جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مشروع مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم مالية ومحاسبية

التخصص: محاسبة وجباية معمقة

بعنوان:

جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر الأفاق والتحديات

–دراسة استقصائية–

من إعداد الطالبين:

سويسي رمزي

خالد بشان

تحت إشراف الأستاذ (ة):

بزة صالح

د. بوزرورة ليندة	جامعة برج بوعريريج	رئيسا
د. بزة الصالح	جامعة برج بوعريريج	مشرفا
د. بن خزناجي ليندة	جامعة برج بوعريريج	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مشروع مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم مالية ومحاسبية

التخصص: محاسبة وجباية معمقة

بعنوان:

جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر الأفاق والتحديات

–دراسة استقصائية–

من إعداد الطالبين:

سويسي رمزي

خالد بشان

تحت إشراف الأستاذ (ة):

بزة صالح

د. بوزرورة ليندة	جامعة برج بوعريريج	رئيسا
د. بزة الصالح	جامعة برج بوعريريج	مشرفا
د. بن خزناجي ليندة	جامعة برج بوعريريج	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقـــدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمَّد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد ..

فإني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لي إنجاز هذا العمل بفضله، فله الحمد أولاً وآخراً.

نتوجه بجزيل الشكر إلى **صالح بزة** الذي أرشدنا خلال هذا العمل المتواضع إلى غاية إكماله

ثم أشكر أولئك الأخيار الذين مدوا لي يدَ المساعدة، خلال هذه الفترة، وفي الذين لم يدَّخروا جهداً في مساعدتي،

كما أشكر كل القائمين على جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج

خالد بشان

الاهداء

الحمد لله

الذي أنشأ الوجود من العدم وقرر ما كان قبل أن يكون في اللوح والقلم

أما بعد:

إلى سر وجودي ومنبع الحنان وأرق وأحن وأجمل قلب في الدنيا إلى أمي الحبيبة

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يُسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلك، صاحب الوجه الطيب، والأفعال الحسنة، فلم يبخل عليَّ طيلة حياته

(والدي العزيز).

إلى التي منحتني دروسا في الصبر والتحمل وأعانتني للتغلب على المصاعب منبع الحب والحنان والوفاء زوجتي الحبيبة

إلى الذين أمدوني بيد العون وكانوا سندي في السراء والضراء من طفولتي

إلى شبابي: إلى الإخوة كل واحد باسمه وزوجاتهم وأولادهم إلى الأخوات وأزواجهن وأبنائهم.

إلى جميع الأصدقاء

إلى كل إنسان يحب الخير ويزرع بذور الأمل في هذه الحياة أهدي هذا العمل.

إلى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد فمن نسيته فألفه عذر وسلام.

خالد بشان

شكر وعرفان

الحمد لله ربي العالمين الذي من علينا بنعمه ووفقنا

والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين

نتوجه بجزيل الشكر إلى **صالح بزة** الذي أرشدنا خلال هذا العمل المتواضع

إلى غاية إكماله

رمزي سويسي

إهداء

إلى من أُفضّلها على نفسي، ولِمَ لا؛ فلقد ضحّت من أجلي ولم تدّخر جُهدًا في سبيل إسعادي على الدّوام

(أُمّي الحبيبة).

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يُسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلك، صاحب الوجه الطيب، والأفعال الحسنة، فلم يبخل عليّ طيلة حياته

(والدي العزيز).

إلى إخوتي وأصدقائي، وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون، وفي أصعدة كثيرة

أُقدّم لكم هذا البحث، وأتمنّى أن يحوز على رضاكم

رمزي سويسي

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى تطبيق جباية التجارة الالكترونية في الجزائر و أهم الحلول المساعدة في تطويرها، وذلك من خلال الاعتماد على استبيان وزع على 51 من الخبراء المحاسبين ومفتشي الضرائب باعتبارهم ممارسي مهنة التحصيل الجبائي في الجزائر.

غياب واضح للمواد القانونية الضريبية التي تتماشى مع خصوصيات المعاملات التجارية الالكترونية التي تسمح لنا بفرض معدلات ضريبية عليها.

الإمكانيات المادية والتقنية والبشرية المتواجدة حاليا في الادارة الضريبية غير كافية وغير ملائمة تماما لرقمنة الإدارة الضريبية.

ضرورة إعادة رسكلة مختلف عمالها و تكوينهم بصفة محترفة حول مجال الاعلام الآلي .

رقمنة الإدارة الجبائية واستحداث مختلف هياكلها بالشكل الذي يسمح لها بالتوجه نحو الإدارة الإلكترونية

الكلمات المفتاحية: النظام الضريبي . التجارة الالكترونية . جباية التجارة الالكترونية .

Abstract:

This study aimed to shed light on the extent of the application of electronic commerce collection in Algeria and the most important solutions to assist in its development, by relying on a questionnaire distributed to 51 accountants and tax inspectors as practitioners of the tax collection profession in Algeria.

A clear absence of tax legal materials that are in line with the peculiarities of electronic business transactions that allow us to impose tax rates on them.

The material, technical and human capabilities that currently exist in the tax administration are insufficient and completely unsuitable for the digitization of the tax administration.

The need to recycle its various workers and train them in a professional manner in the field of automated media.

Digitizing the tax administration and developing its various structures in a way that allows it to move towards electronic management

Keywords: tax system. E-Commerce . Electronic commerce collection

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وتقـدير _____ ج

الاهداء _____

الملخص: _____

فهرس المحتويات _____

فهرس الجداول _____

فهرس الأشكال _____

المقدمـــــــة _____

الفصل الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر _____

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية _____ ***5***

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية _____ **5**

المطلب الثاني: مستلزمات تطبيق التجارة الالكترونية _____ **6**

المطلب الثالث: أهداف التجارة الإلكترونية _____ **7**

المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر _____ ***8***

المطلب الأول: ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر _____ **8**

المطلب الثاني: واقع ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر _____ **13**

المطلب الثالث: الصعوبات التي تواجه استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر _____ **21**

المبحث الثالث: ماهية جباية التجارة الالكترونية _____ ***24***

المطلب الأول: مفهوم جباية التجارة الالكترونية _____ **24**

المطلب الثاني: العقد والمستهلك الالكتروني _____ **27**

المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في ظل قانون 18-05 _____ **31**

الفصل الثاني: طبيعة النظام الجبائي في الجزائر _____

المبحث الأول: النظام الحقيقي للضرائب _____ *37*

المطلب الأول: مفهوم النظام الحقيقي _____ 37

المطلب الثاني : الرسم على القيمة المضافة TVA والرسم على النشاط المهني_____ 38

المطلب الثالث: الضريبة على الدخل الإجمالي IRG والضريبة على أرباح الشركات _____ 42

المبحث الثاني: الضريبة الجزافية الوحيدة (IFU) _____ *48*

المطلب الأول: مفهوم الضريبة الجزافية الوحيدة ومجال تطبيقها _____ 48

المطلب الثاني: التخفيضات والإعفاءات _____ 49

خلاصة الفصل _____ *54*

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي _____

تمهيد _____ *55*

المبحث الأول :الطريقة والأدوات _____ *56*

المطلب الأول :الطريقة المتبعة في الدراسة التطبيقية _____ 56

المطلب الثاني :أدوات جمع البيانات _____ 57

المبحث الثاني: النتائج ومناقشتها . _____ *58*

المطلب الأول" تفسير البيانات المحور الأول (البيانات الشخصية): _____ 58

المطلب الثاني: تفسير محاور الدراسة: _____ 63

فهرس المصادر والمراجع _____ *71*

فهرس الملاحق _____

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
	الفصل الأول	
01	تطورات عدد الاشتراكات في الجيل الثالث 3G والرابع G4 للهاتف النقال خلال الفترة 2012 – 2017 .	10
02	مؤشرات شبكة الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2012–2017:	12
03	مؤشرات مشتركي الانترنت خلال الفترة 2013 – 2017	13
04	تطورات مشتركي شبكة الانترنت في الجزائر من خلال تدفق الانترنت خلال الفترة 2012– 2017 .	14
05	مؤشرات مواقع الواب (Web) وخدمات الانترنت خلال سنة 2015	14
06	مؤشرات عدد ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات خلال الفترة 2014–2016	15
	الفصل الثاني	
01	تطور حجم التجارة الإلكترونية بالولايات المتحدة الأمريكية	23
02	الجدول التصاعدي للشرائح الخاضعة للضريبة على الدخل الإجمالي	35
03	معدلات الاقتطاع للضريبة على أرباح الشركات والأنشطة الخاضعة لها	38
04	آجال ونسب التسديد المجزأ للضريبة الجزافية الوحيدة	47
	الفصل الثالث	
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	51
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	52
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	53
04	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة:	54

05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة:	55
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في المنصب.	56
07	يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة نحو عبارات المحور الثاني	58
08	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة في عبارات المحور الثالث	59

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	تطورات عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال: فيما يلي مؤشرات عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2010-2017	9
02	توزيع حصة السوق بين متعاملين الهاتف النقال GSM وللجيلين G3وG4 لسنة2017:	11
03	عرض نطاق الانترنت الوطنية والدولية خلال فترة 2013-2017	12

المقدمـــــــــة

يشهد العالم في السنوات الأخيرة ثورة كبيرة في مجال المعلومات والاتصالات، وقد ألقت هذه الثورة بضلالها على عالم الاقتصاد بمختلف قطاعاته باعتبار تكنولوجيا المعلومة والاتصال موردا من موارد المؤسسة من جهة ومصدرا من مصادر الثروة من جهة أخرى.

وفي ظل تطور وتنامي المعاملات التجارية والاقتصادية والتطور التكنولوجي الهائل أصبحت جل المعاملات التجارية، خاصة في الدول المتقدمة، تنفذ بطريقة الكترونية من خلال شبكة الانترنت وبالتالي أصبح مصطلح التجارة الالكترونية شائعا جدا ومتداولا حيث صار المتعاملون الاقتصاديون يفضلون المعاملات الالكترونية كونها أسهل وأسرع وأقل تكلفة حتى بلغ حجم المعاملات الالكترونية سنة 2004 نسبة 15 %من اقتصاد الدول المتقدمة، وهي نسبة معتبرة تفتح شهية الحكومات لاستغلالها في زيادة حصيلتها الضريبية من خلال فرض ضرائب على التجارة الالكترونية

وفي هذا الإطار يمكن صياغة إشكالية من خلال السؤال الأتي:

- **ماهي أبعاد و أفاق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر**

وقد تم تجزئة هذا السؤال الرئيس إلى الأسئلة الفرعية التالية:

-ما مفهوم التجارة الالكترونية وما هي دوافعها ومستلزماتها ؟

-ماذا يقصد بجباية التجارة الإلكترونية؟

- ما هي مختلف المشاكل التي تعترض تطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟

-ما هو اثر تطبيق جباية التجارة الالكترونية على الخزينة العمومية؟

1. فرضيات الدراسة:

- التجارة الالكترونية هي عمليات بيع وشراء السلع والخدمات باستخدام وسائل تكنولوجية حديثة.
- جباية التجارة الالكترونية هي عبارة عن تشريعات وقوانين تتعلق باقتطاع مبالغ نقدية في شكل ضرائب ورسوم على كل المعاملات التجارية الالكترونية التي يقوم بها الأشخاص والمؤسسات بهدف تمويل الخزينة العمومية.
- من بين المشاكل التي تعترض تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية صعوبة إثبات التعاملات التجارية والعقود.
- تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية له تأثير ايجابي بحيث يساهم في زيادة الخزينة العمومية

2. أهداف البحث:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع نهدف إلى الوصول إلى النقاط التالية:

– الإجابة على الأسئلة المطروحة سابقا.

–التأكد من صحة الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة.

– التوصل إلى الأسباب أو المعوقات التي تقف أمام اعتماد التجارة الالكترونية في الدول النامية عامة والجزائر خاصة.

– بحث أسباب عدم قدرة فرض ضرائب على المعاملات التجارة الالكترونية.

3. أهمية الدراسة:

يستمد هذا البحث أهميته من خلال تطور أجهزة المعلوماتية ووسائل الاتصالات وظهور الشبكة العالمية للانترنيت وما تفرضه من تغيرات على مستوى الهيكلة الاقتصادية للدول كما تزداد أهمية موضوع" جباية التجارة الالكترونية "من منطلق ما تلعبه الضرائب في تمويل ميزانية الدولة، ومدى مساهمة التجارة عبر الانترنيت في حجم حصيلة الضرائب وبالتالي من إيرادات الميزانية.

4. دوافع الدراسة:

دفعنا إلى اختيار هذا الموضوع مجموعة من الأسباب نذكر أهمها:

- **الدافع الشخصي:** وهو رغبتنا في دراسة موضوع حديث النشأة ومهم خاصة في عصرنا هذا عصر التكنولوجيات الرقمية والسريعة.
- **الدافع المعرفي:** يتمثل في الدور الذي تلعبه إيرادات الضرائب في الاقتصاد الوطني، وبالتالي مدى تأثير هذه التكنولوجيات على حجم إيرادات الضرائب خاصة في الدول النامية.
- **الدافع الاقتصادي:** هو التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية الرقمية التي تتسم بالتطور والنمو السريع والتي تعمل على توفير الوقت والجهد والتخفيف في التكاليف.

5. حدود الدراسة:

وتكمن حدود الدراسة فيما يلي:

- **الحدود المكانية:** تتعلق هذه الدراسة بالجزائر كونها تضمنت المسح عن طريق الاستبيان، والذي مس عينة من ذوي الاختصاص على مستوى ولاية برج بوعريرج؛
- **الحدود الزمانية:** تتمثل في الفترة الممتدة من بداية توزيع أول استبيان إلى غاية استلام آخر استبيان ومن ثم تحليله والتوصل إلى النتائج.

6. هيكل الدراسة:

الإجابة على إشكالية هذا البحث وإنجازه قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول، الفصل الأول و الثاني يتناول الجانب النظري أما الفصل الثالث دراسة استقصائية سنحاول من خلال هذا الفصل تحليل البيئة الجزائرية بالتركيز على مجموعة من المتغيرات التي نراها بأنها ضرورية لمعرفة ما مدى تأثر جباية بالتجارة الالكتروني

الفصل الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

يقصد بالتجارة الالكترونية استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في عقد صفقات تجارية سواء داخل الدولة أو بين عدة دول مختلفة، وتستخدم الشبكة لتوفير معلومات عن الفرص التجارية وإجراء معاملات التسويق والترويج وخدمات ما قبل البيع وما بعده والنقل والصيانة والشحن والتفريغ وغيرها.[1]

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

أولا. تعريف التجارة الإلكترونية

تعرف المنظمة العالمية للتجارة OMC التجارة الإلكترونية بأنها إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكات إتصالات.[2]

تعرفها منظمة التعاون والتنمية الاقتصاديةOCDE على أنها تدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات، معتمدة على المعالجة والنقل الالكتروني للمعطيات خاصة النصوص، الأصوات، الصور، ويدل كذلك على الأثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الالكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنظمات، المفاوضات التجارية والعقود، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات والجباية كأمثلة بسيطة.[3]

وأيضا تعرف بأنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت والشبكات العالمية الأخرى.[4]

---

[1] حمدي عبد العظيم، التجارة الالكترونية أبعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، 2001، ص9.

[2] مرازقة صالح، التجارة الالكترونية وإشكالية إخضاعها للضرائب (التحديات المستقبلية للسياسة الجبائية)، مجلة العلوم الإنسانية، 2005، جامعة منتوري جوان ، العدد 23، ص 166.

[3] محمد البشير مركان، عبد الحميد بوخاري، فوزي الحاج أحمد، الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الالكترونية في الجزائر، الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، 02،03 ديسمبر 2019، جامعة حمه لخضر، الوادي، ص.33

[4] محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الجنان للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2016، ص12.

تعرف أيضا بأنها: مجموع المبادلات التجارية التي يتم من خلالها الشراء عبر شبكة اتصالات عن بعد.[1]

ثانيا. خصائص التجارة الالكترونية

تتسم التجارة الإلكترونية المعتمدة على شبكة الإنترنت بعدة خصائص هي: [2]

-استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في إدارة أنشطة العمليات التجارية بين الشركات مع بعضها البعض من جهة وبين الشركات وعملائها من جهة أخرى؛

-استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في إدارة نشاط العمليات التجارية بين الشركات والحكومات الالكترونية؛

-تعمل التجارة الالكترونية على رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في التعامل من استغلال تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات بشكل مثالي؛

-تعمل على تخطي الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية عادة؛

-تتفاعل بسرعة كبيرة لتلبية حاجة السوق من خلال الاستجابة السريعة لمتطلباته، وذلك من خلال التفاعل مع الزبائن الطالبين للسلع والخدمات على شبكة الاتصالات؛

-تقوم التجارة الالكترونية على تبسيط الإجراءات ووضوح التعامل وأداء العمليات التجارية.

المطلب الثاني: مستلزمات تطبيق التجارة الالكترونية

لتطبيق التجارة الالكترونية يستلزم ما يلي:[3]

- بنية متطورة للاتصالات ونظم جيدة لإدارتها، وبخاصة زيادة إمكانية الاتصالات عن بعد ذات النطاق وذات السرعات العالية.

- توافر التسهيلات اللازمة للوصول إلى الانترنت بتكلفة في حدود إمكانات النسبة الكبرى من المواطنين.

- إقامة بنية وبيئة قانونية أو تشريعية توفر الحماية والثقة والأمان للمتعاملين في التجارة الالكترونية، بما في ذلك حماية المستهلك من الغش ومن التطفل على المعلومات الخاصة به، وحماية حقوق

[5] C. Bitouzet, le Commerce électronique, Hermes, Paris, 1999, P113.

[1] قاسم النعيمي، التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، ص5 – 7.

[2] محمد البشير مركان، عبد الحميد بوخاري، فوزي الحاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص35.

الملكية الفكرية وتنظيم المسائل الخاصة بالضرائب وما يلي ذلك، وتشجيع الشركات العامة والخاصة والأفراد على الدخول في ثورة المعلومات.

– توافر خدمات مصرفية ملائمة للتعامل عبر الانترنت، مع كفالة الصفة القانونية للتوقيعات والمستندات الالكترونية، ومع توفير إجراءات الأمان وتقليل المخاطر للبنوك والعملاء على السواء، وكذلك تأمين الرقابة الفعالة.

– قوة بشرية مؤهلة ومدربة تدريبا جيدا على استعمال تكنولوجيا المعلومات وعلى صيانة الأجهزة والمواقع، بما في ذلك تطوير مناهج التعليم لتزويد الطلاب بجرعات أكبر من المعلومات والتدريب في مجال المعلومات وتكنولوجياتها على العموم، وفي مجالات مخصوصة كالتجارة الالكترونية، الحكومة الالكترونية وما إلى ذلك.

– وعي عام لدى الشركات ولدى الحكومات ولدى الجمهور بأهمية تكنولوجيا المعلومات وما يمكن أن تحققه من منافع.

– إجراء دراسات معمقة للاستفادة من إمكانيات الانترنت في مجالات تفيد المؤسسة، وكذلك المشاركة في الندوات والمؤتمرات ذات العلاقة بالمؤسسة او على الأقل الوقوف على نتائجها.

– تسهيل وتسريع الحصول على المعلومات اللازمة للخدمات المصرفية.

المطلب الثالث: أهداف التجارة الإلكترونية

من أهداف التجارة الإلكترونية ما يلي:[1]

– تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية بحيث تتصل ببعضها البعض على مستوى العالم ومن ثم تساهم بكفاءة السلع والخدمات على مستوى العالم.

– تساعد على سرعة الاستجابة لطلبات العملاء إذا ما قورنت بالمعاملات الورقية التقليدية التي تستغرق وقتا أطول حتى يمكن تلقي أوامر الشراء الرد عليها.

– تخفيض تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية بالمقارنة بتكلفة إنشاء المتاجر التقليدية مما ينعكس إيجابا على تكلفة إتمام الصفقات التجارية.

– تساعد على توفير نظم معلومات تدعم اتخاذ القرارات الإدارية من خلال نظام تبادل المعلومات بدقة وبطريقة علمية تحقق القدرة على الرقابة والضبط المحاسبي.

[1] حمدي عبد العظيم، مرجع سبق ذكره، ص 11-12.

– تعتبر أحد الآليات الهامة التي تعتمد عليها عولمة المشروعات التجارية والإنتاجية والبنوك والبورصات.

– سهولة أداء المدفوعات الدولية المترتبة على الصفقات التجارية بواسطة النقود الإلكترونية المقبولة الدفع عالميا وخلال فترة زمنية قصيرة.

المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الأول: ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

❖ مشروع التجارة الإلكترونية في الجزائر

أولا: خطة التحول إلى التجارة الإلكترونية

إدراكا منا لأهمية الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الإلكترونية والحاجة إلى الإسراع باستكمال متطلباتها، نقترح بتكوين لجنة فنية دائمة للتجارة الإلكترونية بهدف متابعة التطورات في هذا الميدان، والتنسيق لإيجاد البيئة المواتية للتعامل مع متطلباتها وتحديد احتياجاتها، ليتسنى للجهات المختصة اتخاذ الخطوات اللازمة لمواكبة هذه التطورات، وتسخيرها لخدمة الاقتصاد الوطني وتعزيز قدرته على التعامل معها بمرونة بكفاءة.

ولأهمية تسريع إعداد الأطر التنظيمية والفنية وتوفير البنية الأساسية للاتصالات واتخاذ الخطوات العملية اللازمة للاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية في الجزائر من الضروري اشتراك الوكلاء المختصين في وزارات (التجارة، المالية والاقتصاد الوطني، والبريد والهاتف)، وفيما يلي[1] :

متابعة التطورات في ميدان التجارة الإلكترونية واتخاذ الخطوات لمواكبة هذه التطورات والاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال.

تحديد الاحتياجات والمتطلبات اللازمة للاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها العملية في الوطن وتسخيرها لخدمة الاقتصاد الوطني، والتنسيق مع الجهات المعنية لخصوص والإسراع في اتخاذ الخطوات العملية المطلوبة، والرفع بما يستوجب ذلك المقام السامي.

[1] رشيد علام، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال فرع تجارة إلكترونية، الأكاديمية العربية البريطانية المتحدة للتعليم العالي، المملكة المتحدة، سنة 2010، ص: 157.

متابعة إنجاز الأعمال المطلوبة من كل جهة وإعداد تقارير دورية عن سير العمل بشكل منتظم.

ثانيا: خطة عمل ونشر التجارة الالكترونية في الجزائر

تم إعداد مقترح للإطار العام لخطة عمل تستهدف استكمال متطلبات نشر تقنيات التجارة الإلكترونية في الجزائر، وتوجيه نداء للجهات المتخصصة للإسراع في تنفيذ المهام التي تقع في نطاق اختصاصها، وأن تقوم بتزويد وزارة التجارة ببرامج أعمالها التفصيلية لإنجاز المهام الموكلة إليها حيث يشمل الإطار العام للخطة المجالات التالية:

إيجاد البنية التحتية للمفاتيح العمومية (PKI) لتوفير البنية الآمنة التي تضمن أمن وسرية التعاملات الإلكترونية، وإثبات هوية المتعاملين وتكامل وسلامة الرسائل المتبادلة فيما بينهم، وتحديد آلية إصدار الشهادات الرقمية ومتطلبات جهات التصديق على سلامة الوثائق والمواصفات الفنية للتوقعات الإلكترونية.

تطوير نظام المدفوعات اللازمة للقيام بجميع العمليات المصرفية المطلوبة لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة وأمان من خلال الوسائل الإلكترونية.

تطوير البنية التحتية للاتصالات لتكون جاهزة لدعم تقنيات التجارة الإلكترونية وتوفير خدمات نقل البيانات بالسرعات والسعات المطلوبة بكفاءة وموثوقية في جميع مناطق الوطن.

إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لاعتماد التعاملات الإلكترونية والعقود المبرمة من خلالها وضمان الوفاء بالتزاماتها وحفظ حقوق المتعاملين واعتماد التوقيع الإلكتروني كوسيلة إثبات تقوم مقام التوقيع اليدوي.

تحديد متطلبات أمن المعلومات و حماية الخصوصية للبيانات الشخصية.

تقديم الخدمات الحكومية إلكترونيا فيما يعرف باسم "الحكومة الإلكترونية".

إيجاد نظام إلكتروني للمشتريات الحكومية يتم من خلال طرح المناقصات الحكومية واستكمال إجراءاتها.

إنشاء موقع تسويقي على شبكة الإنترنت للشركات والمصانع الوطنية لتمكينها من تسويق منتجاتها وبيعها عن طريق الشبكة داخل وخارج الوطن.

دعم ونشر مفاهيم وتطبيقات التجارة الإلكترونية وتشجيع الاستثمار في تقنياتها.

توفير الخدمات المساندة الضرورية لدعم انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية مثل: تحسين خدمات توصيل الطرود والإرساليات البريدية، وتحديد عناوين المواقع الحكومية والتجارية والسكنية.1

الوضعية القانونية والتشريعية المنظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر

إن الجانب القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية جد مهم لقيامها في أي دولة كانت، فلابد على الجزائر أن لا تغفل عن هذا الجانب لأنه عملة ذات وجهين فإن تم الاهتمام به جيدا فسيكون عاملا معرقلا لها، وتبرز أهمية هذا الجانب في محاربة الجرائم الإلكترونية بالجزائر، لكن إن غفلت عن هذا الجانب سيكون عاملا معرقلا لها، وتبرز أهمية هذا الجانب في محاربة الجرائم الإلكترونية بمختلف أنواعها كونها الجدار المتصدي لنجاح التجارة الإلكترونية في أي دولة.

أولا: مظاهر المعاملات الإلكترونية في القانون المدني الجزائري

الإثبات الإلكتروني :يحتل عنصر الإثبات مكانة مهمة في كافة العلاقات والعقود، وإن أول ما يطرح في موضوع الإثبات هو توفير السند الخطي، الذي أعطاه القانون قوة ثبوتية كبيرة لإثبات التصرفات القانونية وتحديد الحقوق والواجبات غير أن انتشار المعاملات الإلكترونية لاسيما التجارة الإلكترونية، أدى إلى تغيير مفهوم الإثبات نظرا لغياب المستندات الورقية، وإمكانية إنشاء الحقوق والالتزامات بطريقة إلكترونية، وهي المسألة التي عالجها المشرع الجزائري بإصدار القانون 05 – 10 المؤرخ في 20 جوان2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري، وطبقا للمادة 323 مكرر اعتمد المشرع الجزائري المفهوم الواسع للكتابة سواء التي تمت على الورق أو الكتابة المثبتة على دعائم غير ورقية، وذلك من خلال الإشارة إلى أن ينتج من الكتابة بحروف متسلسلة وأرقام وعلامات مهما كانت الوسيلة المستعملة للكتابة ومهما كانت طرق الإرسال أي الوسيلة المستعملة مثل قرص صلب أو مرن أو رسائل إلكترونية وبهذا انتقل المشرع من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني.2

التوقيع الإلكتروني: اعتمد المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 327 /2 مدني جزائري المعدلة بالقانون 05– 10 والتي تنص على ...."يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر أعلاه "...وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحررات الإلكترونية،

[1] رشيد علام، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي ، المرجع السابق ، ص157 – 158

[2] سمية دميش، التجارة الالكترونية وحقيقة واقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل وإشراف اقتصادي، جامعة متنوري قسنطينة، 2011، ص: 54 – 55.

أما عن تعريف التوقيع الإلكتروني فيمكن القول بأنه أسلوب فإن القانون الجزائري يميز التوقيع الإلكتروني المؤمن وذلك بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي 07-162،

المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، حيث أن التوقيع الإلكتروني هو أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و 323 مكرر 1"، أما التوقيع الإلكتروني المؤمن هو توقيع إلكتروني يكون خالصا بالموقع ويتم بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية.1

التوثيق الإلكتروني :الموثق الإلكتروني هو طرف ثالث محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية والوظيفة 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 والاحتيال.2

- ثانيا: تقنية الدفع الإلكتروني في الجزائر من الناحية القانونية

يعتبر القانون 03 – 15 المتضـــمن الموافقة في الأمر 03 – 11 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون الجزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة 69 التي تضـمن نصـها " تعتبر وسـائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شـخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ويتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من طرق الدفع الكلاسيكية إلى طرق دفع حديثة إلكترونية.

وبعد ذلك وبصـدور الأمر 05 – 06 المؤرخ بتاريخ 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة، استعمل صراحة مصطلح " وسائل الدفع الإلكتروني" حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب.

---

[1] وهيبة عبد الرحيم، تحديد طرق الدفع ومساهمتها في خلق تجارة إلكترونية في الوطن العربي، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2013 ، ص: 306

[2] ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية، المؤتمر العلمي المغربي حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس 28 – 29 أكتوبر2009

وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة (69) إلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني الوارد في النص 03 من الأمر المذكور.

وبموجب القانون رقم 05 – 02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 الأمر المعدل والمتمم للأمر 75 – 59 في سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، أضاف فقرة ثالثة للمادة 414 في وفاء السفتجة نص على"..

يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما "ولقد تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة 502 بمناسبة تقديم الشيك للوفاء.

كما أضاف المشرع بموجب القانون 05 – 02 المؤرخ ب 02/06/ 2005 باب ربع من القانون التجاري والمعنون بالسندات التجارية، الفصل الثالث منه يتضمن بطاقات السحب والدفع وذلك في المادة 543 مكرر2 .

أما عن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فلقد اعتبرها المشرع الجزائري أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية وهي السفتجة والشيك والسند لأمر.[1]

- ثالثا :القانون الجزائري الجديد لمكافحة الجرائم الإلكترونية

صدر في 5 أوت 2009 القانون رقم 09 – 04 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، وهذا بسبب الثورة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدت بالجزائر إلى محاولة الإقتداء بأغلب دول العالم في هذا المجال.

وبذلك تم صدور القانون 04 – 15 المؤرخ في 2004/09/10 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الذي نص على حماية جزئية لأنظمة المعلوماتية من خلال تجريم كل أنواع الاعتداءات التي تستهدف أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات حيث تكمن أهميته في كونه يجمع بين القواعد الإجرائية المكملة لقانون الإجراءات الجزائية وبين القواعد الوقائية التي تسمح بالرصد المبكر للاعتداءات المحتملة والتدخل السريع لتحديد مصدرها والتعرف على مرتكبيها.[2]

[1] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سابق، ص307

[2] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سابق، ص: 308.

المطلب الثاني: واقع ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

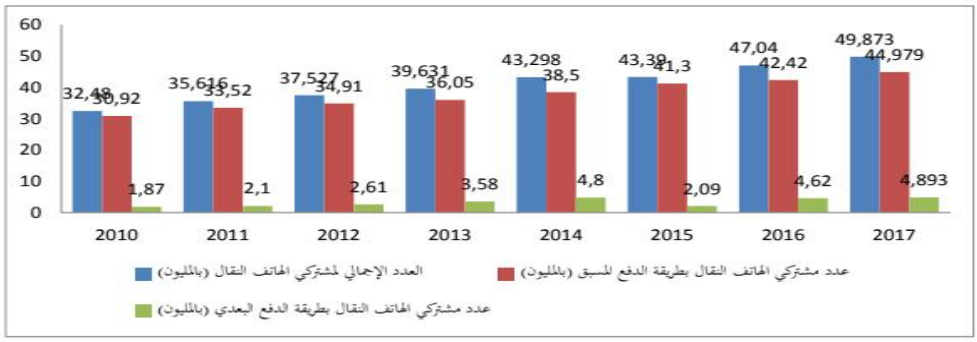
إن ضرورة إيجاد بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال هو السبيل الوحيد لتحقيق تقدم في مجال التجارة الالكترونية باعتبار الانترنت والمواقع مؤشرات لدراسة البنية التحتية للتجارة الالكترونية، والجزائر اليوم تسعى لتنمية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولا. واقع البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2010 – 2017

1. مؤشرات شبكة الهاتف النقال خلال الفترة 2010 – 2017

1.1. تطورات عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال: فيما يلي مؤشرات عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2010-2017:

الشكل رقم 01: تطورات عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال خلال الفترة 2010 –2017



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط: https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

من خلال الشكل نلاحظ أن خدمات الهاتف النقال في الجزائر تشهد تحسنا ملحوظا، حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان للهاتف النقال98% في 2016 وهذا ما يفسر الارتفاع المستمر للمشتركين فوصل إلى49.873 مليون مشترك سنة2017 مقابل47.04 مليون مشترك سنة 2016 أي بزيادة قدرها 6.02%.كما متفتح سوقا لهاتف النقال للمنافسة بالجزائر إثر إصدار القانون رقم 2000-03 المؤرخ في2000/08/05 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات وينشط حاليا 03 متعاملين للهاتف النقال داخل السوق الجزائرية.[1]

[1] من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الرابط الالكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content

2.1. تطورات عدد الاشتراكات في الجيلين الثالث 3G والرابع 4G

الجدول الموالي يوضح تطورات عدد الاشتراكات في الجيل الثالث 3G والرابع G4 للهاتف النقال خلال الفترة 2012 – 2017 .

الجدول رقم 01: تطورات عدد الاشتراكات في الجيلين الثالث 3G والرابع 4G خلال الفترة 2012 2017–

اشتركات 3G و 4G	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد الاشتراكات في الجيل الثالث للهاتف النقال 3G	-	308019	8509053	16684561	25214732	23701023
عدد الاشتراكات في الجيل الثالث للهاتف النقال 4G	-	-	-	-	1464811	10968495
نسبة ولوج شبكة الهاتف النقال	%99.28	%102.4	%109.6	%107.4	%113.3	%121.0

المصدر: من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط الإلكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

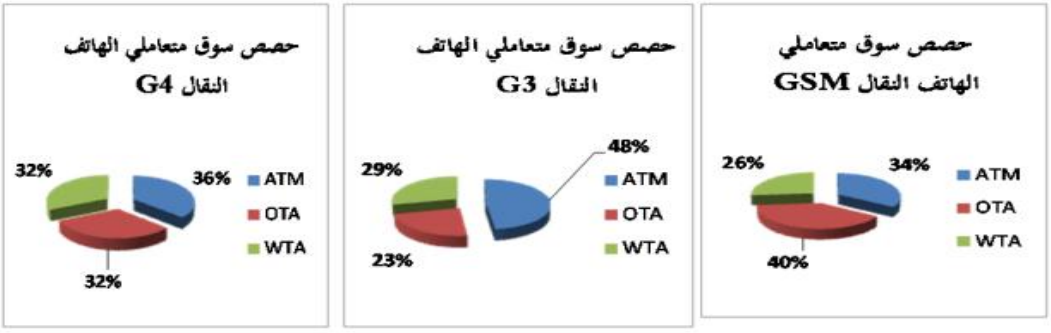
من خلال الجدول نلاحظ أن خدمة الهاتف المحمول الجيل الثالث G3 بدأت في الجزائر في ديسمبر عام 2013 وفي شهر واحد فقط تم تسجيل308019 مشترك، وتضاعف هذاالرقم27 مرة في عام2014 وفي عام2017 وصل إلى أكثر من 23 مليون مشترك وفي إطار التحديث ونشر شبكة الاتصالات في البلد لتوجيه البلد نحو الاقتصاد الرقمي أعلنت وزارة البرد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة يوم 2016/10/01 من الانطلاق الرسمي للجيل الرابع للهاتف النقال في الجزائر حيث تم تسجيل10968495مشترك سنة2017 حيث يمثل حيث عدد الاشتراكات المدفوعة مسبقا نسبة 87.95%.[1]

3.1. توزيع حصة السوق بين متعاملين الهاتف النقال GSM وللجيلين G3وG4 لسنة2017:

الشكل الموالي يوضح حصة بين متعاملي الهاتف النقالGSM وللجيلينG3 وG4لسنة2017

[1] من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الرابط الالكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content

الشكل رقم 02: توزيع حصة السوق بين متعاملين الهاتف النقال GSM وللجيلين 3G و4G لسنة 2017



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط: https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

من خلال الشكل نلاحظ أن توزيع حصة السوق بين متعاملي الهاتف النقال (GSM) لم يتغير الترتيب منذ سنين حيث في عام2017 تتولى شركة "أوراسكوم تليكوم الجزائر" الصدارة بـ39.96% تليها "الجزائر للاتصالات موبيليس" ثم "الوطنية لاتصالات الجزائر". أما بالنسبة لسوق الجيل الثالث G3 والرابع G4 موبيليس تقود المتعاملين بـ48.12% و 36.54 %على التوالي.

2. مؤشرات شبكة الانترنت خلال الفترة 2012 – 2017:

1.2. عرض نطاق الانترنت الوطنية والدولية خلال الفترة 2012 – 2017:

فيما يلي أهم مؤشرات شبكة الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2012-2017:

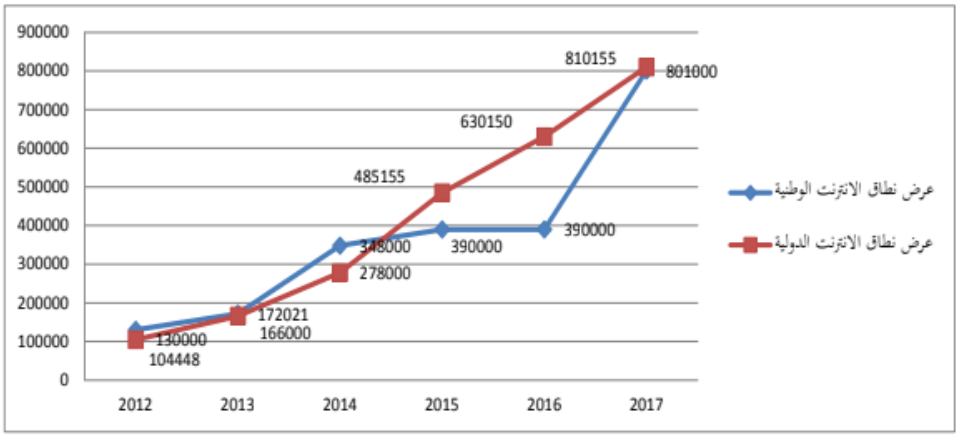
الجدول رقم 02: مؤشرات نطاق الانترنت الوطنية والدولية خلال الفترة 2012-2017

شبكة الانترنت	2012	2013	2014	2015	2016	2017
طول الألياف البصرية (كم)	46231	50800	61556	70700	76514.5	81872
عدد البلديات الموصولة بالألياف البصرية	1000	1081	1229	1321	1477	1541
عرض نطاق الانترنت الوطنية (ميغابايت/ثانية)	130000	172021	348000	390000	-	801000
عرض نطاق الانترنت الدولية (ميغابايت/ثانية)	104448	166000	278000	485155	630150	810155

المصدر: من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط الإلكتروني: https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

ويمكن تمثيل البيانات السابقة في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم 03: عرض نطاق الانترنت الوطنية والدولية خلال فترة 2012-2017



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط: https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

نلاحظ من خلال الجدول والتمثيل البياني أنه في إطار عصرنة البنية التحتية والخدمات، تتواصل عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية، ففي أواخر سنة 2017 تم ربط كل البلديات بشبكة الألياف البصرية. من أجل تلبية حاجيات مستخدمي الانترنت الجزائريين وكذا تقديم خدمة ذات نوعية، لم

يتوقف النطاق الدولي عن التطور بحيث بلغ في أواخر سنة2017 حوالي 810155 جيجابايت/ثانية.[1]

2.2. مؤشرات مشتركي الانترنت خلال الفترة 2013 – 2017

فيما يلي تطورات مشتركي شبكة الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2013 – 2017 المتعلقة بمشتركي ADSL الجيل الثالث 3G والجيل الرابع 4G

الجدول رقم 03: مؤشرات مشتركي شبكة الانترنت خلال الفترة 2013–2017

مشتركي الانترنت	2013	2014	2015	2016	2017
مشتركي ADSL	1283241	1518629	1838492	2083114	2246727
الجيل الرابع 4G للهاتف الثابت 4G LTE	-	80693	423280	775792	919368
WIMAX	179	216	233	661	621
مشتركي الجيل الثالث 3G	308019	8509053	18021881	25214732	23701023
مشتركي الجيل الرابع 4G	-	-	-	1464811	10968495
مجموع مشتركي الانترنت الهاتف الثابت	**1283420**	**1599538**	**2262005**	**2859567**	**3166907**
مجموع مشتركي الانترنت الهاتف النقال	**308019**	**8509053**	**18021881**	**26679543**	**34669518**
مجموع مشتركي الانترنت (الثابت والنقال)	**1591439**	**10108591**	**20283886**	**29539110**	**37836425**

المصدر: من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط الإلكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

من خلال الجدول نلاحظ أنه فيما يخص شبكة الانترنت في الجزائر أنه بلغ عدد المشتركين في أواخر 2017 حوالي 37.83 مليون من بينهم 34 مليون مشترك في الهاتف النقال أي ما يعادل حوالي 91.63 وتعتبر نسبة كبيرة ومن المتوقع أن يرتفع أكثر مع استقدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت 4G LTE.

[1] من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الرابط الالكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content

3.2. مؤشرات المشتركين من خلال تدفق الانترنت خلال الفترة 2012 – 2017

فيما يلي تطورات مشتركي شبكة الانترنت في الجزائر من خلال تدفق الانترنت خلال الفترة 2012– 2017 .

المشتركين من خلال التدفق	2012	2013	2014	2015	2016	2017
128 كيلوبايت	15001	7497	2608	1318	265	0
256 كيلوبايت	252303	158181	48599	26048	14168	0
512 كيلوبايت	495289	589042	92843	56847	39324	0
01 ميغابايت	381180	511386	832535	990988	1050288	1069377
02 ميغابايت	9473	13997	523547	728009	917808	1074834
02.3 ميغابايت	807	1003	1617	1677	1500	1080
03 ميغابايت	5	11	-	-	-	1
04 ميغابايت	483	1465	10631	24522	47067	84488
07 ميغابايت	8	10	1	1	1	1
08 ميغابايت	185	602	6050	8805	11703	15288
10 ميغابايت	7	18	1	531	1	1
20 ميغابايت	5	28	195	531	972	1656
24 ميغابايت	2	1	2	531	1	1
المجموع	**1154748**	**1283241**	**1518629**	**1838746**	**2083098**	**2246727**

المصدر: من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط الإلكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

من خلال الجدول نلاحظ أنه الإحصائيات المبينة أعلاه تشير إلى عدم وجدود مشتركي الانترنت في الفئات اقل من فئة الأقل من فئة 01 ميغابايت/ثانية، ويرجع السبب إلى سياسة القطاع الرامية إلى توفير تدفق عالي يتماشى مع تطلعات المواطن الجزائري، في حين تم تسجيل نسبة أكثر من50% من الاشتراكات ذات السعة 01ميغابايت من مجموع المشتركين عام 2017.[1]

[1] من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الرابط الالكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content

3. مؤشرات مواقع الواب (Web) وخدمات الانترنتخلال سنة 2015

فيما يلي إحصائيات لمواقع الWeb وخدمات الانترنت في الجزائر خلال السداسي الأول لسنة 2015:

الجدول رقم 05: مواقع الـ Web وخدمات الانترنت

المؤشرات	2015 (السداسي الأول)
عدد مواقع الانترنت .dz	7148
عدد المواقع المؤسساتية (الوزارات والهيئات التابعة)	587
عدد الاستمارات المتوفرة	265
عدد الاجراءات المتوفرة على الانترنت	29

المصدر: من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط الإلكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

من خلال الجدول نرى أنه عدد مواقع الانترنت في تطور مستمر حيث بلغ7148 موقع خلال السداسي الأول2015، كما ارتفعت عدد المواقع المؤسساتية إلى 587 موقع خلال نفس السنة.

4. مؤشرات عدد ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات خلال الفترة 2014-2016

فيما يلي إحصائيات لتطورات عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات في الجزائر خلال الفترة 2014-2016:

الجدول رقم 06: تطورات عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات 2014-2016

المؤشرات	2014	2015	2016
عدد الأشكاك المتعددة الخدمات KMS	24786	24065	-
عدد مقاهي الانترنت	-	5548	-
عدد مراكز النداء	164	69	86
الاستعلام الصوتي	07	08	08
موفر الدخول للانترنت FAI	20	23	28
متعاملي نقل الصوت عبر بروتوكول الانترنت VOIP	03	03	03
GMPCS	30	03	02
الأرضيات ذات الفتحة الصغيرة VSAT	03	03	03
الهاتف الثابت	01	01	01
الهاتف النقال GSM	03	03	03
الهاتف الثابت الجيل الثالث 3G	03	03	03

المصدر: من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الرابط الإلكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال

من خلال الجدول نرى أن عدد الأكشاك المتعددة الخدمات قد انخفض سنة2015 إلى24065 مقارنة بالسنة 2014 أي ما نسبته حوالي 2.90% (تراجع طفيف) وهذا ما هو قائم عالميا حيث انخفض عددها مع تطور وتعميم خدمات الهاتف النقال ولكن في سنة 2015 أين شهدت مراكز النداء في الجزائر تراجعا بصفة كبيرة أما نشاط مراكز النداء في الشركات الجزائرية شهد نمو في سنة2016 مع دمج 17 مركز جديد.

بعد دراسة أجرتها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال عبر مديرياتها الولائية، تم إحصاء حوالي 5548 مقهى انترنت ينشط عبر التراب الوطني خلال السداسي الأول من عام 2015 داخل السوق الجزائرية ثلاثة موفري خدمة الانترنت جدد، ونشاط موفري خدمة الانترنت (ISP) لا تزال تشهد نموا ملحوظا في الجزائر مع إدراج ثالثة (ISP) جدد في السوق خلال عام2015 وخمسة آخرين في عام2016.[1]

من خلال الإحصائيات والمؤشرات السابقة الذكر المتعلقة بتطورات تكنولوجيات المعلومات والاتصال في الجزائر خلال الفترة 2010 – 2017 نستخلص بأن قطاع تكنولوجيات المعلومات

[1] من موقع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الرابط الالكتروني:
https://www.mpttn.gov.dz/ar/content

والاتصال يشهد تطورات ملحوظة، إلى أنه مازال يشهد هذا القطاع تباطأ في النمو لا سيما تدفق الانترنت، والدفع عن بعد بواسطة الهاتف النقال بالرغم من أن الجزائر تتوفر على موارد مالية ومادية تمكنها من تنمية هذا القطاع والذي يعتبر القاعدة الأساسية لتطوير ممارسات التجارة الالكترونية.

المطلب الثالث: الصعوبات التي تواجه استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر

رغم أن الانعكاسات الايجابية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد لا تعد ولا تحص، إلا أن هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور والانتشار والارتقاء إلى المستوى العالمي، ومن هذه الأسباب ما هو تقني، تجاري وتشريعي.[1]

أولا. العوائق التقنية والتكنولوجية

وتتمثل هذه التحديات بدورها في:[2]

– ضعف البنى التحتية الالكترونية: حيث يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتوفر البيئة المناسبة والداعمة لتجارة الإلكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية حيث تبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، برمجيات، أقراص صلبة ومرنة وأجهزة الهواتف....

– ضعف التقنية والوعي الالكتروني حيث لا يزال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال.

– صعوبة تكامل التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد بيانات بعض الأعمال الحالية.

– دعم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكة الانترنت.

[1] محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر 2007 ص278.

[2] علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011 ص 11.

ثانيا. العوائق التجارية

ويمكن تلخيصها في:[1]

– ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية.

– قصور أسواق رأس المال في معظم الدول لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية، لأنه في ضل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.

ثالثا. العوائق التشريعية والقانونية

تمثل التشريعات والقوانين المتعلقة بكيفية تنظيم التجارة الإلكترونية أحد أهم البنى المؤسساتية لقيام التجارة الإلكترونية وتواجه الدول العربية ودول العالم أجمع تحديا حقيقيا في وضع تشريعات وضوابط القانونية التي تتلائم مع أنماط التجارة الإلكترونية الحديثة ويمكن عرض أهم التحديات القانونية التشريعية في ما يلي:[2]

– صعوبة الملاحقة القانونية للكثير من المعاملات التجارية الإلكترونية والخاصة بحضر بعض السلع مثل الأدوية المخدرة (الصيدلة الالكترونية) ومن ثم وجود فجوة بين قوانين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية.

– وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة المعاملات التجارية التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقا للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة إلكترونيا.

– صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته و كيانه القانوني وذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل عبر الواب لممارسة العمليات التجارية الالكترونية دون حاجة إلى الانتقال إلى بلد المستهلك.

[1] مراد رايس، عبد الهادي مسعودي، عوائق اعتماد التجارة في الوطن العربي والإسلامي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، 13 -14مارس 2012، ص 12 – 13.

[2] علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، المرجع السابق ص 12.

رابعا. العوائق الاجتماعية والنفسية

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرقلة للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات ونذكر منها:[1]

1- **الأمية:** من الصعب على الجزائر التي تعاني من الأمية أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الإنترنت نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة، ويمكن القول أن الأمي في الجزائر هو من لا يعرف القراءة ولا الكتابة وقد تجاوز السن العاشر من عمره .

2-**اللغة:** من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام شبكة الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الإلكترونية تتم باللغة الإنجليزية

3-**العائق النفسي:** إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الإلكترونية ويجعلها بديلا غير واقعيا، هو سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي وإبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، فلقد فوجئ المستهلكين الجزائريين بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط إلكتروني، مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الإلكترونية ومقاومتهم لها ويتميز سلوك المستهلك بما يلي:

- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة.
- عدم انغماس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما تذوقا قبل إتمام الصفقة.
- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الإلكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها، وبالتالي هناك خطر استلامها نهائيا.
- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

[1] سمية دميش، التجارة الالكترونية وحقيقة واقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قسنطينة، 2001 ، ص12.

المبحث الثالث: ماهية جباية التجارة الالكترونية

لقد أصبحت التجارة الالكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه من أفراد، مؤسسات وإدارات لما تمنحه من انفتاح لخلق أسواق كبيرة تعرض فيها منتجات المؤسسات فكان لزاما التفكير في طريقة يستندون إلى فرض الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية كما هو الحال بالنسبة للمعاملات التقليدية.

المطلب الأول: مفهوم جباية التجارة الالكترونية

أولا. تعريف الجباية الالكترونية

يقصد بالجباية كل القوانين والقواعد المتعلقة بتحديد وتحصيل الضرائب، كما تعرف على أنها نظام من المساهمات الإلزامية المفروضة من قبل الدولة، وتأتي معظمها في شكل ضرائب تفرض على الأشخاص وعلى المؤسسات والممتلكات.[1]

كما يعرف قاموس"LAROUSSE الجباية كنظام لتحصيل الضرائب بأنها «مجموعة القوانين التي ينص عليها والوسائل التي تصل إليها». أما القانون العمومي فيعرفها بأنها«تتكون من مجموعة من القواعد القانونية وكذلك الأشخاص الطبيعيين والمعنويين في تمويل الدولة».

ومن جهة أخرى عرفت الجباية باعتبارها مشتق اقتصادي هام يعكس الهيكل الاقتصادي والاجتماعي لتطوير المجتمع، لكونها أداة مالية لها أثارها المتعددة على المستوى الكلي أو الجزئي.[2]

وبناءا على ما سبق، فإن الجباية تعتبر بمثابة مجموعة من القواعد القانونية والإدارية التي تنظم مختلف الضرائب والرسوم، التي تجبى لصالح الدولة والجماعات المحلية. وتعد بمثابة الوسيلة الضرورية لتحقيق للسياسة الاقتصادية والاجتماعية للدولة.

وعليه، يمكن استخلاص تعريف جباية التجارة الإلكترونية، باعتبارها جملة القوانين والقواعد المتعلقة بتحديد وتحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عن طريق الإنترنت.

ثانيا. جباية التجارة الالكترونية بين الإخضاع والإعفاء

نظرا لتزايد حجم التجارة الإلكترونية كان ضروريا إعطاء أهمية كبيرة في زيادة الحصيلة الضريبية للدول، كما أن إعفاء التجارة الإلكترونية يؤدي لخسارة خزينة الدولة للملايير؛ حيث أن المستهلك

[1] خلاصي رضا، شذرات النظرية الجبائية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 242.

[2] نفس المرجع، ص 243.

سيجازف بتحويل جل عملياته الشرائية للفضاء الإلكتروني ليتجنب الضرائب على الاستهلاك، وفي هذا المجال هناك ثلاثة توجهات أساسية:[1]

1. **التوجه الأمريكي الألماني:** يشير إلى ضرورة إخضاع الضريبة على التجارة الإلكترونية أن لمبادئ سهلة الإعلان وصعبة التطبيق هي: الحياد، البساطة والملائمة؛
2. **التوجه الثاني:** يرى ضرورة استحداث ضرائب جديدة مثل bit tax، الضرائب على الاستهلاك...
3. **الاتجاه الثالث:** هو وسيط بين الاتجاهين السابقين فهو يرى احترام التقنيات التقليدية مع الأخذ بالاعتبار خصائص التجارة الإلكترونية.

وعليه يمكن حصر مضمون التوجهات الخاصة بإخضاع أو إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة على النحو الآتي:[2]

1. **الذين يرون بالإعفاء:** يستندون إلى أن الإعفاء من شأنه تشجيع رجال الأعمال والمؤسسات على الاستثمار في هذا المجال مما يؤدي لتطوير البنية التحتية للشبكة ونموها، إضافة ألنه يؤدي لتجنب الازدواج الضريبي.

كما يرى البعض إعفاءها من الضرائب لمدة 3 إلى 5 سنوات يؤدي لعدم الحد من انتشارها من جهة وإتاحة الوقت لفهم محيطها واستقراره مما يؤدي لسن قوانين ملائمة في هذا المجال لاحقا.

2. **الذين يرون بالإخضاع:** يستندون إلى أن عدم فرض الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية وفرضها على المعاملات التقليدية هو إخلال بمبدأ العدالة في الجباية من جهة، كما أنه يكلف الدولة حصيلة ضريبية كبيرة هي في حاجة لها.

3. **التفريق بين المعاملات التجارية:** فالمعاملات التي يتم الاتفاق فيها إلكترونيا والتسليم بشكل تقليدي تخضع للضريبة، بينما تعفى العمليات التي تتم بأكملها إلكترونيا (مثل شراء وبيع الكتب الإلكترونية والألعاب) من الضريبة بسبب صعوبة حصر هذه العمليات.

---

[1] دادن عبد الوهاب، الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية "النقاشات المشاكل والتحديات"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2004، العدد3، ص 156-159.

[2] حمري نجود، حمري نوال، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، 2021، ص 117.

ثالثا. مشاكل تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية

تواجه جباية التجارة الإلكترونية تحديات على المستوى النظري تتمثل في غياب المفاهيم والمبادئ المتعلقة بالتجارة الإلكترونية من جهة، وعلى المستوى التطبيقي تتمثل في إسقاط القوانين الجبائية على هذه التجارة، وتتمثل هذه التحديات في:[1]

1. **مشكلة الحصر الضريبي:** تظهر هذه المشكلة نظرا لأن جزءا من التجارة الإلكترونية غير منظور، إضافة لأن هذه التجارة تأخذ عدة مستويات (بين الدول، المؤسسات، مؤسسة وشخص طبيعي...) وأشكال (تجارة منتجات، خدمات..).
2. **سيادة الدولة:** يفترض أن تخضع المشاريع المتواجدة في دولة ما لضرائب تسنها هذه الدولة تبعا لسيادتها، وهو أمر يمكن للمؤسسات تفاديه من خلال اللجوء للمعاملات الإلكترونية.
3. **العدالة الضريبية:** تطرح هذه المشكلة ما بين المعاملات التجارية التقليدية ونظيرتها الإلكترونية.
4. **صعوبة إثبات التعاملات والعقود:** تشير الاتفاقيات ومختلف القوانين الوطنية إلى ضرورة أن تكون المعاملات كتابية وكذلك الأمر بالنسبة لتقديم المعلومات، ولكن ومع عدم وجود تحديد دقيق في هذا الجانب فإن هذا يؤثر سلبا على التعاملات التجارية الإلكترونية.
5. **مشكلة الازدواج الضريبي:** من أجل حل هذا المشكل تنتهج بعض الدول فكرة المقر الدائم، حيث تفرض الدولة التي يقع فيها المقر الضريبة، ولكن الاعتماد على شبكة الإنترنت يمكن من إجراء التعاملات دون وجود مقر ملموس وهو ما يطرح إشكالا حول من لديه الحق في فرض الضريبة.

كما ورد في أحد التقارير الاقتصادية تحذيراً لأنظمة التجارة لتقاعسها عن الأخذ بأسباب التجارة الإلكترونية حيث جاء «إنه يجب أن يعلم رجال العالم، بأن التجارة الإلكترونية لن تكون فقط ضمن جهاز الكمبيوتر ولكنه في غضون سنين سيكون التلفاز الرقمي والجيل الثالث من الأجهزة النقالة – الهاتف المحمول– ستكون قنوات فعالة لانتشار استخدام الإنترنت مما يعني قفزة كبيرة في أعداد المستخدمين وحجم التجارة الإلكترونية ويجب أن ننص أيضا أن الكثير من الشركات الأجنبية موجودة على الأرض الآن ولكنها جعلت أدواتها التسويقية والخدمية واتصالاتها الرئيسية عبر الإنترنت، فنحن

[1] حمري نجود، حمري نوال، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ، المرجع السابق ، ص 119.

لا نطالب بإلغاء الشركات الموجودة، فوجودها مهم ولكن يجب حثها على أن تجعل التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية إستراتيجية لتجارتها المحلية والعالمية والمستقبلية».[1]

لقد تمكنت الولايات المتحدة الأمريكية من الاستحواذ على النصيب الأكبر من حجم التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي وهذا ما يوضحه الجدول حيث يمثل تطور حجم التجارة الإلكترونية بالولايات المتحدة الأمريكية طبقا لتقديرات شركة فورستر للأبحاث مقارنة بحجم التجارة الإلكترونية على مستوى العالم ووفقا لتقديرات وكالة اكتيف ميديا.

الجدول رقم 07: تطور حجم التجارة الإلكترونية بالولايات المتحدة الأمريكية[2]

البيان	2012	2013	2014
التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية بالمليار دولار	510	784	4989
التجارة الإلكترونية على مستوى العالم	840	963	6334
النسبة إلى العالم	%61	%81.41	%78.76

المطلب الثاني: العقد والمستهلك الالكتروني

يعتبر العقد من أهم التصرفات التي تمارس في الحياة العملية وذلك بإجماع الفقه والتشريع، حيث أعطى الفقه القانوني العقد نظرية خاصة به لم تحظى بأهميتها أي نظريات القانون المدني وبذلك أصبح العقد يحتل مكان الصدارة في النظم القانونية وعلى ذلك عني المشرع بتنظيم أحكامه وجعله المصدر الأول للالتزام.[3]

ونظرا للانتشار السريع والكبير لتقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال فقد كشف النقاب على وسيلة جديدة لإبرام العقود خرجت عن مفهومها التقليدي إذ ظهرت العقود التي تبرم عن بعد مما أدى إلى انتشار ظاهرة العقود الالكترونية والتي طرحت العديد من الإشكالات منها مسألة التوازن العقدي نظرا لتباين أطراف العلاقة التعاقدية من حيث القوة والتي تستلزم حماية الطرف الضعيف فيها.

[1] تقرير مركز المعلومات، مقترح المبادرة المصرية للتجارة الالكترونية، منشور بالملحق الاقتصادي، مصر، 2017، ص 05.

[2] Turban, E. (2015). Electronic commerce: a managerial and social networks perspective. Cham: Springer.

[3] بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الأنترنت، ط01، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 87.

فالعقد الالكتروني يتم بين طرفين أحدهما المهني يكون في مركز قوة يستمدها من خبرته ونفوذه الاقتصادي، وفي المقابل يوجد طرف آخر هو المستهلك والذي يكون في مركز ضعف لافتقاره المعلومات التقنية من جهة وتأثره بوسائل الدعاية والإعلان المضلل من جهة أخرى.[1]

أولا. مفهوم العقد الالكتروني

1. تعريف العقد الالكتروني

يعرف العقد الالكتروني بأنه «العقد الذي يتم إبرامه عبر الانترنت»، وعرف أيضا بأنه «اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول بشأن الأموال والخدمات عبر شبكة دولية للاتصال عن بعد بوسيلة مسموعة ومرئية تتيح التفاعل الحواري بين الموجب والقابل».[2]

وما يعاب على هاته التعاريف أنها اشترطت أن تكون وسيلة التعاقد مرئية ومسموعة حتى نكون أمام عقد إلكتروني إلا أنه يمكن إبرام العقد الالكتروني دون استعمال لوسيلة سمعية أو بصرية غبر البريد الالكتروني بواسطة الكتابة الالكترونية.

وهناك من اعتبر العقد الالكتروني بأن يكون مبرم ولو جزئيا بوسيلة الكترونية حيث جاء «العقد الالكتروني هو الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسيلة الكترونية كليا أو جزئيا، أصالة أو نيابة».[3]

وهكذا نجد بأن التعاريف التي قدمت للعقد الالكتروني ركزت بالأساس على وسيلة التعاقد، وهي وسيلة الكترونية متمثلة في شبكة الانترنت .

ونجد أن المشرع الجزائري في القانون المدني لم يقدم أي تعريف للعقد الالكتروني ولم يشر للنظم القانونية التي تنظمه، إلا أن القانون رقم 18-05 في الفقرة الثانية من المادة السادسة تعرض لمفهوم العقد الالكتروني كالتالي «العقد في مفهوم القانون 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى الموافق لـ 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الالكتروني».[4]

---

[1] جامع مليكة، حق العدول عن العقد كآلية مستحدثة لحماية المستهلك الالكتروني، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 13، العدد 01، تندوف، 2020، ص 452-453.

[2] عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية "نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا"، ط01، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص 45.

[3] عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية "، المرجع السابق، ص 49.

[4] الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ16 مايو2018، القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، المادة 06.

2. شروط وأركان العقد الالكتروني

جاء تعريف المشرع الجزائري جامعا مانعا يصلح للتطبيق على كل العقود التي تتوافر فيها شروطه، وهي:

- أن يكون العقد متعلقا بالتجارة؛
- أن يتم إبرامه عن بعد؛
- أن يتم ذلك دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه؛
- أن يتم إبرامه بواسطة تقنية الاتصال الالكتروني.

تتحقق صحة العقد الإلكتروني بتحقق صحة أركانه: المحل والسبب والرضا والأهلية التي تنتظم بذات إطار القواعد العامة المنظمة للعقد التقليدي مع بعض الخصوصية لهذه الأركان، لعدم اتساع نطاق القواعد العامة؛ لتستوعب أهلية المتعاقدين إذ يصعب التأكد من هوية الأطراف المتعاقدة وأهليتها، وعليه ظهر إلى حيز الوجود التوقيع الإلكتروني وجهات التصديق الإلكتروني لمحاولة سد الثغرات في هذا النطاق.

ثانيا. مفهوم المستهلك الالكتروني

1. تعريف المستهلك الالكتروني

في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي لهائل ظهر مصطلح المستهلك الالكتروني، بحيث اكتسب المستهلك هذه الصفة من المجال الذي يتعامل فيه ألا وهي البيئة الالكترونية.

ويعرف المستهلك الالكتروني بصورة عامة «كل شخص يتعاقد إلكترونيا من أجل الاستهلاك حتى ولو كان التعاقد بهدف مهني»[1]. وصفة المستهلك الالكتروني تشمل زيادة على الشخص الطبيعي العادي أو المهني، الأشخاص المعنوية للقانون الخاص كالشركات والجمعيات التي تتعاقد الكترونيا من أجل الحصول على سلعة أو خدمة ليس لها خبرة بها مع مهني متخصص[2] أي أن الشخص المعنوي يوجد في مركز ضعف حيث لا يملك الإمكانيات الفنية والمالية التي تسمح له من خلال ذلك بالحصول على موارد مالية. وتلحق صفة المستهلك الالكتروني بمن تتوافر فيه ما يلي:

- أن يكون حصوله على السلعة أو الخدمة لغرض شخصي أو عائلي.

[1] جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2017-2018، ص 09.

[2] محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 24.

- أن يكون محل عقد الاستهلاك سلعة أو خدمة.[1]

كما ورد مصطلح المستهلك الالكتروني في القانون 18-05 حيث نصت الفقرة 03 من المادة السادسة على أن «المستهلك الالكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي»[2]، فمضمون هذا التعريف الذي يحدد فيه المستهلك الالكتروني شرط استعمال الاتصالات الالكترونية في حصوله على المنتوج من قبل المورد الالكتروني ويتبين لنا من خلال ذلك بأن المشرع:

- وضع تعريفا جامعا ومانعا للمستهلك الالكتروني مما يؤدي إلى إغلاق الباب أمام الاجتهاد.
- بسط مفهوم المستهلك الالكتروني على كل من الشخص الطبيعي والشخص المعنوي.

2. شروط المستهلك الالكتروني

لا يمكن إضفاء مفهوم المستهلك الالكتروني غلا على من تتوافر فيه الشروط التالية:

- أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا.
- الحصول على السلعة أو الخدمة عن طريق وسيلة اتصال الكترونية.
- أن يكون ذلك بهدف الاستهلاك أي إشباع حاجات شخصية أو عائلية وليس بهدف مهني.

ثالثا. العلاقة بين العقد الالكتروني والمستهلك الالكتروني

حظي مفهوم العقد والمستهلك الالكترونيين باهتمام كبير من قبل المشرع والباحثين القانونيين لما لهذا العقد من أهمية في الحياة العملية بين الأشخاص وخاصة منها التجارية وهي عصب الحياة الاقتصادية في المجتمع والتي طغت عليها تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التي قربت المسافات واختصرت الزمن ويسرت التواصل بين الأشخاص.

كما أن المركز القانوني للمستهلك يمتاز بنوع من الحساسية في العلاقة القانونية التي تربطه بالعقد باعتباره ذو طبيعة خاصة كونه يتم عن بعد بواسطة الوسائط الالكترونية دون الحضور الشخصي والمادي والمعاينة الفعلية من قبل المستهلك لمحل أو موضوع العقد.[3]

---

[1] الصادق صياد، حماية المستهلك وفق الطرق المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2013، ص 34.

[2] القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، مرجع سبق ذكره.

[3] الزهراء مراد، العقد الالكتروني وأطرافه، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 30، العدد 02، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، ديسمبر 2019، ص 316.

المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في ظل قانون 18-05

إن القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية المصادق عليه في أفريل 2018 من قبل مجلس الأمة والمؤرخ في 10 ماي 2018، من شأنه دفع مجال التجارة الالكترونية في الجزائر، إذ سيؤطر هذا النص القانوني السوق الالكترونية من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنيت والمستهلكين.

أولا. نظرة حول قانون التجارة الالكترونية 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018

لأول مرة ينص القانون الجزائري على مشروع متعلق بالتجارة الالكترونية من خلال القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ16 مايو 2018 حيث تضمن عدة أحكام تخص امن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات العملاء الالكترونيين نذكرها فيما يلي:[1]

1. الممارسات الالكترونية في قانون التجارة الالكترونية 18 -05

من أهم ما جاء به قانون التجارة الالكترونية 18-05 المؤرخ في 10 ماي2018 في هذا الباب:

- **الشروط ممارسة التجارة الالكترونية:** أكد المشرع الجزائري أن قواعد ممارسة التجارة الالكترونية تبدأ بـ:[2]

-التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية ولنشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الأنترنت مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz وهذا حسب نص المادة 08 من القانون 18-05.

-إنشاء سجل وطني للموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري في المركز الوطني للسجل التجاري الذي يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني (التعريف الضريبي والعنوان ورقم الهاتف، عدد السجل التجاري، الضمان التجاري...)، وهو ما تضمنته المواد 09، 10 و11 من القانون أعلاه.

ويجب أن يمر طلب المنتوج أو الخدمة بخطوات إجبارية وهي: [3]

[1] الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ16 مايو2018، القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018.

[2] نفس المرجع، المادة 09-10-11.

[3] القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، المادة 06-12، مرجع سبق ذكره.

* وضع الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني حيث عرفت الفقرة الثالثة من المادة 06 المستهلك الإلكتروني بأنه «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي».

* التحقق من تفاصيل الطلبية (السعر الوحدوي والإجمالي والكمية) فقد عرفت الفقرة السابعة من المادة 06 الطلبية المسبقة بأنها «تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الالكتروني على المستهلك الالكتروني في حالة عدم توفر المنتوج في المخزون».

* تأكيد الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل العقد، حيث تحدد المادة 12 المعلومات الإلزامية التي يجب احتوائها في العقد الالكتروني.

- **التزامات المستهلك الالكتروني:** تنص المادة 16 على أنه ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الالكتروني بمجرد إبرامه، كما يجب على المورد الالكتروني أن يطلب من المستهلك الالكتروني توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتج.
- **واجبات المورد الالكتروني ومسؤولياته:** بعد ابرام العقد الالكتروني يعد المورد الالكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الالكتروني عن حسن تنفيذ الاتفاق من دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم. ويترتب على كل بيع منتوج أو تأدية خدمة إعداد فاتورة من قبل المورد الالكتروني تسلم إلى المستهلك الالكتروني. وفي حالة عدم احترام المورد الالكتروني لآجال التسليم يمكن للمستهلك الالكتروني أن يطالب بإعادة إرسال المنتوج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر حسب ما جاء في نص المادة 22.[1]
- **دفع المعاملات الالكترونية:** فيما يخص الدفع فقد نص القانون18 -05 في مواده 27-28-29، على أن يتم من خلال منصات الدفع الالكتروني المنشأة والتابعة لبنك الجزائر وبريد الجزائر سواء تمت المعاملة داخليا أو دولي، ويضيف ضرورة تأمين اتصال الموقع الإلكتروني الموفر لخدمة الإلكتروني بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الالكترونية.[2]
- **الإشهار الالكتروني:** لم يغفل المشرع الجزائري عن وسيلة الاتصال والخاصة بالإشهار الالكتروني الذي أوجب أن تكون محددة وواضحة ولا تخل بالآداب العامة والنظام العام، كما يلتزم المورد

[1] نفس المرجع، المادة 22.

[2] نفس المرجع، المادة 27-28-29.

الالكتروني بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الالكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه، وفي حالة النزاع ينبغي للمورد الالكتروني أن يثبت أن إرسال الاشهارات الالكترونية خضع للموافقة المسبقة والحرة.[1]

2 . **الجرائم والعقوبات في قانون التجارة الالكترونية 18 ـ05:**

شرح المشرع الجزائري إلى ضرورة الرقابة لتزرع الثقة لدى المتعاملين عبر الانترنيت في مجال التبادل التجاري الالكتروني وذلك من حيث:[2]

- **مراقبة الموردين الالكترونيين ومعاينة المخالفات:** يخضع المورد الالكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية الذين لديهم سلطة تسجيل انتهاكات أحكام هذا القانون خاصة ما جاء في المادة 36 من القانون.
- **مكافحة الجرائم الالكترونية:** تضمن القانون 18-05 جملة من العقوبات تراوحت بين الغرامة وغلق الموقع الالكتروني تبعا للمخالفة المرتكبة حيث يتم التخطيط لغرامات تتراوح بين50ألف دينار و2 مليون دينار, دون الإخلال بتطبيق كامل أكثر صرامة في حالة بيع سلع وخدمات ممنوعة من التسويق حيث يعاقب بغرامة مالية من 200 ألف دينار إلى مليون دينار مع الشطب من السجل التجاري وإغلاق الموقع نهائيا، أما الأشخاص الطبيعيون أو المعنويين الذين يزاولون نشاط تجاري عبر الانترنيت دون سجل الكتروني يتم تعليق موقعهم إلى غاية تسوية وضعيتهم، كما يضاعف مبلغ الغرامة في حال تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز 12 شهرا من تاريخ العقوبة السابقة.

ثانيا. تشريعات والقوانين الدولية لجباية التجارة الالكترونية في الجزائر

لقد تم سن تشريعات وقوانين دولية تلزم القائمين على التجارة الإلكترونية بالخضوع للقوانين الضريبية وفقا 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، هذا وإن موضوع فرض الضرائب على التجارة الالكترونية ينظر

[1] القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، مرجع سبق ذكره، المادة 30-31-32-33-34.

[2] نفس المرجع، المادة 36-49.

إليه من وجهتي نظر مختلفتين الأولى ترى أن إخضاع الصفقات الالكترونية إلى الضرائب يعد كبحا للتطور التكنولوجي.

وعلى هذا فمسألة فرض الضرائب على التجارة الالكترونية في الجزائر تمثل تحديا كبيرا بالنسبة للمشرع الجزائري في القانون الأخير، إذ لم يوضح لا طريقة ولا كيفية فرضها، وهذا ما يؤدي إلى اختلال مبدأ من مبادئ الضريبة وهو العدالة، في كون بعض السلع يتم تداولها عبر شبكة الانترنيت لا تمر عبر الحواجز الجمركية العادية على خلاف التجارة التقليدية، فالمشرع الجزائري في القانون رقم 18-05 أغفل كليا عن وضع ضوابط جبائية تتلاءم مع تطور تقنيات المعلومات والاتصال لتطال الضريبة معاملات التجارة الالكترونية، فالضريبة بصفة عامة تعرف بأنها اقتطاع نقدي جبري تفرضه الدولة على المكلفين وفقا لقدراتهم وبال مقابل وذلك لتغطية الأعباء، ويسري هذا التعريف في مضمونه على الواقع الرقمي والافتراضي، وما تغير هو شكل الإدارة الضريبية فقط، الذي يتوجب عليها تحديث نظامها إلى نظام ضريبي الكتروني، وعلى هذا فهناك فرق 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 تثير إشكال سن قوانين تنظم قدرة وكفاءة الأداء الضريبي في تحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عبر الانترنيت، وعلى هذا فقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية يثير الكثير من التساؤلات حول المعاملات للصفقات الرقمية، حيث تبقى مشكلة التهرب الضريبي قائمة، فالحكومات إن لم تفرض ضرائب على التجارة الالكترونية فإن المستهلكون سيخاطرون بتحويل مشترياتهم إلى 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[1]، وهذا ما تجاهله المشرع الجزائري في قانون التجارة الالكترونية 18 ـ 05.

[1] إبراهيم كامل الشوابكة، ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية، دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد 34، عمادة البحث العلمي، الأردن، 2007، ص 518.

الفصل الثاني: طبيعة النظام الجبائي في الجزائر

المبحث الأول: النظام الحقيقي للضرائب

شهد النظام الضريبي إصلاحا في بداية التسعينات من القرن الماضي، وشمل هدا الإصلاح الضرائب المفروضة وكذا إجراءات الفرض الضريبي ناهيك عن أنظمة الفرض الضريبي، ورغم كون أن النظام الضريبي نظام تصريحي، أي أنه يعتمد على التصريحات التي يقدمها المكلف إلى الإدارة الضريبية إلا أننا في الواقع نجد العديد من أنظمة فرض الضريبة والتي تتنوع من النظام الحقيقي الجزافي وهذه الأنظمة هي التي سوف نحاول تناولها في هذا المبحث وخاصة التعديل في قانون المالية 2021 الذي ألغيت فيه الاستثناءات للضريبة الجزافية الوحيدة.

المطلب الأول: مفهوم النظام الحقيقي

يعتبر النظام الحقيقي من أنظمة فرض الضريبة انطلاقا من المبادئ الأساسية التي تبرز أهمية المحاسبة الضريبية في دلك على اعتبارها إحدى فروع علم المحاسبة والتي تعني عرض البيانات المحاسبية اللازمة لغرض تحديد الربح الجبائي وفق أحكام القانون الجبائي.[1]

ويخضع لهذا النظام بموجب القانون متى تجاوز رقم الأعمال المحقق مليون دج حتى بالنسبة للمهن الحرة، كما يخضع لهدا النظام وجوبا مهما كانت قيمة رقم الأعمال بخصوص تحديد الربح الخاضع للضريبة على أرباح الشركات.[2]

إضافة إلى دلك فيخضع للنظام الحقيقي وجوبا لتحديد قيمة الرسم على قيمة الرسم على القيمة المضافة فيما يخص الأشخاص المعنويون الخاضعين للضريبة على إرباح الشركات وكذا الأشخاص الطبيعيين الخاضعين للضريبية على الدخل الإجمالي صنف الأرباح الصناعية والتجارية والمهن الحرة لما يتجاوز رقم الأعمال15 مليون دج .[3]

---

[1] ولهي بوعلام، النظام الضريبي الفعال في ظل الدور الجديد للدولة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011، ص 80.

[2] قانون الضرائب المباشرة والرسوم للمماثلة، وزارة المالية المديرية العامة للضرائب، 2015 ، المادة 148 منه.

[3] قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، وزارة المالية المديرية العامة للضرائب.

يتعين على الأشخاص الخاضعين للنظام الحقيقي لفرض الضريبة أن يكتبوا على الأكثر يوم 30 أفريل من كل سنة مفتش الضرائب الذي يتبع له مكان تواجد مقر المؤسسة أو الإقامة الرئيسية المهنية تصريحا بمبلغ الربح الخاضع للضريبة الخاص بالسنة المالية السابقة .[1]

كما أن الأشخاص التابعون لهدا النظام عليهم الالتزام بما يلي :

- اكتتاب التصريح الخاص بالدخل الخاضع للضريبة على الأكثر يوم 30 أفريل من كل سنة، وإذا انتهى هدا التاريخ بيوم عطلة يمدد الأجل إلى يوم عمل فعلي.
- في حالة تسجيل عجز يجب التصريح بمبلغ هدا العجز وفق شروط خاصة بالتصريح برقم الأعمال، أي 30 أفريل كآخر اجل.
- ما يمكن الإشارة إليه أن القوة القاهرة تقطع الآجال الخاصة بالتصريح برقم الأعمال أو العجز المسجل وهذا حسب ما جاء في المادة 151 فقرة 02 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة، حيث يمكن تمديد الآجال بناءا على قرار من المدير العام للضرائب بشرط أن لا تتجاوز مدة التمديد 3 أشهر.

المطلب الثاني : الرسم على القيمة المضافة TVA والرسم على النشاط المهني

الفرع الأول: الرسم على القيمة المضافة

أولا. تعريف الرسم على القيمة المضافة

قبل تعريف الرسم على القيمة المضافة لابد من تحديد مفهوم القيمة المضافة والتي تكمن في الفرق بين قيمة الإنتاج الكلي للوحدة الإنتاجية وقيمة مستلزمات الانتاج الوسطية التي حصلت عليها واستخدمتها في عملياتها الإنتاجية خلال فترة محددة من الزمن.[2]

ويعتبر الرسم على القيمة المضافة ضريبة عامة على الاستهلاك ويعتبر من الضرائب الغير مباشرة تكون المؤسسة مطالبة بتسديدها لمجرد توليد الحدث المنشأ الذي يختلف حسب نوع العمليات المحققة سواء تمت في الداخل عند الاستيراد أو عند التصدير.

ثانيا. خصائص الرسم على القيمة المضافة.

[1] قانون الضرائب المباشرة والرسوم للمائلة، مرجع سبق ذكره للمادة 18، 151 منه.

[2] حسام داود، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار الميصرة، عمان .

يتميز خصائص الرسم على القيمة المضافة بالخصائص الآتية:[1]

* **ضريبة حقيقية:** حيث تخص استعمال المداخيل، أي المصاريف أو الاستهلاك النهائي السلع و الخدمات.

* **ضريبة غير مباشرة:** أي تدفع للخزينة ليس بصفة مباشرة من المستهلك النهائي الذي يعتبر المدين الحقيقي ولكن من المؤسسة التي هي المدين الشرعي الذي يضمن إنتاج وتوزيع السلع والخدمات.

* **ضريبة نسبية القيمة:** حيث تحصل بنسبة قيمة المنتجات، وليس بالاستناد إلى النوعية المادية للمنتوج.

* **ضريبة تسدد حسب آلية الدفعات المجزأة :** حيث يخص الرسم على القيمة المضافة القيمة المضافة الممنوحة للمنتوج فقط، حيث أن في نهاية الحلقة التي اتبعها المنتوج تكون التكلفة الجبائية الإجمالية تطابق الرسم المحسوب بواسطة سعر البيع للمستهلك.

* **ضريبة تتوقف على آلية الخصوم:** أي تطبق بقيام المدين بحساب الرسم المستحق في المبيعات أو في تقديم الخدمات، ويخصم منها الرسم المتضمن للعناصر المشكلة لسعر التكلفة، ومن ثم يقوم بدفع الفارق بين الرسم المحصل والرسم المخصوم.

* **ضريبة محايدة :** وذلك بالنسبة للمدينين الشرعيين، بما أنه متحمل من المستهلك النهائي.

ثالثا. الأشخاص الخاضعون للرسم على القيمة المضافة

تنشأ صفة الخاضع للرسم من تحقيق العمليات المتعلقة بالنشاط الصناعي والتجاري والحرفي والحر، أي يعتبر خاضعا للضريبة كل شخص يقوم بعمليات موجودة في مجال تطبيق الرسم على القيمة المضافة، سواء أجرت هده العمليات التسديد بصفة فعلية أم كانت معفية.

ويخضع كذلك للرسم على القيمة المضافة كل من المنتجين، التجار الجملة، وتجار التجزئة و الشركات الفرعية المستوردين.[2]

رابعا. مجال تطبيق الرسم على القيمة المضافة

1. العمليات الخاصة للرسم على القيمة المضافة وجوبا فيما يلي :

- العمليات المتعلقة بنشاط صناعي أو تجاري أو حرفي المنجزة من طرف الخاضعين للرسم.

[1] رضا خلاصي، النظام الجبائي الجزائري الحديث، جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، دار هومة، الجزائر، 2005 .

[2] شعباني لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 186.

- العمليات المحققة عند ممارسة نشاط حر.
- المبيعات الخاصة بالكحول أو الخمور ومشروبات أخرى مماثلة لها.
- العمليات المتعلقة بالأشغال العقارية.
- المبيعات حسب شروط البيع بالجملة.
- عمليات البيع التي تقوم بها المساحات الكبرى ونشاطات التجارة المتعددة وكذا تجارة التجزئة.
- باستثناء العمليات التي يقوم المكلفون بالضريبة الخاضعون للضريبة الجزافية الوحيدة: يقصد بالتجارة المتعددة.

عملية شراء وإعادة البيع المحققة وفق شروط البيع بالتجزئة والتي تتوفر فيها الشروط الآتية:

- يجب أن تتعلق المواد المعروضة للبيع بأربعة أصناف على الأقل من التجارة المتعددة[1] : وهذا مهما كان عدد المواد المعروضة للبيع.
- يجب أن يكون المحل مهينا بطريقة تسمح بالخدمة الذاتية.

- عمليات الإيجار، وأداء الخدمات وأشغال الخدمات والبحث وجميع العمليات من غير المبيعات والأشغال العقارية.
- الحفلات الفنية والألعاب والتسليات بمختلف أنواعها التي ينظمها أي من الأشخاص.

2. العمليات الخاضعة للرسم اختياريا:[2]

- العمليات المتوجهة للتصدير.
- العمليات المحققة لفائدة
  - الشركات البترولية.
  - المكلفين بالرسم، الآخرين.
  - مؤسسات تتمتع بنظام الشراء بالإعفاء.

[1] المادة 02 من قانون الرسوم على رقم الأعمال لسنة 2017.

[2] شعباني لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 187.

خامسا . معدلات الرسم على القيمة المضافة

يتم حساب الرسم على القيمة المضافة بالاعتماد على معدلات ثابتة خضعت عدة مرات للتغيير منذ دخول الإصلاح الجبائي إلى يومنا هذا، واستقرت على معدلين من السداسي الثاني لسنة 2001 حتى نهاية سنة 2016 وهما المعدل العادي (17%) والمعدل المنخفض (7%).[1]

أما ابتداء سنة 2017 وهذا حسب المواد 21 و 23 من قانون الرسوم على رقم الأعمال فأصبح يطبق المعدل العادي(19%) والمعدل المنخفض (9%).

الفرع الثاني: الرسم على النشاط المهني TAP

يصنف الرسم على النشاط المهني نظريا ضمن الضرائب المباشرة لعدم استفادة المكلف بالضريبة من خدمات متعلقة بالتسديد إضافة إلى تحمل عبء الضريبة من قبل المكلف بدفعه دون إمكانية تحميله لشخص آخر.[2]

أولا. المعدلات المطبقة والحدث المنشئ للرسم على النشاط المهني

سنتعرض فيما يلي إلى كل من المعدلات المطبقة لحساب الرسم على النشاط المهني والحدث المنشئ لهده الضريبة :

1- المعدلات المطبقة

حدد معدل الرسم على النشاط المهني حسب قانون المالية التكميلي لسنة 2001 ب 2% باستثناء نشاط نقل المحروقات بواسطة الأنابيب الذي معدله 3% ، أما نشاطات الإنتاج فيطبق عليها معدل 1% دون الحق في الاستفادة من التخفيضات[3].

فيما يخص نشاطات البناء والأشغال العمومية والري تحدد نسبة الرسم 2% مع تخفيض نسبة 25%.

2- الحدث المنشئ للرسم على النشاط المهني

يتمثل الحدث المنشئ للرسم على النشاط المهني فيما يلي: [4]

- بخصوص عمليات البيع: التسليم القانوني أو المادي للبضاعة المباعة.
- بخصوص الأشغال العقارية وتأدية الخدمات: قبض المبلغ الكلي أو الجزئي.

---

[1] مرجع سابق، ص 188.

[2] الدليل التطبيقي للرسم على القيمة المضافة، المديرية العامة للضرائب وزارة المالية، الجزائر، سنة 2016، ص 08.

[3] شعباني لطفي، مرجع سبق ذكره، ص118.

[4] المادة 222 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017.

ثانيا. مجال تطبيق الرسم على النشاط المهني

يفرض الرسم على النشاط المهني على الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الدين يمارسون نشاطا صناعيا أو تجاريا حيث لا تراعى حالة المؤسسة ولا النتيجة التي حققتها أي أن المكلف مطالب بدفع هده الضريبة سواء حقق ربحا أو خسارة وعليه فإن المداخيل الخاضعة تكمن فيما يلي:[1]

- الإيرادات الإجمالية التي يحققها المكلفون بالضريبة الدين لهم في الجزائر محل مهني دائم.
- رقم أعمال يحققه في الجزائر المكلفون بالضريبة الدين يمارسون نشاطا تخضع أرباحه للضريبة على الدخل الإجمالي في صنف الأرباح الصناعية والتجارية أو الضريبة على أرباح الشركات.

المطلب الثالث: الضريبة على الدخل الإجمالي IRG والضريبة على أرباح الشركات

ستتناول في هذا المطلب مختلف الضرائب المطبقة في النظام الحقيقي المتمثلة في:

أولا. الضريبة على الدخل الإجمالي

1. تعريف الضريبة على الدخل الإجمالي

لقد تم تأسيس الضريبة على الدخل الإجمالي من خلال قانون المالية لسنة 1991 ، حيث جاء تعريفها كما يلي «تؤسس ضريبة سنوية وحيدة على دخل الأشخاص الطبيعيين تسمى الضريبة على الدخل الإجمالي للمكلف بالضريبة».[2]

2. خصائص الضريبة على الدخل الإجمالي

من خلال التعريف يستخلص أن الضريبة لها عدة خصائص نذكر منها ما يلي: [3]

***ضريبة سنوية:** وذلك لأنها تفرض مرة واحدة في السنة على المداخيل المحققة خلال السنة.

*** ضريبة وحيدة:** بحيث تجمع مختلف أصناف الدخل الصافي للمكلف وتفرض عليه ضريبة واحدة في السنة.

***ضريبة تصريحية:** لأنها تحصل بعد التصريح الذي يقوم به الخاضع للضريبة سنويا ويقدمه لإدارة الضرائب.

---

[1] المادة 217 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة لسنة 2017.

[2] نفس المرجع، المادتان 151 ، 152 منه.

[3] قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017، المادة 02.

***تفرض على الدخل الصافي:** والذي يتم الحصول عليه بعد طرح الأعباء المحددة قانونا من الدخل الإجمالي الخام.

3. الأشخاص الخاضعون للضريبة على الدخل الإجمالي

يخضع الأشخاص الذين موطن تكليفهم في الجزائر للضريبة على الدخل الإجمالي بالنسبة لمجمل المداخيل المحصلة من قبلهم، كما يخضع الأشخاص الدين ليس موطن تكليفهم في الجزائر لهذه الضريبة بالنسبة للمداخيل ذات المصدر الجزائري.[1]

يخضع كذلك للضريبة على الدخل الإجمالي الأشخاص من جنسية جزائرية أو أجنبية سواء أكان موطن تكليفهم في الجزائر أم لا، ويحصلون على أرباح أو مداخيل يحول فرض الضريبة عليها إلى الجزائر بمقتضى اتفاقية جبائية تم عقدها مع بلدان أخرى.[2]

كما تكتسي طابع الأرباح الصناعية والتجارية لتطبيق ضريبة الدخل على المداخيل التي يحققها الأشخاص الطبيعيون الذين: [3]

- يقومون بعمليات الوساطة من أجل شراء عقارات أو سجلات تجارية أو بيعها أو يشترون بأسهم نفس الممتلكات لإعادة بيعها.
- يستفيدون من وعد بالبيع من جانب واحد يتعلق بعقار، ويقومون بسعي منهم أثناء بيع هدا العقار بالتجزئة أو التقسيم، بالتنازل عن الاستفادة من الوعد بالبيع إلى شاري كل جزء أو قسم.
- يؤجرون مؤسسة تجارية أو صناعية بما فيها من أثاث أو عتاد لازم لاستغلالها ، سواء أكان الإيجار يشتمل على كل العناصر غير المادية للمحل التجاري أو الصناعي أو جزء منها أم لا.
- يمارسون نشاط الراسي عليه المناقصة، وصاحب الامتياز، ومستأجر الحقوق البلدية.
- لم يحققون أرباحا من أنشطة تربية الدواجن والأرانب عندما تكتسي هده الأنشطة طابعا صناعيا. يحدد عند الاقتضاء النشاط المتسم بطابع صناعي عن طريق التنظيم.
- يحققون إيرادات من استغلال الملاحة أو البحيرات المالحة أو المالح.

كما تكتسي طابع الأرباح الصناعية والتجارية التطبيق ضريبة المداخيل المحققة من قبل التجار الصيادين، الربابنة الصيادين، مجهزي السفن، ومستغلي قوارب الصيد.

---

[1] شعباني لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 76.

[2] المادة 03-1 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة لسنة 2017.

[3] المادة 04 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المالية لسنة 2017.

4. المداخيل الخاضعة للضريبة على الدخل الإجمالي

يتكون الدخل الصافي الإجمالي من مجموع المداخيل الصافية للفئات أو الأصناف الآتية:[1]

- الأرباح المهنية.
- المداخيل الفلاحية.
- المداخيل الناتجة عن تأجيل العقارات المبنية و غير المبنية.
- ريوع رؤوس الأموال المنقولة.
- الرواتب والأجور.
- فوائض القيمة الناتجة عن التنازل بمقابل عن العقارات المبنية أو الغير المبنية.

5. معدلات الضريبة على الدخل الإجمالي

لحساب الضريبة على الدخل الإجمالي يستعان بالجدول التصاعدي الآتي: [2]

جدول رقم02: الجدول التصاعدي للشرائح الخاضعة للضريبة على الدخل الإجمالي

قسط الدخل الخاضع للضريبة (بالدينار)	نسبة الضريبة
لا يتجاوز 120.000	%0
من 120.001 إلى 360.000	%20
من 360.001 إلى 1.440.000	%30
أكثر من 1.440.000	%35

المصدر: المادة 104 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017، المعدلة بموجب المادة 05 من قانون المالية لسنة 2008.

6. الأساس الخاضع للضريبة

يتحدد الدخل الإجمالي الصافي السنوي المكون لأساس الضريبة على الدخل بجمع الأرباح أو المداخيل الصافية الفئوية باستثناء تلك المتعلقة بالضريبة المفروضة بمعدل محرر والأعباء القابلة للخصم التالية:

[1] المادة 12 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017.

[2] المادة 02 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017، المعدلة بموجب المادة 05 من قانون المالية لسنة 2008.

- فوائد القروض والديون المبرمة لأغراض مهنية وكذا تلك التي تم إبرامها قصد اقتناء أو بناء مسكن.
- اشتراكات التأمين على الشيخوخة والتأمينات الاجتماعات المكتتبة شخصيا.
- نفقات الإطعام.
- بوليصة التأمين المبرمة من المال المؤجر.

ثانيا. الضريبة على أرباح الشركات

1. مفهوم الضريبة على أرباح الشركات

تنص المادة135 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة على أنه «تؤسس ضريبة سنوية على مجمل الأرباح والمداخيل التي تحققها الشركات وغيرها من الأشخاص المعنويين المشار إليهم في المادة 136 وتسمى هده الضريبة بالضريبة على أرباح الشركات».[1]

2. خصائص الضريبة على أرباح الشركات

من خلال التعريف نستخلص عدة خصائص لهده الضريبة والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:[2]

* **ضريبة سنوية:** تفرض مرة واحدة خلال السنة المالية على الأرباح المحققة خلال تلك السنة.

***ضريبة حقيقية:** تتناسى هذه الضريبة كليا الحالة الشخصية الخاضع لها ودون الأخذ بعين الاعتبار لحالته المادية، وهي تهتم بالمادة الخاضعة للضريبة والمتمثلة في الربح.

* **ضريبة عامة:** كونها تفرض على مجمل الأرباح دون تمييز لطبيعتها.

* **ضريبة نسبية:** وذلك بتطبيق معدل ثابت على الأرباح المسجلة من المؤسسة.

* **ضريبة تصريحية:** بحيث يتعين على المكلف تقديم تصريح سنوي لجميع أرباحه لدى مفتشية الضرائب التابعة للمقر الاجتماعي للمؤسسة.

ثالثا. معدلات الضريبة على أرباح الشركات.

تفرض على الشركات الخاضعة للضريبة على أرباح الشركات المعدلات التالية:

1. المعدل العادي:

[1] شعباني لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 82.

[2] بن عمارة منصورة، الضريبة على أرباح الشركات، ط 02، دار هومة للنشر، الجزائر، 2011، ص 15-16.

طرأت على هذا المعدل العادي عدة تغييرات مند سنة 1991 إلى يومنا هذا، وذلك أثر الإصلاحات الجبائية المتبعة من قبل السلطات الجزائرية، فكان هذا المعدل 42% في سنة 1992، ثم خفض إلى 38 % سنة 1994[1]، وبعدها عرف تخفيضا آخر في سنة 1999 ليصبح 30%[2].

وعرف النصف الثاني لسنة 2006 تخفيضا كذلك ليصل المعدل نسبة 25% من خلال قانون المالية، وكان في حدود معدلين هما: 25% و19% ابتداء من النصف الثاني لسنة 2008، بحيث تم تطبيق هذان المعدلان كما يلي:

- المعدل 19% بالنسبة لإنتاج السلع، وبالنسبة لأنشطة إنتاج مواد البناء، والأشغال العمومية، والأنشطة السياحية بما في دلك الوكالات السياحية.
- المعدل 25% بالنسبة للأنشطة التجارية والخدماتية، ما عدا النشاطات المنجمية والمحروقات.

أما ابتداء من بداية سنة 2016، أصبح يطبق ثلاثة معدلات كما يلي:[3]

- المعدل 19% بالنسبة لأنشطة إنتاج السلع ما عدا المنجمية والمحروقات.
- المعدل 23% بالنسبة لأنشطة البناء والأشغال العمومية والري (المسجلة بهده الصفة في السجل التجاري)، والأنشطة السياحية والحمامات، باستثناء وكالات الأسفار.
- المعدل 26% بالنسبة للأنشطة الأخرى.

2. المعدلات الخاصة:

تستخدم طريقة الاقتطاع من المصدر التحصيل على أرباح الشركات، وتتمثل هده المعدلات والأنشطة الخاضعة لها فيما يلي:[4]

[1] المادة 16 من قانون المالية لسنة 1994.

[2] المادة 14 من قانون المالية لسنة 1999

[3] المادة 150-1 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017.

[4] شعبان لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 147.

جدول رقم 03: معدلات الاقتطاع للضريبة على أرباح الشركات والأنشطة الخاضعة لها

الأنشطة الخاضعة	معدل الخضوع(%)
- مداخيل الديون والودائع والكفالات. - المبالغ المقبوضة من شركات النقل البحري الأجنبية إذا كانت بلدانها الأصلية تفرض الضريبة على مؤسسات جزائرية للنقل البحري، غير أنه بمجرد ما تطبق هده البلدان نسبة عليا أو بنيا، تطبق عليها قاعدة المعاملة بالمثل.	10
- الإيرادات المحصلة في إطار عقد تسيير، يكتسي هذا التسديد طابعا تحريريا.	20
- المبالغ التي تقبضها المؤسسات الأجنبية التي ليست لها منشآت مهنية دائمة في الجزائر في إطار صفقات تأدية الخدمات. - المبالغ المدفوعة مقابل خدمات من كل نوع تؤدى أو تستعمل في الجزائر. - الحوا صل المدفوعة للمخترعين المقيمين في الخارج أما بموجب امتياز رخصة أو صيغة منح امتياز دلك.	24
- المداخيل الناتجة من سندات الصناديق غير الاسمية أو لحاملها.	40

المصدر: أنظر المادة 150-1 من القانون السابق، 2017.

رابعا. الأساس الخاضع للضريبة على أرباح الشركات

يتمثل الأساس الخاضع للضريبة على أرباح الشركات في الربح الصافي الناتج عن الفرق بين الإيرادات المحققة من المؤسسة والأعباء الناتجة عن ممارسة النشاط.[1]

[1] شعبان لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 142.

خامسا. آلية دفع الضريبة على أرباح الشركات.

يتم دفع الضريبة على أرباح الشركات بطريقتين هما[1]:

1- نظام الدفع التلقائي :حيث يتم حساب الضريبة حسب هدا النظام من المكلف نفسه وتسدد تلقائي الخزينة الضرائب دون إنذار مسبق من إدارة الضرائب.

2- نظام الاقتطاع من المصدر: يشمل هذا النظام بعض المداخيل المتعلقة بالضريبة على أرباح الشركات مثلما تم التعرض له سابقا في المعدلات الخاضعة للضريبة على أرباح الشركات.

المبحث الثاني: الضريبة الجزافية الوحيدة (IFU)

المطلب الأول: مفهوم الضريبة الجزافية الوحيدة ومجال تطبيقها

أولا. مفهوم الضريبة الجزافية

أسست الضريبة الجزافية الوحيد في سنة 2007 بموجب المادة 02 من قانون المالية سنة 2007 لتحل محل النظام الجزافي للضريبة على الدخل الإجمالي، كما يعوض دفع هذه الضريبة على الدخل الإجمالي والرسم على القيمة المضافة والرسم على النشاط المهني.[2]

أما حاليا فقط أصبحت الضريبة الجزافية الوحيدة تعوض ما سبق ذكره، إضافة إلى الضريبة على أرباح الشركات، يعني ذلك أنها تطبق على كلا الشخصين القانونيين، الطبيعية والمعنوية.

ثانيا. مجال تطبيقها

يخضع لنظام الضريبة الجزافية الوحيدة[3]، الشركات المدنية ذات الطابع المهني الأشخاص الطبيعيون الدين يمارسون نشاطا صناعيا وتجاريا وغير تجاريا وحرفيا وكذا تعاونيات الحرفية

[1] Système fiscal Algerien, Impots sur les benefices des societes, Minister des finances , consulté le 22 /11/2016 ,p.10

[2] المادة 282 مكرر من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة لسنة 2015.

[3] المادة 282 مكرر 1 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة لسنة 2021.

والصناعات التقليدية التي لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي خمسة عشر مليون دينار (15000000) ما عدا تلك التي اختارت نظام فرض الضريبة حسب الربح الحقيقي.

يبقى النظام الضريبة الجزافية الوحيدة مطبقا من أجل تحديد الضريبة المستحقة بعنوان السنة الأولى التي تم خلالها تجاوز سقف رقم الأعمال المنصوص عليه بالنسبة لهدا النظام.

ويتم تحديد هده الضريبة تبعا لهذه التجاوزات. ويظل هدا النظام قابلا للتطبيق كذلك بالنسبة للسنة الموالية.

عندما يقوم المكلف بالضريبة باستغلال في آن واحد، وفي المنطقة نفسها أو في مناطق مختلفة، عدة مؤسسات أو دكاكين أو متاجر أو ورشات، أو أماكن أخرى لممارسة نشاط ما، تعتبر كل واحدة منها مؤسسة مستغلة بصورة مغايرة، وتكون في كل الحالات خاضعة للضريبة بصفة منفصلة ما دام رقم الأعمال الكلي المحقق بعنوان مجموع الأنشطة الممارسة لا يتجاوز سقف خمسة عشر مليون دينار (15000000)"32

يستثنى من نظام الإخضاع الضريبي:

- أنشطة الترقية العقارية وتقسيم الأراضي.
- أنشطة استرداد السلع والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالها.
- أنشطة شراء وإعادة البيع على حالها الممارسة حسب شروط البيع بالجملة, طبقا للأحكام المنصوص عليها في المادة 224 من قانون الضرائب المباشرة .
- الأنشطة الممارسة من طرف الوكلاء.
- أنشطة الإطعام والفندقة المصنفة .
- القائمون بعمليات تكرير وإعادة رسكلة المعادن النفيسة, صانعي وتجار المصنوعات من الذهب والبلاتين .
- الأشغال العمومية والري والبناء.

المطلب الثاني: التخفيضات والإعفاءات

أولا. التخفيضات

تخفيض لفائدة أنشطة جمع الورق المستعمل والنفايات المنزلية, وكذا النفايات الأخرى القابلة للتأهيل يمنح هذا التخفيض كما يلي:

- السنة الثالثة من الخضوع للضريبة تخفيض بـ 70 %.
- السنة الرابعة من الخضوع للضريبة تخفيض بـ 50%.
- السنة الخامسة من الخضوع للضريبية تخفيض بـ 25%.

ثانيا. الإعفاءات

يستفيد من الإعفاء الدائم:

– الحرفيون التقليديون وكذا الأشخاص الذين يمارسون نشاطا حرفيا فنيا المقيدون في دفتر الشروط الذي تحدد بنوده عن طريق المرسوم التنفيذي رقم 09–428 المؤرخ في 13 محرم عام 1431 الموافق لـ 30 ديسمبر 2009 يضمن تحديد الأحكام الخاصة باكتتاب دفتر الشروط من طرف الحرفيين التقليديين وكذا الأشخاص الذين يمارسون نشاطا حرفيا فنيا المعفيين من الضريبة الجزافية الوحيدة.

– المؤسسات التابعة لجمعيات الأشخاص المعوقين المعتمدة وكذا المصالح الملحقة بها.

– مبالغ الإيرادات المحققة من طرف الفرق المصلحية.

2– يستفيد من الإعفاء المؤقت:

– الأنشطة التي يمارسها الشباب ذو المشاريع الاستثمارية المؤهلون للاستفادة من دعم الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب أو " الوكالة الوطنية لدعم القرض المصغر " أو " الصندوق الوطني للتامين ضد البطالة " بصدد الضريبة الجزافية الوحيدة لمدة 3 سنوات ابتداء من تاريخ الاستغلال وتمدد هذه المدة إلى 6 سنوات عندما تتواجد هذه الأنشطة في منطقة يراد ترقيتها تحدد قائمتها عن طريق التنظيم.

– تمدد هذه المدة بسنتين عندما يتعهد المستثمرون بتوظيف ثلاث (3) مستخدمين على الأقل لمدة غير محدودة.

– يترتب على عدم احترام الالتزامات المرتبطة بعدد الوظائف المحدثة سحب الاعتماد واسترداد الحقوق والرسوم التي كان من المفروض تسديدها.

– الأنشطة التجارية الصغيرة المنشاة حديثا في المواقع المهيأة من طرف الجماعات المحلية بعنوان السنتين الأوليتين من النشاط.

– الأنشطة المتعلقة بجمع الورق المستعمل والنفايات المنزلية وكذا النفايات الأخرى القابلة للتأهيل بعنوان السنتين الأوليتين من النشاط.

المطلب الثالث. معدلات الضريبة الجزافية الوحيدة و طرق تسديدها

أولا : معدلات الضريبة الجزافية الوحيدة

يحدد معدل الضريبة الجزافية الوحيدة كما يأتي:

–(5%) بالنسبة لأنشطة الإنتاج وبيع السلع .

–(12%) بالنسبة للأنشطة الأخرى.

تجدر الإشارة إلى أن الضريبة الجزافية الوحيدة بمعدليها وتحسب من رقم الأعمال المحقق من قبل المكلف أي أن الوعاء الجبائي الخاضع لهذه الضريبة يكمن في رقم الأعمال,وعلى يتم حساب الضريبة.

يلاحظ من المعدلين السابقين ,إن المشرع الجبائي أعطى الأولوية لعمليات بيع البضائع والمنتجات بإخضاعها لمعدل مخفض عكس عمليات تقديم الخدمات والتي قام بإخضاعها لمعدل أعلى.

رابعا. طرق تسديدها

ثانيا : طرق تسديدها

يتوجب على المكلف بتسديد الضريبة الجزافية الوحيدة حسب ماجاء في قانون المالية سنة 2017 وفق طريقتين حسب اختياره .

– **التسديد الكلي للضريبة:** يكون ذلك عند إيداع التصريح من قبل المكلف بالضريبة يعني بين 01و 30جوان من سنة الخضوع.

– **التسديد الجزئي للضريبة:** يمكن تقليص آجال التسديد والمبالغ وفق الجدول التالي.

جدول رقم 04: آجال ونسب التسديد المجزأ للضريبة الجزافية الوحيدة

آجال التسديد	نسب التسديد
تاريخ إيداع التصريح التقديري السنوي (بين 01و30جوان)	50%من المبلغ الواجب دفعه
بين 01و15 سبتمبر	25% من المبلغ الواجب دفعه
بين01و15 ديسمبر	25% من المبلغ الواجب دفعه

المصدر: المادة 14 من القانون رقم 14–16 المؤرخ في 28 ديسمبر 2016 المتضمن قانون المالية لسنة 2017.

خلاصة الفصل

من خلال دراسة هذا الفصل والمتعلق بطبيعة النظام الضريبي الجزائري لاحظنا إن المشرع الجزائري قام بعدة تغييرات منذ تسعينيات القرن الماضي وذلك لمواكبة التطورات الاقتصادية ونظرا لتطور التجارة الالكترونية في العالم ووصولها للجزائر سنحاول في الفصل الثالث دراسة إلى أي مدى وصل تطبيق جباية التجارة الالكترونية في الجزائر.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

تمهيد

هدفت هذه الورقة البحثية إلى توضيح مختلف الخصائص والصعوبات التي تواجه الادارة الضريبية فيما يخص اخضاع المعاملات التجارية الالكترونية لمعدلات ضريبية، وما هي أبرز المتطلبات اللازمة لذلك .بحيث اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي والتحليلي الذي يعمد إلى وصف متغيرات الظاهرة وتحليله من خلال دراسة إحصائية متمثلة في اعداد استبيان تم توجيهه إلى عمال مديرية الضرائب لولاية برج بوعريريج

وهذا الفصل يبين المنهجية المطبقة في اختيار مجمع الدراسة، مصادر الحصول على المعلومات، وكذا متغيرات الدراسة ونموذجها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في إيجاد العلاقة بين متغيرات الدراسة ومحدداتها الدراسة، وذلك من خلال التطرق إلى المبحثين:

- المبحث الأول: الطرق والأدوات
- المبحث الثاني: النتائج ومناقشتها.

المبحث الأول :الطريقة والأدوات

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها محورا رئيسيا يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، فمن خلالها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الاحصائي والتوصل إلى النتائج، التي يتم تفسراها في ضوء أدبيات الدراسة المتعلقة بالموضوع.

المطلب الأول :الطريقة المتبعة في الدراسة التطبيقية

اخترنا في هذه الدراسة استعمال طريقة الاستقصائية في جمع عينات الدراسة، أي دراسة جزء فقط من المجتمع ثم محاولة تعميم النتائج، فالهدف الأساسي لهذه الدراسة هو كيفية تحقيق زيادة في التحصيل الجبائي من التجارة الالكترونية، ولتحقيق هذا الهدف تم استطلاع آراء مجموعة من المراجعين ومفتشي الضرائب واساتذة جامعيين حيث تم توزيع أداة الدراسة المتمثلة في استمارة استبيان على وحدات الدراسة الممثلة لمجتمع الدراسة ككل.

أولا :اختيار وحدات الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من المراجعين الخارجيين بولاية برج بوعريريج والمتمثلين في ومفتشي الضرائب واساتذة جامعيين من اهل الاختصاص ومحافظي الحسابات ، وفيما يلي حدود الدراسة:

- **الحدود الزمنية: تم** الشروع في هذه الدراسة في شهر جويلية 2021؛
- **الحدود المكانية:** تم توزع الاستبيانات في مديرية الضرائب لولاية برج بوعريريج،
- **الحدود البشرية:** اعتمدنا على آراء مزاولي المهنة المتمثلين في محافظي الحسابات ومفتشي الضرائب واساتذة جامعيين.

ثانيا :متغيرات الدراسة

تم تحديد متغيرات الدراسة من خلال التطرق إلى الجانب النظري وما تناولته الدراسات السابقة، ولتحليل الفروض التي تم إدراجها في المقدمة، تتمثل متغيرات الدراسة فيما يلي:

- **المتغير المستقل** :طرق التحصيل الجبائي؛
- **المتغير التابع:** يتمثل في المحاسبة الإبداعية؛
- **المتغيرات المراقبة:** هي المستوى العلمي، الوظيفة، وسنوات خبرة المهنية.

المطلب الثاني :أدوات جمع البيانات

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان في جمع البيانات من وحدات الدراسة، حيث تم إعداد استبيان تتماشى تقسيماته وأهداف الدراسة.

أولا :مرحلة إعداد الاستبيان

صمم الاستبيان لغرض جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة وتوجيهه إلى محافظي الحسابات والخبراء المحاسبين واساتذة جامعيين، وذلك لتحديد آرائهم حول موضوع الدراسة.

1- إعداد الاستبيان

تم إعداد الاستبيان بناء على ما تم تناوله في الجانب النظري للدراسة وكذا استفدنا من أعمال الباحثين في الدراسات السابقة، لتصاغ أسئلة الاستبيان انطلاقا من إشكالية الدراسة وفرضياتها كما يلي:

- صياغة عبارات الأسئلة بسيطة بعيدة عن التعقيد؛
- توافق ترتيب الأسئلة مع ما تم تناوله في الفصل الأول وكذا بالمراعاة للتسلسل الفكري والعملياتي والزمني لعملية مراجعة الحسابات، وما يناسب فرضيات الدراسة.

بعد المحاولة الشخصية للباحثين تم عرضه على الأستاذ المشرف وتصحيحه ثم إعادة المحاولة.

في المرحلة الأخيرة تم الأخذ بعين الاعتبار بجميع النصائح والارشادات والمقترحات من الطرف الأستاذ المشرف، بحيث تم تعديل محاور وأسئلة الاستبيان وكذلك تنقيحه لينتهي في صورته النهائية

. مرحلة توزيع الاستبيان:

تم توزيع الاستبيان على وحدات الدراسة عن طريق استمارة إلكترونية وذلك إما بالتواصل مباشرة مع عينات الدراسة في أماكن ممارسة نشاطهم أو عن طريق توزيع الرابط الإلكتروني من خلال البريد الإلكتروني، الجدول الموالي يوضح عدد النسخ الموزعة، المسترجعة والنسخ المستبعدة.

المبحث الثاني: النتائج ومناقشتها.

المطلب الأول" تفسير البيانات المحور الأول (البيانات الشخصية):

جدول رقم01 **يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.**

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	35	68,6%
أنثى	16	31,3%
المجموع	51	100%

المصدر: بالإعتماد على مخرجات البرنامج spss.

تبين الشواهد الكمية الموجودة في الجدول رقم (....) أن فئة الذكور تمثل أغلبية أفراد العينة حيث قدر عددهم ب 35 وبنسبة قدرت ب (68,6%) في حين نجد أن فئة الإناث قدر عددهم ب 16 ونسبتهن قدرت ب 31.3%.

جدول رقم2 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

متغير السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 20 إلى 30	25	%49,01
من 31 إلى 40	15	%29,41
من 41 إلى 50	8	%15,68
أكثر من 51	3	%5,88
المجموع	51	%100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تبين الشواهد الإحصائية في الجدول أعلاه، أن غالبية أفراد عينة الدراسة أي نسبة 49.01%،تتراوح أعمارهم بين 20 سنة و30 سنة أي ما يعادل 25فرد، كما أن نسبة 29.41% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 31 و40 سنة،مما يدل على أن نسبة الشباب هي الغالبة والسائدة في مجتمع الدراسة.

جدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

المستوى	التكرارات	النسبة المئوية
ليسانس	30	%58,82
ماستر	14	%27,45
ماجستير	3	%5,88
دكتوراه	4	%7,84
المجموع	51	%100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (...)، والمتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، بحيث تقدر نسبة الأفراد الحاصلين على المستوى ليسانس ب (58.82)، أما النسبة التي تليها من ذوي المستوى الماستر فتقدر نسبتهم ب (45,27)، في حين نجد ذوي المستوى الجامعي تقدر نسبتهم ب (7.84%)، أما ذوي المستوى ماجستير تقدر نسبتهم ب (5.88%)، وهذا الاختلاف بالنسب المئوية مرده إلى الطبقات الاجتماعية (المهنية) في تركيبة مجتمع الدراسة.

جدول رقم04 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة:

الفئة المهنية	التكرارات	النسبة المئوية
مفتش الضرائب	37	%72.54
محافظ الحسابات	7	%13.72
أستاذ جامعي	7	%13.72
المجموع	51	%100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه، أن أغلبية الأفراد هم من مفتش الضرائب والمقدرة نسبتهم ب 72.54%، كما نلاحظ أيضا أن نسبة محافظ الحسابات و أستاذ جامعي فهي متساوية وقدرت نسبتهم ب 13.72%؛ أي أن الغالبية القصوى من مجتمع الدراسة هي من فئة مفتش الضرائب.

جدول رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة:

عدد سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	2	%3,92
من 6 إلى 10 سنوات	30	%58,82
من 11 إلى 15 سنوات	13	%25,49
16 سنة فما فوق	6	%11,76
المجموع	51	%100

المصدر: بالاعتماد على برنامج spss.

من خلال البيانات الإحصائية الموضحة في هذا الجدول، يتبين أن معظم أفراد العينة يتراوح عدد سنوات خبرتهم من 6 حتى 10 سنوات، وتقدر نسبتهم ب 58.82%أما الذين تتراوح عدد سنوات خبرتهم من 11 سنة إلى 15 سنة تقدر نسبتهم ب 25.49% أما الذين خبرتهم أكثر من16 سنة فتقدر نسبتهم ب 11.76%أما النسبة المتبقية فهي تمثل الذين يملكون خبرة أقل من 5 سنوات، وهذا إن دل على شيئا فإنما يدل على أن جميع غالبية أفراد عينة الدراسة يتمتعون بخبرة كافية في عملهم.

جدول رقم 06: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في المنصب.

عدد سنوات الأقدمية في المنصب	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 3 سنوات	15	%29,41
من 3 إلى 6 سنوات	12	%23,52
من 7 إلى 10 سنوات	8	%15,68
10 سنوات فما أكثر	16	%31,37
المجموع	51	%100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير الإحصائيات والبيانات الواردة في الجدول أعلاه، أن معظم أفراد العينة لديهم أقدمية في العمل أكثر من 10 أقل سنوات وتقدر نسبتهم ب (31.37%) وتليها الذين لديهم أقدمية في منصب عملهم أقل من ثلاث سنوات و تقدر نسبتهم ب(29.41%)، أما الفئة التي أقدميتهم في المنصب الذي يزاولونه من 7حتى 10 سنوات و تقدر نسبتهم ب(15.68%).

المطلب الثاني: تفسير محاور الدراسة:

جدول رقم07 : يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة نحو عبارات المحور الثاني				
العبارات	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
العبارة 01	51	4,4198	0,68673	1
العبارة 02	51	4,3457	0,6738	2
العبارة 03	51	4,3086	0,62534	3
العبارة 04	51	4,2099	0,62682	7
العبارة 05	51	4,2963	0,67905	4
العبارة 06	51	4,2716	0,6327	5
العبارة 07	51	4,2346	0,6378	6
العبارة 08	51	4,1111	0,6892	8
التحديات التي تواجه تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية	51	4.27434	0.44239	_

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال عرض النتائج المبينة في الجدول أعلاه، تبين أن المتوسط الحسابي لعبارات هذا المحور تتراوح ما بين (4.41) و (4.11)، مما يبين أن أراء أفراد العينة في العبارات كانت إيجابية وأن ترتيب عبارات المحور الثاني بناءا على المتوسط الفرضي (3) والمقدر ب (3) وبأن كل المتوسطات الحسابية المستخرجة لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا المحور إذا فاقت المتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة ذات أهمية وإذا كانت مساوية للمتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة متوسطة الأهمية أما العبارات التي ما دون المتوسط الفرضي فلا يأخذ بها أو يمكن القول بأنها غير

مهمة،وبناءا عليه يمكن ترتيب العبارات محور تحقيق رضا الزبائن والمستهلكين من حيث الاتجاه كما يلي:

أ- احتلت العبارة " نقص وسائل الاعلام يعتبر تحديا رئيسيا " المرتبة الأولى للمتوسط الحسابي قدره (4.41) وبانحراف معياري قدره (0.68)، وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

ب- احتلت العبارة " نقص و ضعف في شبكة الانترنت تعتبر تحديا للدولة "المرتبة الثانية المتوسط الحسابي قدره (4.34) وبانحراف معياري (0.67)، وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

ج- احتلت العبارة " عدم وجود تشريع ينظم التجارة الالكترونية "المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (4.30) وبانحراف معياري (0.62)، وهو ما يشير إلى إتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

د- احتلت العبارة" نقص العنصر البشري المؤهل " المرتبة الخامسة لمتوسط حسابي قدره (4.29) وبانحراف معياري (0.67)، وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

هـ- احتلت العبارة" ازدواجية فرض الضريبة على المستهلك " المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ (4.27) وبانحراف معياري بلغ (0.63)،وهو ما يشير إلى إتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

و- احتلت العبارة" إن الثقل البيروقراطي (تعقد القرار) يمكن أن يقف دون نجاح عملية تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية " المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ (4.23) وبانحراف معياري قدره (0.63)، وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة

بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

ز- احتلت العبارة" قصور هياكل النظام الضريبي و عدم تحديثه بالوسائل اللازمة." المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي يقدر ب (4.20) وبانحراف معياري (0.62)، وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم لبكرت.

ح- احتلت العبارة " تمثل مهمة الاصلاح الهيكلي و القانون لاستيعاب تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية تحديا كبيرا." المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي يقدر ب (4.11) وبانحراف معياري يقدر ب (0.68)، وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، حيث يقع المتوسط الحسابي في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

وبصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الثاني تساوي (4.27) وهو أعلى من المتوسط الفرضي حيث اعتبرت نقطة المنتصف على مقياس (3) هي المتوسط الفرضي، فهو يقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت، مما يدل على أن المبحوثين يوافقون بشدة على أن هناك تحديات التدريب تواجه تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية.

1_2_عرض،تحليل وتفسير بيانات المحور الثالث:

جدول رقم(8) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة في عبارات المحور الثالث

العبارات	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
العبارة 09	51	4,4815	0,55025	1
العبارة 10	51	4,3951	0,64574	2
العبارة 11	51	4,3457	0,61564	5
العبارة 12	51	4,3827	0,58241	3
العبارة 13	51	4,3086	0,53949	6
العبارة 14	51	4,3704	0,51099	4
العبارة15	51	4,2469	0,71643	7
ايجابيات فرض الضريبة على التجارة الالكترونية	51	4.38067	0.37383	_

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال عرض البيانات المبينة في الجدول أعلاه، تبين أن المتوسط الحسابي للعبارات هذا المحور تتراوح ما بين (4.48) و (4.38)، مما يبين أن أراء أفراد العينة كانت إيجابية، وأن ترتيب عبارات المحور الثالث، تم تحديدها بناءا على المتوسط الفرضي والمقدر ب (3)، وبالتالي فإن كل المتوسطات الحسابية المستخرجة لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا المحور إذا فاقت المتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة ذات أهمية وإذا كانت مساوية للمتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة متوسطة الأهمية أما العبارات التي ما دون المتوسط الفرضي فلا يأخذ بها يمكن القول بأنها غير مهمة،وبناءا عليه يمكن ترتيب عبارات محور عليه تخفيض نسبة الضياع من حيث الاتجاه كما يلي:

أ- احتلت العبارة" تساهم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية في حماية المنتجات المحلية " المرتبة الأولى من حيث الاتجاه المعطى من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد عن هذه العبارة (4.48) وبانحراف معياري قدره (0.55)، وهو ما يشير إلى رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

ب- احتلت العبارة" تساهم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية في وجود رقابة على المنتجات " المرتبة الثانية من حيث الاتجاه المعطى من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد عن هذه العبارة (4.39) وبانحراف معياري يقدر ب (0.64) وهو ما يشير إلى رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

ج-احتلت العبارة " إن فرض الضريبة على التجارة الالكترونية له عدة إيجابيات " من حيث الاتجاه المعطى من قبل عينة البحث إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد ب(4.38) وبانحراف معياري يقدر ب (0.58) وهو ما يشير إلى رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

د- احتلت العبارة" إن اعفاء معاملات تجارية الكترونية لمدة 3 سنوات يشجع مراكز النشاط "المرتبة الرابعة من حيث الاتجاه المعطى له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد عن هذه العبارة (4.37) وبانحراف معياري قدره (0.51) وهو ما يشير إلى رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

هـ- احتلت العبارة " تساهم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية تؤدي إلى تنمية موارد الخزينة العمومية " المرتبة الخامسة من حيث الاتجاه المعطى من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد عن هذه العبارة (4.34) وبانحراف معياري يقدر ب (0.61)، ما يشير إلى رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

و- احتلت العبارة " ان فرض ضريبة له ايجابيات على المعاملات الالكترونية "المرتبة السادسة من حيث الاتجاه المعطى من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد عن هذه العبارة (4.30)بانحراف معياري قدره (0.53) ما يشير إلى رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

ز- احتلت العبارة " إن تطبيق الضرائب و الرسوم ملائم للتجارة الالكترونية "المرتبة السابعة من حيث الاتجاه المعطى من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد عن هذه العبارة (4,24)بانحراف معياري قدره (0,71) ما يشير إلى رأي المبحوثين إلى الموافقة بشدة على هذه العبارة، والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت.

وبصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الثالث تساوي (4.38) وهو أعلى من المتوسط الفرضي، حيث اعتبرت نقطة المنتصف على المقياس (3) هي المتوسط الفرضي، فهو يقع في المنطقة الخاصة بالموافقة بشدة حسب سلم ليكرت، مما يدل على أن المبحوثين يؤكدون على أن فرض الضريبة له إيجابيات على التجارة الإلكترونية.

خاتمة

إن مواكبة التطورات التقنية والمعلومات أصبحت ضرورة حتمية على الدولة الجزائرية بالنظر إلى المجهودات الخاصة بالتجارة الإلكترونية من خلال سنها لمجموعة من القوانين أبرزها قانون08 هياكلها تبقى غير جاهزة لذلك مما يصعب عليها تضريب المعاملات التجارية الإلكترونية في القادم بسبب غياب إطار واضح لذلك وهو ما دفعنا إلى دراسة هذا الموضوع لمعرفة ماهي متطلبات تطبيق الضريبة الإلكترونية في الجزائر أين قمنا باستخلاص مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- غياب واضح للمواد القانونية الضريبية التي تتماشى مع خصوصيات المعاملات التجارية الالكترونية التي تسمح لنا بفرض معدلات ضريبية عليها.
- الإمكانيات المادية والتقنية والبشرية المتواجدة حاليا في الادارة الضريبية غير كافية وغير ملائمة تماما لرقمنة الإدارة الضريبية.
- المجتمع الضريبي في الجزائر لا يمتلك ثقافة ضريبية تؤهله لتقبل معدلات ضريبية على معاملاته التجارية الإلكترونية، بسبب غياب الاطار المفاهيمي للعمليات التجارية الالكترونية بالنسبة له من جهة و من جهة أخرى غياب الوعي الضريبي بصفة عامة باعتباره أن الضريبة عبئ يثقل كاهله و هو ما يدفعه لاتباع كافة طرق التهرب الضريبي.

و من خلال النتائج التي خرجنا بها من هذه الدراسة قمنا باقتراح بعض التوصيات والتي نتمنى من الجهات المعنية أخذها بعين الاعتبار:

- ضرورة إعادة رسكلة مختلف عمالها و تكوينهم بصفة محترفة حول مجال الاعلام الآلي .
- رقمنة الإدارة الجبائية واستحداث مختلف هياكلها بالشكل الذي يسمح لها بالتوجه نحو الإدارة الإلكترونية
- بتطوير مختلف برمجيات الاعلام الآلي المتواجدة لديها.
- إقامة ملتقيات ودورات علمية في الجامعات بالتنسيق مع المديرية العامة للض رائب توضح إشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية.
- إضافة تخصصات جديدة في الجامعات والمعاهد والمدارس العليا حول الاقتصاد الرقمي بصفة عامة

فهرس المراجع

فهرس المصادر والمراجع

أولا المراجع باللغة العربية

أ. الكتب:

- إبراهيم كامل الشوابكة، ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية، دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد 34، عمادة البحث العلمي، الأردن، 2007.
- بن عمارة منصورة، الضريبة على أرباح الشركات، ط 02، دار هومة للنشر، الجزائر، 2011.
- بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الأنترنت، ط01، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- حمدي عبد العظيم، التجارة الالكترونية أبعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، 2001
- حسام داود، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار الميصرة، عمان
- محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الجنان للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2016
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006
- خلاصي رضا، شذرات النظرية الجبائية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية "نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا"، ط01، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002
- رضا خلاصي، النظام الجبائي الجزائري الحديث، جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، دار هومة، الجزائر، 2005.

ب. الأطروحات والمذكرات

- الصادق صياد، حماية المستهلك وفق الطرق المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2013
- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2017-2018
- ولهي بوعلام، النظام الضريبي الفعال في ظل الدور الجديد للدولة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011،
- محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر 2007
- سمية دميش، التجارة الالكترونية وحقيقة واقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قسنطينة، 2001

ج. المجلات:

- الزهراء مراد، العقد الالكتروني وأطرافه، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 30، العدد 02، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، ديسمبر 2019
- جامع مليكة، حق العدول عن العقد كآلية مستحدثة لحماية المستهلك الالكتروني، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 13، العدد 01، تندوف، 2020
- دادن عبد الوهاب، الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية "النقاشات المشاكل والتحديات"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2004، العدد3،
- حمري نجود، حمري نوال، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، 2021،
- مرازقة صالح، التجارة الالكترونية وإشكالية إخضاعها للضرائب (التحديات المستقبلية للسياسة الجبائية)، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري جوان 2005، العدد 23

د. الملتقيات العلمية

- محمد البشير مركان، عبد الحميد بوخاري، فوزي الحاج أحمد، الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الالكترونية في الجزائر، الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، 02،03 ديسمبر 2019، جامعة حمه لخضر، الوادي،.
- مراد رايس، عبد الهادي مسعودي، عوائق اعتماد التجارة في الوطن العربي والإسلامي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، 13 -14مارس 2012
- علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011 .
- قاسم النعيمي، التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين
- تقرير مركز المعلومات، مقترح المبادرة المصرية للتجارة الالكترونية، منشور بالملحق الاقتصادي، مصر، 2017

هـ. المراسيم والقوانين

- الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ16 مايو2018، القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، المادة 06.
- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، مرجع سبق ذكره.

- الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ16 مايو 2018، القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018.
- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، المادة 06-12، مرجع سبق ذكره.
- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 مايو 2018، مرجع سبق ذكره، المادة 30-31-32-33-34.
- قانون الضرائب المباشرة والرسوم للمماثلة، وزارة المالية المديرية العامة للضرائب، 2015 ، المادة 148 منه .
- قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، وزارة المالية المديرية العامة للضرائب .
- قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017، المادة 02.
- المادة 03-1 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة لسنة 2017
- المادة 04 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المالية لسنة 2017
- المادة 12 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017
- المادة 02 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017، المعدلة بموجب المادة 05 من قانون المالية لسنة 2008.
- المادة 16 من قانون المالية لسنة 1994
- المادة 14 من قانون المالية لسنة 1999
- المادة 150-1 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017
- المادة 02 من قانون الرسوم على رقم الأعمال لسنة 2017.
- الدليل التطبيقي للرسم على القيمة المضافة، المديرية العامة للضرائب وزارة المالية، الجزائر، سنة 2016،
- المادة 222 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة لسنة 2017
- المادة 217 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة لسنة 2017
- لمادة 282 مكرر من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة لسنة 2015

- المـــادة 282 مكـــرر 1 مـــن قـــانون الضـــرائب المباشـــرة و الرســـوم المماثلـــة لســـنة 2021.

د. مواقع الانترنت

- مـــن موقـــع وزارة البريـــد والمواصـــلات الســـلكية واللاســـلكية والتكنولوجيـــات والرقمنـــة الرابط الالكتروني https://www.mpttn.gov.dz/ar/content :

ذ. المراجع الأجنبية

- C. Bitouzet, le Commerce électronique, Hermes, Paris, 1999
- Système fiscal Algerien, Impots sur les benefices des societes, Minister des finances , consulté le 22 /11/2016
- Turban, E. (2015). Electronic commerce: a managerial and social networks perspective. Cham: Springer.

فهرس الملاحق

الجزء الأول: البيانات الشخصية.

يرجى وضع علامة (×) في المربع المناسب

الجنس: ذكر ☐ ، أنثى ☐

السن: من 20 – 30 سنة ☐ ، من 31 – 40 سنة ☐ ، من 41 – 50 سنة ، ☐ ، أكثر من 51سنة فما فوق ☐

المستوى التعليمي: ليسانس ☐ ، ماستر ☐ ، ماجستير ☐ ، دكتوراه ☐

الوظيفة: مفتش الضرائب ☐ ، محافظ حسابات ☐ ، استاذ جامعي ☐ ، أخرى تذكر:.....

عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات ☐ ، 6– 10 سنوات ☐ ، 11 – 15 سنوات ☐ ، 16 سنة فما أكثر ☐

الأقدمية في المنصب: أقل من ثلاث سنوات ☐ ،3– 6 سنوات ☐ 7 – 10سنوات ☐ ، 10 سنوات فما أكثر

الجزء الثاني : التحديات التي تواجه تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية

يرجى وضع علامة (×) في المربع المناسب

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	نقص وسائل الاعلام يعتبر تحديا رئيسيا					
02	نقص و ضعف في شبكة الانترنت تعتبر تحديا للدولة					
03	عدم وجود تشريع ينظم التجارة الالكترونية					
04	قصور هياكل النظام الضريبي و عدم تحديثه بالوسائل اللازمة					
05	نقص العنصر البشري المؤهل					
06	ازدواجية فرض الضريبة على المستهلك					
07	إن الثقل البيروقراطي (تعقد القرار) يمكن أن يقف دون نجاح عملية تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية					
08	تمثل مهمة الاصلاح الهيكلي و القانون لاستيعاب تطبيق الجباية على التجارة الالكترونية تحديا كبيرا.					

الجزء الثالث : ايجابيات فرض الضريبة على التجارة الالكترونية

09	تساهم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية في حماية المنتجات المحلية					
10	تساهم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية في وجود رقابة على المنتجات					
11	تساهم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية تؤدي إلى تنمية موارد الخزينة العمومية					
12	إن فرض الضريبة على التجارة الالكترونية له عدة إيجابيات					
13	ان فرض ضريبة له ايجابيات على المعاملات الالكترونية					
14	ان اعفاء معاملات التجارة الالكترونية لمدة ثلاث سنوات يشجع مراكز النشاط					
15	ان تطبيق الضرائب والرسوم ملائم للتجارة الالكترونية					