المبحث الثاني يكون حول التحديات المواجهة لفرض الضريبة على التجارة الالكترونية واليات مواجهتها.

الدراسات السابقة

من الدراسات السابقة نذكر مايلي:

- بختي إبراهيم، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق رسالة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2003 ويندرج هدف البحث في معرفة تأثير الانترنت على وظيفة التسويق في المؤسسة ومعرفة طبيعة التجارة الالكترونية ،وما يمكن ان تحققه كقيمة مضافة من خلال تطبيقها والاستفادة من تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في عملية المبادلات التجارية وقد خلصت هذه الدراسة ان الوضع الذي تعيشه الجزائر وطبيعة الاسواق الافتراضية يدعوان الى انشاء تجارة الكترونية قائمة على تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة مع ضرورة تكامل جميع القطاعات كقطاع المؤسسات المالية.
- خالد بداح السهلي، مستوى التحديات الضريبية التي تواجه التجارة الالكترونية من جهة نظر مدراء الضرائب في دولة الكويت، رسالة الماجستير، ويندرج هدف البحث في التعرف على مستوى التحديات الضريبية التي تواجه من جهة نظر مدراء الضرائب، ولتحقيق هذا الهدف تعامل الباحث مع نوعين من البيانات ،الاولية والثانوية في الدراسة الميدانية باستخدام استبانة خطية وتحليلها باستخدام البرنامج الاحصائي (spss) ،وقد خلصت هذه الدراسة ان ايجاد حلولا للمشاكل المحاسبية والادارية والسلوكية والمشكلات العائدة الى طبيعة التجارة الالكترونية التي تواجه النظام الضريبي الكويتي الحالي ،وتأهيل البنية التحتية للدوائر المالية وربطها بشبكة الأنترنت تحسبا للازدواج الضريبي.

- حراق مصباح، المعالجة الجبائية للتجارة الالكترونية، مؤلف ومدلوله هو البحث عن دراسة المعالجة الجبائية للتجارة الالكترونية ،فهو من اهتمامات الباحثين في الميدان الاقتصادي بشكل خاص وكذلك العلوم التجارية والاجتماعية ومختلف التخصصات ذات الصلة بوجه عام حيث يحمل الكتاب في طياته العديد من الرؤى الهامة التي تتعلق بقضايا متعددة مجتمعية وبيئية واقتصادية وتنموية، والتي تشغل المهتمين بالمجال الاقتصادي.

- يوسف حسن يوسف، التجارة الالكترونية وأبعادها الدولية مؤلف ومدلوله حول مفهوم التجارة الالكترونية وتقديم خطة عمل للتحول من التجارة التقليدية الى الالكترونية (الفصل الاول)، كما تضمن الكتاب متطلبات اقامة هذه التجارة على المستوى القومي ومدى توفر هذه المتطلبات للتحول الى التجارة الالكترونية (الفصل الثاني).كما اصدر الكاتب موسوم ب :التسويق الإلكتروني ، ط 2012 عن المركز القومي للإصدارات القانونية ،ومدلوله حول دور التسويق في

زيادة معدل العائد على الاستثمار - أهمية إدارة التسويق - التسويق الدولي والتسويق المحلي - أهمية التسويق الدولي وأبعاده - أنواع التسويق الإلكتروني - خطوات الإعلان عبر شبكة الإنترنت - المزادات العلنية على الإنترنت - المعوقات الأساسية للتسويق الإلكتروني - واقع التسويق الإلكتروني في البلدان العربية - مستقبل التسويق الإلكتروني في البلدان العربية - التسويق الالكتروني والتعاون في مجال الإنترنت في البلدان العربية - أثر التسويق الإلكتروني على التعاون العربي.

أولا. الاتجاهات المختلفة حول فرض الضريبة على التجارة الالكترونية

قد أثارت التجارة الالكترونية إشكالية أساسية للأنظمة الضريبية، فالضرائب على هذا النوع من التجارة قد تجادلها اتجاهات مختلفة فنذكر منها: الاتجاهات الفقهية المؤيدة وكذلك المعارضة بتطبيق الضريبة على التجارة الالكترونية (مطلب أول) ثم نذكر الاتجاهات التشريعية الدولية والوطنية حول مسألة تطبيق الضرائب على هذه التجارة (مطلب ثاني).

1. الاتجاهات الفقهية المؤيدة والمعارضة بتطبيق الضريبة على التجارة الالكترونية.

مسألة إخضاع التجارة الالكترونية إلى الضرائب تداولها اتجاهين، اتجاه مؤيد لذلك (فرع أول) واتجاه معارض لهذا التطبيق (فرع ثاني).

أ. مؤيدي تطبيق الضرائب على التجارة الالكترونية.

يرى هذا الاتجاه أن إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة أمر ضروري وذلك لمعالجة عدّة إشكالات متعلقة بها ،ويتحقق ذلك بتوافر امتيازات في الضريبة متمثلة فيما يلي:

- مؤيدي تطبيق الضرائب على التجارة الالكترونية.

يرى أنصار هذا الاتجاه(BETTELHEIM, 1999, p. 30) إمكانية إخضاع التجارة الالكترونية إذا ما امتثلت الضرائب لهذه المبادئ أو الامتيازات وهي:

- **مبدأ الحياد:** هي أن تتميز هذه الضرائب بهذا المبدأ بحيث تكون محايدة وغير معرقلة لنشاط التجارة الالكترونية.
- **مبدأ الملائمة:** يجب أن تكون هذه الضرائب متلائمة مع الأنظمة الضريبية المعروفة.
- **مبدأ البساطة والشفافية:** أن يكون نظام الضرائب بسيط وشفاف ممكن التعامل به.

كما يرى أنصار آخرون (الفتلاوي، 2013، صفحة 15)من نفس الاتجاه بضرورة بإخضاع التجارة الالكترونية للضرائب وذلك للأسباب التالية:

- فرض الضريبة على التجارة التقليدية وعدم فرضها على التجارة الالكترونية يشكل إخلال بمبدأ العدالة الضريبية، مما قد يؤدي بالباعة في التجارة التقليدية إلى شراء سلع عبر الانترنت لتجنب دفع الضرائب مما يؤدي إلى سوء في توزيع الموارد (الشوابكة، 2007، صفحة 519)
- تعويض نقص الحصيلة الضريبية بفعل تآكل الوعاء الضريبي التقليدي نتيجة زيادة المبيعات والتسليمات عبر الخط.
- إن الصعوبات التي تواجه الضرائب على المعاملات التجارة الالكترونية سواء عند الحصر أو الفحص الضريبي لا يجب أن تقف حائلا أمام إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة، ويمكن في هذا المجال مراعاة خصوصية هذه التجارة بوضع شروط وأسس خاصة متعلقة بالنماذج والمستندات والإقرارات المرتبطة بخضوع المعاملات التي تتسم بوسائل الالكترونية للضريبة.

- فرض الضريبة على التجارة الالكترونية يتيح للإدارة الضريبية اكتساب الخبرة من الواقع العملي وعرض المشكلات أمام تحصيل الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية لدراستها واتخاذ ما يلزم من حلول بشأنها.

ب.معارضي الضريبة على التجارة الالكترونية.

يرى أنصار هذا الاتجاه(يوسف، 2011، صفحة 96)بعدم إقرار الضرائب على هذا النوع من التجارة انسجاما مع تحرير التجارة والخدمات، وحسب هذا الرأي إن هذه التجارة لا تقيدها حدود ما ولا تعيقها الأنظمة القائمة، أبرز أصحاب هذا الاتجاه رأيهم بتقديم الحجج التالية:

- فرض الضريبة على التجارة الالكترونية سوف يكون من إحدى العوامل المعيقة لنمو الانترنت وانتشاره وهذا ما لا يمكن تحمله الآن(JOLLINNE & VECCHIO, 2001/2002)
- التجارة الالكترونية ظاهرة اقتصادية حديثة تشجع النشاط التجاري المستجد كي ينمو ويتطور وان فرضت الضرائب عليها سوف تؤدي إلى إعاقة هذا النمو ولن تبرز خصائصها كاملة. (عواد، 2010، صفحة 221) انظر كذلك لدى (الشوابكة، 2007، صفحة 518)
- إلى جانب أن الضريبة تمثل سلطة الدولة، فان المهمة التي تفرضها في مجالها السيادي والجغرافي مستندة إلى معايير قانونية (الإقامة) و(الإقليمية) وهذان المفهومان يتعارضان والأساس القانوني- الذي تقوم عليه التجارة الالكترونية التي تتقاطع ومفهومي الجغرافية والسيادة التقليدية مما يؤدي إلى الانفصال الواضح بين السلطات الضريبية والأنشطة الاقتصادية القائمة في بيئة التجارة الالكترونية. (مطر، 2009، صفحة 380)

2. الاتجاهات التشريعية الدولية والوطنية حول تطبيق الضرائب على التجارة الالكترونية.

لقد اتضح موقف بعض الدول المهتمة بالتجارة الالكترونية فيما يتعلق بموضوع إخضاع الإيرادات الناجمة عن التجارة الالكترونية للضرائب ،وبالتالي سوف نحاول ذكر موقف الاتجاهات التشريعية الدولية (فرع أول) ثم التعرض لموقف الاتجاهات التشريعية الوضعية (فرع ثاني).

أ. موقف الاتجاهات التشريعية الدولية حول الضريبة في التجارة الالكترونية.

أصدرت الدول المهتمة بالتجارة الدولية ومنها الالكترونية بإصدار عدّة نصوص قانونية منظمة لهذه التجارة، وقد تجلى فيما بعد موقف هذه الدول الذي كان متباين في موضوع جد هام ،وهو تضريب هذه التجارة ،فنجد مثلا منظمة التجارة العالمية قد أكدت سياساتها على تنفيذ محتويات اتفاقية الجات المبرمة سنة 1947 في مؤتمر هافانا والخاصة بتنظيم القيود المالية والجمركية على التداول التجاري في النطاق الدولي (منظمة التجارة العالمية) (عواد، 2010، صفحة 214) ومن خلال هذه الاتفاقية يتضح عدم فرض الضرائب على التداولات التجارية الالكترونية علما أن برنامج المنظمة يمثل أحد الأضلاع الثلاثية للنظام الاقتصادي الدولي المعاصر والمتضمن إلى جانبها صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، هذا الرفض مؤسس على فكرة تحرير التجارة العالمية ومنها الالكترونية من القيود الضريبية والرسوم التي تقلل وتقيد انتقال رؤوس الأموال كما أنها تقف حاجزا ومانعا لانتعاش التنمية الاقتصادية الدولية، غير أن الاتجاه المعاكس المتمثل في منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي اتضح موقفها في مؤتمر انعقاده في كندا سنة 1998 (منظمة التجارة العالمية)، وهو متمثل في التركيز على فرض هذه الضريبة على هذه التجارة وذلك لعدة أسباب هي:

- لقد أقرت المعاهدة الخاصة بالنموذج القانوني للضرائب على الدخل في مؤتمر المنظمة عام 1943 (منظمة التجارة العالمية) مبدأي الإقامة والإقليمية وكنتيجة لهذا القرار أخذت معظم النظم الضريبية بهما من خلال التشريعات الداخلية وهذا ما تسبب في بروز مشكلة وهي الازدواج الضريبي، مما دفع المنظمة لمنع الازدواج الضريبي أو اعتماد سياسة الإعفاءات الضريبية للأفراد والشركات.
- إن المعايير والنموذج القانوني الذي قدمته المنظمة تمثل في مجموعة من مبادئ متفق عليها دوليا حيث نجدها مطبقة بشكل واسع :وكنتيجة لذلك يلاحظ نمو التجارة الالكترونية وظهور ما يسمى بالجنات الضريبية، مما شكل فيما بعد تنافس ضريبي بين الدول لاجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية وزيادة العملات الأجنبية، كما يبرز موقف دول الاتحاد الأوروبي التي تعود إلى تنظيم استخدام التجارة الالكترونية من خلال فرض القيمة المضافة على المنتجات الذكية التي يجري شراؤها داخل دول الاتحاد الأوروبي عن طريق الانترنت كوسيلة لإخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضرائب. (تانزي و زي، البلدان النامية والسياسة الضريبية سلسلة قضايا اقتصادية، 2001، صفحة 16)

ب موقف الاتجاهات التشريعية الوطنية العربية والجزائرية حول أعمال الضريبة في التجارة الالكترونية.

لقد عرف العالم في الفترة الأخيرة تحولات جذرية وشاملة في عدة مجالات نتيجة للتكنولوجيا الحديثة التي لعبت دورا رئيسيا في إحداث هذه التحولات منها التحول للتجارة الالكترونية والإدارة الالكترونية.

هذه التطورات فرضت على دول العالم ، ومنها العربية إيجاد تقنيات وآليات جديدة لإخضاع التجارة الالكترونية للضريبة وسهولة تسديدها، سوف نحاول التعرض للضريبة الالكترونية في بعض الدول العربية (أولا) ثم الضريبة الالكترونية في الجزائر (ثانيا).

- **الضريبة الالكترونية في بعض الدول العربية**

لقد نظمت عدّة دول عربية قوانين متعلقة بالتجارة الالكترونية، كما أنها سارعت قدما نحو تطبيق الضريبة الالكترونية عليها، وسوف نذكر منها على سبيل المثال: المغرب، مصر و الأردن.

❖ **المغرب:**

لقد عملت وزارة الاقتصاد والمالية والمديرية العامة للضرائب في إطار مخطط المغرب الرقمي على إحداث مجموعة من المساطر الالكترونية للإقرار والأداء الضريبي (http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=197837)، حيث اعتمدت على المديرية العامة للضرائب على إستراتيجية تقوم على أربعة أهداف هي:

أ- بناء علاقة شركة مع الملزم بالضريبة متسمة بالثقة المتبادلة .

ب- التحول إلى إدارة الكترونية.

ت- تعزيز عمل المديرية في مجال التحصيل.

ومن اجل تحقيق هذه الاهداف اعمدت المغرب على ما يلي:

- وجود نظام معلوماتي فعال و متطور.
- تعزيز كفاءة الإدارة وانفتاحها على نوعية محيطها.

فمن بين الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل المديرية العامة للضرائب بالمغرب نذكر:

1- إحداث الشباك الالكتروني للضرائب في عام 2007 الذي يساهم بإطلاق التصاريح و الأداءات المرتبطة بالضريبة على القيمة المضافة على الخط، كما يصدر الشباك الالكتروني عند إتمام المعاملة وصل الكتروني مزود بإمضاء الكتروني لمديرية الضرائب يكتسي الصبغة القانونية، فهو ملزم لطرفيه.

2- توثيق من طرف الغير سنة 2014، ثم اعتماد بريد المغرب كموثق الكتروني من اجل ضمان الأمان والحماية للخدمات الالكترونية.

3- خدمة الضريبة على الخط المتعلقة بالضريبة على الدخل، تم وضع المساطر على الخط ابتداء من مارس 2011 وكانت في خدمة جميع المهن بين الخواص ووكلائهم. (وزير الاقتصاد والمالية، 2014).

تمكن هذه الضريبة من الاطلاع على التصاريح و مساطر الاداء عن بعد، وهذه الخدمة الالكترونية موجهة للجميع (المهنيين ،الخواص ووكلائهم).

4- خدمة الضرائب على الخط المتعلقة بالضريبة على القيمة المضافة، هذه الخدمة الالكترونية موجهة للملزمين سواء الأشخاص المعنويين أو الذاتيين الذين حققوا رقم أعمال يفوق أو يساوي 20 مليون درهم (وزير الاقتصاد والمالية، 2013).،وتتضمن هذه الخدمة ثلاثة مساطر على الخط وهي:

- تصريح ودفع الضريبة على القيمة المضافة.
- تصريح بروراتا. Prorata
- الدفع الرسمي للضريبة.

5- خدمة الضرائب على الخط المتعلقة بالضريبة على الشركات، تقوم هده الخدمة على رقمنة كل الالتزامات المتعلقة بالضريبة على الشركات ،هذه الخدمة الالكترونية موجهة لمجموع المقاولات العمومية والخاصة الملزمة بأداء الضريبة على الشركات أو وكلائهم، كما هي مفتوحة للأشخاص المعنويين الذين حققوا رقم أعمال يفوق أو يساوي 20 مليون درهم (وزير الاقتصاد والمالية، 2014).

❖ **مصر:**

تعد مصر من الدول العربية المنظمة للتجارة الالكترونية وعمدت على توفير عدّة خدمات الكترونية هي:

أ- إطلاق بوابة خدمات الحكومة الالكترونية المصرية في عام 2014. (http://www.css.exwa.org.lb/ictd3233/studye-govstrategies.pdf)

ب- توفير خدمات التوقيع الالكتروني للإقرارات الضريبية. (http://www.misr.com/vb/shouthreadphp?t=483332)

توفرت مصر خدمات التوقيع الالكتروني عن طريق ارسال المستندات وتوقيعها الكترونيا عبر الانترنت لربح الوقت وتفادي البيروقراطية في هذا المجال.

ج- القيام بالسداد الالكتروني للضرائب (http://www.misr.com/17928)من اجل تمكين الممولين والمتعاملين مع مصلحة الضرائب المصرية إرسال المستندات وتوقيعها الكترونيا عبر الشبكات ووسائل النقل الأخرى ،بحيث يرسل الاقرار الضريبي من خلال بوابة الحكومة الالكترونية أو من خلال اي قناة الكترونية اخرى تحددها وزارة المالية، ويتحمل الممول المسؤولية الكاملة في حالة الاخلال بهذه الخدمة.

❖ **الأردن:**

الأردن من الدول العربية التي عرفت رواجا في التجارة الالكترونية وذلك من خلال توفير عدّة خدمات للمتعاملين فيها، ومن بين هذه الخدمات تلك المتعلقة بالمكلفين بالضريبة الالكترونية، حيث تمكنهم من التصريح ودفع الضريبة الكترونيا من خلال الولوج إلى موقع وزارة المالية، وظهرت انجازاتها فيما يلي :

- **الخدمات الحكومية الالكترونية.** (http://www.istd.org.gov.jo/istd/arabic/egovermxent/xrices)

يعتبر هذا أول برنامج للحكومة الالكترونية و ذلك في مطلع 2005 ،وكان ذلك بهدف تقديم خدمات ذات جودة عالية لتخفيف من عبء استخدام الورق وتخفيض نفقة إرسال القرارات الورقية إلى المكلفين بهذه الخدمة.

- **الإقرارات الضريبية على الموقع الالكتروني لسنة 2014.** (petra.gov.jo/public-news-nws-newsdetailsaxpx ?.site-id=2xlang=18)

لقد تم وضع نماذج إقرارات الضريبة العامة على المبيعات على الموقع وتشمل نموذج إقرار بالضريبة العامة على المبيعات، نموذج الإقرار المعدل لإقرار الضريبة العامة على المبيعات ولنموذج إقرار بالضريبة الخاصة على المبيعات، وكذلك نموذج الإقرار المعدل لإقرار الضريبة الخاصة على المبيعات.

– **الضريبة الالكترونية في الجزائر.**

اهتمت الجزائر بإدخال البعد التكنولوجي في برامج الإصلاح الإداري بغرض تجسيد الإدارة الالكترونية والاستفادة منها وتوظيفها في الضريبة الالكترونية.

ولذا فمن أجل ذلك سعت الجزائر بتطوير البيئة التقنية لتكنولوجيا والاتصال عن طريق استخدام الانترنت في الجزائر. (بختي، 2002، صفحة 31) (مرسوم تنفيذي رقم 98-257 ، 1998)

ثم عملت على تطوير الحواسيب التي تتيح النفاذ إلى شبكة الانترنت ،وظهور العديد من المواقع الالكترونية خاصة في مجال التجارة الالكترونية مثل موقع واد كنيس وموقع ايباي ،وموقع الخطوط الجوية الجزائرية، كما ظهر الانتشار الكبير لأجهزة الموزعات الآلية للأوراق النقدية، وإصدار العديد من البنوك والمؤسسات لبطاقات بلاستيكية ممغنطة. (شنيني، 2012، صفحة 67).

فمن خلال التجارب التي عرفتها مختلف الدول الأوروبية والعربية في مجال العولمة ،وما افرزته من تجارة الكترونية ثم ادارة الكترونية المبسطة للإجراءات في كل مؤسسات الدولة ،ومنها المؤسسات الضريبية ،فنجد أن رغم توظيف الجزائر لكل هذه التكنولوجيا المتنوعة والهائلة ,ورغم المشروع الضخم "الجزائر الالكترونية 2013" المجسد من قبلها ،فان الجزائر مازالت لا تملك بنية تحتية مناسبة وناجعة تكو ن في خدمة لمؤسسات الضريبية المتواجدة فيها.

ثانيا. التحديات المواجهة لفرض الضريبة على التجارة الالكترونية وآليات مواجهتها.

ثبت أنه في ظل التطبيقات الناتجة عن ثورة الاتصالات والمعلومات والتي من بينها التجارة الالكترونية، فقد ظهر قصور كبير فيما يخص تجسيد العلاقة بين مستحدثات تقنيات المعلومات والتجارة الالكترونية وكذا الضريبة الالكترونية مما اثر ومازال يؤثر على كفاءة الأداء الضريبي، وفي هذا الصدد يمكن الوقوف على أهم التحديات المواجهة لفرض الضريبة على التجارة الالكترونية (مطلب أول) ثم يتم التعرض لمختلف آليات مواجهتها (مطلب ثاني).

1. أهم التحديات المواجهة لفرض الضريبة على التجارة الالكترونية.

رغم تزايد حجم التجارة الالكترونية العالمية، الإدارة الضريبية تواجه العديد من التحديات التي من شأنها التأثير على إمكانية الاستمرار في جباية الضرائب في عالم يتسم بمرونة انتقال كل الشركات والأفراد والأصول، لذا سوف نتناول الصعوبات المتعلقة بتحديد هوية المكلفين بالضريبة (فرع أول) ثم الصعوبات المتعلقة بتحديد من الدولة صاحبة الحق في فرض الضريبة (فرع ثاني)، مشكلة الازدواج الضريبي واستخدام النقود الالكترونية (فرع ثالث) أما (الفرع الرابع) كان حول صعوبة إثبات التعاملات والعقود الالكترونية.

أ. الصعوبات المتعلقة بتحديد هوية المكلفين بالضريبة.

يواجه دول العالم تحدي متمثل في عدم وجود آليات محددة لإخضاع هذه التجارة للقواعد الجبائية نظرا لصعوبة تحديد هوية أطرافها، ولذا قد يستغل هؤلاء هذه العملية لأغراض التهرب الضريبي وعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية. اضافة لذلك تعد المنتجات الرقمية(كالبرامج التطبيقية المالية او التعليمية وبعض التسجيلات الصوتية يمكن اقتنائها عبر الانترنت ،مما يشكل صعوبة عند تطبيق الضريبة عليها.

كما أنه بإمكان الزبائن التجول في المتاجر الافتراضية ويطلبوا خدمات معينة، كالاستفسار عن أسعار المنتجات وتحديد طريق الشحن والدفع، وبيان التكلفة الإجمالية، مما يؤدي إلى طرح إشكال للمنشأة الافتراضية (عزوز، 2014، الصفحات 69-70)، التي يطرح عليها التساؤل حول مدى الاعتماد عليها كأساس للإسناد الجبائي؟ ولذا إن فرض هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع وتعاونا وتنسيقا إقليميا ودوليا. (السهلي، 2011، صفحة 42)

ب. الصعوبات المتعلقة بتحديد من الدولة صاحبة الحق في فرض الضريبة.

يجتمع هذا المبدأ مع الممارسة التقليدية للضريبة في المبيعات (سلع خدمات)، ويتحمل عبئها المشتري (أي المستهلك) ،أما البائع فيقوم بتحميلها، أما عن الدولة صاحبة الحق في فرض الضريبة هي دولة مقصد تلك المبيعات, ولقد دعا رأي فقهي (Mchure, 1997, pp. 731-749)بتطبيق هذا المبدأ في سنة 1997 على فرض الضريبة على التجارة الالكترونية مستندة على مكان استهلاك السلع والخدمات بواسطة التسجيل المستند إلى هدف الوصول من قبل البائعين.

وفي ذات الصدد لقد استقر العرف التشريعي في معظم الدول على خضوع الكيانات الأجنبية والمقيمة خارج دولة ما لمعدلات الضريبة المفروضة على التعاملات داخل الدولة، تماشيا ومبدأ الإقليمية مما دفع المؤسسات تجنب ذلك بواسطة التواجد التجاري على الانترنت (كشكول، 2012، الصفحات 461-479) ، وشرط التفرقة بين السلع المادية التي لا تثير مشاكل لكونها تتعدى الحدود الدولية إلا بعد فرض الضريبة عليها، والسلع الرقمية التي تتعدى حدود الدولة دون تسجيلها أو تدقيقها، وبالتالي من هي الدولة ذات السيادة في فرض الضريبة عليها؟ قد تكون دولة المقصد أو المنشأ.

ج. مشكلة الازدواج الضريبي واستخدام النقود الالكترونية.

قد يحصل هناك ازدواج ضريبي محلي على الممول أو على نفس السلع خلال نفس المدة داخل إقليم جغرافي واحد، وقد يحدث أن يحصل ازدواج ضريبي لعدة دول على الممول أو السلع خلال مدّة واحدة ،وهذا ما يجعل كل دولة تحد من ظاهرة التهرب الضريبي بواسطة التجارة الدولية، وهذا الإجراء خفض من حجم التجارة الالكترونية. (حراق، 2011، صفحة 6)

وبالنسبة للنقود الالكترونية هناك من يرى(تانزي، العولمة والنمل الأبيض الذي ينخر في بنية الضرائب، 2001، صفحة 35)أن النقود الالكترونية سوف تزيد من الصعوبات التي تواجهها الإدارة الضريبية، كون المدفوعات الالكترونية تنفذ دون

تسجيل محاسبي، وتمنح مجالا واسعا للتهرب الضريبي، ومنه فان العمليات التي تتم تسويتها عن طريق النقود لا تترك آثار محاسبية.

فنظام الدفع او التسديد الالكتروني نظام تم تطويره لمعالجة وتغيير طرق دفع الفواتير المتعلقة بالمنتجات سواء كانت سلع او خدمات ،بحيث يتم تسديد اسعارها الكترونيا ،ويتم ذلك من خلال الوسائل التالية:

- المحافظ الرقمية: هي عبارة عن برامج خاصة تحتوي على بطاقات الائتمان والنقد الالكتروني وكذا بطاقة تعريف المالك ،بحيث تجهز هذه المحافظ كل المعلومات والبيانات المتعلقة بالمالك بشكل اتوماتيكي من خلال المعاملات الالكترونية.

- بطاقات الائتمان الرقمية: هي وسائل تؤمن الدفع الالكتروني وذات حماية للمعلومات المنقولة بين المستخدمين ومواقع البيع والشراء او كذلك البنوك المتعامل معها.

د. صعوبة إثبات التعاملات والعقود الالكترونية وصعوبة تحديد الفحص الضريبي.

إن مسألة غياب الإطار التشريعي للتعاملات الالكترونية يطرح مشاكل مرتبطة بطرق الإثبات وكذا مسك المحاسبة من العمليات الورقية (فواتير ومستندات محاسبية) التي تسمح للإدارة الجبائية بتعقب أراء هذه العمليات إلى عمليات افتراضية، وأن معظم القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية تشترط إثبات التعاملات كتابة وذلك لأسباب مختلفة، فقد تشترط الكتابة كشرط لصحة العقد، وبذلك يكون التعامل أو العقد باطل إن لم يتم إدراج هذا الشرط، وإذا اشترط القانون الكتابة بهدف الإثبات فان عدم تقديم الكتابة لا يضر بصحة العقد، بل له تأثير في حالة التنازع لكن نجد التشريعات الوطنية والدولية تشير للكتابة أو الوثيقة دون تحديد دقيق لهذين المصطلحين، وعليه، إن غياب الإطار التشريعي للتعامل الالكتروني يؤثر بالتأكيد سلبا على هذه التجارة الالكترونية.

كما هناك صعوبة تحديد الفحص الضريبي وتتمثل هذه الصعوبة في عدم قدرة الإدارة الضريبية على الاطلاع على نتيجة الإمكانيات التي تتوافر بالمنشأة في تغيير بياناتها أو إخفائها بالطرق الالكترونية، كما توفر التقنية التكنولوجية تنوعا جديدا من الوثائق وأدلة إثبات المثيرة لعدّة مشاكل قانونية تتعلق بمدى جواز الاعتماد على هذه المخرجات كأداة إثبات ضريبية. (عزوز، 2014، صفحة 76)

2. آليات مواجهة الصعوبات المعرقلة لفرض الضريبة الالكترونية.

إن فرض الضريبة على التجارة الالكترونية يعد أمرا قادما لا محال، وهو ما تسير باتجاهه معظم التشريعات المتعلقة بالضريبة، وهذا طبعا تأكيدا لمبدأ المساواة بين التجارة التقليدية والالكترونية، وهذا ما يستوجب إيجاد آليات لمواجهة الصعوبات المعرقلة لقيام هذه الضريبة والعمل بها في التعامل الالكتروني، فهذه الآليات تتمثل في آليات منبثقة عن منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ومجلس الاتحاد الأوروبي (فرع أول) وكذلك الآليات المختلفة المعمول بها لمعالجة الصعوبات على فرض الضريبة الالكترونية(فرع ثاني).

أ. آليات منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والاتحاد الأوروبي.

لقد نال موضوع التجارة الالكترونية ومسألة الضريبة الالكترونية اهتماما بالغا من قبل أعضاء المؤتمر الوزاري الذي تم انعقاده في عام 1998 في"أوتاوا" بكندا من قبل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وتوصلت إلى عدّة آليات نذكرها فيما يلي:

- فرض الضريبة يجب أن يكون حياديا ومتساويا بين الأساليب التجارية المختلفة التقليدية والالكترونية.

- أن المكلفين الضريبيين الخاضعين للظروف نفسها والقائمين بنفس الأعمال التجارية أن يخضعوا لنفس القدر من الضريبة.(OECD, 2001)
- كما حاول مجلس الاتحاد الأوروبي تقديم عدّة آليات لحل الصعوبات المطروحة على تطبيق الضريبة على القيمة المضافة على عمليات التجارة الالكترونية.(KABISH, 2001)
- اعتبار أي عملية تؤدي إلى وضع منتج تحت المشتري بالشكل الرقمي عبر شبكة الانترنت يجب أن يتعامل لأغراض الضريبة على القيمة المضافة على أنها عملية تقديم خدمات.(Tardesty, 2000)

ب. الآليات المختلفة المعمول بها لمعالجة الصعوبات على فرض الضريبة الالكترونية.

في ظل التزايد المستمر لحجم الأعمال الالكترونية، ظهرت العديد من الحلول لمواكبة هذا التعامل الجديد، وما قد تفرضه من ضرائب الكترونية، وهذه الحلول تكمن فيما يلي:

- **تطبيق ضريبة البيت.**

تعد ضريبة البيت احد الحلول أو الآليات المقترحة لتنظيم التعاملات التي تنطوي على الانتقال الالكتروني للبيانات، ويتم تحصيلها بواسطة كمية البيتس الرقمية التي يمكن استخدامها بعد إيجاد معدات ذات مواصفات خاصة بقياس البيانات على أساس البيتس.

وتعتبر طريقة ضريبة البيت من أفضل الآليات لفرض ضريبة على انتقال السلع والخدمات الالكترونية، بحيث يتم تحويل هذه السلع إلى كمية من البيتس وتنقل عبر الانترنت.

- **تطبيق ضريبة الاستهلاك.**

تهدف هذه الآلية إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض الضريبة على الاستهلاك والملكية، وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها، فهناك إمكانية فرض ضريبة على المستهلك ويكون من خلال الشركات التي تقدم خدمة الانترنت، أي تقوم هذه الشركات بمحاسبة عملائها على التعاملات التي يقومون بها عبر الانترنت (أي فرض ضريبة على مبيعات وتحويلها إلى الحكومة) . (عثمان و العشماوي، 2007، صفحة 603)

- **فرض ضريبة على المؤسسات المقدمة لخدمة الانترنت.**

تقوم هذه المؤسسات بإعداد محاسبة لعملائها تشمل المعاملات التي قاموا بها على الانترنت، تشمل المعاملات التي قاموا بها عبر الانترنت بحيث تم فرض ضريبة على قيمة الصفقات المبرمجة، ويتم دفعها لخزينة الدولة، أي تؤدي هذه المؤسسات دور المكلف القانوني في نظر إدارة الضرائب. (حراق، 2011، صفحة 16)

خاتمة:

إن فرض الضريبة على التجارة الالكترونية أصبح يثير اهتمام الدول والحكومات في وقتنا الحالي خاصة بعد انتشار التعامل بالسلع والخدمات الرقمية، وصحيح أن بعض التشريعات وخاصة منها العربية لم تسن نصوصا قانونية متعلقة بالتضريب الالكتروني لهذه السلع وذلك راجع لعدة تداعيات تخص كل دولة على حدى، كما أنه حتى تتحقق فعالية النظام الضريبي الالكتروني لا بد من معالجة مختلف التحديات المواجهة له.

وفيما يخص الجزائر فرغم إصدارها لقانون التجارة الالكترونية رقم 05/18 ، مازالت عاجزة عن تجسيد الضريبة الالكترونية ضمن هذا القانون بالرغم من توفير البنية التقنية والمقومات الأساسية لتطبيق الضريبة ،وذلك من خلال جعل

الإدارة الضريبية الالكترونية مستقبلا تتوفر بشكل كبير على احدث وسائل التكنولوجيا المادية والبشرية لتطبيقها، أما حاليا فمازال اعتمادها على الأساليب التقليدية في أداء خدماتها تجاه الضريبة والمكلفين بها، وفي اطار كل ذلك يمكن تقديم مجموعة من النتائج والتوصيات في سبيل تفعيل الضريبة الالكترونية عامة والجزائر خاصة.

1- نتائج الدراسة:

- عدم ملائمة النظم الضريبية التقليدية لخصوصيات التجارة الالكترونية.
- صعوبة تجسيد وتطبيق الآليات المقترحة لإخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضريبة نظرا لضعف البنية التحتية للأنترنت وفي الادارات الضريبية.
- نقص في مستوى أداء الجهاز الضريبي وكفاءة الأفراد العاملين به.
- غياب للثقة و الوعي الثقافي والعلمي للمجتمع وبعض المؤسسات بالضريبة الالكترونية وحتى لوسائل الدفع الالكتروني.
- غياب تشريعات وقوانين منظمة للضريبة الالكترونية.

2- توصيات الدراسة

- العمل على مواكبة تطورات الدول المتقدمة في المجال الضريبي الالكتروني ومحاولة تطبيقها وسد الثغرة التشريعية في النظام الضريبي خاصة في مجال قوانين التجارة الالكترونية الخاص بكل دولة ، ومنها الجزائر من اجل مواجهة تحديات التجارة الالكترونية وما ينجر عنها من مشاكل قانونية عويصة كمسألة فرض الضريبة على هذه التجارة.
- استخدام التقنيات الحديثة لرفع مستوى أداء الجهاز الضريبي ورفع كفاءة الأفراد العاملين به بتقديم برنامج متطور في مديرية الضرائب بهدف مواكبة التطورات العلمية العالمية في موضوع الضرائب الالكترونية.
- إنشاء جسر معلوماتي بين الإدارات الضريبية والبنوك لتسهيل عملية الدفع الالكتروني لمجمل الضرائب وتعزيز دور هذه البنوك بأحدث الوسائل والتقنيات لتسهيل إتمام تحصيل الضرائب وتوفير نظام امن للدفع.
- صياغة نموذج ضريبي دولي موحد والعمل به في ما يتعلق بالصفقات التجارية الالكترونية.

وإقامة شبكة معلوماتية محلية ودولية بغرض تبادل المعلومات المتعلقة بالمعاملات التجارية الالكترونية بين مختلف دول العالم.

- تصميم قواعد بيانات خاصة بالمكلفين بالأداء الضريبي و كذا المعنيين بها من اجل تحديد الوعاء الضريبي وتفعيل خدمة التخاطب المباشر إلكترونيا مع المكلفين عبر الانترنت.
- رفع مستوى الوعي بالضريبة الالكترونية بالأعلام بمختلف وسائله.

قائمة المراجع:

1. وزير الاقتصاد والمالية. (4 يناير, 2014). قرار رقم 08.14 يحدد شروط تطبيق مسطرة الإقرار الالكتروني والأداء للضريبة على الشركات، معدل ومتمم.

2. BETTELHEIM, A. (1999). faut-il ou non taxer le web. *revue : problèmes économiques, N°: 2-622* .
3. *http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=197837* . (s.d.). Récupéré sur http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=197837 .
4. *http://www.css.exwa.org.lb/ictd3233/studye-govstrategies.pdf*. (s.d.).
5. *http://www.istd.org.gov.jo/istd/arabic/egovermxent/xrices*. (s.d.).
6. *http://www.misr.com/17928*. (s.d.).
7. *http://www.misr.com/vb/shouthreadphp?t=483332*. (s.d.).
8. JOLLINNE, k., & vecchio, d. (2001/2002). should internet sales be taxed. national public accountant.
9. KABISH, V. (2001). *Taxe aspects of international électronique commerce.* Récupéré sur électronique commerce legal issues Platform: (http://www.eclip.org)
10. Mchure, c. (1997). electronic commerce, sales taxation and intergovernmental fiscal. *National Tax Journal* , 731-749.
11. OECD. (2001). *taxation and electronic commerce : implementing the Ottawa taxation frame work condition.* Récupéré sur http://www.(oecd.org)
12. *petra.gov.jo/public-news-nws-newsdetailsaxpx ?.site-id=2xlang=18*. (s.d.).
13. Tardesty, D. (2000). *Eu proposes news taxes on non sellers.* Récupéré sur (http://www.ecommerce taxes.com)
14. إبراهيم بختي. (2002). الانترنت في الجزائر31. *مجلة الباحث* (01)، صفحة 31.
15. إبراهيم كامل الشوابكة. (2007). *ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية، دراسات علوم الشريعة والقانون* (المجلد 34). عمان: الجامعة الأردنية.
16. حسين شنيني. (2012). واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من الجزائر، مصر والإمارات خلال 2000-2010، دراسة قانونية. *مجلة الباحث* (10)، صفحة 67.
17. حيدر مجيد عبود الفتلاوي. (2013). معوقات فرض الضرائب الجمركية على نشاط التجارة الالكترونية، السنة التاسعة. *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، السنة التاسعة* ، صفحة 15.
18. خالد بداح السهلي. (2011). مستوى التحديات الضريبية التي تواجه التجارة الالكترونية من جهة نظر مدراء الضرائب في دولة الكويت(رسالة ماجستير). 42. كلية الأعمال، الكويت: جامعة الشرق الأوسط.
19. سيد عبد العزيز عثمان، و شكري العشماوي. (2007). *اقتصاد الضرائب: سياسات نظم-قضايا*. الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
20. عبد سيهاد كشكول. (2012). أثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب68. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، (68)، الصفحات 461-479.
21. عصام عبد الفتاح مطر. (2009). *التعليم الالكتروني*. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
22. علي عزوز. (2014). آليات ومتطلبات التنسيق الضريبي العربي، « الواقع والتحديات»، (أطروحة دكتوراه). 69-70. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الشلف: جامعة حسيبة بن بوعلي.

23. فيتو تانزي. (2001). العولمة والنمل الأبيض الذي ينخر في بنية الضرائب. *38* (01)، صفحة 35.
24. فيتو تانزي، و هامل زي. (2001). البلدان النامية والسياسة الضريبية سلسلة قضايا اقتصادية. 16. واشنطن.
25. قانون رقم 18-05. (16 مايو, 2018). مؤرخ في 10 مايو2018 متعلق بالتجارة الالكترونية الجزائرية، ج ر عدد 28 .
26. قبس حسن عواد. (2010). مشكلات فرض وتحصيل الضرائب في عقود التجارة الالكترونية. *مجلة الرافدين للحقوق* ، *12* (43)، صفحة 221.
27. مرسوم تنفيذي رقم 98-257 . (25 أوت, 1998). صادر بتاريخ 25 أوت 1998 معدل ومتمم بمرسوم تنفيذي رقم 307-2000 بتاريخ 14 أكتوبر 2000.
28. مصباح حراق. (2011). المعالجة الجبائية للتجارة الالكترونية. *الملتقي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر تجارب بعض الدول* ، 6. الجزائر: المركز الجامعي خميس مليانة.
29. منظمة التجارة العالمية. (بلا تاريخ). *اتفاقية الجات*. تاريخ الاسترداد 22 ماي, 2020، من http://www-oecd.org/dal/treaties/mtcarticles/pdf
30. منظمة التجارة العالمية. (بلا تاريخ). *منشور اتفاقية الجات*. تم الاسترداد من http :www.wto.org/treaties/htm
31. وزير الاقتصاد والمالية. (24 ماي, 2013). قرار رقم 1665.13 يحدد شروط تطبيق مسطرة الإقرار الالكتروني والأداء الالكتروني، معدل ومتمم.
32. وزير الاقتصاد والمالية. (13 مارس, 2014). قرار رقم 696.14 يحدد شروط تطبيق مسطرة الإقرار الالكتروني والاداء الالكتروني للضريبة على الدخل.
33. يوسف حسن يوسف. (2011). *التجارة الالكترونية وأبعادها الدولية* (الإصدار 1). الاسكندرية: المركز القومي للإصدارات القانونية.

اشكالية الاخضاع الضريبي لصفقات التجارة الالكترونية-الصعوبات والحلول-

Problematic of tax subjugation for e-commerce transactions-difficulties and solutions-



د.فاتح أحمية[1]،

Fateh Ahmia[1],

جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل- (الجزائر)؛ مخبر اقتصاد المنظمات والتنمية المستدامة ؛

؛ fateh.ahmia@univ-jijel.dz

الملخص:

تعتبر التجارة الالكترونية إحدى النظم الحديثة في إتمام وتنفيذ المعاملات والصفقات التجارية عبر شبكة الأنترنت، وبالتالي فإن مشاكل ضرائب ورسوم التجارة الالكترونية تشكل أحد التحديات أمام الفكر الضريبي. واهتمت هذه الورقة بتسليط الضوء على التساؤلات التي تدور حول المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية. وقد خلصت الدراسة إلى ضرورة اخضاع نشاط التجارة الالكترونية للضرائب والرسوم لتحقيق مبدأ العدالة والمساواة بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية، بالرغم من الصعوبات القانونية والفنية التي تواجهها النظم الضريبية.

كلمات مفتاحية: التجارة الالكترونية ، الانترنت، الدفع الالكتروني ، النظام الضريبي، الاخضاع الضريبي.

تصنيفات JEL : L86، L81،D80

Abstract:

Electronic commerce is one of the modern systems of completion and execution of operations and transactions by Internet, and therefore the problems of taxes and duties of electronic commerce are one of the challenges of tax thought.

This paper focuses on highlighting issues related to the tax treatment of transactions made through electronic commerce. the study concluded that the need to subject the activity of electronic commerce to taxes for the implementation of the principle of justice and equality between electronic commerce and traditional commerce. Despite the tax systems are face legal and technical difficulties.

Keywords: *e-commerce, Internet, e-payment; tax system, Tax subjection.*

JEL Classification Codes : D80, L81 , L86

تمهيد

تعد التجارة الإلكترونية سمة بارزة من سمات الاقتصاد الرقمي المتنامي، ومن أهم التطبيقات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السنوات الأخيرة. إذ شهد العالم اهتمامًا متزايدًا بالتجارة الإلكترونية Electronic Commerce كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث لعبت الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالإنترنت وما زالت تلعب دورًا رئيسًا ومهمًا كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر. فقد حصل تحول كبير من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعًا ملموسًا في ظل البيئة الحالية .ويسعى كثير من الدول إلى تعظيم دور التجارة الإلكترونية خصوصًا في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة التي حدثت مؤخرا، التي فرضها الوباء العالمي المتمثل في جائحة كورونا، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرًا لاستجابتها لرغبات المستهلكين والمنتجين في ظل ظروف الحجر، حيث يتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في جميع أنحاء العالم.

إن التنامي الكبير لظاهرة التجارة الالكترونية تضع البلدان خصوصا النامية منها أمام تحد كبير، ومن بين التحديات التي تطرحها التجارة الالكترونية بحدة إشكال فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية في سوق افتراضي وعالمي لا يعترف بالحدود التي تفصل بلدان العالم. لقد أدى الاستخدام التجاري للشبكات إلى خلق مشاكل جديدة للإدارة والأنظمة الضريبية ورهانات وتحديات فريدة من نوعها. فوسائل الاتصال الحديثة قلبت القواعد الناظمة للجباية رأسا على عقب فيما يخص مجال تحديد الوعاء الضريبي، وكذا صعوبة تعيين المكلفين بالضريبة، والتعرف على مختلف المعاملات التجارية الناشئة في عالم التجارة الالكترونية.

اشكالية البحث

وللوقوف على هذه الظاهرة وتحليلها فإننا نطرح الاشكالية التالية:

ماهي الصعوبات القانونية والفنية لإخضاع نشاط التجارة الالكترونية للضريبة؟ وآليات ضبطها.

للإجابة على هذا التساؤل لابد من الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما هي التجارة الالكترونية؟ وما أشكالها؟

- ما هي مختلف الآراء المطروحة التي تناقش قضية اخضاع معاملات التجارة الالكترونية؟

- ماهي المشكلات التي تطرحها عملية اخضاع نشاط التجارة الالكترونية للضريبة ؟ وما الحلول المقترحة؟

- ما هو واقع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر؟

فرضيات البحث

1. يشير تعبير التجارة الالكترونية إلى استخدام شبكة الأنترنت لتسهيل التعاملات التجارية بما فيها انتاج وبيع وتوزيع السلع والخدمات سواء الرقمية أو غير الرقمية.
2. تختلف الآراء حول فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية بين مؤيد ومعارض.
3. هناك صعوبات قانونية وفنية تواجه فرض الضريبة على التجارة الالكترونية.
4. في ظل التزايد المستمر لحجم الأعمال الالكترونية، شرعت العديد من الدول في اقتراح حلول ضريبية لهذا النوع من التعاملات.
5. هناك ضعف في حجم صفقات التجارة الالكترونية في الجزائر بالنظر إلى حجمها في العالم.

أهمية البحث

نظرا لاتساع مجال التجارة الإلكترونية ومعاملات البيع والشراء المتداولة على الشبكة العالمية، وما نتج عن ذلك من تنوع وتوسع في الإيرادات المحققة عبر هذه المعاملات التجارية التي تحدث في فضاء مفتوح بعيدا عن أعين الإدارة الضريبية، على اعتبار أنها شكل جديد من أشكال النشاط الاقتصادي، فقد أثارت العديد من الإشكالات من قبل الباحثين على طاولة الحوار الدولي، فبعضهم يرى بضرورة إخضاع التجارة الالكترونية للضرائب، والبعض الآخر يطالب بالإعفاء الضريبي ويعتبره أساسا لنمو التجارة الالكترونية.

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى ما يلي:

- التعرف على التجارة الإلكترونية، التي تحتل بين قطاعات الأعمال الاقتصادية الحجم الأكبر من بين التعاملات الإلكترونية الكلية حيث وصلت نسبتها إلى حوالي80%، وإعطاء صورة عن خصائصها وسماتها.

- التعرف على الاتجاهات الحديثة المعتمدة في الاخضاع الضريبي لنشاط التجارة الالكترونية وامكانية الاستفادة منها، وتكييف النظم الضريبية الحالية بما يتلاءم مع المستجدات الالكترونية الحديثة وسد الثغرات في النظم الضريبية التقليدية.

- استعراض واقع واستخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر.

منهجية الدراسة

لتحقيق الأهداف المنشودة من هذه الدراسة والوصول إلى إثبات فرضيات البحث أو نفيها، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام بإلقاء الضوء على الجوانب النظرية الفكرية لموضوع التجارة الإلكترونية كثورة تقنية جديدة. بعدها اعتمد الباحث على استقراء وتحليل بعض التجارب الدولية ومحاولة التوصل إلى إطار مناسب للتعديلات الواجب إجراؤها على النظم الضريبية كي تنسجم ومتطلبات التجارة الإلكترونية.

خطة البحث؛

حتى يمكن للبحث أن يكتسب منهجية سليمة وجدنا من المناسب تضمين الدراسة المحاور الآتية:

أولا: ماهية التجارة الالكترونية

ثانيا: الصعوبات القانونية والفنية لإخضاع التجارة الالكترونية

ثالثا: التجارة الالكترونية بين الرفض والخضوع للضريبة

رابعا: الحلول المقترحة لإخضاع التجارة الالكترونية

خامسا: واقع واستخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر

الدراسات السابقة

من بين أهم الدراسات السابقة والتي تطرقت لهذا الموضوع نجد:

- قام السيد قبس حسن عواد (2010م) بوضع دراسة حول مشكلات فرض وتحصيل الضرائب في عقود التجارة الالكترونية وهي مقال علمي منشور بمجلة الرافدين للحقوق ،جامعة الموصل العراق، وكان الهدف منها البحث في التعامل القانوني الضريبي للإيرادات الناجمة من دخل عقود التجارة الإلكترونية، من خلال تحديد الاتجاهات القانونية

الداخلية والدولية وكيف تعاملت مع هذا الدخل ضريبيا، ولقد ركّز في الدراسة على التشريع الضريبي العراقي، وفي النهاية خلصت الدراسة إلى أنه لا يوجد مبدأ ضريبي واضح يمكن الأخذ به وتطبيقه في نطاق التجارة الالكترونية.

- دراسة خالد بداح السهلي(2011) مذكرة ماجستير بعنوان مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية من وجهة نظر مديري و فاحصي الضرائب في دولة الكويت، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في دائرة الضريبة الكويتية من وجهة نظر مدراء و مقدري الضرائب، حيث قام الباحث بجمع البيانات من خلال الدراسة الميدانية و باستخدام استبانة خطية و تحليلها استخدام البرنامج الإحصائي(SPSS)، وخلصت الدراسة إلى ضرورة العمل على إيجاد حلول للمشاكل المحاسبية و الإدارية و السلوكية، و المشكلات العائدة إلى طبيعة التجارة الإلكترونية التي يواجهها النظام الضريبي الكويتي الحالي. و ضرورة العمل على إيجاد جو من الثقة بين فاحصي مؤسسة الضرائب و المكلفين في التجارة الإلكترونية.
- صراع كريمة (2014) ، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر ، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية علوم التسيير والعلوم التجارية ، جامعة وهران ، هدفت الدراسة إلى معرفة واقع استخدام الاقتصاد الجزائري للتجارة الالكترونية ، وماهي الخطط المعتمدة لتبني هذا النمط من التجارة ، وخلصت الدراسة إلى أن استعمال التجارة الالكترونية في الجزائر مازال ضعيفا مقارنة بدول الجوار تونس والمغرب ، وجد ضعيفة مقارنة بدول العالم رغم التطور الذي عرفته الأنترنت في الجزائر ، وهذا راجع لمجموعة من العوائق.
- دراسة الباحث عزوز علي(2015) والتي جاءت بعنوان جباية المعاملات الالكترونية المشاكل والحلول هي مقال علمي منشور بمجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال بجامعة الشلف، حيث تطرق الباحث إلى تحديات فرض الضريبة على المعاملات الإلكترونية من خلال دراسة الصعوبات التي تواجهها النظم الضريبية والجمركية . وتوصل الباحث إلى ضرورة الرفع من كفاءة أداء الإدارة الضريبية والجمركية. و لكن لم تكتمل الصورة حول واقع التجارة الالكترونية في الجزائر بالنظر إلى التطورات التي عرفتها.

أولا. ماهية التجارة الالكترونية:

1. مفهوم التجارة الالكترونية

تمثل التجارة الالكترونية أحد مجالات استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة، والتي ظهرت مفاهيمها وتطورت سبل دراستها والبحث فيها وتقييمها خلال السنوات القليلة الماضية. لاسيما لو أخذنا في الاعتبار تعدد أنواع التقنيات المستخدمة في هذا النوع من التجارة والطبيعة الحديثة للتجارة الإلكترونية، وهذا ما جعل العديد من الهيئات الدولية المعنية، وغالبية المشرعين في العالم وفقهاء القانون يترصدون لموضوع هذه التجارة ويفردون لها العديد من التعريفات، وبالتالي تعد مسألة إيراد تعريف مانع جامع لمصطلح التجارة الإلكترونية، أمرا معقدا لا بسبب قلة من وضع مثل هذه التعريفات، بل على العكس تماما لكثرتها وتباينها بحكم اختلاف زاوية النظر إليها. وفيما يلي سوف نستعرض بعض هذه التعريفات.

أ. تعريف المنظمات الدولية: لقد وردت تعريفات عديدة للتجارة الإلكترونية في المواثيق الدولية والقوانين المقارنة، فضلاً عن تعريفات تناولها الفقه القانوني.

تعريف منظمة الأمم المتحدة(UN):اهتمت منظمة الأمم المتحدة بموضوع التجارة الالكترونية من خلال لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي(unictral)عند وضعها للقانون النموذجي للتجارة الالكترونية في السادس عشر من ديسمبر 1996، وفيه تم تحديد الأنشطة والممارسات التي ينطبق عليها هذا القانون تحديدا موسعا، بحيث شمل جميع العلاقات ذات الطابع التجاري سواء أكانت تعاقدية أو لم تكن وتشمل والمعاملات التالية على سبيل المثال لا للحصر: المعاملة التجارية لتوريد أو تبادل السلع أو الخدمات، اتفاق التوزيع، التمثيل التجاري أو الوكالة التجارية، الوكالة بالعمولة، الكراء، أعمال التشييد الخدمات الاستشارية الأعمال الهندسية، منح التراخيص، الاستثمار، التمويل، الأعمال المصرفية، التأمين اتفاق أو امتياز الاستغلال والمشاريع المشتركة وغيرها من أشكال التعاون الصناعي ونقل البضائع أو الركاب جوا أو بحرا أو بالسكك الحديدية أو بالطرق البرية. (منظمة الأمم المتحدة)

تعريف منظمة التجارة العالمية (OMC): وهو التعريف الذي تأخذ به ويعتبر أوسع من التعريف السابق ووفقا له تعرف التجارة الإلكترونية بأنها: العملية التي تشتمل على مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية من توزيع وتسويق وبيع وتسليم البضائع والخدمات بوسائل إلكترونية. (L'organisation mondiale du commerce)

ووفقا لهذا التعريف فإن المراحل التي يتم من خلالها انجاز المعاملات التجارية الالكترونية تشمل:

- الاعلان عن السلع والخدمات من خلال عرضها على المتاجر الافتراضية والمواقع على شبكات المعلومات الدولية.
- التفاوض وتبادل المعلومات فيما بين العارض والمشتري عبر شبكات المعلومات الدولية ومن ثم تقديم طلبات الشراء من قبل المشتري.
- اتمام عملية البيع وابرام العقد والذي يعرف "العقد الالكتروني" من خلال شبكة المعلومات الدولية.
- سداد القيمة المالية المترتبة من خلال إحدى وسائل الدفع الالكترونية.
- تسليم السلعة أو الخدمة إما من خلال الشبكة "على الخط" إن كانت قابلة للتحويل للشكل الرقمي أو عمن طريق التسليم التقليدي "خراج الخط" إن كانت غير قابلة للتحويل للشكل الرقمي.

تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE): تشير إلى أن التجارة الالكترونية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة، بالإضافة إلى شمول الأثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونيا ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية. (الخالق، 2006، صفحة 34)

وهذا المفهوم لا يحصر مهمة التجارة الالكترونية في عمليات انتاج وبيع السلع بل تتعداها لتشمل أي معلومة أو خدمة يتم تبادلها بين الشركات أو الشركات والأفراد من خلال شبكة المعلومات الدولية أو غيرها من وسائل الاتصال ابتداء من معلومات ما قبل الشراء وانتهاء بالخدمات المقدمة بعد اتمام العملية. (الشويرف، 2013، صفحة 48)

تعريف المشرع الجزائري للتجارة الالكترونية: عرف القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية نشاطات التجارة الالكترونية كما يلي:" النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية. (الجريدة الرسمية، العدد 28)

ب. تعريف الكتاب والباحثين: نورد مجموعة تعريفات بحسب وجهة نظر بعض الكتاب والباحثين.

- التجارة الالكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة اجمالية أو بصفة جزئية، عن طريق شبكة الانترنت، تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا، وساء تم التسديد إلكترونيا، بصك ورقي، نقدا عند التسليم، أو بطريقة أخرى. (بختي، 2005، صفحة 42)
- هي التي يتم بموجبها تبادل السلع والخدمات عن طريق إبرام معظم الصفقات أو كلها من خلال وسائل إلكترونية عبر شبكة الأنترنت، أي أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات باستخدام الوسائل الإلكترونية. (حماد، 2003، صفحة 07)
- هي استخدام شبكات الحاسب الالكتروني لتسهيل المعاملات التجارية المتضمنة تداول المنتجات من السلع والخدمات وتوزيع البضائع، وهذه السلع والخدمات تتضمن منتجات مادية (غير رقمية) أو رقمية تتضمن نصوصا وأصواتا، صورا وأفلاماً يمكن أن تفسر كسلسلة من الأرقام المنفردة أو الأصفار، ولذا فهي تخلق فرصا مماثلة للمعاملات التجارية المتضمنة المنتجات الرقمية و غير الرقمية من خلال تداول الأعمال التجارية فيما بينها. (مطر، 2008، صفحة 18)
- عرف فرانسيس لورنتز francis lorentz التجارة الالكترونية في تقريره المعد لوزارة الاقتصاد والمالية والصناعة الفرنسية سنة 1998 بأنها:" مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد، وبين المشروعات والإدارة." (lorentz, 1998)
- وحسب روجيه كلارك Roger Clarke: "التجارة الالكترونية تعني القيام بالأعمال التجارية التي تتعلق بالسلع والخدمات بمساعدة وسائط الاتصالات". (Clarke)

مما سبق يمكننا أن نستخلص أن التجارة الالكترونية هي الشكل المتطور للتجارة ، وتشمل كل الأنشطة التجارية من إبرام الصفقات والعقود إلى البيع والتوزيع وتسليم البضائع والخدمات والتي تتم بين المتعاملين الاقتصاديين سواء أفراد أو شركات أو حكومات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال شبكة الانترنت.

2. **خصائص التجارة الالكترونية** : ومن أبرز هذه الخصائص المميزة للتجارة الالكترونية مايلي: (العيسوي، 2003، الصفحات 31-34)

أ. **الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الالكترونية:** فالتجارة الالكترونية، أو بالأحرى الوسائط الالكترونية التي تجري من خلالها أنشطة التجارة الالكترونية لا سيما الانترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، ومن ثم فإن أي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا يحتاج إلى التوجه إلى منطقة جغرافية بعينها. فإنشاء موقع تجاري على الانترنت يزود الشركة صاحبة الموقع، حتى ولو كانت شركة صغيرة، بإمكانية الوصول إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله. من جهة أخرى يمكن إدارة المعاملات التجارية بكفاءة لأي شركة من خلال موقعها على الانترنت من أي موقع جغرافي، وهذه السمة لها تبعات مختلفة خاصة في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط مثل صعوبة فرض الضرائب الجمركية عليها.

ب. **الطابع المتداخل لتخصصات التجارة الالكترونية:** فالشركات كبيرها وصغيرها على السواء تجد أن الفواصل التقليدية بين القطاعات والتي تأسست أصلا على الفوارق في المظاهر المادية للسلع والخدمات وكذلك على الفوارق في الوسائل المادية لتوزيعها أصبحت أقل حدة أو أقل وضوحا. وهذا أمر واضح في السلع والخدمات التي يمكن توصيلها للمستهلك بالطرق التقليدية كما يمكن توصيلها على الخط مباشرة، مثل الموسيقى وأفلام الفيديو والأقراص المدمجة التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو معلومات أو إحصاءات وغير ذلك. هذه الخاصية تولد ضغوطا تنافسية شديدة، وتحفز الشركات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة ضيق المسافة مثلا بين ما كان يعتبر سلعة وما كان يعتبر خدمة، كما أنه يثير صعوبات في مسألة تحديد هوية المنتج عند فرض الضرائب.

ج. **غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الالكترونية:** حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونيا (في حالة السلع القابلة للترقيم) دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق.

هنا تثور مشكلات جديدة في إثبات التعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والالتزامات، واثبات صحة التوقيعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، ومن هنا شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الالكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات الالكترونية والعقود الالكترونية والتوقيعات الالكترونية والوفاء بالنقود الالكترونية.

د. **التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين أو دون التيقن منها مع احتمال تعرض معلومات العملاء للإفشاء أو إساءة الاستخدام عند تقديمها:**

فمن الممكن أن تجرى عملية تجارية على الانترنت بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يرى أي منهما الآخر، وقد لا يملك أي منهما معلومات كافية عن الآخر، بما في ذلك موطنه أو المكان الذي يجري منه الاتصال، كذلك قد يقدم طرف آخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائما طريقة ميسورة للاستيثاق من هذه المعلومات، ومن ذلك التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة، أو الوعد بتقديم ضمانات أو خدمات ما بعد البيع دون ضمان حقيقي بأن يلتزم البائع بذلك، أو إعارة صفة "بنك" وتجميع الأموال تحت إغراء الوعد بعائد كبير، ودون وجود وسائل سهلة أو غير مكلفة يمكن أن يلجأ إليها المشتري للحصول على حقه. وفي الحالات التي يقدم فيها طرف معلومات عن نفسه للطرف الآخر، قد تتعرض هذه المعلومات للإفشاء أو إساءة الاستخدام دون أن يملك صاحبها فرصة للسيطرة على استخداماتها أو مقاضاة من يسيء استخدامها، وهو ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات وهناك اجتهادات كثيرة في هذا الشأن تعتمد على الأساس على التكنولوجيا الرفيعة من أجل الحفاظ على الخصوصية وتوفير الأمان والموثوقية والنزاهة في التعاملات التجارية عبر الانترنت.

هـ. **سرعة تغيير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد:** فكما سبقت الإشارة، ثمة تغيرات متسارعة في نوعية الأنشطة التي تدرج تحت مفهوم التجارة الالكترونية وثمة احتمالات كبيرة لاتساع نطاق هذه التجارة. ومن جهة أخرى، فإن ارتباط التجارة الالكترونية بوسائط الاتصال الالكتروني بصفة خاصة ومجالات الاتصال والمعلومات بصفة عامة وهي جميعا تتعرض لتغيرات تكنولوجية متسارعة، يجعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الالكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع.

3. **أنواع التجارة الالكترونية:** يمكن توضيح أنواع التجارة الالكترونية باستعمال المصفوفة التي استعملها كوبل (Coppel) وذلك في الشكل (01):

شكل رقم (01): تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات

	حكومة	شركة	مستهلك
حكومة	حكومة لحكومة G2B	حكومة لشركة G2B	حكومة لمستهلك G2C
شركة	شركة لحكومة B2G	شركة لشركة B2B	شركة لمستهلك B2C
مستهلك	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لمستهلك C2C

المصدر: **Coppel J. " E-commerce : Impacts of policy challenges. OECD. E-commerce, DepWorking . Paper N°25.2000.**

وطبقا لهذه المصفوفة، هناك تسعة أنواع من تطبيقات الانترنت على الأنشطة التجارية وعلى أنشطة تبادل المعلومات وهي: (العيسوي، 2003، الصفحات 14-17)

أ- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض (G2G) Government -to- Government، ويمكن أن تشمل هذه التعاملات تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية، ولكنها يمكن أن تشمل أعمالا ذات طابع تجاري كأن تؤجر هيئة الأوقاف أراض أو شقق لوزارة أخرى من وزارات الدولة.

ب- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والشركات (G2B) Government -to- Business،حيث تستخدم الحكومة الانترنت في إرسال المعلومات إلى الشركات واستقبالها، كالمعلومات الخاصة بالضرائب والجمارك والأوضاع النقدية وما إليها.

ج- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين (G2C) Government-to-Consumer، وذلك لتبادل المعلومات الخاصة بحماية المستهلك مثلا، أو لتقديم خدمات تعليمية أو ثقافية من الحكومة إلى المستهلكين أو لبيع الإحصاءات للباحثين، وللإعلان عن الوظائف.

د- التعاملات فيما بين الشركات والأجهزة الحكومية Business-to-Government (B2G)، مثلا عندما تطلب الشركات من الأجهزة الحكومية معلومات عن شروط الترخيص بإقامة مشروعات في مناطق معينة، أو عندما تقدم الشركات عروضها في المناقصات الحكومية.

هـ- التعاملات فيما بين الشركات بعضها وبعض Business-to- Business (B2B)، مثلا عن طريق قيام شركة ما باستخدام الشبكة للحصول على طلبياتها من الموردين واستلام الفواتير وتسويتها، ويعتبر هذا النوع من التجارة الالكترونية من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات خلت، خصوصا تلك التي تستخدم التبادل الالكتروني للبيانات من خلال الشبكات الخاصة أو شبكات القيمة المضافة (Value aded net works) وتبلغ حجم التجارة الالكترونية بين الشركات حوالي 85% من حجم التجارة الالكترونية الإجمالية. (العلاق، 2003، صفحة 153)

و- التعاملات فيما بين الشركات والمستهلكين Business-to-Consumer (B2C) فهي تتساوى مع التجارة الالكترونية بالتجزئة (Electronic retailing)، حيث شهد هذا النوع من التجارة الالكترونية نموا واتساعا متسارعين منذ ظهور الوب (www)، وتوجد اليوم عبر الانترنت المئات من مراكز التسويق التي تعرض كافة أنواع السلع بدءا بقالب الغاتو (Cake) وليس انتهاء بسيارة ألبورش الفارهة، كما أن هذا النوع من التجارة الالكترونية يشير وبشكل غير دقيق إلى أحد الأمور التالية:

- الشراء بواسطة بيع بالمزاد العلني عبر الانترنت؛
- التسويق في مخزن على الوب (Web) ؛
- زيارة موقع موجود على الوب فقط؛
- تحديد مكان وجود شيء ما لشرائه من خلال مجموعة الأخبار(Use net Group)؛
- اختيار الشراء نتيجة لإعلان وصل إلى المستهلك بواسطة البريد الالكتروني؛
- البحث عن شيء، عبر الانترنت ثم طلبه بواسطة البريد الالكتروني أو بواسطة الهاتف.

وحجم التجارة الالكترونية بين الشركات والمستهلك لا يتجاوز15%من حجم التجارة الإجمالي وتلقى اهتمام 95% من تغطية وسائل الإعلام المختلفة لموضوع التجارة الالكترونية. (العلاق، 2003، صفحة 154)

ز- التعاملات من المستهلك إلى الحكومة Consumer -to- Government (C2G)، مثل قيام الأفراد بسداد الضرائب أو رسوم تجديد رخص السيارات للحكومة عن طريق الانترنت، والتقدم لشغل الوظائف المعلن عنها في مواقع الحكومة وغيرها من المواقع على الانترنت.

ح- التعاملات فيما بين المستهلكين والشركات Consumer -to- Business (C2B) ، كالبحث عن أفضل المنتجات والمقارنة بين أسعار منتجات المختلفة من خلال تصفح مواقع هذه الشركات، أو مواقع الأسواق الحكمية أو الافتراضية أو الظاهرية على الانترنت وكذلك بالدخول في مزادات على "الخط مباشرة".

ط- التعاملات فيما بين المستهلكين أنفسهم Consumer -to-Consumer (C2C)، ومن الأمثلة الشهيرة على ذلك إنشاء شركة E Bay.com مواقع يمكن للمستهلكين من خلالها تبادل عدد ضخم من السلع والخدمات فيما بينهم مباشرة، أي دون أي تدخل من الوسطاء.

إذن هناك نوعيات متعددة من الأنشطة التجارية وأنشطة تبادل المعلومات التي يمكن ممارستها عن طريق الانترنت، بالرغم من أنه قد يصعب إصباغ الصفة التجارية على بعض المعاملات مثلا سداد الضرائب من جانب الأفراد للحكومة، ومثل التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والتي يمكن إدراجها ضمن مفهوم الحكومة الالكترونية، إذ أن أهمية الإطار المقدم في شكل رقم(01) تكمن في أنه يشير إلى إمكانات واحتمالات واسعة لشمول التجارة الالكترونية أنشطة وممارسات كثيرة ومتزايدة عبر الزمن.

ثانيا. الصعوبات القانونية والفنية لإخضاع نشاط التجارة الالكترونية:

كما اسلفنا سابقا، تشمل التجارة الإلكترونية:

- شراء المنتجات المادية عبر الإنترنت؛
- شراء المنتجات والخدمات الرقمية وتسليمها عبر الإنترنت، مثل تدفق الفيديو؛
- شراء الخدمات عبر الإنترنت، مثل الإقامة المشتركة (المعروفة أيضًا باسم "الإقامة قصيرة المدى") ومشاركة السيارات

لا شك أن تبادل السلع والخدمات سواء تلك المادية أو الرقمية من خلال الوسائل الالكترونية داخل المجال الاقليمي السيادي للدولة، يخول لها القانون فرض الضريبة على الإيرادات الناتجة عن النشاط التجاري الالكتروني. ومع تزايد حجم التجارة الالكترونية العالمية، فإن الإدارة الضريبية تواجه العديد من الصعوبات التي من شأنها التأثير على امكانية الاستمرار في جباية الضرائب في عالم يتسم بمرونة انتقال كل من الشركات والأفراد والأصول ومن بين هذه الصعوبات نجد:

1. صعوبة تحديد هوية المكلفين ونشاطهم

يمثل التحدي الأول للنظم الضريبية في البعد المكاني للضريبة أو ما يعرف اصطلاحا في التشريع الضريبي بإقليمية الضريبة. تطبق كافة القوانين الضريبية على الأفراد الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون نشاطهم داخل حدود البلد على الأغلب بمعنى أخر إن التواجد المكاني للأفراد هو الأساس لفرض الضريبة، من خلال المعلومات التي بحوزتها من اسم المكلف محل اقامته، عنوان منشأته، والبيانات الأساسية عن حجم تعاملاته هذا ما يمكن الإدارة الضريبية من مراقبة المادة الخاضعة للضريبة وتقديرها وتحصيلها، بينما في التعاملات الالكترونية المكلف لا ينتمي لأي مكان محدد وهو ما يعني غياب مبدأ الإقليمية الذي يخول للدولة فرض الضرائب بما لها من سيادة على إقليمها. (مرازقة، 2005)

2. صعوبة تحديد الدولة صاحبة الحق في فرض الضريبة (الاختصاص الضريبي)

إذا كان مبدأ السيادة الضريبية يستند إلى مبدأ الإقامة أو مصدر الإيراد لتحديد الفئات الخاضعة للضريبة، أي العلاقة القانونية والسياسية بين الشخص والدولة مستخدما في ذلك الجنسية كمحدد لمفهوم الإقامة، ولذا تفرض الدول الضرائب على الأفراد الحاملين لجنسياتها بغض النظر عن مكان تواجدهم، ومنها ما يقوم على مفهوم إقامة الشخص في اقليم الدولة وبصفة دائمة يعطي الحق للدولة في فرض الضريبة.

إن هذين المبدأين يعتبران من بين الأسس التي يقوم عليها فرض الضرائب على الدخل الناجم عن الأنشطة التجارية. يعد مبدأ السيادة الضريبية سواء فيما يخص ضرائب الدخل أو ضرائب المبيعات يواجه صعوبات عند ربطه بمعاملات التجارة الالكترونية القائمة كما رأينا على مفهوم اللامكان واللاجغرافيا المحددة، (زكريا، 2006، صفحة 35)فالصعوبة في تحديد

ماهية الشخص الذي سيدفع الضريبة، هل هو مزود الخدمة أم البائع للسلعة الرقمية أم المستهلك لها، والذي يصعب تحديد أماكن تواجدهم وتعارض ذلك مع المعايير الضريبية المتبعة خاصة بسبب اختلاف أمكنة التواجد في أكثر من دولة، من جهة ثانية ونتيجة لطبيعة التجارة الإلكترونية القائمة على الانتقال السريع عبر شبكة الانترنت مما يعني حدوث عدة عمليات تجارية بين أكثر من طرف بسرعة فائقة، وبما أن الدين الضريبي ممتاز أي أن للدولة التقدم على باقي الدائنين في تحصيل الدين إلى جانب حق تتبع المال المطلوب وتحت أي يد وصلت إليه، فلا مجال للصعوبة إن كان الأمر يتعلق ببضائع مادية حتى وان تم تداولها عبر شبكة الانترنت خاصة وان الأمر بحاجة للتوثيق القانوني التقليدي والالكتروني، إلا إن الصعوبة تظهر في حالة البضائع الرقمية(SOFTWARE) التي تصعب تتبع تداولها وانتقال ملكيتها من طرف لأخر. (عواد، 2010)

3. صعوبة مرتبطة باستخدام النقود الالكترونية

عرف البنك المركزي الأوروبي النقود الالكترونية بأنها" مخزون الكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما". (محمد، 2017، صفحة 256) يرى بعض الاقتصاديين أن النقود الإلكترونية سوف تحل بمرور الزمن محل النقود الحقيقية في معاملات الأفراد، حيث ستحتوي الرقائق الموجودة في البطاقات الإلكترونية على أرصدة الأموال الأفراد، وسوف تستخدم في دفع المستحقات وتسوية الحسابات الأمر الذي سوف يزيد من الصعوبات التي تواجهها السلطات القائمة على الضرائب ضف إلى ذلك أن المدفوعات الإلكترونية تنفذ بدون تسجيل محاسبي، و بالتالي تمنح مجال واسع للتهرب الجبائي ،ومنه فإن العمليات التي تتم تسويتها عن طريق النقود الإلكترونية لا تترك أثار محاسبية، وتتفاقم هذه المشكلة أكثر لو صار ممكنا تسليم المدفوعات بالنقود الإلكترونية عبر الانترنت. (علي، 2015)

4. صعوبة اثبات التعاملات والعقود

عادة مالا تخلف المعاملات التجارية، في عالم التجارة الالكترونية والناشئة عبر شبكة الانترنت أي دليل أو أثر مادي يثبتها، مما يسمح للأشخاص وباستخدامهم لتكنولوجيا الانترنت من تحقيق معاملات وصفقات تجارية بعيدا عن سلطة وعين الإدارة الضريبية. خاصة المعاملات الخاصة بالسلع والخدمات التي تتم عبر شبكة الانترنت ويتم تسليمها إلكترونيا، حيث لا تخضع عملية التسليم لنقطة جمركية حاكمة، وأمام تطور أسلوب الدفع الالكتروني، فإن السلطات لا تملك الوسائل التي تمكنها من تتبع أثاره، مما أدى إلى إنقاص موارد خزائن الدول فيما يخص محاصيلها الضريبية ويزيد من استفحال ظاهرة التهرب الجبائي.

5. صعوبة الحصر والاعداد والفحص الضريبي

يتم الجزء الأساسي من صفقات التجارة الالكترونية باستخدام البريد الالكتروني وموقع الويب ووسائل الدفع الالكترونية ويؤدي ذلك إلى صعوبات كثيرة أهمها:

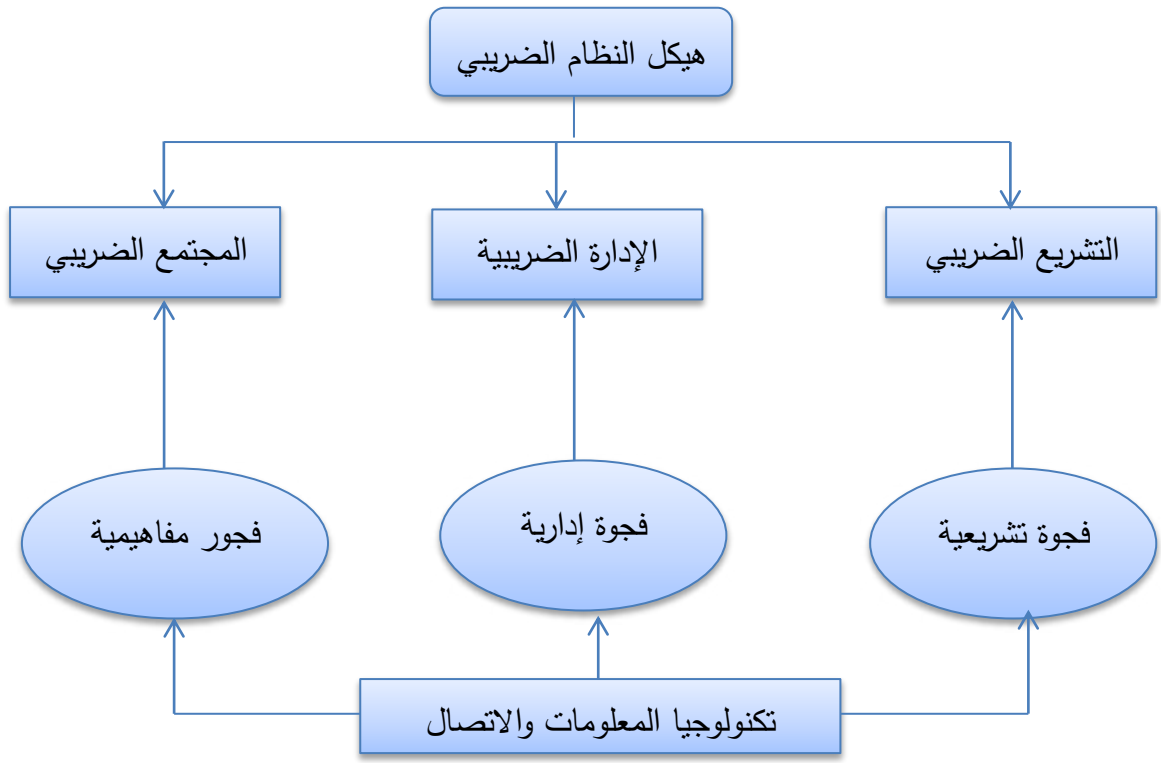
- صعوبة الحصر والإعداد الضريبي خاصة للصفقات التي تتم في دول مختلفة وبدون وسطاء.
- صعوبة معرفة هوية الممول والقدرة على إخفاء أو تغيير البيانات الالكترونية وقدرة الفاحص على فحص السجلات الالكترونية وحصر الصفقات الالكترونية من خلال الوسائل المختلفة. (الحيالي، 2016، صفحة 29)

6. قصور في العلاقة بين هيكل النظام الضريبي وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات

يلعب النظام الضريبي دور فعال في زيادة حصيلة الموارد المالية للدولة، وتوفير المناخ الملائم لجذب الاستثمارات، ولتوضيح هذه الصعوبة أكثر وخاصة فيما يتعلق بالتجارة الالكترونية اتجاه النظم الضريبية القائمة يجدر بداية التطرق لهيكل النظام الضريبي، وبيان العلاقة بين التقدم التكنولوجي. ومن هنا يمكن تمثيل هيكل النظام الضريبي بمثلث قوامه ثلاثة دعامات رئيسية هي (رأفت، رشا، و ولاء، 2000):

- **التشريع الضريبي:** ويقصد به مجموعة اللوائح والقوانين والتشريعات الصادرة من الجهات المتخصصة، و التي تختص بإصدار القانون الضريبي المتعلق بفرض الضرائب وتنظيم أساليب تحصيلها وكذلك أحكام المحاكم وقرارات اللجان المتعلقة بالمنازعات الضريبية.
- **الإدارة الضريبية:** وتضم الجهات الحكومية (وزارة المالية وإدارة الضرائب) التي تسهر على تطبيق التشريع الضريبي بأحكامه ونصوصه، لتحصيل الضرائب بأنواعها المختلفة. ومن ثم، فإن الإدارة الضريبية هي الجهة المختصة بكل من تنفيذ قوانين الضرائب، تحصيل الموارد العامة للدولة، ومتابعة المكلفين. أجهزة تتولى تنفيذ القانون الضريبي من خلال الحصر والربط والتحصيل للضريبة والرقابة الضريبية والمنازعات. وعليه فإن إحدى العوامل التي تساهم في نجاح أي سياسة ضريبية تتمثل بلا شك في تواجد إدارة ضريبية ذات كفاءة.
- **المجتمع الضريبي:** وهو المجتمع الخاضع للتشريع الضريبي سواء كان أفراد أو كيانات طبيعية أو اعتبارية.

الشكل رقم (02): العلاقة بين هيكل النظام الضريبي وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات



المصدر: رأفت رضوان، رشا عوض، ولاء الحسيني، الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد2، العدد2، الكويت، 2000،، ص14.

ويواجه النظام الضريبي تحديات متعلقة بفجوات تكتنف الجانب التشريعي والإداري وحتى المفاهيمي ويمكن ذكرها:

- **الفجوة التشريعية:** يواجه التشريع الضريبي الذي تمت صيغته وفقا لطبيعة التعاملات التجارية التقليدية، قصورا في معالجة التعاملات التجارية الالكترونية، بمعنى هناك فجوة تشريعية. وبالتالي يجب صياغة تشريعات جديدة تتوافق مع طبيعة التعاملات التجارية الالكترونية.
- **الفجوة الإدارية:** إن من حسن أداء النظام الضريبي وجود إدارة ضريبية كفؤة تتولى تطبيق التشريعات الضريبية بأساليب حديثة ومبتكرة، معتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ولكن الإدارة الضريبية لازالت تعاني قصورا في أداء مهامها، نتيجة تخلفها في تطبيق أساليب ونظم العمل الحديثة.
- **الفجوة المفاهيمية:** يعاني المجتمع الضريبي من وجو د فجوة مفاهيمية، فعلى الرغم من تطور حجم المعاملات التجارية الالكترونية، إلا أنه لا يزال هناك قصورا في فهم المفاهيم والمفردات الخاصة بها، وما يترتب على تلك التعاملات من اعتبارات قانونية. ولعل أوضح مثال على الفجوة تحديد بعض المنتجات مثل الصور والتسجيلات الصوتية، فقد يقوم الممول بتحميل هذه المنتجات من خلال شبكة الأنترنت، وتصبح في هذه الحالة منتجات رقمية، وقد يقوم بطباعتها وبذلك تصبح منتجا ماديا.

هذه الفجوات الثلاث تفرض عددا من الصعوبات في مواجهة النظام الضريبي، حيث تؤثر على كل من الإيرادات الضريبية للدولة من ناحية، ونمو حجم التعاملات الالكترونية من جهة أخرى.

ثالثا. التجارة الالكترونية بين الرفض والخضوع للضريبة:

بتطبيق القوانين الضريبية التقليدية فإن حصة كبيرة من معاملات التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت معنية بالرسوم والضرائب المفروضة على الأنشطة الاقتصادية، فالضرائب المباشرة يمكن أن تأخذ كوعاء جبائي كل المداخيل المحققة من وراء التجارة الالكترونية على الشبكات، وكذا الأمر بالنسبة للضرائب غير المباشرة.

غير أن الطبيعة الخاصة للأنترنت وصعوبة إخضاعها لقوانين ضريبية هما السبب في خلق جدال عالمي وهذا لمعرفة إذا كان يجب إخضاع معاملات التجارة على شبكة الانترنت أو لا للنظام الجبائي المعمول به في الأنشطة التجارية التقليدية. (Bertrand & Thierry, 2000, p. 106)

يثير موضوع فرض الضرائب وتحصيلها على الدخل المتحقق من عقود التجارة الإلكترونية تباينا واضحا في وجهات النظر، فقد ظهرت آراء عديدة قدمها الباحثون والكتّاب تؤيد فرض الضرائب في مقابل آراء مغايرة ترفض ذلك بالاستناد إلى الحجج والتبريرات المؤيدة لكل اتجاه وكما سيتبين ذلك.

1. الآراء الرافضة لفرض الضريبة على التجارة الإلكترونية

ثمة اتجاه قوي على الصعيد العالمي، وخاصة لدى الدول المتقدمة، لترك الانترنت وما يجرى عبرها من تعاملات تجارية دون خضوع للضرائب أو الجمارك، بحجة أن التجارة الالكترونية مازالت في مهدها فإعفاؤها من الضرائب يشجع رجال الأعمال والمشروعات على الدخول في صفقات على شبكة الانترنت. (الشوابكة، 2007)فقد دعت الحكومة الأمريكية والتحالف من أجل الأعمال الدولية إلى جعل الانترنت منطقة تجارية حرة. وقد أصدر الكونغرس الأمريكي عام 1998 قانون يطلق عليه قانون تحرير الانترنت من الضرائبUS Internet Taxation Freedom Act ويمنع هذا القانون الضرائب المتميزة ضد المبيعات

على الانترنت، كما يمنع القانون فرض ضريبة مبيعات على رسوم الحصول على خدمة الانترنت. (Hughes & Glaister, 2001)، وترى الولايات المتحدة الأمريكية أن فرض الضريبة على نشاط التجارة الالكترونية عبر الانترنت سوف يواجه العديد من المشاكل منها: (سيد عبد المجيد و الحسيني عباس، 2002)

- الازدواج الجبائي على العوائد المفروضة على التجارة الالكترونية كنتيجة للحرية الممنوحة لفرض الضرائب على الصفقات التي تتم من خلالها التجارة الالكترونية.
- سهولة التهرب الجبائي لتلك الصفقات نتيجة لعدم توفر المستندات الورقية المؤيدة للمعاملات كما أن معظم الصفقات غير منظورة.

2. الآراء المؤيدة لفرض الضريبة على التجارة الإلكترونية

على عكس الموقف الأمريكي فإن مواقف الاتحاد الأوروبي تدعو لإيجاد أطر وقوانين تحد من الحرية المطلقة التي يتمتع بها الانترنت في المجال التجاري والذي أقر جملة من القرارات في جويلية 1998 بناء على اقتراحات وتوصيات لجنة الاقتصاد والمالية في موضوع التجارة الالكترونية والضرائب من بينها أنه يجب تطبيق الرسم على القيمة المضافة(TVA) على كل الخدمات الواقعة في عالم التجارة الالكترونية، وهذا لتجنب تفضيل هذا النوع من التجارة مقارنة بالتجارة التقليدية (مبدأ المساواة). إن أنصار فرض الضريبة على التجارة الالكترونية يبررون ذلك للأسباب التالية: (الشوابكة، 2007، صفحة 519)

- القول بعدم فرض الضريبة على إطلاقه من شأنه تحقيق عدم المساواة بين الشركات التجارية وبعضها البعض، رغم أنها تمارس نشاط تجاري واحد، إلا أن أحدها تمارسه بطريقة تقليدية وبالتالي يخضع وعائها للضريبة والرسوم الجمركية، والأخرى تمارس ذات النشاط ولكن عن طريق الانترنت، فلا تفرض عليها ضرائب أو أية رسوم مع أن أرباح الشركات التي تمارس التجارة الالكترونية قد تصل أضعاف التجارة التقليدية، ولذلك فالقول بعدم فرض الضريبة فيه إخلال بمبدأ المساواة
- إن الصعوبات التي تواجه عملية فرض الضرائب على تعاملات التجارة الالكترونية في بادئ الأمر ستتيح للجهاز الضريبي فرصة لاكتساب الخبرات والمهارات التي تستطيع تطبيقها مستقبلا.

رابعا. الحلول المقترحة لإخضاع التجارة الالكترونية:

بداية من سنوات التسعينات تم عقد العديد من المؤتمرات العلمية لدراسة الحلول الممكنة لإخضاع تعاملات التجارة الالكترونية للضريبة، وذلك لتحقيق مبدأ العدالة الضريبية بين المكلفين، وتم عرض بحوث مختلفة قدمت جملة من الحلول نستعرضها بشكل موجز.

1. ضرورة تحديث القوانين.

أجمع عدد كبير من خبراء الضرائب والتجارة والتكنولوجيا على أن اللوائح الضريبية المعمول بها حاليا يجب أن يتم تعديلها لتتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية، حيث أن التجارة الالكترونية التي لا تعرف حدودا جغرافية ولا تشريعات ضريبية يصعب إخضاعها لنظام ضريبي وتعقب صفقاتها خاصة إذا كانت هذه البضائع يتم نقلها الكترونيا عبر شبكة الأنترنت. وهناك عدة طرق تم التوصل إليها في هذا المجال: (منصور، 2007، الصفحات 166-169)

أ. خلق ضرائب الكترونية جديدة:

اقترح البعض ربط الضريبة عند المنبع من خلال العملاء، أو تجبى الضريبة بواسطة الدول المستقبلة للسلعة أو الخدمة. ويتم ذلك من خلال التنسيق في مؤتمر دولي، يحدد كيفية الحصول على هذه الضريبة والقائمين عليها وغير المحل للثقة يمكن، في هذا المقام، أن يلعب دورا هاما سواء بتقديمه بناء عل طلب العميل خدمة صحة التصرف ضريبيا، أو بالتلقي التلقائي، بناء على طلب الدول للضريبة الخاصة بالمعاملة التي يطلب منه الإقرار بصحتها.

ب. غير المحل للثقة الضريبية:

للتوصل لرقابة السلطات على المعاملات التجارية، تم اقتراح اللجوء إلى شخص من غير المحل للثقة الضريبية. تتمثل مهمته في تحديد الأطراف وتخزين المعلومات المتعلقة بتلك المعاملات ونقلها إلى مصلحة الضرائب، هذا الغير يمكن أن يكون مورد خدمة الانترنت أو بنك أو مقدم بطاقات الائتمان أو متعهد اتصالات. ويفضل البعض الوسيط المالي الذي يقوم بتحصيل الضريبة عن المعاملات الجارية، حيث يتولى بنفسه تطبيق الضريبة المفروضة على المتعاملين ويتولى تحصيلها من خلال المستهلك وتوريدها. وانطلاقا من ذات المبدأ يقترح البعض إقامة نظام الإمساك بالضريبة عن طريق الوسطاء الماليين. تبدو هذه الفكرة واقعية من الناحية الفنية عندما يتم الدفع عن طريق بطاقة الائتمان، ونظرا لصعوبة اختراق المعاملات يمكن إدخال نظام الفحص الالكتروني الذي يربط صاحب البطاقة والبائع بالبنك. للحصول إلى النتيجة المرجوة، يمكن للسلطات الضريبية أن تسعى جاهدة لدى الأجهزة المختصة لحث موردي نظم الدفع الالكتروني على تشغيل تلك النظم بالأسلوب الذي يسمح بالإجراء المحاسبي الذي يتفق وتدفق الأموال طبقا للتشريعات السارية. من المفضل كذلك توسيع نطاق الإعلام، و حبذا لو تم إنشاء مواقع مخصصة لهذا الغرض. هذا بالإضافة إلى تشجيع الخطوة التي من شأنها تبسيط الإجراءات الإدارية بالنسبة لدافعي الضرائب: كتعميم البريد والدفع الالكتروني، وإنشاء شباك واحد على الانترنت يمكن من خلاله تركيز وإتمام كافة الخطوات الضريبية.

وتبقى مع ذلك عقبة هامة ألا وهي التعرف على الملتزمين بدفع الضرائب الالكترونية وتحديدهم يبدو الأمر صعبا أو مستحيلا أمام تعدد فرص انتحال الشخصية على الانترنت، ولعل الحل يكمن في منح كل متعامل رقم معين وتسجيله يتضح منه العنوان وجهاز الحاسب الآلي المسموح له بالالتحاق بالشبكة.

2. فرض ضريبة الاستهلاك:

يهدف هذا الاقتراح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض الضريبة على الاستهلاك والملكية حيث أن كل منهما منخفض وصعب إخفاءه، وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنت، حيث يقومون بإنفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال.

و يمكن فرض هذه الضريبة باعتماد أسلوب الشركات الوسيطة، بمعنى أن تقوم الشركات المزودة لخدمة الاتصال بشبكة الانترنت بمحاسبة عملائها عن التعاملات التجارية التي يقومون فيها من خلال وسائل المراقبة الخاصة بالرقم السري لكل مشترك في الحصول على خدمة الانترنت، وتتولى الشركة عملية توريد مقدار الحصيلة للدولة ، وعلى الرغم كون هذه الضريبة سهلة التحصيل للإدارة الضريبية إلا أنها تؤدي إلى مخالفة قوانين الخصوصية التي توفرها الشركات المزودة لخدمات الانترنت

،إلى جانب زيادة الأعباء على المستهلك الذي يدفع ثمن السلعة وقيمة الضريبة وقيمة الاشتراك للدخول إلى الأنترنت. (مطر، 2008، صفحة 381)

3. تطبيق ضريبة البيت BIT TAX:

تعتبر ضريبة البيت أحد الحلول المقترحة لتنظيم التعاملات التي تنطوي على الانتقال الالكتروني للبيانات، ويتم تحصيل الضريبة على أساس كمية البيتس (bits) الرقمية التي يمكن استخدامها، ويتطلب ذلك وجود معدات ذات مواصفات خاصة في الأجهزة المختلفة التي تقوم بنقل المعلومات.

ولقد اقترحت إحدى اللجان التابعة للاتحاد الأوربي فرض ما يسمى "ضريبة البيتBIT TAX" وتفرض الضريبة المقترحة على المعلومات التي تنتقل عبر الانترنت (بما في ذلك المعلومات التي تمثل سلعا قابلة للترقيم كالموسيقى والبيانات والكتب...الخ) مقدرة بوحدات البيت(البيت تاكس)، ويطرح هذا الاقتراح مشكلات متعددة منها، أن هذه الضريبة لن تميز بين المعلومات ذات الطابع التجاري والمعلومات غير التجارية، فهي ضريبة على تدفق المعلومات عبر الانترنت سواء أكانت في شكل رسالة بريد الكتروني بين صديقين أم في شكل رسالة بيانات تحمل تعاقدا على توريد سلع أو خدمات. ومن جهة أخرى فإن الضريبة لن تميز بين المنتجات حسب قيمتها، فليس شرطا أن المنتجات غالية الثمن تنتقل من خلال عدد أكبر من وحدات البيت ومن ثم فإن سلعا قليلة القيمة ولكنها تحتاج في نقلها إلى عددا أكبر من وحدات البيت قد تتعرض لضريبة أعلى من سلعة مرتفعة القيمة ولكنها تحتاج إلى عدد صغير من وحدات البيت وهذا طبعا مظهر من مظاهر عدم العدالة. (رأفت، رشا، و ولاء، 2000، الصفحات 24-25)

خامسا. واقع واستخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر:

1. التجارة الالكترونية والمستهلك الجزائري

إن أول ظهور للتجارة الالكترونية في الجزائر بمفهومها الحديث المرتبط بشكل أساسي بالأنترنت كوسيلة اتصال كان بظهور شركات تزويد الأنترنت في 1997،حيث كانت شركة "جيكوس" أول شركة جزائرية تتعامل بالتجارة الالكترونية، لأنها كانت تقوم بربط المؤسسات والأفراد بالأنترنت ويكون الدفع نقدا أو بالحوالة لا يهم، لأن التجارة الالكترونية أنواع متعددة فهناك تجارة إلكترونية جزئية وأخرى كاملة، فليس بالضرورة أن تتم جميع تعاملات التجارة الالكترونية إلكترونيا، كما أن عمليات تصميم المواقع وبيع البرمجيات الالكترونية عبر الأنترنت سواء في داخل الجزائر أو خارجها تعتبر إحدى أشكال التجارة الالكترونية. بالنسبة لواقع التجارة الالكترونية في الجزائر فهناك محاولات لإقامة تجارة إلكترونية في الجزائر، ولكنها لاقت نجاحا محدودا للأسباب التالية:

- سبب اجتماعي مرتبط بعقلية الجزائري التي لا تلجأ للأنترنت لعقد الصفقات التجارية وشراء السلع فلا زالت العقلية الجزائرية تقليدية وأصحاب الأموال لا يستعملون التكنولوجيا، لأن الثروة مركزة في أيدي فئة غير مثقفة.
- انعدام التشريع الخاص بحماية المتعاملين الاقتصاديين في التجارة الالكترونية والأنترنيت، كقانون يجرم الجريمة الالكترونية، فالمشكلة أنه لا يوجد مختصون في الجرائم الالكترونية لأنها تحتاج لتقنيات عالية لتتبع المجرمين الذين لا يستعملون أسماءهم الحقيقية ولا حواسبهم الشخصية حيث يلجأ المجرمون إلى نوادي الأنترنيت لتنفيذ جرائمهم لعدم ترك الأثر.

- المشكل التقني ويتمثل في عدم انتشار بطاقات الائتمان العالمية مثل فيزا كارد وماستر كارد وأورو كارد مما يعيق التعاملات التجارية ويجعل من المستحيل اقتناء سلعة أو خدمة من خارج الوطن.

2. أشهر المواقع الالكترونية في الجزائر

يُبدي الجزائريون اهتمامًا كبيرًا بالتعاملات التجارية عبر شبكة الإنترنت، التي تشهد تناميًا مضطردًا في عدد المواقع المتخصّصة في هذا المجال. تظهر بيانات موقع "أليكسا" المتخصّص في إحصائيات وترتيب مواقع الأنترنت، أن موقع "واد كنيس" الخاصّ بعرض الخدمات التجارية هو الأكثر تصفّحًا في الجزائر، إذ يأتي في المرتبة الثالثة مباشرةً بعد "غوغل" و"يوتوب"، متفوّقًا بذلك على الكثير من مواقع المؤسّسات الإعلامية الجزائرية الشهيرة، وهو ما يؤكّد أن الخدمات التجارية تحتلّ صدارة اهتمامات الجزائريين على الشبكة العنكبوتية. (Alexa, 2020)

أ. موقع "واد كنيس"

بدأت تجربة موقع "واد كنيس"، الذي استمدّ تسميته من سوق "واد كنيس" الشهيرة بالجزائر العاصمة عام 2006،كمغامرة خاضها خمسة شبّان من بلدية القبة بالعاصمة لم تتجاوز أعمارهم آنذاك العشرين سنة لعرض المنتجات الحديثة والقديمة بمختلف أنواعها للبيع أو الإيجار على الانترنت، قبل أن يحتلّ المرتبة الأولى في الجزائر من حيث الانتشار، ويصبح الوجهة المفضّلة للباحثين عن البيع أو الشراء أو الاستئجار حيث يتجاوز عدد زائريه 250 ألفًا يوميا، إضافة إلى أربعة ملايين معجب على صفحته الرسمية على "فيسبوك."

السلع المعروضة في الموقع سيارات عقارات أجهزة الإعلام الألي هواتف ملابس إعلانات توظيف أجهزة كهرومنزلية أدوات رياضية -السلع المعروضة في الموقع فهي سلع معروضة من طرف مؤسسات جزائرية ومستهلكين جزائريين كما يعرض سلع لمستغربين جزائريين يعرضون سلع من خارج الوطن ومؤسسات أجنبية مثل وكالات عقارية إسبانية تعرض عقارات على الموقع.أما بالنسبة للطرق المعتمدة في الدفع يتم الدفع عن طريق الحساب البريدي الجاري أو عن طريق الشيك أو نقدا في مكتب واد كنيس. (صراع، 2014، صفحة 159)

ويبدو أن نجاح تجربة "واد كنيس" أثار شهية الكثيرين لاقتحام عالم التجارة والإشهار عبر الانترنت والذي ظلّ إلى وقت قريب غير مكتشف في الجزائر، حيث ظهرت العشرات من المواقع الإلكترونية المتخصّصة في رض المنتجات والخدمات عبر الشبكة، بدءًا بالملابس والسلع الاستهلاكية والتجهيزات الكهرومنزلية، وصولاً إلى السيارات والعقارات والخدمات بمختلف أنواعها.

ب. موقع Echrily

موقع التسوق الجزائري Echrily متجر إلكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية حث يضم جميع أنواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته وكل أنواع المصبرات والعجائن والتوابل وكل أنواع الحبوب والزيوت والسكريات ومواد التنظيف ومنتجات تخص الأطفال الصغار. ويتميز الموقع بدعمه للغة العربية وسهولة الشراء منه وهو يدعم عدة طرق دفع وشحن حيث يقوم بتوصيل مشترياتك مجانا إلى كل ولايات الجزائر وهو أول موقع تسوق جزائري خاص بالمواد الغذائية.

ج. موقع jumia بالجزائر

يعتبر جوميا jumia موقع ويب للتسويق الالكتروني عبر الانترنت ينشط بخمسة عشرة دولة إفريقية (جوميا المغرب، جوميا السنيغال، جوميا كوديفوار...) وهو في انتشار كبير وسريع بحيث يقوم بعرض مختلف المنتجات كالأجهزة الالكترونية، الأجهزة الكهرو منزلية، الملابس، الأكسيسوارات، مواد التجميل ...وغير ذلك من سلع الاتحاد الأوروبي وبعض المنتجات الجزائرية، إذ يقوم زائر الموقع بالتسوق فيه عن طريق البحث عن ما يريد شراءه وبعد ذلك يضيفه إلى السلة، ويدخل معلوماته فيقوم فريق جوميا بإيصال الطلب إلى عنوان الزبون، وعند ذلك يقوم بدفع قيمة السلعة عند استلامها مباشرة. استطاع موقع جوميا بعد انطلاقه بالجزائر بتاريخ 2016/01/15 أن يصل بعد ستة أشهر من انطلاقه إلى التوزيع على مستوى 41 ولاية جزائرية بفريق عمل يتكون من 15موظف وكل واحد منهم له مهام معينة وغايتهم الوصول لمرتبة الأسواق الالكترونية العالمية، مثل: أمازون Amazon وإيباي Ebay وغيرهما، وهو رقم قياسي لجوميا jumia وهذا ما يبين الفرق الكبير بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية.

د. موقع boysandgirlsfashion

من أفضل مواقع التسوق الجزائرية وهو متخصص في بيع كل أنواع الملابس الخاصة بالأطفال أولاد وبنات ذات جودة عالية، وأصلية وتراعي مقاييس السلامة الدولية. وهو يضم آلاف المنتجات من ملابس رياضية وبدلات وسراويل وسترات وملابس شتوية وأخرى صيفية، وجميع أنواع الأحذية والإكسسوارات الخاصة بهم . يتميز الموقع بأسعاره المناسبة كما يقوم بالبيع بالتجزئة والجملة كذلك ما أنه يدعم اللغة العربية يشحن مجانا داخل الجزائر بأكملها حيث تستغرق خدمة التوصيل 48 ساعة، ويدعم خاصية الدفع عند الاستلام والدفع عبر البريد والبطاقات البنكية. ويمكنك إرجاع السلع لاستبدالها في حالة كان هناك تلف بها أو مشكل في المقاسات وهو يتوفر على فريق دعم للاستفسار عن أي شيء.

هـ. موقع التسوقDzboom

موقع تسوق جزائري تأسس سنة 2015، وعرف نموا كبيرا ومتزايدا بفضل خدماته الرائعة وجودة سلعه وأثمانه المناسبة، حيث يضم الموقع آلاف المنتجات من ملابس نسائية وفساتين متنوعة وحقائب وأحذية، إضافة لمستحضرات التجميل والعطور والماكياج ومنتجات العناية بالشعر ومنتجات العناية بالبشرة والجسم، ويضم كذلك الساعات والمجوهرات وجميع الإكسسوارات الأخرى، كما يضم قسم خاص بكل ما يخص الأطفال من ملابس ومنتجات جيدة أخرى. يتميز موقع dzboom بسهولة التسجيل والطلب منه من خلال تصميم الموقع البسيط والأنيق إضافة لدعمه للغة العربية. والمميز في هذا الموقع كذلك هو أنه مضمون وموثوق ويدعم عدة طرق دفع من بينها الدفع عند استلام سلعتك (الزبون لديه الإمكانية أن يقوم بالدفع نقدا (كاش) مباشرة عند استلام طلبيته)، والدفع عبر الحساب البريدي الجاري، كما أن الموقع يقوم بشحن منتجاته لكل الولايات الجزائرية عبر الشحن السريع والذي يستغرق ما بين 24 ساعة إلى 5 أيام حسب بعد الولاية وبأثمان مناسبة. كما أن الموقع يتوفر على فريق دعم جيد لحل جميع مشاكل الزبائن مما يجعله من أفضل مواقع التسوق الجزائرية عبر الانترنت. (arabicshopping، 2020)

خاتمة

وفي ختام هذه الورقة البحثية التي حاولنا من خلالها استعراض تحديات ومشاكل فرض الضرائب على صفقات التجارة الالكترونية، من خلال التطرق إلى المفاهيم المرتبطة بالتجارة الالكترونية والآراء الرافضة والمؤيدة لفرض الضرائب على نشاط التجارة الالكترونية، وهذا من أجل بناء الإطار النظري للموضوع بما يتناسب مع هدف البحث، ثم عمدنا الى تسليط الضوء على الحلول المقترحة من قبل الباحثين والكتاب والهيئات الدولية لإخضاع نشاط التجارة الالكترونية، مع الإشارة لواقع التجارة الالكترونية في الجزائر. توصلنا لمجموعة من النتائج و التوصيات نلخصها في الآتي:

أولا. نتائج البحث:

بعد بحثنا لموضوع اشكالية الاخضاع الضريبي لنشاط التجارة الالكترونية تبين لنا الآتي:

1. تقدم التجارة الالكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: توسيع دائرة التسوق المحلي، عن طريق النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. تخفيض التكاليف المختلفة قيمة وزمنا.
2. أمام تزايد حجم التجارة الالكترونية العالمية، وفي ظل العلاقة بين هيكل النظام الضريبي من جهة والتكنولوجيا الحديثة من جهة أخرى، فإن الإدارة الضريبية تواجه العديد من الصعوبات التي من شأنها التأثير على امكانية الاستمرار في جباية الضرائب في عالم يتسم بمرونة انتقال كل من الشركات والأفراد والأصول.
3. يعتبر موضوع فرض الضرائب على التجارة الالكترونية من بين المواضيع المهمة في الوقت الحالي نظرا للأهمية التي يحظى بها. فبينما يرى البعض أن الإعفاء الضريبي أساسي لنمو التجارة الالكترونية وأن فرض ضرائب على المبادلات الافتراضية التجارية يعد كبحا للنمو التكنولوجي، فإن البعض الآخر يرى أن تحرير التجارة الالكترونية بإعفائها من الضرائب له أثر سلبي على أهم موارد الدولة، ذلك أن أطراف التعامل التجاري أصبحوا يفضلون إبرام العقود والصفقات عن طريق بروتوكولات التجارة الالكترونية لمزاياها المعروفة.
4. إن نظام التجارة الالكترونية يسمح لبعض أنواع من السلع والخدمات من المنتجات الرقمية، أما بقية السلع والخدمات المادية فلا بد من أن يتم تبادلها عبر الحدود الجمركية، وبالتالي فمشكلة التهرب الضريبي عبر التجارة الالكترونية تنطبق على عدد ضئيل من السلع والخدمات.
5. صحيح أن التجارة الالكترونية لا تشكل أي تهديد للإيرادات الضريبية في الجزائر في الوقت الحالي بسبب ضيق انتشارها بين المواطنين، إلا أن وبالنظر إلى مزاياها سيؤدي لا محالة لانتشارها وشيوع استخدامها في السنوات القليلة القادمة. وهذا ما كشفت عنه ظروف الحجر الصحي الناتجة عن جائحة فيروس كورونة، وبالتالي حينها سيواجه النظام الضريبي الجزائري تحديات مرتبطة بعدم تكييف قوانينه وتشريعاته الضريبية لمثل هذا الوضع. خاصة أننا رأينا كم هو معقد هذا الموضوع وشائك وكم هي متعددة الأفكار والآراء المطروحة لحله.

ثانيا. الاقتراحات:

1. إجراء التعديلات القانونية والتشريعية في النظام الضريبي الجزائري وتكييف هذه التشريعات بما يتلاءم مع التطور الاقتصادي والتقني وتتوافق مع طبيعة التعاملات الالكترونية.

2. تقوية الشفافية والتنسيق الضريبي على المستوى الوطني والدولي ففي عالم يتميز بالعولمة المتزايدة من الصعب على الأنظمة الضريبية أن تعمل بفعالية من دون تعاون وتنسيق وطني ودولي، فعلى المستوى الوطني عن طريق تبادل المعلومات بين الإدارات المختلفة (بنوك، جمارك، تجارة) وعلى المستوى الدولي يكون ذلك عن طريق عقد اتفاقيات ما بين الدول لتبادل المعلومات، وإرساء المنافسة الضريبية الشريفة خاصة أمام ظاهرة تحويل الأصول والأرباح إلى وجهات ذات جاذبية ضريبية أو غير متعاونة.

3. تحسين أداء الإدارة الضريبية عن طريق الاستعمال والتحكم في الإدارة المعلوماتية خصوصا مع تزايد النشاطات الاقتصادية التي تستلزم وسائل حديثة لضبط ومراقبة المداخيل. فمن المعلوم أن العلم المحاسبي والضريبي يتطور سنويًا من خلال المعايير الدولية والتشريعات المنظمة والتحديث المستمر لها. فانتشار المنظومات المحاسبية واليومية الإلكترونية قد يجعل اليومية القانونية الدفترية جزءً من الماضي، وأن عملية تتبع ومراجعة دقة الحسابات أصبح الكترونياً هو الآخر، وذلك الأمر يتطلب توفير وتدريب قدرات موظفي الضرائب على مواكبة تلك التطورات الحاصلة، خصوصًا فيما يخص الصفقات والتعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت.

4. ضرورة وجود تنظيم دولي يتولى وضع السياسات والبرامج المنظمة لفرض الضرائب على التجارة الالكترونية بشكل يتجاوز الصعوبات الفنية والقانونية، وينظم عمل الهيئات الضريبية بين الدول عند فرض وتحصيل الضرائب.

قائمة المراجع

i. باللغة العربية

1. ابراهيم العيسوي. (2003). التجارة الالكترونية. القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
2. ابراهيم بختي. (2005). التجارة الالكترونية -مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة-. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
3. الجريدة الرسمية. (العدد 28). 16 مايو 2018.
4. السيد أحمد عبد الخالق. (2006). التجارة الالكترونية والعولمة. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
5. الشوابكة, ا. (2007). ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية. مجلة دراسات الشريعة والقانون، الجامعة الأردنية.
6. بشير عباس العلاق. (2003). تطبيقات الانترنت في التسويق. عمان: ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع.
7. جاسم محمد زكريا. (2006). مفهوم العالمية في التنظيم الدولي المعاصر. بيروت: ط1، منشورات الحلبي الحقوقية.
8. رضوان رأفت، عوض رشا، و الحسيني ولاء. (المجلد2، العدد 02 يونيو, 2000). الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية. مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
9. صالح مرازقة. (العدد 23 جوان, 2005). التجارة الالكترونية واشكالية إخضاعها للضرائب(التحديات المستقبلية للسياسة الجبائية). مجلة العلوم الانسانية، جامعة قسنطينة.
10. طارق عبد العال حماد. (2003). التجارة الالكترونية، المفاهيم،التجارب ، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية. الاسكندرية: الدار الجامعية.
11. عبد المجيد سيد عبد المجيد، و غادة الحسيني عباس. (2002). المعاملة الضريبية للتجارة الالكترونية. مؤتمر التجارة الالكترونية الأفاق والتحديات (صفحة 793). الاسكندرية: المجلد الثاني، 25-27 يوليو.
12. عزوز علي. (المجلد1، العدد 1 جوان, 2015). جباية المعاملات الالكترونية-المشاكل والحلول-. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة الشلف.
13. عصام عبد الفتاح مطر. (2008). التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
14. قبس حسن عواد. (العدد 43 مجلد 12, 2010). مشكلات فرض وتحصيل الضرائب في عقود التجارة الالكترونية. مجلة الرافدين للحقوق،جامعة الموصل -العراق-.
15. كريمة صراع. (2014). واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر. مذكرة ماجستير في العلوم التجارية. جامعة وهران، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير.
16. محمد حسين منصور. (2007). المسؤولية الالكترونية. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.

17. محمد عبد الله شاهين محمد. (2017). التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو. القاهرة: دار حميثرا للنشر والترجمة.

18. محمد عمر الشويرف. (2013). الجارة الالكترونية في ظل االنظام التجاري العالمي الجديد. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.

19. منظمة الأمم المتحدة. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 28 05, 2020، من قانون الأنونسترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية: www.uncitral.org/pdf/arabic/texts/electcom/ml-ecomm-a_ebook.pd

20. وليد الحيالي. (2016). الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الالكترونية. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

ii. باللغة الأجنبية

1. *Alexa*. (2020). Retrieved 06 01, 2020, from the top 500 sites on the web: www.alexa.com/topsites/countries
2. *arabicshopping* تاريخ الاسترداد 15 06, 2020، من أفضل مواقع التسوق الجزائرية .(2020) عبر الإنترنت: http://www.arabicshopping.com/2016/10/blog-post_31.html
3. Bertrand, A., & Thierry, p. (2000). *Internet et le droit, que sais -je?* paris: PUF.
4. Clarke, R. (n.d.). Retrieved 03 30, 2020, from http://www.rogerclarke.com/EC/
5. Hughes, J., & Glaister, K. (2001, vol 19 issue 6). Electronic Commerce and International Taxation. *European management journal*.
6. lorentz, f. (1998, 03 15). *Rapport sur le commerce électronique.* Consulté le 06 14, 2020, sur www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/984000049.pdf
7. L'organisation mondiale du commerce. (s.d.). *le commerce électronique dans les pays en voie de developpement.* Consulté le 05 28, 2020, sur www.wto.org/french/res_f/booksp_f/ecom_brochure_f.pdf

جامعة عمار ثليجي الأغواط
الرقم الدولي :
978-9931-745-81-5
واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
وإشكالية إخضاعها للضرائب و الرسوم
– التحديات و الحلول –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

التجارة الإلكترونية وإشكالية مراجعتها

E-commerce and the problematic review

حميداتو صالح[1]، ميسي سارة[2]

Hamidatou Salah[1], Missi sara[2]

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)؛ مخبر النمو والتنمية الاقتصادية في الدول العربية ؛
؛salah.hamidatou@ gmail.com
جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي (الجزائر)؛ مخبر النمو والتنمية الاقتصادية في الدول العربية ؛
؛ sham201283@yahoo.com

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية، وإبراز أهم خصائصها، والمشاكل التي ظهرت معها، واهمها مشكلة الضريبة والاعتراف بالإيراد، والتحديات التي ظهرت في مراجعة حساباتها.

تعرض الباحثان للتحديات التي اعترضت مراقبة ومراجعة حسابات التجارة الإلكترونية، والمخاطر والصعوبات التي تعترض المراجع ومفتش الضرائب في مراجعة حساباتها وتحديد الأوعية الضريبية. كما تطرق الباحثان لأدلة الإثبات واختلافها حسب اختلاف طرق التشغيل.

توصل الباحثان إلى أن نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر خلق سوقا موازي رغم صدور قانون التجارة الإلكترونية، إلا أن الإشكال الذي يبقى مطروحا هو صعوبة مراجعتها.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، التدقيق، الضريبة، الإيراد، أدلة الإثبات.

***Abstract**: (Do not exceed 150 words)*

This study aimed to highlight e-commerce, highlight its most important characteristics, the problems that have emerged with it, the most important of which is the problem of taxation and revenue recognition, and the challenges that emerged in its audit.

The researchers were exposed to the challenges of monitoring and auditing e-commerce, and the risks and difficulties faced by the auditor and the tax inspector in auditing their accounts and determining tax vessels. The researchers also discussed the evidence and its differences according to the different methods of operation.

The researchers concluded that the growth of e-commerce in Algeria created a parallel market despite the passage of the e-commerce law, but the forms that remain on the table are the difficulty of reviewing it.

***Keywords:** E-commerce, audit, tax, revenue, Evidence.*

مقدمة:

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الإلكترونية كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لذا فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعاً ملموساً في ظل البيئة الحالية. أن انتشار ممارسات التجارة الإلكترونية أدى إلى إثارة مجموعة من التساؤلات بشأن مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية وأساليب مراجعة مواقعها ونظمها الإلكترونية.

إشكالية البحث:

وهذا ما يبرر طرح التساؤل التالي:

ما المقصود بالتجارة الإلكترونية، وما هي تحديات ومخاطر مراجعتها؟

فرضيات البحث :

- تتأثر المراجعة بتغير نمط التجارة من تقليدية إلى تجارة إلكترونية؛

- إن استخدام الشركات للتجارة الإلكترونية يتطلب من المراجع أن يكون مؤهلا ومسؤولا عن الالتزام بنهج المراجعة المستمرة الإلكترونية؛

- في ظل العمل بيئة التجارة الإلكترونية يواجه المراجع العديد من التحديات والصعوبات التي من شأنها تعرقل عملية، الأمر الذي دفع بالهيئات والمنظمات المهنية لإصدار العديد من المعايير والإرشادات التي تهدف إلى تطوير وإصلاح التعليم المحاسبي والتأهيل المهني للمراجع للتماشي مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

أهمية البحث:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية كل من التجارة الإلكترونية ومهنة المراجعة، والدور الذي تلعبانه في بيئة الأعمال التي تعد ركيزة الاقتصاد في أي دولة. فدراسة واقع الممارسة المهنية للمراجعة في بيئة التجارة الإلكترونية، ومعرفة التحديات والمخاطر التي تحول دون تمكنه من أداء هذه المهمة بكل عناية وكفاءة، تعد من الأهمية بمكان في توصيف هذا العجز، ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة، الشيء الذي سيساهم بشكل جوهري في نمو عمليات التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال إضفاء الثقة للمعلومات المحاسبية المتعلقة بتعاملات بيئة التجارة الإلكترونية، والتحكم وتنظيم هذه التجارة بما يفيد الاقتصاد الوطني.

أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها، وإيضاح أهم التحديات التي تفرضها هذه الأخيرة على مهنة المراجعة، ومستوى قدرة مراجعي الحسابات على مراجعة شركات التجارة الإلكترونية، وعرض المخاطر وأدلة الإثبات التي تواجه المراجع في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.

منهجية الدراسة:

بهدف التأكد من صحة الفرضيات والإجابة على إشكالية الدراسة، ونظرا لطبيعة الموضوع الذي يقتضي الوصف والتحليل، تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي.

الدراسات السابقة:

- ✓ دراسة عزوز علي" **جباية المعاملات الإلكترونية - المشاكل والحلول**"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، العدد الأول 2015.

عالجت هذه الورقة البحثية موضوع جباية المعاملات الإلكترونية من خلال استحداث ضريبة على المعاملات الإلكترونية.

كما تطرق الباحث إلى صعوبة إثبات التعاملات والعقود واستخدام النقود الإلكترونية، وكذا الصعوبات المرتبطة بتحديد الهوية وتعيين النشاط. وإشكالية فرض رسوم جمركية على المعاملات الإلكترونية الدولية.

وختم الباحث هذه الدراسة بإعطاء جملة من الحلول المقترحة لمعالجة المعاملات الإلكترونية جبائيا (عزوز، 2015).

✓ دراسة زواق الحواس، ولهي بوعلام،" **الضرائب على التجارة الإلكترونية – المشكلات و آليات الإخضاع**"، جامعة المسيلة، متاح على الموقع

http://dspace.univmsila.dz :8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/13981/15%20El%20houas%20M%27sila.pdf ?sequence=1&isAllowed=y

تطرق الباحثان إلى مشكلة إخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة، كما وضحا الاختلاف بين معارضي فرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية ومؤيدي فرض الضريبة.

كما أوضحا مشكلات إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للضريبة وأنها تتمثل في مشكلات مرتبطة بخصوصية وطبيعة المعاملات الإلكترونية والمشكلات المرتبطة بسيادة الدولة ونظامها الضريبي وتشريعاتها، ثم المشكلات المرتبطة بطبيعة الضريبة والمشكلات المرتبطة بإثبات العقود والمعاملات والمجتمع الضريبي.

توصل الباحثان إلى النتائج التالية (بوعلام،):

- تعود صعوبة إخضاع معاملات التجارة الإلكترونية لغياب الحدود المكانية والزمانية بين طرفي المعاملة وغياب المستندات والوثائق الورقية؛
- عدم ملائمة النظم الضريبية التقليدية لخصوصيات التجارة الإلكترونية؛
- صعوبة تجسيد وتطبيق الآليات المقترحة لإخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة.

✓ دراسة صالح حميداتو، **تحديات المراجعة الخارجية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية في الجزائر**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة ورقلة 2017.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التحديات التي تواجه مهنة المراجعة الخارجية نتيجة لنمو عمليات التجارة الإلكترونية، ومستوى قدرة مراجعي الحسابات على مراجعة شركات التجارة الإلكترونية، وما هي الصعوبات التي تواجههم في ذلك وسبل تذليلها.

توصلت الدراسة إلى ما يلي (حميداتو، 2017) :

- وجود تجارة إلكترونية ناشئة في الجزائر تستدعي اهتمام المشرفين على المحاسبة والمراجعة للاستعداد لممارسة المهنة في ظل بيئة تكنولوجية.
- تؤثر التجارة الإلكترونية على النموذج التقليدي لمراجعة الحسابات.

✓ دراسة ظاهر شاهر يوسف القشي، أطروحة دكتوراه في المحاسبة بعنوان:" **مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية**." جامعة عمان للدراسات العليا، 2003.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المشاكل التي تواجه أنظمة المعلومات المحاسبية في ظل استخدام التجارة الإلكترونية ومحاولة الوصول إلى بناء نموذج مقترح يربط بين نظام المعلومات المحاسبية والتجارة الإلكترونية وذلك إستنادا إلى بنود المشروع الأمريكي الكندي المشترك الخاص بمراجعة تعاملات التجارة الإلكترونية.

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية (القشي، 2003):

- أثرت التجارة الإلكترونية كتقنية متطورة في جميع المجالات المهنية و في مهنتي المحاسبة و المراجعة بشكل خاص؛
- تعمل التجارة الإلكترونية في بيئة فريدة من نوعها، باعتبار أن جميع العمليات التي تتم من خلالها تفتقد للتوثيق المستندي في أغلب مراحلها؛

- إن غياب التوثيق لعمليات التجارة الإلكترونية ساهم بشكل مباشر في إيجاد مشكلتين رئيسيتين واجهتا مهنتي المحاسبة والمراجعة هما: -آلية التحقق والاعتراف بالإيراد المتولد من عمليات التجارة الإلكترونية، وآلية تخصيص الضرائب على مبيعات وإيرادات عمليات التجارة الإلكترونية؛
- أن بعض هيئات المحاسبة والتدقيق قد تنبهت لمشاكل التجارة الإلكترونية وضرورة تأهيل منتسبيها بالتقنيات الفنية لمواجهة المشاكل الجديدة المرافقة لبيئة التجارة الإلكترونية.

✓ دراسة أحمد عبد الله عمر العمودي، أطروحة دكتوراه في المحاسبة بعنوان :"**أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة - دراسة ميدانية في اليمن**"، جامعة دمشق،2006.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثر مراجعة الحسابات نتيجة لنمو عمليات التجارة الإلكترونية، من خلال التعرف على خصائص هذا النوع من النشاط، وإيضاح التحديات والفرص التي تفرضها على مهنة المراجعة، وما تستوجبه من إلمام المراجع الكافي بتقنيات التجارة الإلكترونية، وبأحدث الإجراءات والأساليب المستخدمة في مجال مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية، ووضع هذه الإجراءات في إطار يعكس متطلبات مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية.

ويمكن تلخيص أهم أهداف هذه الدراسة فيما يلي (العمودي، 2006) :

- إيضاح التحديات والفرص التي تواجه مهنة المراجعة نتيجة تطور التجارة الإلكترونية وموقف المراجع منها.
- إبراز أثر مخاطر التجارة الإلكترونية في تقييم المراجع لمخاطر المراجعة، والتعرف على أهم المخاطر الجديدة أو المتوقعة التي تواجه المراجع نتيجة ممارسة التجارة الإلكترونية.

محاور الدراسة:

جاءت هذه الدراسة في ثلاث محاور كما يلي:

أولا: مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها

ثانيا: تحديات مراجعة التجارة الإلكترونية

ثالثا: مخاطر مراجعة التجارة الإلكترونية وأدلة الإثبات فيها

أولا. مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها:

لقد مَكن اختراع شبكة الإنترنت من إزالة الحدود بين الدول، وجعل العالم أشبه بالقرية الواحدة، وظهر ضمن هذا الاختراع آليات وأدوات تعامل متعددة الأشكال والأغراض، تعد التجارة الإلكترونية إحدى الأدوات الحديثة التي أفرزتها شبكة الإنترنت، ورافق ظهورها تغير جوهري في بيئة الأعمال .

1. مفهوم التجارة الإلكترونية:

إن الدارس لأدبيات التجارة الإلكترونية يجد لها عدة تعريفات ومفاهيم ندرج أهمها حسب حداثة مصارها كما يلي:

- "التجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه إلى مقطعين، حيث أن الأول منه، وهو "التجارة" يشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد، وتحكمه عدة قواعد وأنظمة، أما المقطع الثاني، أي "الإلكترونية"، فهو يشير إلى وصف لمجال أداء مهنة التجارة ويقصد به: ذلك الأداء والنشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية، وفي مقدمتها الإنترنت". (قنديلجي، 2015، صفحة 29)
- "التجارة الإلكترونية تمثل شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل أطراف التبادل إلكترونياً، بدلا من التبادل المادي أو الاتصال المادي المباشر". (العلاق، 2009، صفحة 125)

من خلال هذا التعريف يتبين أن التجارة الإلكترونية عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل ولكن يجب أن يتم بوجود وسيط إلكتروني يعوض العلاقة المباشرة بين الأطراف.

- "التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات من خلال استخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى، ويشمل ذلك:" (كتانة، 2009، الصفحات 51-52)
  - ✓ عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات؛
  - ✓ سداد الالتزامات المالية ودفعها؛
  - ✓ إبرام العقود وعقد الصفقات؛
  - ✓ التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع؛
  - ✓ علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع؛
  - ✓ المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات؛
  - ✓ الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات؛
  - ✓ الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن؛
  - ✓ تبادل البيانات الكترونيا((Electronic Data Interchange (EDI) بما في ذلك:
    - التعاملات المصرفية؛
    - الفواتير الإلكترونية؛
    - الاستعلام عن السلع؛
    - كتالوجات الأسعار؛
    - المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء.

أشار هذا التعريف إلى جميع العمليات التي تتم في التجارة الإلكترونية، والتي تمثل مجموعة متنوعة من العمليات المتصلة بعقد الصفقات التجارية من خلال وسائل الاتصال الإلكتروني، وخاصة الأنترنت.

كما قدمت مجموعة المنظمات الدولية المهتمة بالاقتصاد والتجارة تعريفات للتجارة الإلكترونية نوجز أهمها فيما يلي:

- **تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية** Organisation mondial de la Propriété intellectuelle(OMPI)

"التجارة الإلكترونية في شكلها الواسع تشمل كل الوسائل الإلكترونية المستخدمة لغرض التجارة". (www.wipo.int)

- تعريف جمعية التجارة والخدمات على الخط Association pour le Commerce et les services en ligne (ACSEL)

"التجارة الإلكترونية هي مجموعة التبادلات التجارية، التي تتم عبر شبكة اتصالات". (www.aftel.Fr)

- تعريف المنظمة العالمية للتجارة (OMC)

"التجارة الإلكترونية مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصال، ومنه أمثلته السلع الموزعة إلكترونيا: الكتب، القطع الموسيقية" (www.wto.org/Fr/e-commerce)

تعود أسباب تعدد التعريفات إلى:

- ✓ تنوع واختلاف تطبيقات التجارة الإلكترونية.
- ✓ تباين الأطراف المشاركة في التجارة الإلكترونية، إذ تعد التجارة الإلكترونية مفهوماً واسعاً يشمل أي نشاط أو تعاملات تجارية تتحقق بين أطراف متعددة عبر الوسائل الإلكترونية.
- ✓ إدراج التجارة الإلكترونية في نطاق أوسع هو مفهوم الاقتصاد الرقمي.
- ✓ النظر إلى التجارة الإلكترونية من زوايا مختلفة حسب وجهات نظر الأطراف ذات العلاقة.

2. **خصائص التجارة الإلكترونية** (الطائي، 2010، الصفحات 58-64):

لقد ساهمت التجارة الإلكترونية في تجاوز العديد من عيوب التسويق التقليدي، وسنرى فيما يلي الخصائص الفريدة للتجارة الإلكترونية، والتي تمثل تحديا لفكرة الأعمال التقليدية، وبذات الوقت تعكس المبررات التي تكمن وراء الاهتمام الكبير بها.

أ. **خاصية كلية الوجود:**

وهي تعني أنها متاحة في كل مكان، وفي جميع الأوقات، فهي تحرر السوق من مجرد كونه مكاناً عادياً ومقيدا إلى الشكل الذي يسمح للزبون بالتسوق من حاسبه الشخصي أو منزله، أو حتى من مكان عمله، بحيث يتحول مكان السوق (Market place)، إلى فضاء السوق (Market Space)، فالسلعة أو الخدمة المعروضة على الأنترنت لا تحتاج إلى أن تستهدف سوقا محددا جغرافيا بحد ذاته، بل بالعكس فإن إنشاء موقع تجاري على الشبكة يسمح لمؤسسة صغيرة باقتحام أسواق والتعامل مع مستخدمي الأنترنت من كل أنحاء العالم سواء كانوا مؤسسات أو أفراد .

ب. الوصول العالمي:

تتيح تكنولوجيا التجارة الإلكترونية للمعاملات التجارية إمكانية تجاوز الحدود الدولية إلى أبعد ما يكون بطريقة فاعلة جداً، حيث يشير الوصول إلى العدد الكلي من المستفيدين والزبائن الذين يمكن للتجارة الإلكترونية استقطابهم والحصول عليهم.

ت. المعايير العالمية:

تعد هذه الخاصية من الخصائص غير الاعتيادية المهمة جدا للتجارة الإلكترونية، إذ أن المعايير التقنية للأنترنت للتعامل مع تطبيقات التجارة الإلكترونية تتصف بالعالمية حيث أنها تكون مشتركة بين جميع دول العالم، بالمقابل فإن أغلب تكنولوجيا التجارة التقليدية تختلف من دولة إلى أخرى، إذن عالمية المعايير التقنية للتجارة الإلكترونية أسهمت بشكل كبير في تقليص تكاليف الدخول إلى الأسواق، وتقليص تكلفة البحث عن المنتجات، فإيجاد سوق عالمي واحد يتم فيه عرض الأسعار وأصناف المنتجات، تسمح للزبائن معرفة الأسعار وشروط التوزيع، وغيرها من المعلومات الهامة لمنتج محدد في أي موقع في العالم.

ث. الإثراء:

الإثراء ويقصد به التوفيق بين عدد الزبائن الذين تستطيع المؤسسة الوصول إليهم ، ومدى قدرتها على تزويدهم بالخدمات والمعلومات التي يحتاجونها، في ظل التجارة التقليدية نجد محدودية الموارد، وقيود التكلفة أدت إلى وجود علاقة عكسية بين الوصول والإثراء، حيث لأنه كلما زاد عدد الزبائن الذين تريد المؤسسة أن تصل إليهم انخفض مستوى الخدمات والمعلومات التي يمكنها تقديمها إليهم، بالمقابل في ظل تطبيقات التجارة الإلكترونية فقد أصبح بإمكان المؤسسة زيادة عدد الزبائن الذين يمكن الوصول إليهم، وفي نفس الوقت تقديم الخدمات والمعلومات اللازمة لهذا العدد.

ج. التفاعلية:

إن تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تفاعلية، إذ أنها تسمح بالاتصال في اتجاهين بين التاجر والزبون، فالتفاعلية تسمح بالتفاعل الفوري (Online) للتعامل مع الزبون بطريقة مشابهة للتعامل بأسلوب (وجهاً لوجه) لكن على نطاق عالمي وبشكل واسع.

ح. كثافة المعلومات:

نقصد بها كمية المعلومات المتاحة للمشاركين في السوق ونوعيتها، فالأنترنت يساهم بشكل كبير في زيادة كثافة المعلومات المتاحة للمشاركين عن السوق والزبائن والتجار وغيرها من الجهات ذات العلاقة. لقد أسهمت تطبيقات التجارة الإلكترونية في تقليص تكلفة جمع البيانات ومعالجتها وتخزينها وتوصيلها، وكذلك زادت من دقة هذه المعلومات وموثوقيتها ففي ظل التجارة الإلكترونية، أصبحت المعلومات أكثر غزارة ووفرة وأقل تكلفة وأعلى جودة.

خ. غياب المعاملات الورقية والقدرة على التواصل مع أكثر من جهة: (مصطفى، 2005، صفحة 57)

تتم المعاملات دون وجود مستندات ورقية حيث أن كل العمليات تتم بطريقة إلكترونيه، هذه الوسائل الإلكترونية تسمح بالقدرة على التواصل مع أكثر من جهة وفي نفس الوقت، بحيث يمكن للعاقد إرسال رسالة إلى عدد من الجهات المختلفة دون الحاجة إلى تكرار الإرسال في كل مرة .

ثانيا. تحديات مراجعة التجارة الإلكترونية:

إن التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية من أهم التحديات التي تواجه مهنة المراجعة، فمستوى المهارات والمعرفة المطلوبة لفهم التجارة الإلكترونية من أبرز التحديات التي انعكست على بيئة الأعمال، الأمر الذي دفع العديد من التنظيمات المهنية لإصدار العديد من المعايير والإرشادات التي تهدف إلى تطوير وإصلاح التعليم المحاسبي والتأهيل المهني للمراجع.

ويمكن عرض التحديات الناشئة عن التجارة الإلكترونية والتي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة كما يلي (مصطفى، 2005، صفحة 57) :

1. **التأهيل العلمي والعملي:**

إن قضية تطوير المهارات والمعرفة المرتبطة بالتجارة الإلكترونية من أهم التحديات التي انعكست على بيئة الأعمال، ونظرا لأن مكاتب المراجعة تمثل جزءا من المنظمات التي لها دور فاعل في المنظومة الاقتصادية، فإنه لزاما عليها أن تعمل على تطوير أدائها لكي يواكب التطورات الاقتصادية والتكنولوجيا المتلاحقة من خلال الاقتصاد المعرفي حتى يكون المراجعين قادرين على مواكبة التطورات في أنظمة المعلومات. كما أكد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين بأنه يجب على المحاسبين والمراجعين زيادة تأهيل وتطوير أنفسهم للتعامل مع أنظمة وتقنيات الأنترنت، وخاصة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، وأن المناهج المحاسبية غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات وإن برامج المحاسبة على الرغم من أنها تشمل العديد من الأمور المحاسبية إلا أنها بحاجة إلى سعة الأفق في التعليم المحاسبي وإدراك تأثيرات التقنية والعولمة باعتبار أن تطوير مناهج التعليم المحاسبي هو المدخل الصحيح لتطوير المهنة،

كما أوصى كذلك المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين بإعادة هندسة برامج المحاسبة في الجامعات على ضوء المتغيرات البيئية المحيطة (العبادي، 26/ 27 أفريل 2011)

2. **الضرائب:**

أثارت مسألة فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية العديد من التحديات منها عدم وجود آليات محددة لإخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة وصعوبة إثبات التعاملات والعقود التي تتم إلكترونياً، إضافة للبعد المكاني للأنشطة الخاضعة للضريبة وقصور التشريعات عن تنظيم آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية.

فالتجارة الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري وهذا يعني احتمال الكشف على مصدر النشاط، كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأقل عبئاً والأكثر تشجيعا، هذا ما تنهت إليه أمريكا فقررت عدم فرض الضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الإلكترونية كما أن فرض الضرائب على هذا النمط في التعاملات التجارية الجديدة يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع لما تثيره قواعد محاسبتها والتعرف على حقائق الدخل المتأتي منها من تحديات ومشكلات، هذا إلى جانب حاجة المسائل الضريبية على التجارة الإلكترونية إلى تعاون وتنسيق دولي بسبب الطبيعة العابرة للحدود لصفقات التجارة الإلكترونية:

إذن يمكن تلخيص أهم هذه التحديات بما يلي (العبادي، 26/ 27 أفريل 2011):

- التجارة الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري وهذا يعني احتمال عدم الكشف عن مصدر النشاط؛
- مشكلة النظام القانوني المختص بالعلاقات والالتزامات الضريبية؛
- التجارة الإلكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً؛
- فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يتطلب وجود تعاونا وتنسيقا إقليميا ودوليا؛
- صعوبة حصر التعاملات والتعاقدات الإلكترونية وإثباتها وصعوبة التعرف على حجم الأموال المتبادلة في شأنها (المنعم، 2013، صفحة 225).

3. الاعتراف بالإيراد (الحميد، 2014، صفحة 247):

يتحقق الإيراد بشكل عام عندما يتحقق شرطا الاكتساب والتبادل، بمعنى أن هناك وعداً بالدفع حالا أو مستقبلا من المشتري مقابل وعد من الشركة بتقديم السلعة أو الخدمة، هذا ما جاءت به نشرة لجنة الأوراق المالية الأمريكية SEC رقم 101 بأنه لا يجوز الاعتراف بالإيراد إلا إذا تحقق أو هناك إمكانية تحقيقه، وتم اكتسابه وفقا للمعايير التالية:

- ✓ وجود دلائل مقنعة بالإثبات؛
- ✓ تحديد سعر البيع من قبل البائع للمشتري؛
- ✓ تم تسليم البضاعة أو تم تأدية الخدمة؛
- ✓ عملية التحصيل مؤمنة بشكل معقول.

وعليه فلإيراد المتولد عبر قنوات التجارة الإلكترونية لا يتماشى مع بعض شروط الاعتراف بالإيراد، فالمعيار الأمريكي رقم 48 وضمن الشرط رقم (02) منه "أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزما بالدفع"، يجعل الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع مستحيلا، والسبب أن عملية الدفع ضمن آلية التجارة الإلكترونية، آلية محفوفة بالمخاطر وقد تكون إذا ما تم التلاعب بها عملية وهمية ويقابلها خروج حقيقي للبضائع من عند التاجر.

وبالنسبة للشرط رقم (03) وفي نفس المعيار "أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة"، وفي حالة التلاعب، فمن هو المشتري؟ مجهول، والمتحمل لهذه الخسارة هو الشركة البائعة.

إذن ففي ظل الظروف التكنولوجية العالية وغياب الأمان وإمكانية اختراق الشركة من قبل الغير، جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها وتمثل تحديا كبيرا يواجه مهنة المحاسبة والمراجعة.

ثالثا. مخاطر مراجعة التجارة الإلكترونية وأدلة الإثبات فيها:

1. المخاطر المواجهة لمهنة المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية:

بإعتبار أن جميع الصفقات في التجارة الإلكترونية تتم من خلال الحاسب الآلي بداية من أمر الشراء وانتهاءً بالدفع والاستلام هذا الأمر يؤدي بلا شك إلى زيادة حالات الغش لأن أي تعديلات في المستندات أو السجلات قد لا تترك أي أثر مادي يمكن اكتشافه، ونظرا لغياب المستندات الورقية فقد يؤدي هذا إلى ارتفاع خطر المعلومات. وبما أن مخاطر التجارة الإلكترونية تتفاوت من صناعة إلى أخرى فإنه يتعين على المراجع جمع معلومات بخصوص الصناعة عموما، وأهداف التجارة الإلكترونية للمؤسسة وإستراتيجية إنجاز هذه الأهداف. هذه المعلومات تساعد في تنفيذ تقييم المستوى العالي لمخاطر الأعمال.

تعد مخاطر المراجعة من العوامل الهامة التي يتعين على المراجع أخذها في الاعتبار، سواء عند اختيار العميل أو عند تخطيط عملية المراجعة، أو عند تصميم إجراءات المراجعة، وكذلك عند تجميع الأدلة وتقييمها وتكمن هذه المخاطر في أن يبدي المراجع رأيا غير سليم. وعلى المراجع أن يتفادى احتمال الوقوع في تلك المخاطر، أو أن يخفضها إلى أدنى حد ممكن، وذلك ببذل العناية المهنية المناسبة، مع تطبيق معايير المراجعة المتعارف عليها.

قبل تحديد مخاطر المراجعة ينبغي التعرف على ماهية مخاطر المراجعة، فقد عرفها معيار المراجعة الدولي رقم 400 بعنوان (تقدير المخاطر والرقابة الداخلية) بأنها:" المخاطر التي تؤدي إلى قيام المراجع بإبداء رأي غير مناسب عندما تكون البيانات المالية خاطئة بشكل جوهري." (القشي، 2003، صفحة 90)

ومخاطر المراجعة دائما تكون موجودة عندما تكون المراجعة غير مخطط لها بعناية، ويمكن اختصار هذه المخاطر فيما يلي (القشي، 2003، صفحة 75):

- ✓ المخاطر الموروثة أو المتأصلة (Inherited Risk).
- ✓ مخاطر الرقابة (Control Risk).
- ✓ مخاطر الاكتشاف (Detection Risk)

أ. **المخاطر الموروثة (المتأصلة):** هي عبارة عن أخطاء مادية أو أخطاء احتيال في نظام المحاسبة المستخدم في وضع الكشوفات المالية، فنسبة الخطر الموروث (المتأصل) تتأثر بالخصائص الفريدة لطبيعة أعمال المؤسسة والصناعة التي تعمل فيها، فضلا عن طبيعة نظام التشغيل المطبق، النظام المباشر الفوري يفرض صعوبات متأصلة فيما يتعلق بكيفية مراجعة هذا النظام، وتعقيد أداء عملية المراجعة، فالمعاملات تُدخِل من مواقع بعيدة، ويتم تخزين المعاملات والأرصدة داخلياً، ومن ثم قلّت الحاجة إلى المستندات الورقية نظرا لإدخال البيانات مباشرة إلى النظام، وهذا يؤثر في طبيعة إجراءات التحقق المطلوبة ومداها وتوقيتها (أحمد، 2011، الصفحات 11-112).

يرى الباحث أن المراجع لا يمكنه السيطرة على المخاطر الموروثة، ولكن يمكنه تقييمها وتقييم إجراءات التحقق للتوصل إلى مستوى مقبول من مخاطر عدم الاكتشاف مخفِضاً بذلك مخاطر المراجعة إلى أدنى مستوى مقبول.

ب. **مخاطر الرقابة:** إن مخاطر الرقابة هي مخاطر احتمالية أن تفشل نشاطات الرقابة الداخلية في منع أو كشف الأخطاء المادية في الكشوفات المالية. وإن المراجع لا يستطيع أن يدير هذه المخاطر ولكنه يستطيع فقط أن يقيم نظام الرقابة الداخلية ويقيم احتمالية فشله، حيث تبدأ مهمة المراجع الخارجي في تقييم المخاطر الرقابية لمنع وكشف وتصحيح الأخطاء المحتملة والاحتيال.

ت. **مخاطر الاكتشاف:** وهي المخاطر التي تنشأ عن عجز إجراءات التحقق التي يطبقها المراجع في اكتشاف تحريفات في أرصدة الحسابات أو في فئات المعاملات، وهي مخاطر ناتجة عن فشل إجراءات المراجعة الخارجية في توليد أدلة عن أخطاء ملموسة شرط أنها قد دخلت في نظام المحاسبة والتي لم يمنعها أو يكشف عنها أو يصححها جهاز الرقابة الداخلية (العمودي، 2006، صفحة 72)، فنجد أن مخاطر الاكتشاف عكس المخاطر الموروثة ومخاطر الرقابة، حيث يكون المراجع هو المسؤول عن أداء عملية جمع الأدلة التي تدير عملية الاكتشاف.

يرى الباحثان أن خطر الاكتشاف يعكس مدى فعّالية إجراءات المراجعة التي يطبقها المراجع. حيث يمكن للمراجع التحكم في خطر الاكتشاف من خلال زيادة أو تخفيض حجم الاختبارات الأساسية، وذلك في مرحلتي تخطيط وتنفيذ عملية المراجعة.

ويمكن تلخيص مخاطر المراجعة في الجدول التالي:

الجدول 1: مخاطر المراجعة

المخاطر	الطبيعة	المصدر
مخاطر متأصلة ومخاطر الرقابة	قد تحتوي البيانات المالية على أخطاء جوهرية.	أهداف/ عمليات المؤسسة وتصميم/ تنفيذ الإدارة لأنظمة الرقابة الداخلية
مخاطر الاكتشاف	قد يخفق المراجع في كشف الأخطاء الجوهرية في البيانات المالية.	طبيعة ومدى الإجراءات التي قام المراجع بتأديتها.

المصدر: Guide to Using ISAs in the Audits of Small and Medium Sized Entities, third Edition, Volume 1-core concepts, 2011, P 36. متاح على الموقع ifac.org/publications

2. **أدلة الإثبات في ظل اختلاف طرق التشغيل:**

أ. **أثر التجارة الإلكترونية على أدلة الإثبات:**

إن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تشغيل البيانات وتمام الصفقات بدءًا باستخدام الحاسب الآلي في تشغيل البيانات ووصولاً إلى استخدام الأنترنت في المعاملات الاقتصادية (التجارة الإلكترونية) ، نتج عنه آثار جوهرية على بيئة المراجعة والتي أهمها:

- ✓ غياب المدخلات من المستندات الورقية؛
- ✓ غياب المخرجات الملموسة؛
- ✓ اختصار الدورة المحاسبية؛
- ✓ الدليل المتاح دليل إلكتروني.

وقد أثر ذلك على شكل أدلة الإثبات كما يظهر في الجدول التالي:

الجدول 2 : مقارنة أدلة الاثبات في ضوء طرق التشغيل المختلفة (شعبان، 2010، الصفحات 182-188)

الدليل	تشغيل يدوي	تشغيل إلكتروني	تجارة إلكترونية
1-حسب مصدر الحصول عليه: مصادر داخلية: المستندات القانونية	جميع التعاقدات القانونية، تأخذ الشكل الورقي.	لن تختلف التعاقدات القانونية أو شكلها عن التشغيل اليدوي.	تأخذ التعاقدات الشكل الرقمي (الإلكتروني)، تتم من خلال موقع الشركة على شبكة الأنترنت، ويتم اعتمادها باستخدام التوقيعات الرقمية.
مستندات المؤسسة	تشمل فواتير البيع، أوامر الشراء، الشيكات الملغاة،...الخ	نفس المستندات وتكون في شكل ورقي، يمكن أن تحتفظ المؤسسة بنسخ إلكترونية على الحاسب.	تأخذ الشكل الرقمي، تتم جميع التعاملات من خلال موقع المؤسسة على الأنترنت، حيث يتم إرسال واستقبال الفواتير وأوامر الشراء عن طريق الانترنت.
مستندات المحاسبة	كل المستندات والدفاتر الخاصة بالدورة المحاسبية	اقتصرت الدورة المحاسبية على مجرد إدخال البيانات ثم إنتاج التقارير وبالتالي جميع خطوات التشغيل لا يمنك تتبعها	يتم التشغيل إلكترونياً، مصدر البيانات يكون أيضاً في شكل إلكتروني، لا يكون متاح إلا في فترة قصيرة، وكذلك التقارير التي يتم عرضها من خلال موقع المؤسسة.
المستندات الخاصة بالتخطيط والرقابة	تشمل تقارير الاستلام، مستندات حركة المخزون، بحوث التسويق وتقرير الانحرافات...الخ	لا تختلف كثيرا عن التشغيل اليدوي.	قد لا توجد حركة المخزون، أو المخازن تقارير الانحرافات وبحوث التسويق وغيرها أصبحت إلكترونياً.
- مصادر خارجية: مستندات خاصة بالمؤسسة	تشكل عقود الشراء، فواتير البيع، أوامر العملاء والقروض...الخ	لن تختلف عن التشغيل اليدوي.	كلها عقود رقمية موقعة بالتوقيع الرقمي، تتم من خلال موقع المؤسسة.
المستندات التي أنشأها طرف ثالث	مثل القوائم الموثقة من البنوك، الردود الموثقة من العملاء، المراسلات الموثقة من جهة قانونية...الخ	لن تختلف عن التشغيل اليدوي.	يمكن أن تكون إلكترونية أو ورقية حسب النظام الذي يتبعه الطرف الثالث.
المعلومات العامة الخاصة بالمؤسسة	مثل إحصائيات الصناعة، وتقارير معدلات الائتمان	لن تختلف عن التشغيل اليدوي.	تكون متاحة عن طريق شبكة الأنترنت.
2-حسب إجراءات الحصول عليها: الفحص المادي	الجرد أو الفحص الذي يقوم به المراجع للأصول الملموسة	لن تختلف عن التشغيل اليدوي.	قد لا يكون موجود، حيث أن المؤسسة يمكن أن تكون مجرد موقع على شبكة الأنترنت فقط، ولا يوجد لها مقر، وبالتالي تفتقر للأصول الملموسة.
المصادقات	رد كتابي أو شفوي من طرف ثالث محايد للتحقق من صحة	لن تختلف عن التشغيل اليدوي.	ترسل المصادقات عن طريق البريد الإلكتروني، ويستقبل الرد بنفس

	المعلومات التي يطلبها المراجع.		الطريقة، وهذا يوفر الوقت والتكلفة للمراجع.
التوثيق	فحص مستندات ودفاتر العميل التي تدعم المعلومات الموجودة بالقوائم المالية.	لا يوجد سوى مستندات أصل القيد أو مصادر البيانات والتقرير النهائي،	مستند القيد و التقرير يكون في شكل رقمي، ويكون متاح في موقع المؤسسة لفترة محددة.
الملاحظة	تستخدم طوال فترة المراجعة	بالإضافة لما هو موجود في التشغيل اليدوي، يكون على المراجع ملاحظة تشغيل نظام معلومات المؤسسة لتحديد أي انحرافات فيه.	على المراجع ملاحظة موقع المؤسسة على الشبكة، والتأكد من عدم وجود تغييرات أو انحرافات غير مرخص بها.
الإجراءات التحليلية	استخدام المقارنات والعلاقات لتحديد مدى منطقية رصيد حساب معين أو بيان ما.	يمكن أن تتم من خلال استخدام برامج خاصة على الحاسب الآلي	تتم من خلال نظام معلومات المراجع، الذي يكون على اتصال مباشر بنظام معلومات المؤسسة وينتج تقارير بالاستثناءات الناتجة عن الأنشطة غير العادية.
الاستفسار من العميل	الحصول على معلومات مكتوبة أو شفوية من العميل	لن تختلف عن التشغيل اليدوي.	يمكن أن يتم الاستفسار من خلال موقع الشركة أو باستخدام البريد الإلكتروني.
إعادة التشغيل	إعادة تشغيل عينة من العمليات	تتم باستخدام برنامج خاص بالمراجع	يمكن أن تتم من خلال نظام معلومات المراجع.
إجراءات أخرى	/	-المراجعة حول الحاسب، المراجعة مع استخدام الحاسب، برامج المراجعة العامة بالكمبيوتر، الحاسبات الشخصية المعاونة للمراجعة	- نموذج المراجعة الدورية. - نموذج المراجعة المستمرة.

المصدر: أيمن محمد صبري شعبان، مراجعة الحسابات في بيئة التجارة الإلكترونية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2010 ص182 -188.

ب. تحديد أدلة الإثبات المطلوبة في مراجعة التجارة الإلكترونية:

لن يستطيع المراجع إبداء رأيه إلا إذا توفر لديه عدد من أدلة الإثبات أو القرائن التي يمكنه الاستفادة منها والاعتماد عليها في التعبير عن رأيه، فهذه الأدلة التي يستند إليها المراجع تعزز رأيه، وتطمئنه إلى أن يبدي هذا الرأي المبني على وجود إثباتات مؤيدة تدعمه.

ونتيجة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المعاملات التجارية أصبحت المستندات مخزنة في ملفات إلكترونية، ولم تعد في مستندات ورقية.

وهنا يثار التساؤل عن مفهوم أدلة الإثبات والقرائن بشكل عام وعن الخصائص النوعية الواجب توافرها في الأدلة الإلكترونية والتوقيت المناسب للحصول عليها.

وطبقا لتعريف مجمع المحاسبين الكندي (CICA)، فإن أدلة الإثبات الإلكترونية (Verardo, 2007, pp. 1-2):"هي معلومات تم نقلها وتشغيلها والاحتفاظ بها أو حيازتها عن طريق وسائل إلكترونية ويستخدمها المراجع لتقويم تأكيدات تدعيم الإدارة بالقوائم المالية".

ت. خصائص أدلة الإثبات الإلكترونية:

حدد مجمع المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPAضرورة أن تتوافر في أدلة الإثبات الخصائص التالية (Verardo, 2007, pp. 1-2):

- ✓ **الصلاحية:** ليكون المستند الإلكتروني صالحاً كدليل إثبات يجب أن تتوفر فيه ما يلي:
  - أن يكون موقعاً إسوة بالمستند الورقي، إلا أن التوقيع يكون إلكترونياً، ويقصد بالتوقيع الإلكتروني" مجموعة من الحروف، أو الرموز، أو الإشارات ذات طابع منفرد يسمح بالتحقق من شخصية مرسل المستند ويميزه عن غيره".
  - تتزايد صلاحية المستند الإلكتروني بوجود البصمة الإلكترونية، ويقصد بها رقم البريد الذي يحمله المستند المرسل عن طريق شبكة المعلومات الدولية والذي يحدد عنوان مرسل المستند.
  - لكي يكون المستند الإلكتروني صالحاً يجب أن تكون الكتابة بالشكل الذي يسمح بالتحديد الواضح لأطراف المعاملة التجارية، كما يجب حفظ الكتابة الإلكترونية بالشروط والظروف التي تضمن سلامتها وبقائها دون تحريف أو تعديل.

وعليه فإن صلاحية المستند الإلكتروني تعتمد على درجة الاقتناع به، وأن يكون مرتبط بالموضوع قيد المراجعة، وأن يصل شخص أو أكثر لنفس النتيجة أو الرأي من خلال استخدام نفس المستند الإلكتروني.

- ✓ **الاكتمال:** يقصد بالاكتمال أن تكون كافة المستندات الإلكترونية الصالحة كافية لتكوين وإبداء الرأي. فقد يحدث أن تكون المستندات المتوفرة صالحة، ولكنها غير كافية، وعدم كفاية أدلة الإثبات يُعَرض المراجع للمساءلة القانونية باعتبارها دليل على إهماله في ممارسة مهنته. فأدلة الإثبات تعطي أساس منطقي لتكوين رأي موضوعي، بمعنى وجود معلومات قوية بصورة كافية إذا كانت مؤيدة بأدلة إثبات كافية.

يرى الباحث أن حد الاكتمال يختلف من مراجع لآخر وفقاً للخبرة المهنية المكتسبة ومن مؤسسة لأخرى.

- ✓ **التوقيت المناسب:** ويقصد به تحديد الفترة الزمنية التي يتم من خلالها الحصول على أدلة الإثبات في التعاملات الإلكترونية على درجة كبيرة من الأهمية وخاصة في ظل تحقيق الصلاحية والاكتمال.

الخاتمة:

وفي ظل انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية، نتيجة التقدم المذهل في تكنولوجيا الاعلام والاتصال وبحث المواطن عن الرفاهية في الحياة، نمت التجارة الالكترونية بشكل سريع وفي كل دول العالم، الجزائر ليست في منأى عن هذا التطور حيث ظهرت عدة مواقع تمارس هذه التجارة، الشيء الذي أبان على مشاكل جديدة في مراقبة و مراجعة هذه التجارة غير المستندية مما خلق سوق موازي يصعب التحكم فيه ومراقبته وبالتالي احداث مشاكل مختلفة كعدم تساوي الفرص بين ممارسي التجارة التقليدية ونظرائهم من ممارسي التجارة الالكترونية، عدم تحصيل الاقتطاعات الضريبية، ...الخ

التوصيات:

- ✓ وجود تجارة إلكترونية ناشئة في الجزائر تتطلب استعداد مهنة المحاسبة والمراجعة للتكيّف معها.
- ✓ إن أدلة الإثبات في التجارة الإلكترونية أدلة إلكترونية غير ورقية، تحتاج في جمعها إلى تكنولوجيا المعلومات، وهذا ما يتطلب تدريب وتأهيل المراجعين ومحققي الإدارة الجبائية في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- ✓ إصدار تشريعات لمراقبة أنشطة التجارة الإلكترونية، وتكوين المراجعين ومراقبي الإدارة الجبائية.
- ✓ إبرام اتفاقيات دولية لمراجعة أنشطة التجارة الإلكترونية وتحديد مصدر وعوائد الأنشطة التجارية الالكترونية، وتجنب الازدواج الضريبي.

قائمة المراجع:

www.aftel.Fr - . (بلا تاريخ).

www.wto.org/Fr/e-commerce - . (بلا تاريخ).

www.wipo.int . (بلا تاريخ). تم الاسترداد من المنظمة العالمية للملكية الفكرية .

- عبد الوهاب نصر علي، شحاتة السيد شحاتة. (2014). *المراجعة الالكترونية في أسواق المال*. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.

Verardo, P. C. (2007, January). Technology Changes the Form and Competence of Audit Evidence. *The CPA Journal*, pp. 1-2.

- أحمد عبد الله عمر العمودي. (2006). *أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة - دراسة ميدانية في اليمن*. جامعة دمشق.

- أحمد عبد الله عمر العمودي. (2006). *أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة-دراسة ميدانية في اليمن*. أطروحة دكتوراه في المحاسبة، جامعة دمشق .

- أيمن محمد صبري شعبان. (2010). *مراجعة الحسابات في بيئة التجارة الإلكترونية*. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.

- خيري مصطفى كتانة. (2009). *التجارة الإلكترونية* (المجلد 1). عمان: دار المسيرة.

- دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم. (2013). *التجارة الإلكترونية* (المجلد ط 1). عمان : دار وائل للنشر.

- زواق الحواس، ولهي بوعلام،. (بلا تاريخ). *" الضرائب على التجارة الإلكترونية – المشكلات و آليات الإخضاع"*،. (جامعة المسيلة) تم الاسترداد من http://dspace.univmsila.dz.

- سعد غالب ياسمين، بشير عباس العلاق. (2009). *التجارة الإلكترونية*. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

- سليمان عبد أبو مصطفى. (2005). *التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي*. الجامعة الإسلامية، كلية الشريعة . غزة: .

- صالح حميداتو. (2017). *تحديات المراجعة الخارجية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية في الجزائر*. جامعة ورقلة.

- ظاهر شاهر يوسف القشي. (2003). *مدى فاعلية المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية*. أطروحة دكتوراه في المحاسبة (غير منشورة)، جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- ظاهر شاهر يوسف القشي. (2003). *مدى فعالية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية*. جامعة عمان للدراسات العليا.
- عامر إبراهيم قندليجي. (2015). *التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها* (المجلد 1). عمان: دار المسيرة.
- عبد المطلب عبد الحميد. (2014). *اقتصاديات التجارة الإلكترونية*. الإسكندرية: الدار الجامعية.
- علي عزوز. (2015). جباية المعاملات الإلكترونية - المشاكل والحلول. *مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، 1*.
- عمر إقبال المشهداني، إبراهيم جويفل العبادي. (26/ 27 أفريل 2011). التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية. *عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-*. المركز الجامعي خميس مليانه.
- محمد عبد الحسين الطائي. (2010). *التجارة الإلكترونية- المستقبل الواعد للأجيال القادمة* (المجلد ط 1). عمان: دار الثقافة.
- منهل مجيد أحمد. (2011). *إعادة هندسة مهنة مراقبة الحسابات في إطار تكنولوجيا المعلومات – دراسة استطلاعية لبيان آراء عينة مختارة من مراقبي الحسابات في العراق*. جامعة سانت كلمنتس العالمية، مكتب الموصل. العراق : أطروحة دكتوراه فلسفة في المحاسبة.

خاتمة الكتاب

الملاحظ أن التطور التكنولوجي التي شهدته التجارة التقليدية أظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية بقواعد وأشكال جديدة، تكاد تنفصل تماما عن التجارة التقليدية، لكن هي نفسها التجارة التقليدية المحمولة على وسط إلكتروني وتكنولوجي، مضافة إليها خدمات إلكترونية لإدارة المعاملات التجارية كإنتاج نظم إدارة التوريد الإلكتروني وبرامج النفاذ إلى الأسواق الالكترونية، كالبيع والشراء ونظم تحديد الأسعار، ومعايير الإنتاج والتصنيع العالمي، وسرية المعلومات وبرامج لحفظ البيانات ضد أعمال القرصنة، وتوثيق المعاملات التجارية، مرورا إلى خدمات ما بعد البيع، ووصولا إلى إجراءات إلكترونية لإدارة النزاعات الناشئة داخل معاملات التجارة الإلكترونية

والملاحظ كذلك أن ميزة التجارة في الامتداد والتوسع من أجل تحقيق الأرباح والمنافع جعل العامل التكنولوجي كعامل موافق يكتسب نفس الخاصية والميزة، وهو ما أصبغ الطابع الشمولي على التجارة الإلكترونية وهو ما دفع بالدول المتطورة مثل فتح شبكاتها التجارية الداخلية مقابل الطلبات المتزايدة للدول في تحديث وسائل تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإنتاج،و التصنيع والتسويق.

إن الأنظمة الجبائية تسعى إلى تحقيق حصيلة ضريبية وفيرة لتغطية نفقات الدولة المتزايدة ، و ذلك في الوقت المناسب و بأقل تكلفة ممكنة ، و لا يتأتى ذلك إلا في إطار قوانين جبائية واضحة و شفافة بالنسبة للمكلفين ، و عدالة شاملة تساوي بين جميع المكلفين في الحقوق و الواجبات الضريبية ، و باستخدام إدارة جبائية واعية و متطورة تستخدم أحدث الأساليب التكنولوجية .

و تعتبر التجارة و المعاملات الإلكترونية بما تحققه من إيرادات و مداخيل ضخمة من أهم التحديات التي تواجه النظام الضريبي و قدرة هذا النوع على الإفلات من رقابة الإدارة الضريبية.

و ركز هذا الكتاب على تسليط الضوء على كيفية إخضاع التجارة الإلكترونية للجباية ،و بحث مختلف الإشكاليات و التحديات التي تعترض فرض الضرائب و الرسوم على التجارة الإلكترونية.

وعلى العموم أتاحت مختلف الدراسات التي تضمنها هذا الكتاب الوقوف على مدى حرص المشرع الجزائري لتهيئة البنية التشريعية لإخضاع التجارة الإلكترونية جبائيا و هذا من خلال سن العديد من القوانين و التشريعات المنظمة للمعاملات الإلكترونية آخرها إصدار القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 و المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، كما بينت إمكانية اخضاع بعض العمليات الناتجة عن التجارة الإلكترونية لمختلف الضرائب و الرسوم كما هو الحال عند استخدام الإدارة الضريبية لبعض عمليات المراقبة الجبائية كالرقابة الشكلية الإلكترونية والتحقيق المصوب الإلكتروني .

النتائج:

من أهم النتائج المتوصل إليها نذكر الآتي:

- تتميز التجارة الالكترونية بالانفصال الواضح بين الموقع الجغرافي والنشاط التجاري المتداول ، فالسوق الالكترونية مفتوحة بدون حدود سياسية أو جغرافية ، وبالمقابل فإنها تتكون من كافة العمليات التي يقوم عليها مفهوم التجارة التقليدية من عرض وإعلان وتعاقد وبيع وشراء وتسليم واستلام وذلك داخل الدولة وخارجها باستخدام شبكات الاتصالات العالمية ؛

- تطبيق التجارة الإلكترونية يحتاج الى رؤوس اموال ضخمة وكفاءات بشرية كفؤة ؛

- تأخر الجزائر في سن قانون التجارة الإلكترونية ومعالجتها للنقود الإلكترونية ؛

- انتشار الأمية بالمعنى الحديث، حيث أن مصطلح الأمية في التعريف الحديث يعني لا يحسن استخدام الحاسوب، ذلك أن فئة واسعة من المتعلمين لم يسبق لهم أن جلسوا أمام حاسوب وتعاملوا معه، وبالتالي فلا تتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الإنترنت الذي يرتكز على استخدام الحاسوب؛

- أن العولمة أفرزت عدة تحديات للنظام الجبائي أهمها ، تحدي الجباية الإلكترونية ؛

- هناك تباين في وجهات النظر الفكرية والعملية والدولية في المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية ؛

- هناك صعوبة في تتبع و مراقبة التجارة الالكترونية بسبب اختلاف النظم الضريبية والمناطق (المجالات) الزمنية ؛

- هناك معضلة فض المنازعات الضريبية للمعاملات الإلكترونية (إباحة أو تجريم النقود الإلكترونية) ؛

- لقد تبين أن هناك حرج تقع فيه الكثير من الدول بسبب حماية الخصوصية والهوية وبيانات المكلفين .

التوصيات و الاقتراحات :

من أهم التوصيات المتوصل إليها نذكر التالي:

- ضرورة الإسراع في حل المشاكل المتعلقة بجباية التجارة الإلكترونية عملا بمبدأ العدالة و المساواة بين كافة المكلفين بالضريبة في الإخضاع الضريبي .

- ضرورة مواكبة تطورات الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية ؛

- عصرنة الإدارة الجبائية بحيث تواكب التطور التكنولوجي الهائل و السريع في مجال التجارة الالكترونية ؛

- الاهتمام بتكوين أعوان و موظفي الإدارة الجبائية حتى يتمكنوا من أداء الأعمال المسندة إليهم كما ينبغي من تقدير الأوعية الضريبية لهذا النوع من التجارة و تدريبهم على مراقبتها ؛

- ضرورة التعاون بين المصالح الضريبية وباقي المؤسسات المالية والبنوك إضافة إلى مصالح السجل التجاري، من أجل بسط الرقابة المتكاملة على المعاملات التجارية الالكترونية؛

- توعية المواطنين بضرورة عصرنة طرق التواصل مع الإدارة الجبائية عند التصريح و الدفع و بذلك نختصر الوقت و التكلفة ونساهم في دعم الإدارة الجبائية و تحديثها ؛

- ضرورة ربط مواقع الأسواق الالكترونية المحلية مع الإدارة الضريبية، مع مراعات الخصوصية والأمان، من أجل تسهيل الرقابة وتحديد الوعاء الضريبي الأقرب للحقيقة ؛

- دعم المحلات بنهائيات الدفع الإلكتروني (TPE) وفرض الفوترة الإلكترونية، حتي يتسنى احتساب ضريبة القيمة المضافة (TVA) عند الاستهلاك؛

- ترقية وتطوير موقع جبايتك (jibayatic) بما يتلائم والتحاسب الضريبي للتجارة الإلكترونية ؛

- تقوية النظام الزجري و العقابي على كل المتهربين من الضريبة في مجال التجارة الإلكترونية ؛

- يجب على المشرع إحداث هيئات رقابية حديثة عملها مراقبة التجارة الالكترونية ،و المداخيل المحققة من خلالها ؛

- تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا المعلوماتية المستوردة حتى تكون في متناول الفئات المختلفة للمجتمع، بعد انخفاض تكلفة الحصول عليها ؛

- دعم وتحفيز المؤسسات على الترابط الشبكي .