

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، الطور الثاني
ميدان: علوم اقتصادية، والتسيير وعلوم تجارية
شعبة: علوم مالية ومحاسبة
تخصص: محاسبة وجباية معمقة

الموضوع:

جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول

إشراف الأستاذ(ة)
● أمينة بن خزناسي

إعداد الطلبة:
● إدريس بوبكر
● عبد العلي زهار

السنة الجامعية: 2020-2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر

نشكر الله عزوجل ونحمده لعمرك لنا في إنجاز هذه المذكرة، فتحية تقدير وشكر الى الأستاذة

بن خزناسي أمينة التي كانت خير سند بتوجيهاتها ونصائحها القيمة، كما نتقدم بفائق الشكر والعرفان الى

الصديق بومدين الذي رافقنا في إعداد هذه المذكرة،

كما نتقدم بفائق الشكر الى كل أساتذة العلوم الاقتصادية.

إهداء

أهدي هذا العمل الى من قال فيهما الرحمان "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب

ارحمهما كم ربياني صغيرا " صدق الله العظيم

إلى من أضاءت نور حياتي وسهرت من أجلي الليالي، إلى أعلى كائن في الوجود.. أمي الغالية،

إلى من تعلمت منه معنى الصمود وكان قدوتي في الحياة.. أبي،

إلى أخي وأخواتي وبراعمهم أحباء قلبي وسيم، لين، أنس وأمين، إلى كل عائلتي الكريمة

إلى كل أستاذ عمل جاهدا على إفادتنا خاصة الأستاذة بن خزناسي أمينة

إلى زميلي وشريكي في هذا العمل

إلى كل الأصدقاء الأعزاء الذين دعموني ولو بكلمة طيبة، إلى الزملاء تخصص محاسبة وجباية معمقة.

وإلى كل الذين أعرفهم والذين تسعهم ذاكرتي ولا تسعهم مذكرتي.

زهار عبد العلي

إهداء

أشكر الله واحمده عز شأنه وعلى أن وفقني الى هذه الدرجة المتواضعة من العلم فيسر لي الصعب وأنار لي

الدرب

اهدي ثمرة عملي هذا الى قرّة عيني وحببي وسيدي سيد الخلق محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه

أجمعين

الى من حبها مغروس في كياني، الى القلب الصبور العطوف الى من علمني أن الحياة امل وعمل، أمي

الحبيبة

الى الرجل الذي أضاء دربي فزرع البسمة في قلبي وأزال عن طريقي كل كرب، الى من لولاه ماكنت لأكون

أبي الحنون رحمه الله تعالى

الى أختي العزيزة خولة وزوجها عصام

الى أختي الصغيرة آية الله

الى أخي الصادق المهدي

الى زميلي الذي شاركني عناء هذا العمل

الى أعمامي وعماتي، أخوالي وخالاتي

الأعزاء.

بوبكر إدريس

الملخص:

تناولت هذه الدراسة التجارة الإلكترونية وما تفرضه من التحديات للإدارة الضريبية في ظل ازدياد توسعها مع التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث، أصبحت النظم الضريبية القائمة لا تفي بالغرض خاصة في ظل التغيرات المتسارعة في النشاط التجاري والاقتصادي. وتم التطرق الى أبرز معوقات تطبيق الضريبة على التجارة الإلكترونية وكذلك نقاشات حول فرضها أو إعفاءها، مع عرض مجموعة من الحلول المقترحة من مبادئ وآليات التحصيل، كذا تم التطرق الى واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وواقع جبايتها وبعض المقترحات لإخضاعها للضرائب في الجزائر.

الكلمات المفتاحية:

التجارة الإلكترونية، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الجباية، الضرائب.

Abstract:

This study dealt with electronic commerce and its challenges to tax administration as it expanded further with the development of information and communication technology (ICT), where existing tax systems became inadequate, especially in the light of accelerating changes in business and economic activity. The main obstacles to the application of the tax to electronic commerce, as well as discussions on its imposition or exemption, were addressed, together with a set of proposed solutions to the principles and mechanisms of collection. The reality of electronic commerce in Algeria, its collection and some proposals for taxation in Algeria were also addressed.

Key words:

E-commerce, information and communication technology, collection, taxes



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات :

الصفحة	المحتوى
	البسمة
	كلمة شكر
	إهداء
	إهداء
	الملخص بالعربية
	الملخص بالإنجليزية
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ-د	مقدمة
23 - 01	الفصل الأول: عموميات حول الضريبة والنظام الجبائي الجزائري
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية الضريبة
03	المطلب الأول: مفهوم الضريبة والرسم وخصائصهما
05	المطلب الثاني: القواعد العامة للضريبة
06	المطلب الثالث: الأسس القانونية للضريبة وأهدافها
08	المبحث الثاني: النظام الضريبي، التنظيم الفني للضريبة والتهرب الضريبي
08	المطلب الأول: النظام الضريبي
09	المطلب الثاني: التنظيم الفني للضريبة
13	المطلب الثالث: التهرب الضريبي
16	المبحث الثالث: أهم الضرائب في النظام الجبائي الجزائري
16	المطلب الأول: الضريبة على أرباح الشركات
18	المطلب الثاني: الضريبة على الدخل الإجمالي
19	المطلب الثالث: الضريبة الجزافية الوحيدة
20	المطلب الرابع: الرسم على القيمة المضافة والرسم على النشاط المهني

23	خلاصة الفصل الأول
47 – 24	الفصل الثاني: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية
25	مقدمة الفصل الثاني
26	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
26	المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وخصائصها
28	المطلب الثاني: مميزات التجارة الإلكترونية
29	المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية
31	المطلب الرابع: أدوات وشروط ممارسة التجارة الإلكترونية
33	المبحث الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية، أهميتها وتحدياتها
33	المطلب الأول: مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية
34	المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية
35	المطلب الثالث: تحديات التجارة الإلكترونية
38	المطلب الرابع: أمن معاملات التجارة الإلكترونية
39	المبحث الثالث: وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية
39	المطلب الأول: تعريف وخصائص وسائل الدفع الإلكترونية
41	المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية
44	المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية
45	المطلب الرابع: إجراءات تأمين وسائل الدفع الإلكترونية
47	خلاصة الفصل الثاني
74 – 48	الفصل الثالث: واقع وآفاق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر
49	مقدمة الفصل الثالث
50	المبحث الأول: جباية التجارة الإلكترونية
50	المطلب الأول: تعريف جباية التجارة الإلكترونية
50	المطلب الثاني: مبررات إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة وحجج إخضاعها
52	المطلب الثالث: الإطار العام للجباية على التجارة الإلكترونية والمشاكل التي تعترض تطبيقها
55	المطلب الرابع: الجهود الدولية في مجال الجباية على التجارة الإلكترونية
60	المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

60	المطلب الأول: البنية التحتية والتشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر
65	المطلب الثاني: أشكال الدفع الإلكتروني في الجزائر
66	المطلب الثالث: مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
67	المطلب الرابع: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر
69	المبحث الثالث: آفاق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر
69	المطلب الأول: واقع جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر
71	المطلب الثاني: الصعوبات المتعلقة بتطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر
72	المطلب الثالث: الحلول المقترحة لتطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر
74	خلاصة الفصل الثالث
78-75	الخاتمة
79	قائمة المراجع



قائمة الأشكال والجداول

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
05	مقارنة بين الضريبة والرسم	01
19	معدلات الضريبة على الدخل الإجمالي	02
61	تطور عدد مستخدمي الجيل الرابع في الجزائر	03
62	تطور عدد السكان وعدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة 2000-2018	04
66	أهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر الأكثر زيارة	05

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	الرقم
29	أشكال التجارة الإلكترونية	01
44	مستويات تحقيق الإنترنت المصرفي	02



● تمهيد:

شهد العالم خلال العقد الأخير من القرن الماضي ثورة حقيقية في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أثرت بدرجة كبيرة على كافة مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية حيث شكلت العولمة وظهور الإنترنت منعطفا هاما في الحياة الاقتصادية، فقد ساهم انتشار استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة في العديد من مجالات الحياة في البحث عن إمكانية استخدامها في مجال عالم الأعمال بصورة عامة ومجال الأعمال التجارية بصورة خاصة وهو ما يشير إلى ظهور مصطلح "التجارة الإلكترونية" الذي يركز على ممارسة عمليات الترويج والإعلان والبيع والشراء للسلع والخدمات باستخدام الوسائل الإلكترونية.

والواقع أن التجارة الإلكترونية تمثل سوفا جديدا في حركة التجارة الدولية وتحرير المعاملات وتخطي الحدود لاختصار الوقت والمسافات والتكاليف وتصعيد التنافس إلى أقصى درجاته استجابة لظاهرة العولمة.

ففي إطار العولمة والتطور التكنولوجي الهائل الذي يعرفه عالمنا اليوم برزت للوجود العديد من القضايا الجبائية، حيث أصبحت مختلف النظم الجبائية عاجزة على مسايرة ومواكبة تطور هذه القضايا، وفي مقدمة هذه القضايا التحديات التي تفرضها التجارة الإلكترونية فمعظم الأعمال أصبحت تتم بطريقة إلكترونية من خلال شبكة الإنترنت التي اخترقت الحدود السياسية والجغرافية بين الشعوب والدول، ورغم المزايا الكبيرة التي منحتها هذه الشبكة إلا أنها جلبت معها تحد كبير للإدارة الجبائية خاصة فيما يخص المعاملات التجارية الإلكترونية.

الجزائر كمثيلا لها من الدول أمام هذا التحدي الذي فرضته شيوع المعاملات التجارية الإلكترونية، فكان لزاما عليها مواكبة هذا التطور وهذا ما بدت بوادره من خلال إصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، كأولى الخطوات لتنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية.

● الإشكالية:

على ضوء ما سبق ذكره وللوقوف على هذه الظاهرة وتحليلها نطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو واقع جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر وما هي آفاقها؟

وللإحاطة بالإشكالية الرئيسية نحاول الإجابة على مجموعة من التساؤلات الفرعية نوردتها فيما يلي:

- كيف يؤثر فرض ضرائب على المعاملات التجارية الإلكترونية على خوض الأشخاص والمؤسسات لهذا النوع من التجارة؟

- هل هناك حلول وآليات لإخضاع التجارة الإلكترونية للضرائب والرسوم؟

- ما واقع وآفاق الضرائب والرسوم المفروضة على المعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر؟

● فرضيات الدراسة:

- فرض ضرائب على المعاملات التجارية الإلكترونية تؤثر سلبا على خوض الأشخاص والمؤسسات لهذا النوع من التجارة.

- تمتلك الجزائر المتطلبات اللازمة من تكوين وتكنولوجيا وتشريعات ملائمة لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية.

- تطمح الجزائر إلى تطوير سبل وآليات إخضاع التجارة الإلكترونية للضرائب والرسوم.

● أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته من أهمية الموضوع الذي يعالجه فجباية التجارة الإلكترونية من المواضيع الجديدة والهامة، كون التجارة الإلكترونية فتحت أبوابا واسعة أمام الأفراد والمنشآت للاستثمار وتعد مصدرا جديدا للدخل لعدة دول من خلال محاولة فرض ضرائب ورسوم على التجارة الإلكترونية، ناهيك عن تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الإنترنت سواء بين الأفراد أو المنظمات والتي يكون لها حتما أثر على الاقتصاد ككل.

● أهداف الدراسة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع نسعى للوصول الى النقاط التالية:

- التعرف على واقع فرض الضرائب والرسوم على التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- محاولة إيجاد الطرق لتطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

● دوافع وأسباب اختيار موضوع الدراسة:

- ميول ورغبة شخصية لدى الطلبة في دراسة هذا الموضوع
- الرغبة في دراسة موضوع متعلق بالتجارة الإلكترونية والتي هي موضوع الساعة في الجزائر.
- بروز التجارة الإلكترونية كموضوع حديث في الجزائر، وقلة الأبحاث والدراسات المتعلقة بالموضوع في جامعتنا.
- تماشي الموضوع مع التخصص، الأمر الذي دفعنا للبحث في هذا الموضوع لما له من صلة متينة بتخصصنا.

● منهج الدراسة:

بغرض إنجاز هذه الدراسة وإتمامها والتطرق لكافة جوانبها تم الاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك من خلال الاستعانة بالمصادر العلمية ذات العلاقة للإلمام بالموضوع وتقديم تفصيل عن أهم جوانبه.

● حدود البحث:

تقتصر الدراسة على الجانب النظري فقط.

- الإطار الزمني: تمتد الفترة من 2008 إلى غاية 2020 حسب المعلومات المتوفرة عن التجارة الإلكترونية في الجزائر.

- الإطار المكاني: اقتصر على الجزائر.

● محتوى الدراسة:

قصد الإلمام بدراسة الموضوع وتحليل إشكالية البحث المطروحة وأخذ الفرضيات بعين الاعتبار، ارتأينا الى تقسيم وهيكله البحث الى ثلاث فصول، وكل فصل مقسم الى ثلاث مباحث، وذلك كما يلي:

- **الفصل الأول:** يتناول هذا الفصل عموميات حول الضريبة والنظام الجبائي الجزائري، حيث تطرقنا في المبحث الأول الى ماهية الضريبة وفي المبحث الثاني تطرقنا الى مفهوم النظام الضريبي والتنظيم الفني للضريبة والى التهرب الضريبي، أما في المبحث الثالث فألقينا الضوء على أهم الضرائب المكونة للنظام الجبائي الجزائري.

- **الفصل الثاني:** تناول هذا الفصل الإطار النظري للتجارة الإلكترونية، حيث في المبحث الأول تعرفنا على ماهية التجارة الإلكترونية، وفي المبحث الثاني تطرقنا الى مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية وأهميتها وتحدياتها، أما في المبحث الثالث فقد تطرقنا الى وسائل الدفع المستعملة في التجارة الإلكترونية.

- **الفصل الثالث:** تناولنا في هذا الفصل واقع وآفاق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر، ففي المبحث الأول تعرفنا على جباية التجارة الإلكترونية بصفة عامة والمساعي الدولية المبذولة في إطار تطبيقها، وفي المبحث الثاني تطرقنا الى واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، أما في المبحث الثالث فقد تطرقنا الى واقع جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر وأهم الحلول التي يمكن من خلالها تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

• الدراسات السابقة:

تم إجراء بعض الدراسات والأبحاث العلمية والأكاديمية التي لها علاقة بالموضوع، وسنقوم بعرض أهمها:

- **الدراسة الأولى:** حبيبة زيار، فاطمة بوجميلة، بعنوان واقع وآفاق الضريبة الإلكترونية في الجزائر، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2014.

الدراسة عبارة عن مذكرة ماستر، تم التطرق من خلالها إلى أهم النقاط التي تخص الجباية الإلكترونية، كما تم التعرف على التجارة الإلكترونية وواقع الإدارة الإلكترونية في الجزائر وكيفية التحول الى نظام المعلومات الإلكتروني في الجزائر، ومن بين ما توصلت إليه الدراسة أنه بالرغم من ارتفاع نسبة استخدام الإنترنت والحواسيب في الجزائر مقارنة بالسنوات الماضية إلا أنها تبقى ضعيفة مقارنة بالدول الأخرى وغير كافية في مجال العمل، الافتقار لثقافة وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة التي تعتبر أحد العناصر الأساسية في التجارة الإلكترونية وهذا بسبب عدم الثقة بهذه البطاقات وكذا غياب التوعية بفوائد الاستغناء عن النقود المحمولة، غياب التشريعات والقوانين المتعلقة بالجباية الإلكترونية، وأوصت الدراسة بتوفير البنية التحتية لأداء الخدمات الضريبية بالطرق الحديثة وتطوير القاعدة التكنولوجية العلمية، العمل على استقطاب الكفاءات البشرية المؤهلة في مجال التجارة الإلكترونية والإدارة الإلكترونية.

- **الدراسة الثانية:** د. عزوز علي، بعنوان جباية المعاملات الإلكترونية-المشاكل والحلول، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، الشلف، الجزائر، 2015.

الدراسة عبارة عن مقال منشور في مجلة أكاديمية، يعالج المقال موضوع جباية المعاملات الإلكترونية لذا ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع تطرق في المحور الأول إلى تحديات فرض ضريبة على المعاملات الإلكترونية من خلال دراسة صعوبة إثبات المعاملات والعقود، استخدام النقود الإلكترونية، صعوبات مرتبطة بتحديد الهوية وتعيين النشاط وإشكالية فرض رسوم جمركية على المعاملات الإلكترونية الدولية، أما في المحور الثاني تطرق إلى بعض الحلول المقترحة لمعالجة المعاملات الإلكترونية جبايياً.

- التعليق على الدراسات السابقة:

- التعليق على الدراسة الأولى:

تطرت الدراسة الأولى الى أهم النقاط التي تخص الجباية الإلكترونية، إضافة الى التعرف على التجارة الإلكترونية وواقع الإدارة الإلكترونية في الجزائر في تلك الفترة، حيث اتفقت الدراسة على أن التجارة والجباية الإلكترونية ضعيفة مقارنة بالعدد الكبير لمستخدمي الأنترنت وذلك لعدة أسباب أهمها نقص ثقافة التعامل الإلكتروني عند المواطن الجزائري، وكذا غياب التشريعات والقوانين المتعلقة بالجباية الإلكترونية، وتتوافق الدراسة التي نقوم بها مع هذه الدراسة من الناحية النظرية للجباية على التجارة الإلكترونية، وتختلف معها من خلال التطورات التي حصلت في مجال الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر من وقت إجراء الدراسة الى يومنا هذا، كذلك تختلف معها من ناحية الاطار الزمني، وتتميز دراستنا عن الدراسة السابقة باستعراضنا لواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بعد صدور القانون المنظم لها وكيفية فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية في الجزائر والإعفاءات الممنوحة لها.

- التعليق على الدراسة الثانية:

تطرت الدراسة الثانية الى موضوع جباية المعاملات الإلكترونية، حيث ركزت الدراسة على مختلف الصعوبات والتحديات التي واجهت جباية التجارة الإلكترونية آنذاك وطرح بعض الحلول المقترحة، وتتوافق دراستنا مع هذه الدراسة في إبراز مختلف الصعوبات التي تعترض تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر ومتطلبات تجاوزها، كما حاولنا إبراز أهم الحلول التي يمكن من خلالها تطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر، وتميزت دراستنا عن هذه الدراسة من ناحية الإطارين الزمني والمكاني، كما تميزت عنها أيضا من حيث الشمولية حيث أننا لم نتطرق الى تحديات التجارة الإلكترونية فقط بل أننا تطرقنا لواقع جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر إضافة الى التحديات والصعوبات، وكذلك تطرقنا الى آفاق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر في وقتنا الحالي.

الفصل الأول:

عموميات حول الضريبة والنظام
الجبائي الجزائي

عرفت الضريبة منذ القدم وتطورت بتطور الدول عبر العصور وارتبطت ارتباطا وثيقا بالدولة، حيث شكلت همزة وصل بين الدولة والأفراد فالضريبة هي المرآة العاكسة للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في المجتمع الذي تفرض فيه، وذلك لكونها الممول الأساسي لخزينة الدولة ومن أهم إيراداتها لتغطية نفقاتها العامة.

كما حظيت الضريبة باهتمام كبير في أوساط الباحثين في المالية، وهذا نظرا للدور المهم الذي تسعى إلى تحقيقه سواءً ماليا، اجتماعيا، سياسيا واقتصاديا، هذا من جهة ومن جهة أخرى الأهداف التي تحققها الدولة من خلال فرضها.

ونظرا للأهمية الكبيرة التي تكتسبها الضريبة في المالية العامة، وللإلمام بكافة جوانبها قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مبحث كالتالي:

- المبحث الأول: ماهية الضريبة والنظام الضريبي؛
- المبحث الثاني: التنظيم الفني للضريبة وأنواعها، التهرب الضريبي؛
- المبحث الثالث: أهم الضرائب في النظام الجبائي الجزائري.

المبحث الأول: ماهية الضريبة

تكتسي الضريبة مكانة خاصة في عالم المالية العامة فهي من أهم أدواتها، كما أنها تتميز بعدة خصائص كونها لا تعمل في فراغ، بل هناك مجموعة من المبادئ والقواعد التي يأخذها المشرع بعين الاعتبار عند فرضه للضريبة وهذا حتى يصبح النظام الضريبي صالحا للتطبيق وتحقيق الأهداف المرجوة منه، وفي هذا المبحث سنتطرق لمفهوم الضريبة والرسم وخصائصهما، بالإضافة إلى القواعد العامة للضريبة وأسسها القانونية وأهدافها كما سنتطرق إلى مفهوم النظام الضريبي وأساسه وكذا أركانه.

المطلب الأول: مفهوم الضريبة والرسم وخصائصهما

يوجد العديد من أدوات المالية العامة ولكل أداة من هذه الأدوات عملها واستخدامها الخاص، وللتمييز بين هاتين الأدوات تم وضع مفهوم لها يميزها عن غيرها، كما تتمتع بخصائص تجعلها تتميز عن غيرها من الأدوات، ومن خلال هذا المطلب سنتعرف على مفهوم وخصائص أهم أدوات المالية العامة وهي الضريبة والرسم.

أولا: الضريبة

1- مفهوم الضريبة:

تعددت تعاريف الضريبة بتعدد الأفكار والمفكرين الاقتصاديين، وعلى هذا الأساس ارتأينا أن نستعرض مجموعة منها:

- **التعريف الأول:** الضريبة عبارة عن اقتطاع نقدي جبري تفرضه الدولة على المكلفين وفقا لقدراتهم بطريقة نهائية وبلا مقابل وذلك لتغطية الأعباء العامة وتحقيق أهداف الدولة المختلفة.¹
 - **التعريف الثاني:** الضريبة مبلغ من المال تفرضه الدولة وتجيئه من ثروات الأشخاص بصورة جبرية ونهائية من دون مقابل خاص، وذلك بغرض تحقيق النفع العام وهي أداة لتوزيع الأعباء العامة.²
 - **التعريف الثالث:** الضريبة فريضة إلزامية تحددها الدولة ويلتزم المكلف بأدائها بلا مقابل تمكيننا للدولة من القيام بتحقيق أهداف المجتمع.³
 - **التعريف الرابع:** الضريبة هي اقتطاع مالي إلزامي ونهائي تحدده الدولة ودون مقابل بغرض تحقيق أهداف عامة.⁴
- كما سبق يمكننا تعريف الضريبة كما يلي: الضريبة اقتطاع نقدي يدفعه الأفراد إجباريا إلى الدولة، كل حسب مقدرته، بصورة نهائية ودون أن يعود عيه نفع معين مقابلها، مساهمة منه في تحقيق أهداف الدولة.

2- خصائص الضريبة:

من خلال تعريفنا للضريبة يمكننا استخلاص الخصائص التالية:

¹ طارق الحاج، المالية العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص47.

² فوزي عطوي، المالية العامة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2003، ص49.

³ يونس البطريق وآخرون، المالية العامة، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2006، ص11.

⁴ حميد بوزيدة: جباية المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص08.

- **الضريبة فريضة إلزامية:** أي ليس للفرد المكلف خيار في دفع الضريبة بل هو مجبر على دفعها للدولة، فهي ليست منحة أو هبة أو مساعدة اختيارية للدولة، وعند امتناع المكلف من عن تأدية الضريبة أو التهرب من الدفع فإنه يقع تحت طائلة العقاب.
- **الضريبة تدفع نقدا:** فالأصل أن يتم دفع الضريبة نقدا لاتفاق ذلك مع القانون الذي يحدد وعائها ونسبتها وكيفية تحصيلها، إلا انه يمكن في حالات معينة تحصيل الضريبة من المكلفين بصورة عينية كما هو الحال في حالات الحرب أو الكوارث، حيث تفضل الدولة تحصيل الضريبة بصورة عينية شريطة أن يتم ذلك وفق القانون.
- **الضريبة تفرض دون مقابل:** فلا يتوقع المكلف دافع الضريبة أن تعود عليه بمنفعة خاصة مباشرة، ولكن المنفعة تعود عليه بشكل غير مباشر بصفته عضو في المجتمع، من خلال المنفعة العامة التي تعود على جميع المواطنين، فليس من المنطق أن يطلب المكلف أي نفع مقابل دفعه للضريبة.¹
- **الضريبة فريضة نهائية:** إذ أن الضريبة تفرض وتجبى من المكلف بصورة نهائية لا عودة عنها، خصوصا وأنها ليست قرضا يرد ويسدد مع حلول أجله.²
- **الغرض من الضريبة تحقيق المنفعة العامة:** إذا كانت الضريبة تفرضها الدولة دون مقابل نفع خاص لدافعها فإن الدولة تلتزم باستخدام حصيلتها لتحقيق منفعة عامة، وفي العصر الحديث استقر مبدأ المنفعة العامة للضريبة وأصبح من المبادئ الدستورية العامة التي يتعين إتباعها.³

ثانيا: الرسم

1- تعريف الرسم:

- **التعريف الأول:** الرسم هو مبلغ نقدي يقتطع جبرا من الأشخاص بواسطة الدولة أو إحدى هيئاتها المحلية أو تنظيماتها الإدارية، مقابل منفعة خاصة يحصل عليها الأشخاص الدافعون للرسم، إلى جانب منفعة عامة تعود على كل أفراد المجتمع.⁴
- **التعريف الثاني:** الرسم هو اقتطاع نقدي يدفعه الفرد إلى الدولة أو غيرها مقابل انتفاعه بخدمة معينة يؤديها له، يترتب عليها نفع خاص.⁵

2- خصائص الرسم:

- مما سبق يمكن استخلاص عدة خصائص للرسم نذكر منها:⁶
- يُحصل الرسم من الدولة، وذلك باستنادها لمؤسساتها المختلفة؛

¹ عبد الناصر نور، وآخرون، **الضرائب ومحاسبتها**، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2008، ص13.

² فوزي عطوي، **مرجع سبق ذكره**، ص62.

³ محمد بعلي، يسري أبو العلاء، **المالية العامة**، دار العلوم للنشر والتوزيع؛ الجزائر، 2003، ص60.

⁴ شعباني لطفى، **جباية المؤسسة، متيجة للطباعة**، الجزائر، 2017، ص17.

⁵ حميد بوزيدة، **مرجع سبق ذكره**، ص17.

⁶ شعباني لطفى، **المرجع نفسه**، ص19.

- يُحصل الرسم على شكل مبالغ نقدية؛
- يُدفع الرسم جبرا بمجرد طلب الفرد للخدمة من الدولة وحصوله عليها؛
- يُدفع الرسم مقابل خدمة خاصة حصل عليها الفرد، إلى جانب تحقيق نفع عام؛
- يُعتبر القانون المحدد للرئيس للرسم، وذلك من حيث طريقة جبايته أو حتى قيمته.

ثالثا: مقارنة بين الضريبة والرسم

الجدول التالي يلخص المقارنة بين الضريبة والرسم:

الجدول رقم (01): مقارنة بين الضريبة والرسم

الرسم	الضريبة
- يدفع بصفة إجبارية ونهائية.	- تدفع بصفة إجبارية ونهائية.
- يدفع الرسم نقدا.	- تدفع الضريبة نقدا.
- يدفع لتمويل خزينة الدولة.	- تدفع لتمويل خزينة الدولة.
- لا تؤخذ بعين الاعتبار القدرة التكليفية للفرد.	- تفرض غالبا على أساس المقدرة التكليفية للفرد.
- تهدف الدولة من خلاله إلى تعزيز الخزينة بالموارد المالية، مقابل نفع خاص لدافعه.	- تستهدف أغراضا مالية، اجتماعية واقتصادية، وذات منفعة عامة.

المصدر: شعباني لطفي، جباية المؤسسة، متبعة للطباعة، الجزائر، 2017، ص 19.

المطلب الثاني: القواعد العامة للضريبة

يقصد بالقواعد العامة للضريبة مجموعة المبادئ والأسس التي يتعين على المشرع إتباعها عند وضعه للتشريعات الضريبية من أجل تحقيق فائدة مزدوجة، وهي تحقيق مصلحة المكلف بالضريبة من جهة ومصلحة الدولة من جهة أخرى. وتتمثل هذه القواعد في:

- أ- **قاعدة العدالة:** يقصد بها أن يوزع العبء المالي العام للدولة على أفراد المجتمع التكليفية والتي تأخذ بعين الاعتبار مستوى الدخل والحالة الاجتماعية لهذا الشخص.¹
- ب- **قاعدة اليقين:** بمعنى أن تكون الضريبة واضحة من حيث المقدار وموعد الدفع وكيفية الدفع، فلا يصح أن يكون المكلف مغيب عن كل ما ذكر، بل يجب أن يطلع على كل الأمور المتعلقة بالضريبة وهذا بحد ذاته حافز للمكلف للالتزام بالقوانين الضريبية.²

¹ خلاصي رضا، النظام الجبائي الجزائري الحديث، دار هومة للطباعة والنشر، ط3، الجزائر، 2002، ص 14.

² طارق الحاج، مرجع سبق ذكره، ص 52.

ج- قاعدة الملازمة: يعني أن يتلاءم موعد دفع الضريبة مع موعد تحقيق الوعاء الخاضع للضريبة أي لا يجب أن تدفع الضريبة قبل تحقيق وعائها، وبالتالي تحصل كل ضريبة في الفترة وحسب النمط الذي يمكن أن يكون الأكثر ملائمة للمكلف بالضريبة.¹

د- قاعدة الاقتصاد في النفقة: إن هذه القاعدة تؤكد على ضرورة عدم التبذير والإسراف بتكاليف جباية الضرائب، أي ضرورة اختيار إجراءات وأساليب الجباية التي تتطلب أقل التكاليف حتى لا تستنفذ هذه التكاليف جانبا مهما من حصيلة الضريبة مما يقلل إمكانية الدولة من الاستفادة منها حيث أن جباية الضرائب تحتاج إلى جهاز متكامل يقوم بهذه المهمة، والعمل على اختصار الإجراءات اللازمة للجباية وتبسيطها اقتصادا للوقت والتكاليف وتعتبر طريقة جباية الضريبة عند المنبع من أفضل الطرق التي تحقق الاقتصاد في نفقة جباية الضرائب.²

المطلب الثالث: الأسس القانونية للضريبة وأهدافها

إن طبيعة الضريبة لا يمكن أن تتجلى إلا بعد التعرف على أساسها القانوني وهو ما يعرف بالتكليف القانوني للضريبة، كما أن فرض الضريبة يدخل في السيادة السياسية للدولة، وأن فرض أو إعفاء أي ضريبة يتم من قبل السلطة التشريعية أو من يقوم مقامها، كما أن تحديد الأسس القانونية للضريبة هو ما يترتب عن تحقيق الضريبة للأهداف المسطرة لها، وفيما يلي سنتعرف على الأسس القانونية للضريبة وأهدافها.

أولا: الأسس القانونية للضريبة

طبيعة الضريبة لا يمكن أن تتجلى إلا بعد التعرف على أساسها القانوني وهو ما يعرف بالتكليف القانوني للضريبة. كما نشير بأن فرض الضريبة يدخل في السيادة السياسية للدولة، وان فرض أو إعفاء أي ضريبة يتم من قبل السلطة التشريعية أو من يقوم مقامها.

ومن ثم فإن الأساس القانوني للضريبة كان محل جدل بين نظريات كثيرة انتشرت في القرن الثامن والتاسع عشر من طرف العديد من كتاب المالية العامة من أمثال "هوبس"، "لوك" و"ساي" وغيرهم، فمنهم من يرى بأن فرض الضريبة يستند إلى العلاقة التعاقدية بين الدولة والفرد، ومنهم من اعتبر فرض الضريبة واجبا وطنيا تضامنيا "نظرية التضامن".

1- النظرية التعاقدية للضريبة:

أصحاب هذه النظرية أكدوا بأن الضريبة علاقة تعاقدية بين الدولة والفرد وأن هناك عقد ضمني بينهما، بحيث تلزم الدولة بتقديم خدمات للأفراد على أن يقوم الأفراد بسداد مبلغ مالي يمثل الضريبة، فبالرغم من اتفاق أصحاب هذه النظرية على أن الضريبة عبارة عن عقد ضمني، إلا أنهم اختلفوا في تفسير هذا العقد بحيث اعتبر بعضهم الضريبة "عقد بيع"، وآخرون اعتبروا الضريبة "عقد إيجار" وفريق آخر اعتبر الضريبة على أنها "عقد تأمين".³

¹ محمد عباس محرز، اقتصاديات الجباية والضرائب، دار هومة للطباعة والنشر، ط3، الجزائر، 2003، ص24.

² محمد طاقة، هدى العزاوي، اقتصاديات المالية العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2007، ص91.

³ محمد خالد المهاني، خالد الخطيب الحبش، المالية العامة والتشريع الضريبي، منشورات جامعة دمشق، 2006، ص176.

2- نظرية التضامن الاجتماعي:

هذه النظرية تمثل لدى مؤيديها بأنها عبارة عن تضامن المجتمع الذي يخضع لسلطة سياسية واحدة، وهذا يدل على أن هذه الفكرة مستمدة من التطور التاريخي للضريبة، بحيث كانت الضريبة تمثل "فكرة تضامنية" بين مختلف القبائل والعشائر، وبعدها أصبحت تمثل مساعدة مالية يقدمها الأفراد للحاكم من أجل تغطية النفقات العامة، ثم تحولت نتيجة للظروف الاقتصادية والاجتماعية إلى فريضة واجبة الدفع من طرف الأفراد وذلك في إطار اجتماعي وتضامني.

وهكذا بإمكاننا أن نقول بأن نظرية التضامن الاجتماعي هي الأكثر موضوعية وواقعية لأنها لا تقوم على أساس عقد بين الدولة والأفراد وإنما على أساس التضامن الاجتماعي ورغبة الدولة والأفراد في التعايش وتحمل الأعباء الاجتماعية معا.¹

ثانيا: أهداف الضريبة

تعتبر الضرائب من أهم مصادر تمويل الإنفاق العام حيث تستخدمها الدولة كمورد مالي لتغطية نفقاتها العامة، كما أنها تعتبر أداة تستعمل لتحقيق الأهداف التالية:²

- **الهدف المالي:** إنه الهدف التقليدي للضريبة إذ تستعملها الدولة لتمويل خزينتها، وبالتالي تسديد مختلف النفقات التي تقع على عاتقها حيث أن أهمية الضرائب في تمويل الخزينة العمومية في الجزائر تأتي في المرتبة الثانية بعد الجباية البترولية.

- **الهدف الاقتصادي:** إن الدولة تعتمد على الضريبة في تحقيق الاستقرار الاقتصادي فهي أداة يعالج بها التضخم والانكماش، وبالتالي الوصول إلى الاستقرار الاقتصادي، ففي حالة التضخم يرفع معدل الضريبة ويوسع مجال فرضها لامتصاص الكتلة النقدية الزائدة، وفي حالة الانكماش يخفض معدل الضريبة ويوسع مجال الإعفاءات بغرض زيادة الادخار وبالتالي التوسع في الاستثمار، وكذلك حماية السلع المحلية من المنافسة الأجنبية بفرض رسوم جمركية مرتفعة على السلع الأجنبية.

- **الهدف الاجتماعي:** يكمن الهدف الاجتماعي لفرض مختلف الاقطاعات الضريبية في التقليل من الفوارق الاجتماعية الموجودة بين مختلف طبقات المجتمع ولهذا عمدت الأنظمة الجبائية إلى تحسين طرق فرض الضرائب التي تحمل في طياتها العدالة الاجتماعية.

¹محمد خالد المهاني، مرجع نسبق ذكره، ص 189.

²خلاصي رضا، مرجع سبق ذكره، ص 21-22.

المبحث الثاني: النظام الضريبي، التنظيم الفني للضريبة والتهرب الضريبي

يعتبر النظام الضريبي في أي دولة مجموعة من البرامج والتدابير الضريبية التي تضعها الدول من أجل تغطية نفقاتها العامة وتحقيق أهدافها، كما يمثل النظام الضريبي لأي دولة المرآة العاكسة للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة هناك، ولا يتم فرض الضرائب في أي نظام ضريبي إلا بعد توضيح كيفية فرضها ومقدارها وطريقة تحصيلها وغلق جميع الثغرات التي يمكن أن يتهرب منها المكلف من دفع الضريبة، وفي هذا المبحث سنتعرف على النظام الضريبي، التنظيم الفني للضريبة والتهرب الضريبي وطرق الوقاية منه.

المطلب الأول: النظام الضريبي

تحتل دراسة النظم الضريبية بأهمية بالغة من طرف دارسي الضرائب في مختلف الدول ويرجع ذلك أساسا إلى اختلاف طبيعة النظام الاقتصادي في كل دولة عن الأخرى، حيث يعتبر النظام الضريبي في أي دولة جزء لا يتجزأ من النظام المالي للدولة ومؤثرا حقيقيا على اقتصادها.

أولا: مفهوم النظام الضريبي: يوجد العديد من المفاهيم للنظام الضريبي نذكر منها:

- مجموعة من الضرائب التي يراد باختيارها وتطبيقها في مجتمع معين وزمن محدد لتحقيق أهداف السياسة الضريبية التي ارتضاها ذلك المجتمع، والنظام الضريبي بحكم كونه مجموعة من الضرائب لا بد أن يصمم بالاعتماد على تلك المبادئ والقواعد التي قدمتها لنا نظرية المالية العامة وأن النظام الضريبي يعتبر الترجمة العملية للسياسة الضريبية للدولة.¹

اتفق علماء المالية العامة على وضع مفهومين للنظام الضريبي بشقيه الواسع والضيق:²

- **المفهوم الواسع:** هو عبارة عن مجموعة العناصر الإيديولوجية والاقتصادية والفنية التي يؤدي تفاعلها مع بعضها البعض إلى إحداث كيان أو وجود ضريبي معين.

وهذا التعريف ينطبق على كل الأنظمة الضريبية في العالم، بحيث نجد أن كل نظام ضريبي لا بد أن يحتوي على مبادئ سياسية واقتصادية وطرق فنية، تتماشى والنظام السياسي والاقتصادي للدولة، بمعنى أن النظام الضريبي حسب هذا المفهوم يختلف محتواه حسب اختلاف التوجه الاقتصادي للدولة إذا كان رأس مالي أو اشتراكي.

- **المفهوم الضيق:** هي مجموعة القواعد القانونية والفنية التي تمكن من الاستقطاع الضريبي في مراحل المتتالية من التشريع إلى الربط فالتحصيل.

مما سبق يعتبر النظام الضريبي مجموعة محدودة ومختارة من الصور الفنية للضرائب تتلاءم مع الواقع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للمجتمع، وتشكل في مجموعها هيكلًا ضريبيًا متكاملًا يعمل بطريقة محددة من خلال التشريعات والقوانين الضريبية واللوائح التنفيذية من أجل تحقق أهداف السياسة الضريبية.³

¹ خلاصي رضا، مرجع سبق ذكره، ص 25.

² يونس البطريق، النظم الضريبية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 19.

³ يونس البطريق، وسعيد عثمان، النظم الضريبية مدخل تحليلي مقارنة، الدار الجامعية الإسكندرية، 2000، ص 18.

ثانيا: أسس النظام الضريبي

يعتمد النظام الضريبي بصفة عامة على ثلاث أسس:¹

- **السياسة الضريبية:** هي مجموعة البرامج المتكاملة التي تخططها وتنفذها الدولة مستخدمة كافة مصادرها الضريبية الفعلية والمحتملة لإحداث آثار اقتصادية واجتماعية وسياسية مرغوبة وتجنب آثار غير مرغوبة للمساهمة في تحقيق أهداف المجتمع.
- **التشريع الضريبي:** هو مجموعة اللوائح والقوانين والتشريعات الصادرة من الجهات المتخصصة، والخاصة بفرض الضرائب وتنظيم أساليب تحصيلها وكذلك أحكام المحاكم وقرارات اللجان المتعلقة بالمنازعات الضريبية.
- **الإدارة الضريبية:** وتضم الجهات الحكومية من وزارة المالية ومصالح الضرائب ومفتشيات، التي تسهر على تطبيق التشريع الضريبي ونصوصه القانونية لتحصيل الضرائب بأنواعها المختلفة وبالتالي لإدارة الضريبة هي الجهة المختصة بتنفيذ قوانين الضرائب وتحصيل الموارد الناتجة عن دفع الضرائب ومتابعة المكلفين.

ثالثا: أركان النظام الضريبي

يقوم النظام الضريبي في أي دولة على أركان أساسية نوضحها فيما يلي:²

- **الهدف:** إن أي نظام ضريبي يهدف إلى تحقيق جملة من الأهداف المحددة (السياسية، الاجتماعية والاقتصادية) والتي تعتبر في حد ذاتها أهدافا للسياسة الضريبية التي تحددها الحكومة في سياستها المالية والمحددة أيضا في سياستها الاقتصادية، لذا فإن أهداف النظام الضريبي تختلف من نظام ضريبي لآخر ومن دولة لأخرى، حيث أن هدف النظام الضريبي في الدول المتقدمة يختلف عن هدف النظام الضريبي في الدول النامية، وكذلك هدفه يختلف باختلاف التوجه الاقتصادي للدولة إذا كان رأس مالي أو اشتراكي.
- **الوسيلة (الأداة):** بعد تحديد الأهداف المراد الوصول إليها من طرف الدولة وبغض النظر عن النظام الاقتصادي السائد سواء كان رأسماليا أو اشتراكيا، متقدم أو متخلف وجب تحديد الوسائل أو الأدوات اللازمة للوصول إلى الأهداف المسطرة سابقا.

المطلب الثاني: التنظيم الفني للضريبة

يرتكز فرض الضريبة في أي نظام ضريبي على عدة مراحل يجب اتباعها عند فرض أي ضريبة، فيجب أولا تحديد وعاء الضريبة والذي يقدر بعدة طرق ثم حساب مقدار الضريبة التي يجب أن يدفعها المكلف وأخيرا طريقة وكيفية تحصيلها، وفيما يلي سنتعرف على كل ما سبق.

أولا: وعاء الضريبة وطرق تقديره

1. وعاء الضريبة: يمكن تعريف وعاء الضريبة بأنه المادة أو المال أو الشخص الخاضع للضريبة، مع ضرورة توافر العنصر الزمني لهذا الوعاء (فقد تفرض سنويا أو عند جني المحصول... إلخ) حسب الأنظمة المحددة لذلك.

¹ سعيد عثمان، شكري العشماوي، اقتصاديات الضرائب، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص320، ص589.

² يونس البطريق، مرجع سبق ذكره، ص19، ص26.

وعلى هذا الأساس يمكن أن تفرض الضريبة على الدخل، أو على رأس المال، أو الدخل ورأس المال معاً، أو الأفراد فيما إذا فرضناها على الأفراد رأساً يكون فرضها بغض النظر عن دخولهم أو ثروتهم.

كما يقصد بوعاء الضريبة المنبع الذي تغترف الدولة منه مؤونتها بواسطة الضرائب، أو بعبارة أخرى ما يخضع للضريبة.

ويتأثر الوعاء الضريبي بدرجة التطور والنمو الاقتصادي، ففي المجتمعات الزراعية نجد أن الوعاء قد يكون على الإنتاج الزراعي مباشرة، أو اللجوء إلى الضرائب غير المباشرة لسهولة فرضها، بينما في الدول المتقدمة (الصناعية) نجد الاعتماد على الضرائب المباشرة المفروضة في الغالب على دخول الأفراد من العمل والأرباح المحققة.¹

2. طرق تقدير وعاء الضريبة:

هناك عدة طرق تقنية في تحديد وتقييم المادة الخاضعة للضريبة يعتمد عليها المشرع، نذكرها فيما يلي:

أ- طرق التقدير غير المباشرة:

يكون ذلك عندما تقوم الإدارة بتقدير الوعاء مستعينة بعنصر خارجي ويتم ذلك وفق طريقتين:²

- التقدير بواسطة المظاهر الخارجية:

حسب هذه الطريقة يتم تقدير قيمة الوعاء على أساس عدد من المظاهر الخارجية التي تعبر عن درجة يسر المكلف، فمثلاً يمكن الاستدلال بالقيمة الإيجارية لسكن المكلف، أو محل عمله، عدد العمال وعدد السيارات التي يمتلكها... إلخ.

تمتاز هذه الطريقة بالسهولة في التطبيق والتقليل من حالات الغش والتهرب من دفع الضريبة خصوصاً إذا أحسن اختيار المظاهر الخارجية.

ويعاب عليها أنها تؤدي إلى فرض الضريبة على أسس قد تبتعد عن الواقع، وأنها تؤدي في بعض الأحيان إلى فرض ضريبة متساوية بالنسبة للأشخاص بالرغم من اختلاف ظروفهم ودخولهم، بالإضافة إلى أنه يمكن تجنب الضريبة باللجوء إلى التقليل من المظاهر الخارجية كأن يعتمد المكلفون على نسب أملاكهم إلى أولادهم وأزواجهم... إلخ.

- التقدير الجزائي:

تقوم طريقة التقدير الجزائي للوعاء الجبائي على أساس تحديد دخل المكلفين تحديداً جزائياً، وذلك بالاعتماد على مجموعة من الأدلة والقرائن، والتي لها علاقة مباشرة بالوعاء الخاضع للضريبة، على أن تكون هذه الأدلة محددة من قبل الإدارة الجبائية، وهذا ما يطلق عليه الجزائي القانوني مثل تقدير الأرباح المحققة من المكلف بنسبة معينة من رقم الأعمال.

وهذا ما كان معمولاً به في الجزائر بالنسبة لنظام التقدير الجزائي في الضريبة على الدخل الإجمالي لصنف الأرباح الصناعية والتجارية، قبل أن يحل محل هذا النظام نظام الضريبة الجزائية الوحيدة ابتداءً من 01 جانفي 2007.

¹ بوزيدة حميد، مرجع سبق ذكره، ص 30.

² خليل عواد أبو حشيش، المحاسبة الضريبية، دار حامد، عمان، الأردن، 2004، ص 108.

ب- طرق التقدير المباشرة:

في التقدير المباشر تكون الإدارة الجبائية على علاقة مباشرة بالمكلف أثناء عملية التقدير، وتتخذ شكلين:¹

- التقدير بواسطة التصريحات المقدمة من طرف المكلف:

تعتمد هذه الطريقة على التصريحات المقدمة من قبل دافع الضريبة نفسه، إذ يقدم بيانات تفصيلية عن وعائه الجبائي مدعما بالوثائق والمستندات.

تعتبر هذه الطريقة من الطرق الأكثر استعمالا في الدول المتقدمة، وأفضلها إذا ما توفرت شروط صحتها، والمتمثلة في صحة ومصادقية السجلات والدفاتر المسوكة من المكلف، فهي تتميز بتحقيق مبدأ العدالة نظرا لتقديرها الدقيق للوعاء الجبائي، ومن ثم تقدير الضريبة واجبة الدفع، ومن جهة أخرى فهذه الطريقة تراعي المقدرة التكلفة للمكلف. ومن الانتقادات الموجهة إلى هذه الطريقة تدخل الإدارة الجبائية في شؤون المكلفين والاطلاع على أسرارهم حتى تتأكد من صحة تصريحات المكلف، وعلى الرغم من ذلك فإن هذه الطريقة تمثل أفضل الطرق لتقدير الوعاء الجبائي، وقد تبنتها العديد من الأنظمة الجبائية.

- التقدير بواسطة التصريحات المقدمة من الغير:

يلتزم شخص آخر غير المكلف بالضريبة بموجب هذه الطريقة بتقديم التصريح إلى الإدارة الجبائية، ويشترط أن تكون العلاقة بين المكلف والشخص الآخر قانونية.

وتتميز هذه الطريقة المستخدمة في العديد من الدول في أنظمتها الجبائية باستعمالها لضمان دقة تقدير الوعاء الجبائي. وفي هذا الصدد يلزم القانون الجبائي الجزائري كل شخص طبيعي أو معنوي فيما يتعلق بالعمليات التي تتم وفق شروط الجملة، تقديم إلى مفتش الضرائب كشف مفصل عن زبائنهم رفقة بيان أسمائهم، ألقابهم، عناوينهم، وأرقام تسجيلهم في السجل التجاري، وكذا مبلغ العمليات المحققة مع كل واحد منهم.

ج- الواقعة المنشئة للضريبة:

يتولى القانون الذي يقرر فرض ضريبة معينة تحديد القواعد العامة لها أي الشروط العامة اللازمة لتطبيق الضريبة، ومن ثم فإن دين الضريبة لا يتحقق بذمة شخص ما لمجرد صدور قانون الضريبة، وإنما يتطلب الأمر أن يتحقق بالنسبة له الشرط الذي حدده قانون الضريبة وهو ما يعرف بالواقعة المنشئة للضريبة، والتي تتمثل بحصول الدخل في نهاية السنة المالية بالنسبة لضريبة على الدخل وتملك رأس المال الخاضع للضريبة بالنسبة للضريبة على رأس المال وعبور السلعة بالنسبة للحدود الجمركية.²

¹ شعباي لظفي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

² خليل عواد أبو حشيش، مرجع سبق ذكره، ص 98.

ثانيا: حساب وربط الضريبة

بعد أن تم تحديد وعاء الضريبة لابد من تحديد مقدار الضريبة، أي تحديد ما يمكن استقطاعه من ذلك الوعاء بوصفه ضريبة وهو ما يعرف بسعر الضريبة والذي يمكن تعريفه بأنه نسبة الضريبة إلى وعائها، ويمكن أن يكون سعر الضريبة نسبيا أو تصاعديا، نوضحها فيمل يلي:¹

1- الضريبة النسبية:

تعتبر الضريبة نسبية في حالة تحديد المعدل بنسبة مئوية لا تتغير بتغير قيمة الوعاء الضريبي، مثل معدل الضريبة على أرباح الشركات الذي يفرض بمعدل ثابت على الأرباح المحققة من قبل الشركات في نهاية السنة المالية.

2- الضريبة التصاعدية:

تفرض الضريبة التصاعدية بمعدلات مختلفة، وذلك بعد تقسيم الوعاء الجبائي الخاضع إلى أجزاء، بحيث يخضع كل جزء إلى معدل معين، وغالبا ما يلاحظ أن نسبتها تتزايد بتزايد الوعاء الجبائي، وتنقسم إلى نوعين الضريبة التصاعدية الإجمالية والتصاعدية بالشرائح.

أ- الضريبة التصاعدية الإجمالية: يتم تقسيم المكلفين وفق الضريبة التصاعدية الإجمالية إلى طبقات، وفقا للمداخيل المحصل عليها من قبلهم، ومن ثم يتم تطبيق معدل واحد للضريبة لكل الدخل، وغالبا ما يرتفع معدل الضريبة مع الزيادة في الدخل.

ب- الضريبة التصاعدية بالشرائح: يعتمد أسلوب الضريبة التصاعدية بالشرائح طريقة تقسيم الوعاء الخاضع للضريبة إلى أجزاء أو شرائح، لكل شريحة معدل خاص يرتفع بازدياد قيمة هذا الوعاء.

ثالثا: التحصيل الجبائي

يقصد بالتحصيل الجبائي مجموعة العمليات التي تهدف إلى نقل مبلغ الضريبة من المكلف بالضريبة إلى خزينة الدولة استنفائها لحقها.

في مرحلة التحصيل تعتبر الضريبة قد وصلت إلى آخر مراحلها، وهناك عدة طرق للتحصيل نذكرها كما يلي:²

1- طريقة التسديد المباشر:

يقوم المكلف بالضريبة حسب هذه الطريقة بتسديد مبلغ الضريبة إلى الإدارة الجبائية، وهذه الطريقة هي الأكثر انتشارا، وتتم في أغلب الأحيان بناء على التصريح المقدم من قبل المكلف، أو بعد إتمام الحساب النهائي للضريبة، والذي تقوم به الإدارة الجبائية.

2- طريقة الأقساط المقدمة:

يدفع المكلف بمقتضاها أقساطا دورية خلال السنة المالية (أقساط شهرية أو كل ثلاثة أشهر) طبقا لتصريح يقدمه

¹ بوزيدة حميد، مرجع سبق ذكره، ص 25-26.

² شعباني لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 37-38.

عن دخله المتوقع، أو حسب قيمة الضريبة المستحقة عن السنة السابقة، على أن تتم التسوية النهائية للضريبة، بحيث يسترد المكلف ما قد يزيد عن قيمتها المحسوبة، أو يدفع ما يقل عنها.

3- طريقة الاقتطاع من المصدر:

حسب بهذه الطريقة أن يكلف شخص آخر غير المكلف يكون في مركز المدين للمكلف بخضم هذه الضريبة ودفعها للإدارة الجبائية، ويتميز هذا الأسلوب بسهولة التحصيل وانخفاض تكاليفه، وكذلك تقليصه من ظاهرة التهرب الضريبي.

4- طريقة الدمغة أو الطابع:

تستخدم هذه الطريقة خصوصا في دفع الضرائب على التداول، وذلك بقيام المكلف بإصاق الطابع الذي اشتراه على العقود والوثائق الإدارية المتطلبة للطابع، أو عن طريق استعمال أو ختم بالطابع.

المطلب الثالث: التهرب الضريبي

تتسم الضرائب بكثرتها وتنوعها لذلك يلجأ المكلفون بالضريبة في بعض الأحيان الى استخدام مختلف الأساليب غير المشروعة والمشروعة محاولة منهم للتهرب من دفع الضريبة، ومن خلال ما يأتي سنتطرق الى مفهوم التهرب الضريبي، أسبابه ودوافعه والحلول الممكنة للوقاية منه.

أولا: مفهوم التهرب الضريبي

يقصد بالتهرب الضريبي تلك المخالفات القانونية المتمثلة في عدم الامتثال للتشريع الضريبي، أو الثغرات الموجودة في القانون من أجل التخلص من أداء الواجب الضريبي بجميع الوسائل والأشكال سواء تعلق الأمر بالعمليات المحاسبية أو الحركات المادية، وذلك بكل أو جزء من المبلغ الواجب الدفع للخرينة العمومية والذي تستعمله الدولة في تغطية نفقاتها، وتحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية.¹

وبصفة عامة يعرف التهرب الضريبي بأنه التخلص من دفع الضريبة بصفة كلية أو جزئية.

ثانيا: أنواع التهرب الضريبي

ويتخذ التهرب الضريبي شكلين، التهرب الضريبي المشروع وغير المشروع:²

1- التهرب المشروع:

ويقصد به التخلص المكلف من أداء الضريبة، نتيجة استفادته من بعض الثغرات الموجودة في التشريع الضريبي والتي ينتج عنها التخلص من دفع الضريبة دون أن تكون هناك مخالفة صريحة للنصوص القانونية.

2- التهرب غير المشروع (الغش الضريبي):

وهو تهرب مقصود من المكلف نتيجة مخالفته الصريحة عمدا لأحكام القانون الجبائي قصدا منه عدم دفع الضرائب

¹ بوزيدة حميد، مرجع سبق ذكره، ص 39.

² محمد خالد المهاني، خالد الخطيب الحبش، مرجع سبق ذكره، ص 245.

المستحقة عليه، وذلك من خلال الامتناع عن تقديم التصريح بمداخيله، أو تقديم تصريح ناقص أو كاذب، أو إعداد قيود وتسجيلات محاسبية مزيفة.

ثالثا: أسباب التهرب الضريبي

بصفة عامة يمكن إرجاع ظاهرة التهرب الضريبي لعدة أسباب منها:¹

1- الأسباب النفسية:

- وتعود إلى ضعف مستوى الوعي الضريبي لدى المكلف واعتقاده أن الضريبة أداة لإفقار الشعوب، ويعود هذا الاعتقاد لأسباب تاريخية.
- اعتبار الضريبة اقتطاع نقدي مالي دون مقابل (فكرة الإكراه).

2- أسباب تشريعية:

- تعقد تشريعات الضرائب وعدم استقرار النظام الضريبي من شأنه أن يخلق عدة مشاكل للمكلف تتجلى في عدم فهمه للنصوص القانونية ومن أمثلة هذه التعقيدات كثرة المعدلات والإعفاءات والتخفيضات والتعديلات التي تزيد من فرص التهرب.
- تعدد الضرائب مما يؤدي إلى إرهاق المكلف بالضرائب وترك ثغرات يمكن التهرب منها بسهولة.
- أن النظام الجبائي هو نظام تصريحي يعتمد على التصريح المقدم من المكلف، وهذا ما يزيد من نسبة التهرب.

3- الأسباب الإدارية:

- ضالة المرتبات وغياب المكافآت المحفزة مما يجعل الموظفين في الإدارة الجبائية يتواطؤون مع المكلفين لمساعدتهم على التهرب مقابل رشاوي.
- صعوبة تقدير الوعاء الضريبي واعتماد إدارة الضرائب على النظام الجزائي الذي يقدر قيمة الوعاء بأقل أو أكثر من قيمته.

4- اعتبار فكرة سرقة الدولة لا تعد سرقة ما دامت شخص معنوي، وهذا نتيجة نقص الوعي الضريبي.

5- عدم تحقيق الضريبة للعدالة الاجتماعية كنتيجة لعدم الرشادة في الإنفاق العام.

رابعا: طرق مكافحة التهرب الضريبي

إن طرق مكافحة التهرب الضريبي تختلف من نظام ضريبي لآخر، كما تختلف هذه الطرق من ضريبة لأخرى في النظام الضريبي الواحد، ونذكر هنا أهم الطرق لمكافحة التهرب الضريبي:²

1- نشر الوعي الضريبي:

لابد من إبلاغ الكلفين بالضريبة وطرق تحصيلها وتاريخ دفعها، كما يجب إبلاغهم عن استخدامات عائدات

¹ بوزيدة حميد، مرجع سبق ذكره، ص 42-44.

² محمود جام، النظام الضريبي وآثاره على التنمية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه دولة (غير منشورة) في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 48.

الضرائب التي تنفق في مجالات تخدم وتفيد المجتمع بأكمله، وقد تعود عليهم أحيانا في إطار تقديم الدولة للإعانات لفائدة المؤسسات.

2- مراجعة التشريعات الضريبية:

إن التشريع الضريبي الجيد لا بد أن يتصف بحسن الصياغة وكذا انسجامه مع الوضع الاقتصادي والاجتماعي للبلد وأخذه بعين الاعتبار الظروف الشخصية للمكلف.

3- العمل على تحقيق العدالة:

وهذا بالأخذ بعين الاعتبار المقدرة التكلفة للمكلفين بالضريبة والتقليل من الضرائب لأن كثرة الضرائب تقضي عليها.

المبحث الثالث: أهم الضرائب في النظام الجبائي الجزائري

لقد مر النظام الضريبي الجزائري بعدة مراحل شهد خلالها عدة تطورات، فتم استبدال عدة ضرائب بأخرى وتم دمج بعض الضرائب مع بعضها لتصبح في شكل ضريبة واحدة، وهناك من الضرائب ما تم حذفه، ومن خلال هذا المبحث سنتعرف على أهم الضرائب المكونة للنظام الجبائي الجزائري الحديث.

المطلب الأول: الضريبة على أرباح الشركات

يتم فرض العديد من الضرائب على الشركات في نظام الربح الحقيقي ومن أهم هاته الضرائب الضريبة على أرباح الشركات، وفيما يلي سنتعرف على مفهومها وخصائصها، مجال تطبيقها ومعدلاتها.

أولاً: تعريف الضريبة على أرباح الشركات وخصائصها

عرفتها المادة 135 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة كالاتي: "تؤسس ضريبة سنوية على مجمل الأرباح أو المداخيل التي تحققها الشركات وغيرها من الأشخاص المعنويين المشار إليهم في المادة 136 وتسمى هذه الضريبة "الضريبة على أرباح الشركات".¹

من خلال التعريف السابق نستخلص مجموعة من الخصائص للضريبة على أرباح الشركات والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:²

- ضريبة سنوية، حيث تفرض مرة واحدة خلال السنة المالية على الأرباح المحققة خلال السنة؛
- ضريبة حقيقية، لأنها تتناسى كلياً الحالة الشخصية للخاضع لها، ودون الأخذ بعين الاعتبار حالته المادية، وهي تهتم بالمادة الخاضعة للضريبة والمتمثلة في الربح؛
- ضريبة عامة، كونها تفرض على مجمل الأرباح دون تمييز طبيعتها؛
- 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 الرئيسة.

ثانياً: مجال تطبيق الضريبة

وفقاً للمادة 136 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة تطبق الضريبة على أرباح الشركات على مجموع الأرباح والمداخيل التي تحققها الشركات والأشخاص المعنوية مهما كان شكلها، كشركات الأموال وشركات الأسهم والشركات ذات المسؤولية المحدودة، وشركات التوصيات بالأسهم، والمؤسسات العمومية الاقتصادية والمؤسسات ذات الطابع الصناعي والتجاري، والشركات المدنية على شكل شركات أسهم، وتفرض على الأرباح وفقاً للنظام الحقيقي، كما تفرض الضريبة المذكورة أيضاً على الشركات التعاونية والاتحادات التابعة لها، ماعدا الشركات المستثناة بموجب القانون الجبائي.³

¹ وزارة المالية، مديرية الضرائب، قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021.

² لطفي شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 144-145.

³ قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021، مرجع سبق ذكره.

ثالثا: معدلات الضريبة

حسب المادة 150 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، تحدد معدلات الضريبة على أرباح الشركات كالتالي¹:

1- المعدلات العامة:

- 19% بالنسبة لأنشطة إنتاج السلع.
- 23% بالنسبة لأنشطة البناء والأشغال العمومية والري، وكذا الأنشطة السياحية والحمامات، باستثناء وكالات الأسفار.
- 26% بالنسبة للأنشطة الأخرى.

2- الأنظمة الخاصة:

- تحدد نسبة الاقتطاعات من المصدر بالنسبة للضريبة على أرباح الشركات كما يأتي:
- 10%، بالنسبة لعوائد الديون والودائع والكفالات. ويمثل الاقتطاع المتعلق بهذه العوائد اعتمادا ضريبيا يخصم من فرض الضريبة النهائي.
 - 40%، بالنسبة للمداخيل الناتجة عن سندات الصناديق غير الاسمية أو لحاملها ويكتسي هذا الاقتطاع طابعا محررا.
 - 20%، بالنسبة للمبالغ المحصلة من قبل المؤسسات في إطار عقد تسيير الذي يخضع إلى الاقتطاع من المصدر، يكتسي هذا الاقتطاع طابعا محررا.
 - 30%، بالنسبة:
 - للمبالغ التي تقبضها المؤسسات الأجنبية التي ليست لها منشآت مهنية دائمة في الجزائر في إطار صفقات تأدية الخدمات.
 - للمبالغ المدفوعة مقابل خدمات من كل نوع تؤدي أو تستعمل في الجزائر.
 - للحواصل المدفوعة للمخترعين المقيمين في الخارج، إما بموجب امتياز رخصة استغلال براءاتهم، وإما بموجب التنازل عن علامة الصنع أو أسلوبه، أو صيغته، أو منح امتياز ذلك.
 - 10%، بالنسبة للمبالغ التي تقبضها شركات النقل البحري الأجنبية إذا كانت بلدانها الأصلية تفرض الضريبة على مؤسسات جزائرية للنقل البحري.
 - غير أنه بمجرد ما تطبق هذه البلدان نسبة عليا أو دنيا، تطبق عليها قاعدة المعاملة بالمثل.
 - 15%، (محررة من الضريبة): عائدات الأسهم أو الحصص الاجتماعية وكذا المداخيل المماثلة، المحققة من طرف الأشخاص المعنويين الذين لا يملكون منشأة مهنية دائمة في الجزائر.

¹ المرجع نفسه.

- 20%، فوائض القيمة الناتجة عن التنازل عن الأسهم أو الحصص الاجتماعية أو الأوراق المماثلة المحققة من طرف الأشخاص المعنويين غير المقيمين.

المطلب الثاني: الضريبة على الدخل الإجمالي

تخضع المداخيل المحققة في الجزائر باختلاف أنواعها ومصادرها الى عدة ضرائب، ومن أهم هذه الضرائب الضريبة على الدخل الإجمالي، وفيما يأتي سنتعرف على مفهومها وخصائصها، المداخيل الخاضعة لها ومعدلاتها.

أولاً: تعريف الضريبة وخصائصها

عرفها قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة بالمادة الأولى كالتالي: "تؤسس ضريبة سنوية وحيدة على دخل الأشخاص الطبيعيين تسمى الضريبة على الدخل الإجمالي وتفرض هذه الضريبة على الدخل الصافي الإجمالي للمكلف بالضريبة"¹.

من خلال التعريف السابق نستخلص مجموعة من الخصائص للضريبة على الدخل والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:²

- ضريبة سنوية، حيث تفرض مرة واحدة خلال السنة المالية على المداخيل المحققة خلال السنة؛
- ضريبة وحيدة، بحيث تجمع مختلف أصناف الدخل الصافي للمكلف، وتفرض عليه ضريبة واحدة في السنة، ومن ثم تعويض جميع الضرائب النوعية؛
- الشخصية الطبيعية، حيث تفرض على الأشخاص الطبيعيين فقط، أما الأشخاص المعنويين فتطبق عليهم الضريبة على أرباح الشركات؛
- تفرض على الدخل الصافي، والذي يتم الحصول عليه بعد طرح الأعباء المحددة قانوناً من الدخل الإجمالي الخام.

ثانياً: المداخيل الخاضعة للضريبة

حسب المادة 02 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، يتكون الدخل الصافي الإجمالي من مجموع المداخيل الصافية للأصناف التالية:³

- الأرباح المهنية؛
- عائدات المستثمرات الفلاحية؛
- الإيرادات المحققة من إيجار الملكيات المبنية وغير المبنية، كما تنص عليها المادة 42 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة؛
- عائدات رؤوس الأموال المنقولة.
- المرتبات والأجور والمعاشات والريوع العمرية.
- فوائض القيمة الناتجة عن التنازل بمقابل عن العقارات المبنية أو غير المبنية المشار إليها في المادة 77.

¹ قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021، مرجع سبق ذكره.

² لطفي شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 76.

³ قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021، المرجع نفسه.

ثالثا: معدلات الضريبة على الدخل الإجمالي

تحسب الضريبة على الدخل الإجمالي وفق جدول المعدلات التصاعدي التالي:

الجدول رقم (02): معدلات الضريبة على الدخل الإجمالي

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

المصدر: المادة 104 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021.

المطلب الثالث: الضريبة الجزافية الوحيدة

تطبق الضريبة الجزافية الوحيدة على صغار التجار، وهي تعتبر من أهم الضرائب المكونة للنظام الجبائي الجزائري، وفيما يلي سنتعرف مفهومها، مجال تطبيقها ومعدلاتها.

أولا: تعريف الضريبة

عرفتها المادة 282 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة كالتالي: "تؤسس ضريبة جزافية وحيدة تغطي الضريبة على الدخل الإجمالي، الرسم على القيمة المضافة والرسم على النشاط المهني".¹

ثانيا: مجال تطبيق الضريبة:

وفقا للمادة 282 مكرر 1 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة يخضع لنظام الضريبة الجزافية الوحيدة، الشركات المدنية ذات الطابع المهني والأشخاص الطبيعيين الذين يمارسون نشاطا صناعيا وتجاريا وغير تجاري وحرفيا وكذا التعاونيات الحرفية والصناعات التقليدية التي لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي خمسة عشرة مليون دينار (15.000.000 دج)، ما عدا تلك التي اختارت نظام فرض الضريبة حسب الربح الحقيقي². يستثنى من نظام الإخضاع الضريبي الحالي:

- أنشطة الترقية العقارية وتقسيم الأراضي.
- أنشطة استيراد السلع والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالها.
- أنشطة شراء - إعادة البيع على حالها، الممارسة حسب شروط البيع بالجملة، طبقا للأحكام المنصوص عليها في المادة 224 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة.
- الأنشطة الممارسة من طرف الوكلاء المعتمدين.

¹ لطفى شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 48.

² قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021، مرجع سبق ذكره.

- الأنشطة الممارسة من طرف العيادات والمؤسسات الصحية الخاصة، وكذا مخابر التحاليل الطبية.
 - أنشطة الإطعام والفندقة المصنفة.
 - القائمون بعمليات تكرير وإعادة رسكلة المعادن النفيسة، وصانعي وتجار المصنوعات من الذهب والبلاتين.
 - الأشغال العمومية والري والبناء.
- يبقى نظام الضريبة الجزائرية الوحيدة مطبقا من أجل تحديد الضريبة المستحقة بعنوان السنة الأولى التي تم خلالها تجاوز سقف رقم الأعمال المنصوص عليه بالنسبة لهذا النظام. ويتم تحديد هذه الضريبة تبعا لهذه التجاوزات. ويظل هذا النظام قابلا للتطبيق كذلك بالنسبة للسنة الموالية

ثالثا: معدلات الضريبة

وفقا للمادة 282 مكرر 4 يحدد معدل الضريبة الجزائرية الوحيدة كما يلي:¹

- 5 % بالنسبة لأنشطة الإنتاج وبيع السلع.
 - 12 % بالنسبة للأنشطة الأخرى.
- فيما يتعلق بمعدل الضريبة الجزائرية الوحيدة المطبق على النشاط المختلط، فإن هذا الأخير يحدد تناسبيا مع رقم الأعمال الموافق لكل نشاط.

المطلب: الرابع: الرسم على القيمة المضافة والرسم على النشاط المهني

الرسم على القيمة المضافة والرسم على النشاط المهني من أهم الضرائب في الجزائر مع أنهما تحت مسمى الرسم لكن في النظام الجبائي الجزائري يعتبران كضرائب، وفيما يلي سنتطرق الى تعريف الرسم على القيمة المضافة والنشاط المهني وخصائصهما، مجال تطبيقهما ومعدلاتهما.

أولا: الرسم على القيمة المضافة

1- تعريف الرسم على القيمة المضافة وخصائصه:

قبل تعريف الرسم على القيمة المضافة لابد من تحديد مفهوم القيمة المضافة، والتي تكمن في الفرق بين قيمة الإنتاج الكلي للوحدة الإنتاجية وقيمة مستلزمات الإنتاج الوسيطة التي حصلت عليها، واستخدامها في عملياتها الإنتاجية خلال فترة محددة من الزمن.

ويعتبر الرسم على القيمة المضافة ضريبة عامة على الاستهلاك، ويعتبر من الضرائب غير المباشرة، تكون المؤسسة طالبة بتسديدها بمجرد توليد الحدث المنشئ، الذي يختلف حسب نوع العمليات المحققة، سواء تمت في الداخل، أو عند الاستيراد أو التصدير.²

مما سبق يمكن استخلاص خصائص الرسم على القيمة المضافة التالية:³

¹ قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021، مرجع سبق ذكره.

² لطفي شعباني، مرجع سبق ذكره، ص 184.

³ بوزيدة حميد، مرجع سبق ذكره، ص 86.

- ضريبة حقيقية، حيث تخص استعمال المداخيل، أي المصاريف أو الاستهلاك النهائي للسلع والخدمات.
- ضريبة غير مباشرة، أي تدفع للخزينة ليس بصفة مباشرة من المستهلك النهائي.
- ضريبة نسبية، لكونها تحسب بتطبيق معدلات نسبية على قيمة المنتج أو الخدمة.
- يمثل ضريبة عامة على المنتجات والخدمات، لأنها تمس كل المراحل التي تمر بها السلعة أو الخدمة إلى غاية وصولها إلى المستهلك النهائي.
- يعتبر ضريبة بسيطة، نظرا لقلّة المعدلات المستعملة.

2- مجال تطبيق الرسم على القيمة المضافة:

- حسب المادة الأولى من قانون الرسوم على رقم الأعمال تخضع للرسم على القيمة المضافة¹:
- أ- عمليات البيع والأعمال العقارية والخدمات من غير تلك الخاضعة للرسوم الخاصة، التي تكتسي طابعا صناعيا أو تجاريا أو حرفيا، ويتم إنجازها في الجزائر بصفة اعتيادية أو عرضية.
 - ويطبق هذا الرسم، أيا كان:
 - الوضع القانوني للأشخاص الذين تدخلوا في إنجاز الأعمال الخاضعة للضريبة أو وضعيتهم إزاء جميع الضرائب الأخرى.

- شكل أو طبيعة تدخل هؤلاء الأشخاص.
- ب- عمليات الاستيراد.

3- معدلات الرسم على القيمة المضافة:

- يحسب الرسم على القيمة المضافة وفقا للمعدلات التالية²:
- 19% المعدل العام للرسم (المادة 21 من قانون الرسوم على رقم الأعمال).
 - 09% المعدل المخفض، يخضع لهذا المعدل المنتوجات والمواد والأشغال والعمليات والخدمات المذكورة في المادة 23 من قانون الرسوم على رقم الأعمال.

ثانيا: الرسم على النشاط المهني

يصنف الرسم على النشاط المهني نظريا ضمن الضرائب المباشرة، نظرا لعدم استفادة المكلف بالضريبة من خدمات متعلقة بالتسديد، إضافة إلى تحمل عبء الضريبة من قبل المكلف بدفعه دون إمكانية نقل عبئه لشخص آخر.

1- مجال تطبيق الرسم على النشاط المهني:

بموجب المادة 217 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، يستحق الرسم على النشاط المهني بصدد رقم الأعمال الذي حققه في الجزائر المكلفون بالضريبة الذين يمارسون نشاطا تخضع أرباحه للضريبة على الدخل الإجمالي، في صنف الأرباح

¹ وزارة المالية، مديرية الضرائب، قانون الرسوم على رقم الأعمال، 2021.

² المرجع نفسه.

المهنية أو للضريبة على أرباح الشركات¹.

غير أنه تستثنى من مجال تطبيق الرسم، مداخيل الأشخاص الطبيعيين الناتجة عن استغلال الأشخاص المعنويين أو الشركات التي تخضع كذلك للرسم بموجب هذه المادة

2- معدلات الرسم على النشاط المهني:

حسب المادة 222 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة يحدد معدل الرسم على النشاط المهني كالاتي²:

- يحدد المعدل العام للرسم على النشاط المهني بـ 2%؛

- يخفض معدل الرسم إلى 1% بدون الاستفادة من التخفيضات بالنسبة لأنشطة الإنتاج؛

فيما يخص نشاطات البناء والأشغال العمومية والري، تحدد نسب الرسم بـ 2% مع تخفيض بنسبة 25%.

غير أن معدل الرسم على النشاط المهني يرفع إلى 3% فيما يخص رقم الأعمال الناتج عن نشاط نقل المحروقات بواسطة الأنابيب.

¹ قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021، مرجع سبق ذكره

² المرجع نفسه.

خلاصة الفصل:

حسب ما رأينا سابقا فإن الضريبة عبارة عن اقتطاع نقدي إجباري دفعها يكون دون مقابل مباشر وتخضع لمبادئ وقواعد تنظمها، والغرض من هذه القواعد هو التوفيق بين مصلحة الدولة ومصلحة المكلفين، كما أن الضريبة أداة في يد الدولة تستخدمها لتحقيق أهدافها وكذلك المحافظة على استقرار الاقتصاد، فالضريبة من أهم الأدوات المالية التي تستخدمها الدولة في معالجة ظاهري التضخم والانكماش الاقتصاديين.

كما أصبحت تحتل الدراسات الخاصة بالضريبة مكانة لا يستهان بها في الدراسات المالية خاصة في ظل التطور الذي يشهده العالم عموما والجزائر بصفة خاصة، وظهر مفاهيم جديدة في الحياة الاقتصادية مثل العوامة بما تعنيه من إزالة للحدود أمام انتقال السلع والخدمات، فنحن اليوم أمام ثورة في عالم الاتصالات بالإضافة إلى تطور مفهوم التجارة وبرز نوع جديد منها يدعى بالتجارة الإلكترونية، الذي يثير العديد من التساؤلات في كيفية فرض ضرائب على المعاملات التجارية من هذا النوع.

وعليه سنحاول من خلال الفصل الثاني التعرف على التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

شهد العالم خلال الفترة الأخيرة تحولا سريعا للتجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني، حيث تلعب الشبكة الدولية للمعلومات دورا رئيسيا كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها المعاصر، واتجهت العديد من المنشآت لإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت لمباشرة أعمال التجارة الإلكترونية والتحاسب عنها إلكترونيا، وسنحاول من خلال هذا الفصل عرض الإطار النظري للتجارة الإلكترونية وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث كما يلي:

- المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية؛
- المبحث الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية، أهميتها وتحدياتها؛
- المبحث الثالث: وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخراً، والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد. وسيتمحور هذا المبحث حول توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها مع التطرق لمراحل إبرام عقودها، أهميتها وتحدياتها مروراً بوسائل الدفع في التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها

تعددت تعريفات التجارة الإلكترونية بتعدد الأفكار والمفكرين، وعلى هذا الأساس ارتأينا أن نستعرض مجموعة من التعاريف العامة من جهة ومجموعة من التعاريف حسب المنظمات العالمية من جهة أخرى من أجل الوصول إلى التعريف الأمثل.

أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية

تعددت تعريفات التجارة الإلكترونية بتعدد الأفكار والمفكرين، وعلى هذا الأساس ارتأينا أن نستعرض مجموعة من التعاريف العامة من جهة ومجموعة من التعاريف حسب المنظمات العالمية من جهة أخرى.

1- تعاريف عامة للتجارة الإلكترونية:

- **التعريف الأول:** تمثل التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف، بحيث يكون التبادل إلكترونيًا بدلاً منه مادياً أو مادياً مباشراً¹.
- **التعريف الثاني:** التجارة الإلكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الإنترنت، أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب².
- **التعريف الثالث:** التجارة الإلكترونية هي مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الإنترنت، وتمثل هذه التجارة تبادلاً لمعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خدمات المعلومات المالية والقانونية... الخ، وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الإنترنت والشبكات المعلوماتية³.
- **التعريف الرابع:** التجارة الإلكترونية تتضمن استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والصفقات مع جميع الأطراف ذوي المصالح مع الشركة مثل العملاء، الموردن، المؤسسات الحكومية، المؤسسات المالية، المديرين، الموظفين والجمهور⁴.

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 209.

² فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 89.

³ Alain Charles Latrinet, Ahmed silem, **lexique de gestion**, Dalloz, Lyon, France, 2005, P 110.

⁴ فؤاد الشيخ، محمد سلمان عواد، المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2005، ص 03.

2- تعريف التجارة الإلكترونية حسب المنظمات العالمية:

- **تعريف المنظمة العالمية للتجارة "OMC":** يعرف خبراء هذه المنظمة التجارة الإلكترونية على أنّها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونياً: (الكتب، القطع الموسيقية).¹

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية:²

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه؛
- عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات؛
- عملية تسليم المشتريات.

- **تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "OCDE":** يشير التعريف إلى أن التجارة الإلكترونية "تشمل جميع أشكال المعاملات والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية على اختلاف أشكالها سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة".³

- **تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "CNUCED":** يطلق مصطلح التجارة الإلكترونية على مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والأفراد) والمعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات (النصوص، الصوت والصورة).⁴

من التعاريف السابقة يمكن القول أن التجارة الإلكترونية هي مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الأنترنت، دون عناء التنقل ولقاء الأطراف، كما تتم عملية الدفع فيها عن طريق وسائل الدفع الإلكترونية دون التنقل إلى البنك أو لقاء الطرفين.

ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية مجموعة من الخصائص نذكر منها:

- **الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:** إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأى نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الإنترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها. فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة، بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي

¹ منظمة التجارة العالمية، متاح على الرابط: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/bey4_e.htm، 11/06/2021.

² إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003، ص 12.

³ منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية على الرابط:

<https://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecdforumonelectroniccommerce.htm>، 2021/06/11، على الساعة 14:00.

⁴ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، متاح على الرابط: <https://unctad.org/press-material/e-commerce-continue-its-leading-role-economic-growth>، 2021/11/06، على الساعة 14:20.

شبكة الإنترنت عبر العالم كله. لكن ما يعيب هذه الخاصية انه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط، أي السلع غير المادية فإنه يصعب فرض الضرائب الجمركية عليها.¹

- غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية: إتمام صفقة تجارية كاملة، بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونياً يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق (في حالة السلع القابلة للترقيم). وهذا ما يدعم هدف التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع اللاورقية.

ومن هنا تظهر مشاكل في إثبات التعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والالتزامات، وإثبات صحة التوقعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية والعقود الإلكترونية والتوقعات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية.²

- عدم الكشف عن هوية المتعاملين: إن تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم، وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة أو تقديم بطاقات ائتمان مسروقة أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الأمان والموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الإنترنت.³

المطلب الثاني: مميزات التجارة الإلكترونية

إن الهدف الأساسي وراء اندفاع الأطراف المختلفة لاستغلال تقنية الإنترنت لدعم التبادل التجاري يعود للمميزات والمنافع التي تحققها التجارة الإلكترونية، وهنا نذكر مجموعة من المزايا والمنافع التي تخلفها التجارة الإلكترونية:

أولاً: المزايا بالنسبة للأفراد: من بين المزايا التي تقدمها التجارة الإلكترونية للأفراد نذكر:⁴

- توفير الوقت والجهد: إن المواقع الإلكترونية أو الأسواق الإلكترونية تفتح 7/7 أيام و24/24 ساعة، ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج وإدخال بعض معلومات البطاقة الائتمانية، ويوجد بالإضافة إلى البطاقة الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل التسديد نقدا عند الاستلام أو استخدام النقود الإلكترونية.

- حرية الاختيار: يمكن للزبون من خلال عمليات الشراء عبر التجارة الإلكترونية المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفرة عبر الإنترنت وإمكانه زيارة العديد من المواقع الاختيار الأنسب، كما تتيح بعض المواقع إمكانية تجربة بعض السلع كبرامج الكمبيوتر والألعاب وإمكانية التواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي.

- خفض الأسعار: إن التسوق عبر الإنترنت يوفر للمستهلك تجنب تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة

¹ إبراهيم العيسوي، المرجع نفسه، ص 31-34.

² خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص152.

³ إبراهيم العيسوي، مرجع سبق ذكره، ص 34.

⁴ إبراهيم مجتي، التجارة الإلكترونية - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص67-69.

بالتسوق العادي وهذا ما هو في صالح الزبون كما بإمكانه الاستفادة من عروض الخصم كبيرة تطلقها الكثير من الشركات عبر الأنترنت.

- **نبيل رضا المستخدم:** تتكفل الشركات المتواجدة عبر الأنترنت بالإجابة والرد على تساؤلات زبائنهم من خلال التخاطب الشخصي أو عبر البريد الإلكتروني توفر الأنترنت ميزة الإجابة عن استفسارات الزبائن، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم.

ثانيا: المزايا بالنسبة للمؤسسات: ومن بين المزايا التي تقدمها التجارة الإلكترونية للمؤسسات نذكر:¹

- **تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر:** إن خاصية الطابع العالمي في التجارة الإلكترونية يتيح للمؤسسات التغلغل في الأسواق العالمية مما يوسع قاعدة زبائنهم عبر العالم وبالتالي جني أرباح إضافية وهذا طيلة أيام السنة وبدون انقطاع.

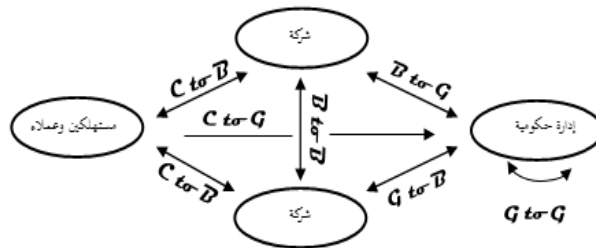
- **تخفيض مصاريف المؤسسات:** استخدام تجهيزات من أجل الترويج وجذب الزبائن في التجارة التقليدية يثقل ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية وكذا صيانة وإعداد المكاتب في حين أنه في التجارة الإلكترونية فهذه العمليات تعد أكثر اقتصادية، فوجود قاعدة بيانات على الأنترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في المؤسسة وأسماء الزبائن، مما يتيح استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة لسوف يعمل على تقليل عدد الموظفين المكلفين بعملية الجرد والإدارة.

- **تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:** توفر التجارة الإلكترونية فرص للمؤسسات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الأخرى (الموردين) فالتجارة الإلكترونية تقلص المسافات وتعتبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية

تصنف التجارة الإلكترونية وفقا لعدة معايير إلى عدة أنواع حيث يمكن تصنيفها بالاعتماد على أطراف التعامل التجاري ويمكن تصنيفها حسب درجة التقنية في مراحل العملية التجارية، ويمكن توضيح أشكالها في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): أشكال التجارة الإلكترونية



المصدر: عباس بلفاطمي، المتطلبات اللازمة لإقامة وسائل الدفع الإلكتروني على المستوى المصرفي، الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر وتقنيات، 6-7 جوان 2005، جامعة جيجل، ص 04.

¹ محمد مداحي، مداخل حول التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي والعربي، الملتقى العلمي الدولي الرابع لعصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011، ص 05.

ويمكن شرح الشكل كما يلي:

أولاً: التجارة الإلكترونية بالاعتماد على أطراف التعامل التجاري:

للتجارة الإلكترونية عدة أشكال تم وضعها وفقاً لأطراف التعامل وتتمثل هذه الأشكال في¹:

- 1- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة ومؤسسة أخرى: (B2B) ويتم هذا النمط بين مؤسسات الأعمال من خلال شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وذلك لإبرام الصفقات التجارية بتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين وتسليم الفواتير وإتمام عمليات الدفع.
- 2- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة والمستهلك: (B2C) ويطلق على هذا النمط تجارة التجزئة الإلكترونية وتتم الصفقة بطريقة مباشرة مع المستهلك، حيث تقوم المؤسسة بعرض منتجاتها على متاجر إلكترونية افتراضية، وتقوم بترويج لبضائعها وتعقد الصفقات مع المستهلكين.
- 3- التجارة الإلكترونية بين الحكومة ومؤسسة: (G2B) ويغطي هذا النمط من التجارة الإلكترونية كل المعاملات بين المؤسسات والهيئات الحكومية، ويظهر ذلك في المواقع الإلكترونية التي تنشئها الحكومة لتنفيذ المعاملات التجارية بينها وبين المؤسسات، ومن هذه المواقع مواقع الممارسات العامة والمناقصات.
- 4- التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك: (G2C) ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين الحكومة والمستهلك، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجمهور سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات أو تلبية بعض المطالب وبتكلفة.
- 5- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين: (C2C) وتقوم العلاقة هنا بين مختلف المستهلكين، حيث يبيع مستهلك لمستهلك آخر مباشرة، وذلك بوضع المستهلك إعلان في موقعه كبيع أغراض شخصية والرابط بينهم على سبيل المثال عبر استخدام موقع للمزادات كموقع "إي باي".
- 6- التجارة الإلكترونية بين المستهلك ومؤسسة: (C2B) تضم الأفراد الذين يقومون ببيع السلع والخدمات للشركات، وهذا النمط من التجارة الإلكترونية هو عكس نمط (B2C)، أي يتم بين الشركات والمستهلك، حيث أصبحت بعض البنوك تطلب خدمات من المستهلكين.
- 7- التجارة الإلكترونية غير الربحية: يعتمد هذا النمط من التجارة الإلكترونية على المنظمات غير الهادفة للربح مثل المؤسسات الدينية والاجتماعية حيث تركز على خدمة المجتمع العام أو شرائح محددة، بحيث يمكن أن تحول نشاطها عبر الشبكة، وذلك من أجل تخفيض التكاليف الإدارية أو تحسين صورة المنظمة لدى العملاء، أو كنوع مواكبة التطورات التكنولوجية.

¹ طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، ط 02، مصر، 2007، ص 10-11.

ثانيا: التجارة الإلكترونية حسب درجة التقنية في المعاملات التجارية:

تصنف التجارة الإلكترونية اعتمادا على درجة تقنية العملية، وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:¹

1- التجارة الإلكترونية البحتة: ويطلق عليها التجارة الإلكترونية المباشرة أو الكاملة، حيث تتضمن جميع المنتجات التي يتم بيعها إلكترونيا وجميع مراحل النشاط التجاري إلكترونيا، مثل شراء برمجيات من موقع إلكتروني وإتمام عملية الدفع بشكل رقمي.

2- التجارة الإلكترونية الجزئية: وهي التجارة الإلكترونية غير المباشرة، وفي هذه التجارة يتم جزء من النشاط التجاري بشكل إلكتروني، مثل أن تتم عملية الشراء والدفع إلكترونيا، في حين تتم عملية التسليم بشكل تقليدي نظرا لطبيعة المنتج.

المطلب الرابع: أدوات وشروط ممارسة التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية عدة شروط يجب توفرها لتخلق بيئة يمكن ممارستها فيها كما لها عدة أدوات، سنقوم بتوضيحها فيما يلي:

أولا: أدوات التجارة الإلكترونية:

هناك العديد من أدوات التجارة الإلكترونية نذكر منها:²

- الأدوات الخاصة بعرض السلع والخدمات مثل: الكتالوجات الإلكترونية، المراكز التجارية، الترويج عبر الإنترنت، الوسائط المتعددة وغيرها.
- الأدوات الخاصة بتبادل الأعمال مثل: البريد الإلكتروني، تبادل المستندات إلكترونيا، من خلال شبكة الاتصال أو من خلال شبكة الإنترنت والتعاقدات الإلكترونية.
- الأدوات الخاصة بتسليم السلع مثل: الباركود للترقيم، التبادل الإلكتروني لبيانات الشحن والجمارك، الأقمار الصناعية، وذلك لمتابعة خط سير الشحنات وتأمين وصولها.
- الأدوات الخاصة بخدمة قبل وبعد البيع مثل: كتيبات الصيانة الإلكترونية، التبادل الإلكتروني لطلبات قطع الغيار، التبادل الإلكتروني للتأمين.
- الأدوات الخاصة بنظم الدفع مثل: التحويلات الإلكترونية للأموال، تحويلات النقود الإلكترونية، المحافظ الإلكترونية، البطاقات الذكية.

¹ شهرزاد عبيدي، معايير تقييم جودة مواقع التجارة الإلكترونية - دراسة استطلاعية لبعض مواقع التجارة الإلكترونية المؤسسات الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة) في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009، ص 14.

² حسين شنيبي، التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي - واقع وتحديات، أطروحة دكتوراه تخصص إدارة أعمال، جامعة ورقلة، 2011، ص 197

ثانيا: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية:

هناك عدة شروط ضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية، بحيث لا يمكن ممارسة أي نشاط تجاري إلكتروني إلا بتوفرها، تتمثل هذه الشروط في:

- **البنية التحتية الإلكترونية:** وتشمل البنية التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية، ومن أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، وتشمل شبكة الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات تكون في غاية السرعة والكفاءة، إضافة إلى توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات، فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الإلكترونية، التي تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتهيئة البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية.¹

- وكذلك يجب توفر كفاءة أداء النظام المالي والمصرفي وقدرته على دعم عمليات التجارة الإلكترونية والتوسع في نظم الدفع الإلكتروني لتسيير إبرام معاملات مالية مأمونة على الشبكة.²

- **التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية:** يعتبر توفير الأنظمة والتشريعات ضرورة لدعم البيئة الملائمة للتجارة الإلكترونية، سواء بإدخال تعديلات على التشريعات القائمة بما يجعلها أكثر استجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية، أو إصدار تشريع متخصص لتنظيم مختلف جوانب هذه التجارة، ابتداء من إنشاء المواقع على شبكة الاتصال الإلكترونية وتسجيل عناوينها ونظم التعاقد الإلكتروني وإثباته، وإجراءات تأمينها، حتى نظم سداد المدفوعات و ضمانات تنفيذ التعاقدات وحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية والمعاملة الضريبية والجمركية للمعاملات الإلكترونية.³

- **توفر الكوادر البشرية:** تشمل الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت، حيث تتطلب التجارة الإلكترونية الاستعداد الإلكتروني أي المجتمع القادر وتكون لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر الإنترنت ويكون الاستعداد الإلكتروني في أي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية، وتوسيع دائرة الغرض لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمع ذا معرفة وثقافة تكنولوجية.⁴

¹ محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، مدخل إلى التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي، ط 01، الأردن، 2009، ص85.

² عادل رجب الزنداح، أسامة إبراهيم الأزرق، أثر التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 2011، ص14.

³ المرجع نفسه، ص 15 .

⁴ محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، المرجع نفسه، ص 86.

المبحث الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية، أهميتها وتحدياتها

تسير التجارة الإلكترونية وفق آليات وضوابط مثلها مثل التجارة التقليدية لتحقيق تبادل تجاري مضمون الحقوق لكل من البائع والمشتري، كما تواجه عدة تحديات تقف عائقا أمام توسعها وتطورها، وفي هذا المبحث سنتطرق لمراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية وأهميتها وأهم التحديات التي تواجهها.

المطلب الأول: مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية

إن عقود التجارة الإلكترونية عبارة عن عقد يخص السلع والخدمات يتم بين طرفين عن بعد بدون الحضور الشخصي للأطراف، أي يتم تكوين العقد وتنفيذه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، ولتتم هذه العقود يجب أن تمر بعدة مراحل نذكرها فيما يلي:¹

1-مرحلة العرض:

في العقود الإلكترونية يتم العرض عبر مواقع الويب، حيث يقوم البائع أو المنتج ببناء موقع على شبكة الإنترنت لعرض السلع والخدمات التي يوفرها أو ينتجها، وخلال هذه المرحلة يتمكن المستهلك من التعرف جيدا على السلعة المطلوبة من خلال المعلومات المقدمة من صاحب الموقع، ويجب أن يكون هذا العرض دقيقا وشاملا أي يجب توضيح هوية البائع أو المنتج وكل المعلومات المتعلقة به والمواصفات الداخلية والخارجية للسلعة أو المنتج بالصورة، سعر البضاعة، مدة صلاحية العرض، وسائل الدفع والمصاريف المرتبطة بالبضاعة مثل مصاريف التوصيل والرسوم.

2- مرحلة الطلب والدفع:

القبول والتعبير عن إرادة ورغبة بإبرام العقد، بمعنى يوافق المشتري على قبول العرض بجميع شروطه المبينة مقابل دفع قيمة العرض، فإذا توصل الطرفان الى اتفاق يكون قد التقى العرض بالقبول وتطابقا تماما وانعقد العقد، ويمكن التعبير عن القبول بملاً استمارة إلكترونية على الموقع أو تحرير رسالة إلكترونية وإرسالها عبر البريد الإلكتروني.

3-مرحلة التنفيذ أو التسليم:

في هذه المرحلة يقوم العارض بتوفير السلعة وإعدادها وتجهيزها لتسليمها بالشكل والطريقة المتفق عليها مع طالبها، حيث تقوم هذه المرحلة على تسليم السلعة وهنا التسليم تحكمه الشروط المتفق عليها من جهة، وما تمليه طبيعة السلعة من جهة أخرى، وذلك لأنه يمكن أن تكون سلعة مادية ويستلزم تسليمها بشكل مباشر أو تكون سلعة يمكن تحويلها الى ملفات وأرقام بحيث يستطيع المشتري تنزيلها عن طريق الوسائل الإلكترونية مثل برامج الحاسوب أو الهاتف، المقطوعات الموسيقية...إلخ، ويقابل تسليم البائع للسلعة قيام المشتري بتنفيذ الأمر بالدفع، وتحديث تسوية قيمة المعاملة بالدفع عن طريق بطاقات الائتمان أو الإلكترونية، أو الدفع اليدوي عند التسليم نقدا أو بشيك.²

¹ سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير (غير منشورة) في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2011، ص67.

² السيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعمولة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص34.

المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية

توفر التجارة الإلكترونية إيجابيات وتسهيلات عديدة للمعاملات التجارية تتيح للمستهلكين الذين يفضلون الاعتماد عليها في التسوق مزايا كثيرة، كما تمكن الشركات التي تبناها كأداة تسويقية من تحقيق عوائد إضافية وزيادة في حجم مبيعاتها، وفيما يلي نوضح أهميتها:

أولاً: أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات:

- الدخول الى الأسواق العالمية وتحقيق عائد اعلى من الأنشطة التقليدية: حيث ألغت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية العالمية، وهي بهذا تحقق ما تهدف إليه الاتفاقيات التجارية الدولية ولكن دون أي مجهود يذكر لأن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف¹.
- توفير كبير في التكاليف: من خلال استبدال المحلات والمكاتب المادية ببناء مواقع الكترونية على الإنترنت، وتشمل هذه التكاليف نفقات الصيانة والتجهيز والديكور وأجور عدد كبير من العمال.²
- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء: حيث تطوي التجارة الإلكترونية المسافات وتعتبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء والزبائن، وتوفر التجارة الإلكترونية فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى فيما يدعى التجارة الإلكترونية من الشركات الى الشركات (B2B).³
- تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر: يتحقق ذلك من خلال اعتماد المؤسسات على الإنترنت في التسويق ويتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أسواق العالم بدون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة، مما يوفر لها فرصة أكبر لجني الأرباح.⁴

ثانياً: أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك:

- تكتسي التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك على أهمية بالغة، مكن حصرها فيما يلي:⁵
- توفير الوقت والجهد حيث تكون الأسواق مفتوحة بشكل دائم، ولا يتطلب الأمر سوى النقر على الفأرة وتعبئة المعلومات.
- زيادة خيارات المستهلك للشراء والمقارنة بين نفس المنتج أو الخدمة لشركات متعددة ومتباعدة جغرافياً.
- تبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات عبر المجتمعات الإلكترونية على الإنترنت كالمنتديات مثلاً أو عن طريق تقييم المنتجات.
- سرعة وسهولة الحصول على السلعة في حالة بعض السلع الرقمية مثل المقطوعات الموسيقية أو الكتب الإلكترونية.

¹ عماد علي السويح، التجارة الإلكترونية تجارة بلا حدود، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2011، ص 32.

² المرجع نفسه، ص 33.

³ سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 116.

⁴ المرجع نفسه، ص 116.

⁵ عماد علي السويح، مرجع سبق ذكره، ص 33.

- إمكانية الحصول على المعلومات الكاملة عن المنتجات دون أي ضغوط من الباعة وفي وقت أسرع .
- الحصول على أسعار منافسة وذلك لانخفاض تكلفة التسويق بالنسبة للبائع.
- تسمح للمستهلك أن يمتلك منتجات غير متوفرة في بلده الأصلي.
- التجارة الإلكترونية تسمح لبعض المنتجات أن تباع بأسعار زهيدة وبذلك يستطيع الأفراد ذوي الدخل الضعيف من اقتناء هذه المنتجات.

المطلب الثالث: تحديات التجارة الإلكترونية

تتيح التجارة الإلكترونية العديد من المزايا للتبادل التجاري ومن الطبيعي أن تكون لهذا النوع من التجارة بعض المخاطر والتحديات، والتي يمكن تحديدها كالاتي:

أولاً: الخصوصية:

بسبب الكميات الهائلة من المعلومات التي يمكن تجميعها عبر الإنترنت، وبسبب الطبيعة العامة لها، فإن المواطن الفرد وجمعيات حماية المستهلك والحكومات في جميع أنحاء العالم، أظهرت اهتماما بارزا بقضية خصوصية الأفراد ومستخدمي الإنترنت، وفي الوقت الحالي، فإن أهم القضايا الجدلية في هذا المجال هي تطويع أنشطة الاتجار عبر الإنترنت لمتابعة فاعلية أنشطة الإعلان والبحث عن الأسواق المستهدفة، ومشاركة المنشآت الأخرى المعلومات حول الأفراد، إضافة إلى ما يسمى بحقوق الأطفال والمراهقين. إلا أن القضية التي تثير الاهتمام في الوقت الحالي وتتعلق بالخصوصية هي ما يسمى بإفصاح Double click والذي من خلاله يتم الإعلان عن الأسماء والعادات الشرائية والعناوين وبعض البيانات الديموغرافية الأخرى الخاصة بمستخدمي الإنترنت، والذي قامت بتصميمه إحدى مؤسسات التسويق المباشر، وتشجع الحكومات في الدول المتقدمة منشآت الأعمال على تنمية سياسات وإجراءات إيجابية في مجال حماية الخصوصية، إلا أن هذه الجهود لم تسفر عن مساهمات قيمة حتى الآن، مما قد يستدعي التدخل التشريعي مستقبلا، وفي أوروبا تم إصدار ما يسمى بتوجيه حماية البيانات والذي يحول دون تبادل المعلومات الشخصية مع الدول أو المنشآت التي لا تتقيد بإجراءات لحماية المعلومات الشخصية، وهي كثيرة حول العالم. ففي دراسة حديثة للمنشآت التي تستخدم الإنترنت في عملياتها البيعية وجد أن 90 ٪ من عينة الدراسة تقوم بتجميع معلومات شخصية عن عملائها، إلا أن 10 ٪ فقط منها تتبع إجراءات أو ممارسات صارمة لحماية المعلومات التي تتمكن من الحصول عليها¹، كما تم تطوير بعض الحلول لحماية خصوصية المستهلك المستخدم للنقود الرقمية، أحد هذه الحلول لمنع البنك من التعرف على هوية الشخص القائم بالشراء هو ما يسمى بالتوقيع الأعمى Blind Signature حيث يوقع البنك على النقود الرقمية دون معرفة الرقم المرجعي (من خلال هذا الرقم يستطيع البنك أن يعرف لمن تم إصدار هذه النقود ومن حصل عليها بعد ذلك)².

¹ ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، التسويق المعاصر، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص 459-460.

² مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 338 .

ثانياً: الضرائب:

يعتبر موضوع فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية من بين المواضيع التي ما زال النقاش قائماً بشأنها حتى الآن بسبب عدم إمكانية تطبيق القواعد السارية حالياً على التجارة التقليدية وكذا صعوبة تحديد المفاهيم الجديدة المتعلقة بهذه التجارة فعلى الرغم من تطور حجم المعاملات التجارية الإلكترونية إلا أنه لا يزال هناك قصور في المفردات المتعلقة بها وما يترتب عنها من إجراءات قانونية. والواقع أن النقاشات حول إخضاع التعاملات الإلكترونية للضرائب تدور حول ثلاث اتجاهات رئيسية سنتطرق لها بإيجاز فيما يلي¹:

- تتجه بعض الآراء إلى ضرورة فرض ضريبة على مبيعات التجارة الإلكترونية لعدة اعتبارات أهمها:²
- إن عدم فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية يشجع على اللامعاقلة الاجتماعية خاصة في الدول النامية، نظراً لأن أغلب المتعاملين بالأساليب الحديثة في التجارة هم من ذوي الدخل المرتفعة، وهم أقل حاجة إلى الإعفاء الضريبي.
- إن ما يزيد عن 30% من عائدات الضرائب التي تمول الإنفاق العام يأتي في شكل ضريبة؛ مبيعات وهو ما سوف يهدد في المستقبل العوائد الضريبية للحكومة.
- إن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في وقت مبكر سيؤدي بالمسؤولين عنها إلى اكتساب الخبرة ومعرفة الصعوبات والعراقيل التي قد تقف أمام جبايتها بشكل جيد من أجل دراستها وإيجاد الحلول لها.
- بينما تتجه بعض الآراء الأخرى إلى إعفاء صفقات التجارة الإلكترونية من الضرائب مستنديين في ذلك على ما يلي:
- إن تطبيقات التجارة الإلكترونية ما زالت في بداياتها حيث لم تبلغ بعد نسبة الانتشار التي تجعل منها أمراً عادياً، لذلك فإن فرض ضريبة عليها سيعرقل نموها ويحد من الإقبال عليها.
- إن الجزء الأكبر من التجارة الإلكترونية يتركز بين منشآت الأعمال (B2B) معظمها تحت مظلة الإعفاء من ضريبة المبيعات لأن منتجاتها تتضمن مشتريات بغرض إعادة البيع أو التصنيع أو لكونها منشآت خدمية لا تستهدف الربح.
- إن عدم فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية سيمنح المختصين الوقت لدراسة كل ما يتعلق بها وتفادي التسرع والوقوع في الأخطاء عند تطبيقها.
- تشجيع انتشار التكنولوجيا الحديثة للاتصالات والمعلومات إذ تعد البنية الأساسية التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية في تعاملاتها.
- تفادي الوقوع في إشكالية الازدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية.

¹ ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، مرجع سبق ذكره، ص 464.

² دادن عبد الوهاب، الحماية الافتراضية والتجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، المجلد 3، العدد 3، 2004، ص

ثالثا: التوقيع الإلكتروني:

يأتي التوقيع الإلكتروني في طليعة المشكلات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية، لأن هذا التوقيع لا تتوفر له الضمانات اللازمة للتحقق من صحته وعدم تزويره، وقواعد الإثبات المقررة في القوانين الوضعية السائدة الآن تعتمد على التوقيع المكتوب أو التوقيع ببصمة الإصبع، وعند إنكار التوقيع أو الطعن فيه بالتزوير يجري التحقق من صحته بالأساليب العلمية المعتمدة لدى أقسام التزييف والتزوير ببيئات الطب الشرعي، ولا يمكن أن يخضع التوقيع الإلكتروني لهذه الأساليب، وفي ضوء قواعد الإثبات السارية الآن وإلى أن يوضع تشريع متكامل للتجارة الإلكترونية لا يعتد بالتوقيع الإلكتروني إلا إذا اتفق الأطراف المتعاملون على ذلك. أما التوقيع من خلال الشبكات المقترحة لشبكة الإنترنت، فإن "التشفير" هو أحد أساليب التقنية الإلكترونية وذلك عن طريق استخدام رموز خاصة تعرف بالمفاتيح، كالمفتاح المتماثل لفك رموز الشفرة والمفتاح غير المتماثل وينقسم إلى جزء خاص يكون تحت سيطرة المرسل إليه وجزء عام يرسل إلى كل ذي شأن ليتوصل إلى فك الرسالة ويصعب التوصل إلى المفتاح الخاص عن طريق المفتاح العام.¹

رابعا: الأمن:

حيث تشير أكثر من 80% من المنشآت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن الأمن هو العقبة الرئيسية أمام توسع التجارة الإلكترونية مع عملائها وشركائها، وبعد أن أدت هجمات قرصنة الإنترنت في فيفري سنة 2000 إلى شل عدة مواقع شهيرة على الشبكة العالمية، تبين من المسوحات التي أجريت أن 65% يعترضون إبداء مزيد من الحرص عند التعامل تجاريا عن طريق الإنترنت نتيجة للهجمات، وأن 70% لم يكونوا مرتاحين لإعطاء بيانات بطاقاتهم الائتمانية عبر الإنترنت، ويعني الأمن ضمنا أن المستهلكين ومنشآت الأعمال يمكنهم أن يكونوا مطمئنين إلى ما يلي²:

- أن الاتصالات والبيانات محصنة ضد الدخول إليها وتعديلها دون إذن.
- أن البائعين والمشتريين هم من يعلنون عن أنفسهم.
- أن كلا من آليات المعاملات الفردية والشبكة بكاملها آمنة.

خامسا: الملكية الفكرية:

إن المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية هي محل اهتمام كبير من المنشآت، فهي أكثر وعيا بضرورة امتلاك القدرة على حماية العلامة التجارية والمعلومات التجارية المحتفظ بها في قواعد المعطيات، فالمنشآت لها حساسية أكبر للعلاقة الموجودة بين حماية الملكية الفكرية وإجراءات التجديد والابتكار والاختراع، فالتشريعات الحالية بينت أنه لحماية حقوق الملكية الفكرية يجب تسجيل هذه الأفكار وكتابتها على حوامل فيزيائية: مطبوعات، أشرطة سمعية، أشرطة فيديو... الخ، والتحدي الأكبر الذي يجب أن تواجهه الحكومات الآن هو إعادة صياغة هذه التشريعات لأجل أن تأخذ في عين الاعتبار خدمات المعلومات الإلكترونية، ففي الوقت الحالي موضوع تشريعات حقوق الملكية الفكرية يحتوي على عنصر حقوق الطبع بالنسبة للحقوق المكتوبة، وعنصر براءات الاختراع بالنسبة للمواصفات والتطورات التكنولوجية، فتوسع الشبكات التجارية طرح

¹ محرم الحداد وآخرون، نحو إستراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر، معهد التخطيط القومي، مصر، 2002، ص 196.

² كاثرين ل. مان وآخرون، التجارة الإلكترونية العالمية، مركز الأهرام، القاهرة، مصر، 2003، ص 106-107.

مسألة الوسائل التي يمكن بواسطتها احترام نظام حقوق الملكية الفكرية، التي هي في الحقيقة مصدر تحديات جديدة، فالمعلومات الموزعة عن طريق خطوط إلكترونية يمكن نسخها بسهولة وإعادة توزيعها بطريقة حرة وغير مكشوف.¹

المطلب الرابع: أمن معاملات التجارة الإلكترونية

بحكم أن التجارة الإلكترونية تتم باستخدام أجهزة الإعلام والاتصال قد تتعرض لعمليات قرصنة أو هجمات إلكترونية بهدف سرقة الأموال أو معلومات أطراف المعاملات الإلكترونية، وفيما يلي سنتعرف على مفهوم أمن التجارة الإلكترونية، أهم التهديدات الأمنية في التجارة الإلكترونية ومتطلبات تحقيق أمن التجارة الإلكترونية.

أولاً: تعريف أمن التجارة الإلكترونية:

يعرف الأمن على التجارة الإلكترونية بأنه مجموعة من الإجراءات والتدابير الوقائية المستخدمة للمحافظة على المعلومات من السرقة والتلاعب أثناء إجراء التبادلات التجارية الإلكترونية.²

ثانياً: التهديدات الأمنية في التجارة الإلكترونية:

يمكن تلخيص أهم التهديدات الأمنية في التجارة الإلكترونية فيما يلي:³

- **التقاط حزم البيانات:** حيث أن مراقبة حزم البيانات على الشبكة بفحصها الواضح وبدون تشفير، مما يتيح إمكانية التقاط ما يراد منها.
- **تعديل البيانات:** حيث في هذه الحالة تتم سرقة حزم البيانات من الشبكة ثم تعديلها وإعادة إرسالها إلى المستقبل.
- **انتحال الشخصية:** ويتم ذلك من خلال التقاط حزم البيانات على الشبكة وتعديلها، واستخدام عناوين بريد إلكتروني مزيفة، أي انتحال هوية المرسل لخداع المستقبل.
- **رجل في الوسط:** وهي تعتبر من أشهر الهجمات في الشبكات بحيث يكون هناك طرف ثالث يعمل على سرقة البيانات المرسلة بين الأطراف والعمل على تعديلها وحتى العمل على عدم وصولها بين هؤلاء الأطراف.
- **سرقة مفتاح التشفير:** حيث تتم سرقة المفتاح المستخدم للتشفير أو التعرف عليه عن طريق كسر التشفير إذا لم يكن بالقوة المطلوبة.
- **تزوير أو سرقة بطاقات الاعتماد:** وذلك من خلال وصول القرصنة إلى ملفات بطاقات الاعتماد ومعلومات الزبائن المخزنة على خوادم البائع، ليجري فيما بعد استخدام هذه المعلومات المسروقة لإنشاء بطاقات اعتماد مطابقة لبطاقات الزبائن بمعلومات وهمية.
- **تزييف المواقع:** وذلك من خلال بناء مواقع مماثلة للمواقع الأصلية من حيث المحتوى، الألوان وحتى من حيث الخدمات المقدمة.

¹ إبراهيم بخي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

² ربحي مصطفى عليان، البيئة الإلكترونية، دار الصفاء للنشر، ط2، عمان، 2015، ص 124.

³ نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2005، ص 120.

ثالثا: متطلبات أمن التجارة الإلكترونية

لتجاوز اهم التهديدات الأمنية التي تتعرض لها التجارة الإلكترونية لا بد من توافر جملة من المتطلبات والتي يمكن تلخيصها فيما يلي¹:

- 1- **التكاملية وسلامة المحتوى:** وهي القدرة على ضمان أن المعلومات المرسله والمستقبلة عبر شبكة الإنترنت وعلى الموقع الإلكتروني غير قابلة للتعديل أو التبديل من أي شخص غير مخول له القيام بهذه العملية.
- 2- **استمرارية توفر المعلومات والخدمة على موقع الإنترنت:** وهي التأكد من أن موقع التجارة الإلكترونية يستمر في العمل الذي خطط له، ويحقق الهدف الذي أنشأ من أجله، وذلك من خلال استمرارية القدرة على التفاعل ضمنه، ومن خلال المعلومات والخدمات التي يوفرها، كما أن مستخدم المعلومات لن يتعرض الى منع استخدام الموقع أو الدخول الى المعلومات التي يتضمنها.
- 3- **عدم إنكار التصرف المرتبط بالمعلومات:** وهي ضمان عدم إنكار المشاركين في أعمال التجارة الإلكترونية الأفعال التي قاموا بها على الخط، كطلب شراء قام به العميل على الموقع، أو إنكار الموقع انه تعاقد فعلا مع هذا العميل.
- 4- **السرية:** وهي القدرة على ضمان أن المعلومات لا تكتشف ولا يطلع عليها سوى الأشخاص المخولين بذلك.
- 5- **الموثوقية:** وهي القدرة على إثبات هوية الشخص أو الكيان الذي يتم التعامل معه على موقع المؤسسة على الإنترنت.
- 6- **الخصوصية:** وهي قدرة المستخدم على التحكم في المعلومات التي يقدمها للبائع.

¹ ليتيم فتيحة، ليتيم نادية، الأمن المعلوماتي للحكومة الإلكترونية وإرهاب القرصنة، مجلة الفكر، العدد12، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015، ص126.

المبحث الثالث: وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية

أبرز شيء تقدمه التجارة الإلكترونية لمختلف مستعمليها هو إتاحة وسائل الدفع الإلكترونية من خلال نظام الدفع الإلكتروني الذي يشير عموماً إلى الشبكات الاتصالات بمختلف أنواعها التي تضمن تبادل مختلف وسائل الدفع الإلكترونية لأداء مختلف الصفقات والعمليات التجارية، وسنحاول فيما يأتي التركيز على بطاقة وسائل الدفع الإلكترونية وأنواعها.

المطلب الأول: تعريف وخصائص وسائل الدفع الإلكترونية

يتم الدفع في معاملات التجارة الإلكترونية عن طريق وسائل دفع خاصة تسمى وسائل الدفع الإلكتروني وفيما يلي سنتطرق إلى تعريفها وأهم خصائصها.

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

من أجل تسوية المعاملات المالية الإلكترونية تستخدم وسائل للدفع تختلف عن الوسائل التقليدية تتميز بطابع إلكتروني، ويمكن تعريفها كما يلي:

- وسائل الدفع الإلكتروني هي: عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هي: أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم عملياتها عن طريق التسديد الإلكتروني ولا وجود للحالات ولا للقطع النقدية¹.

- ويقصد أيضاً بوسائل الدفع الإلكتروني بأنها: عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات².

- وتعرف أيضاً وسائل الدفع الإلكترونية على أنها "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر شبكات الاتصالات"³.

من خلال التعريف السابقة يمكننا تعريف وسائل الدفع الإلكترونية بأنها الوسيلة المستعملة في عملية الدفع في المعاملات التي تتم عن طريق شبكة الإنترنت وتحويل الأموال دون التنقل إلى البنك، وذلك بإرسال البيانات باستخدام أجهزة الكمبيوتر.

ثانياً: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية:

لوسائل الدفع الإلكتروني عدة خصائص ومن أهمها نذكر ما يلي⁴:

- الطبيعة الدولية في الدفع الإلكتروني.
- إمكانية استخدام النقود الإلكترونية.

¹ عبد الرحيم وهبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير (غير منشورة) في علوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 03.

² المرجع نفسه، ص 03.

³ حجازي بيومي عبد الفتاح، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، ط 01، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 02.

⁴ لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الواحد والعشرون مع الإشارة للتجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية، قسنطينة، الجزائر، 2009/2008، ص 21.

- البعد في تسوية المعاملات الإلكترونية.

- أساليب الدفع المتنوعة.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

تعد التغيرات العالمية التي شهدتها عصرنا الحالي وتطور أساليب التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في كافة مجالات حياتنا، سبب لاتساع نطاق التجارة الإلكترونية، حيث تم استحداث وسائلها وتطورت النقود وظهرت بشكل جديد من أسباب إتمام المعاملات التجارية الإلكترونية، ومن هنا يمكننا تقسيم وسائل الدفع الإلكتروني خمسة أقسام وهي كالآتي: النقود الإلكترونية، البطاقات الإلكترونية، المحافظ الإلكترونية، شبكات الإلكترونية، البطاقات الذكية.

1- النقود الإلكترونية: تعرف النقود الإلكترونية على أنها مجموعة من البروتوكولات والتوقعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، حيث أن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.¹

2- البطاقات الإلكترونية: وتتضمن:

أ- بطاقات الدفع: في هذا النوع من البطاقات الإلكترونية يكون للمشتري أو صاحب البطاقة رصيد فعلي بالحساب الخاص بالبطاقة في البنك، وعند القيام بعملية الشراء تنتقل قيمة المشتريات من حساب المشتري إلى حساب البائع في خلال يوم أو اثنين ويستخدم البعض هذه البطاقات في سحب نقود من حسابهم.²

ب- بطاقة الصرف: تتيح هذه البطاقة لحاملها الشراء على الحساب في الحال على أن يتم التسديد لاحقا، فعلى حاملها أن يسدد قيمة مشترياته مباشرة بمجرد إرسال الفاتورة له، ولا يتحمل جراء ذلك أي فوائد في الفترة ما بين السداد أو الشراء ولا تتجاوز فترة الائتمان فيها الشهر.³

ج- بطاقة الائتمان: نشأت هذه البطاقة في الولاية المتحدة الأمريكية سنة 1914 على يد شركات البترول وكان هذا أول ظهور لها، بحيث أصدرتها هذه الشركات لعملائها لشراء ما يحتاجونه من منافذ التوزيع التابعة لها، وتسوية الحسابات في نهاية كل مدة محددة، ثم تطورت هذه البطاقة واستخدمتها المحلات التجارية والفنادق، وبعدها ظهرت في أواخر الستينات من خلال بطاقتين شهيرتين فيزا (VISA) وماستركارد (Master card) وتعرف على أنها بطاقة تتيح لحاملها الحصول على الائتمان (قرض).⁴

وتعرف أيضا بطاقة الائتمان على أنها بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما بنك أو شركة استثمار يذكر فيها اسم العميل الصادرة لصالحه، ورقم حسابه حيث يملك الحاصل تقديم تلك البطاقة

¹ منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005، ص 47.

² فريد النجار وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 117 .

³ وهيبه عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 44 .

⁴ نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكترونية (الأفاق والتحديات)، الملتقى الدولي حول: التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، أيام 15-16-17 مارس 2004، ص 03.

للتاجر لتسديد ثمن مشترياته، حيث يقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من الحامل¹.

3- الشيكات الإلكترونية: يعرف على أنه أمر بدفع مبلغ معين من الساحب إلى المسحوب عليه لفائدة طرف ثالث هو المستفيد بطريقة إلكترونية، فبعد أن يقوم المشتري بتحرير الشيك الإلكتروني ويقوم بتوقيعه توقيعاً إلكترونياً مشفر يرسله بالبريد الإلكتروني إلى البائع هذا الأخير يقوم بالتوقيع عليه كذلك كمستفيد ويرسله إلى جهة التخليص ويحتوي الشيك على رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع والتظهير الإلكتروني لشيك المستفيد².

4- المحافظ الإلكترونية: هو برنامج يمكن للمستخدم أن يحملة على جهازه ويستخدم في تخزين البيانات والمعلومات الخاصة بالبطاقات التي يملكها ويستخدمها في الشراء عبر الويب وكذلك المعلومات الشخصية، حيث إن مكونات البرمجيات التي يستخدمها المستهلك لجعل مشترياته إلكترونية يشار إليها باسم واليت الإلكتروني الذي يسمح للعميل بتخزين معلوماته على القرص الخاص به ويحذف الحاجة إلى التحديث المستمر للمعلومات مثل اسم العميل، الشاحن، عنوان الدفع، ومعلومات المدفوعات والمحفظة الإلكترونية تدعم عدة أنواع من البطاقات الائتمانية والنقد الرقمي والشبكات الرقمية والورقية وأوامر الشراء³.

5- البطاقات الذكية: هي عبارة عن بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية، وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الكمبيوترات، ولا تتطلب تفويض أو تأكيد لصلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع، ومعالجات الموجودة في البطاقة الذكية تستطيع تتأكد من سلامة كل معاملة من الخداع، فعندما يقدم صاحب البطاقة بطاقته إلى البائع، فإن المعالج الدقيق الموجود في مسجل النقد الإلكتروني للبائع يتأكد من جودة البطاقة الذكية من خلال قراءة التوقيع الرقمي المخزن في معالج البطاقة⁴.

6- الأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسديد:

أ- الهاتف المصرفي الخليوي: يشهد عالم الاقتصاد الافتراضي تطورات سريعة، فبعد انتشار الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية ثمة توجه متسارع نحو الأعمال الإلكترونية اللاسلكية Wireless e-business وفي نطاقها برزت العديد من المفاهيم كالبنوك الخليوية mobile Banking وتقوم هاته البنوك على تقديم الخدمات المصرفية للعملاء في أي وقت وفي أي مكان وهذا تجنبا لطواير الانتظار. وتشمل الخدمات المصرفية المزودة عبر الهواتف الخليوية الخدمات المعلوماتية والاستفسار عن الأرصدة وأي معلومات يطلبها العميل والاطلاع على عرض البنوك ومعرفة أسعار الصرف الفورية ومعدلات

¹ جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 25.

² عباس بالفاطمي، المتطلبات اللازمة لإقامة وسائل الدفع الإلكتروني على مستوى القطاع المصرفي، الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر وتقنيات، يومي: 6-7 جوان 2005، جامعة جيجل، ص 06.

³ سراج الدين محمد، التجارة الإلكترونية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط 01، مصر، 2009، ص 91.

⁴ أسامة عبد المنعم، دمثيان المجالي، مرجع سبق ذكره، ص 215.

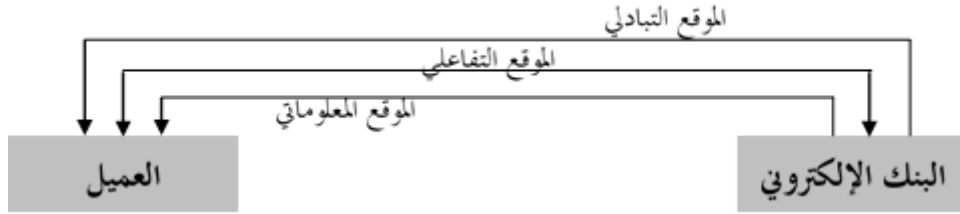
- الفائدة والقيام بعمليات التغطية والمضاربة في أسواق الصرف الآجلة والاستعلام بشأن القروض وتمويل الاستثمارات.¹
- ويتيح استخدام الأجهزة الخلوية في مجال الخدمات المصرفية مزايا وفرص عديدة أبرزها:
- فعالية إدارة الوقت وتحديدًا في نقل المعطيات للزبائن في كل وقت ودون الوقوع في منزلقات التأخير.
 - تحقيق شخصية الخدمات والاهتمام بشخص العميل، إذ تتيح الهواتف الخلوية ربطًا مباشرًا بين الخدمة وبين متلقيها وهو ما يتيح شعورًا مميزًا لدى العميل بأنه محط اهتمام.
 - الإنتاجية وفعالية الأداء حيث يمكن الاعتماد على الوسائط الخلوية في تجاوز معيقات الإنتاج والأداء في أوقات الضغط وأوقات التواجد خارج بيئة العمل.
 - خفض التكلفة الإدارية وهذا يعتمد على نطاق التطبيق ومدى فعالية الاستفادة من التقنيات الحديثة.
 - توفير قاعدة بيانات خلفية خادمة للأعمال في كل وقت وفي كل مكان.
 - سهولة الاستخدام قياسًا بالأجهزة التقنية الأخرى.
 - إلغاء فكرة الموقع مما يتيح تقديم خدمات في أسواق مفتوحة.
- ب- الإنترنت المصرفي:** لقد أدى انتشار الإنترنت بروز ما يسمى بالبنوك الإلكترونية أو بنوك الإنترنت أو البنوك المنزلية وجميعها تعني قدرة قيام العملاء على إنجاز أعمالهم من خلال المواقع الإلكترونية فالبنوك بدأت تفكر في إنشاء مقرات لها عبر الويب بدلًا من إنشاء مباني،² ويوفر البنك على الإنترنت الخدمات التالية:
- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية.
 - إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصارف.
 - تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً.
 - كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء.
 - طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.
- وقد قامت بنوك كثيرة في العالم بعرض خدماتها على الإنترنت مثل النمسا، كوريا، إسبانيا، البلاد الإسكندنافية، سنغافورة، سويسرا إلا أن استعمال تلك الخدمات اقتصر بشكل كبير على البلدان الإسكندنافية، ويتم تحقيق خدمات الإنترنت المصرفي عبر ثلاث مستويات متتابعة:
- **المستوى الأول: الموقع المعلوماتي:** وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية وأغلب مواقع البنوك على الإنترنت هي مواقع تعريفية معلوماتية.
 - **المستوى الثاني: الموقع التفاعلي أو الاتصالي:** بحيث يسمح الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط.

¹ عباس بلفاطمي، مرجع سبق ذكره، ص 07.

² المرجع نفسه، ص 08.

- **المستوى الثالث، الموقع التبادلي:** وهذا هو المستوى الذي يمكن القول إن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية والمخطط الموالي يوضح تلك المستويات:

الشكل رقم (02): مستويات تحقيق الإنترنت المصرفي



المصدر: عباس بلفاطمي، مرجع سبق ذكره، ص 09.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية

لوسائل الدفع الإلكترونية عدة مزايا تجعلنا نفضلها عن وسائل الدفع التقليدية كما لها الكثير من العيوب نوردتها فيما يلي:

يلي:

أولاً: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية:

1- مزايا النقود الإلكترونية: ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- **بسيطة سهلة الاستخدام:** حيث تسهل النقود الإلكترونية التعاملات، بحيث يستطيع المشتري سداد قيمة مشترياته بمجرد الأمر على حسابه الآلي، كما تتيح النقود الإلكترونية فرصة التعامل بالعديد من العملات مع إمكانية التحويل بين هذه العملات بصورة لحظية وبأي قيمة¹.
- **لا تخضع للحدود:** يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر، وفي أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الإنترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا تعترف بالحدود السياسية².
- **السرية:** حيث يمكن للمشتري أن يقوم بعملية الشراء دون أن يكون مضطراً لتقديم أي معلومات³.
- **الأمان:** يتيح نظام النقود الرقمية أعلى درجات الأمان الممكنة وذلك لاعتماده على وسائل الأمان المبتكرة لحماية المعلومات المالية المستعملة على شبكة الإنترنت⁴.
- **سرعة عملية الدفع:** تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو كانت تتم قبل ذلك بالطرق التقليدية⁵.

¹ عبد الرحيم وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص 41.

² نحلة أحمد قنديل، مرجع سبق ذكره، ص 86.

³ عبد الرحيم وهيبية، المرجع نفسه، ص 41.

⁴ المرجع نفسه، ص 41.

⁵ منير الجنيبيهي، ممدوح الجنيبيهي، مرجع سبق ذكره، ص 54.

2- مزايا البطاقات الإلكترونية: توفر البطاقات الإلكترونية جملة من المزايا، منها:¹

- قبولها عالميا في مكن أن تدفع مقابل البضائع ببطاقات السداد في أي مكان في العالم وتحويل العملة بواسطة مصدر البطاقة.

- توفير الوقت والجهد والتكاليف بالنسبة للمشتري والبائع .
- بالنسبة للشراء عبر الإنترنت فإن بطاقة السداد عندما يصل المستخدم إلى الفحص الإلكتروني فإنه يدخل رقم بطاقة السداد ومعلومات الشحن والفواتير في المجالات المناسبة لإكمال الصفقة، ولا يحتاج المستهلك أي برامج مادية لإكمال الصفقة.

3- مزايا البطاقات الذكية: ومن المزايا التي توفرها البطاقات الذكية، نذكر:²

- قدرتها على تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات أكثر من البطاقة البلاستيكية بشرط مغناطيسي .
- تمثل البطاقة الذكية أفضل حماية ضد إساءة الاستخدام عن بطاقة الائتمان التقليدية وذلك لأن المعلومات التي توجد عليها مشفرة.

ثانيا: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية:

- المخاطر بالنسبة للتجار حيث يحتمل أن يفقد مبيعات هامة بسبب البطاقات الإلكترونية ولا يدفع المستهلك رسوما مباشرة لاستخدام بطاقة السداد.
- ونفس المشكلة قد يتعرض لها المشتري حيث أنه قد يخسر قيمة مشتريات يشتريها عبر الإنترنت بسبب عملية نصب على موقع إلكتروني لتاجر أو مقدم إلكتروني وهمي .
- النقد الإلكتروني يتطلب نوعا خاصا من البرمجيات أو العناصر المادية أو خبرة دقيقة حينئذ لن يكون ملائما لاستخدام الكثيرين³.

المطلب الرابع: إجراءات تأمين وسائل الدفع الإلكترونية

حتى تتم عملية الدفع في صفقات التجارة الإلكترونية في أمان يتطلب الأمر تأمين أجهزة الدفع وحماية شبكة المعلومات ومن وسائل أمن وحماية العمليات والصفقات التجارية - الإلكترونية، نجد من أهمها:⁴

1- الأمن البرمجي: يعتمد على تشفير المعلومات البنكية عن طريق برنامج خاص يعمل مع مستعرض الويب حيث يتدخل هذا البرنامج من أجل تشفير المعلومات الخاصة بإتمام عمليات الشراء بحيث لا يمكن قراءتها في حالة اعتراضها.

¹ فريدا لنجار، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 119

² المرجع نفسه، ص 124-125.

³ فريد النجار وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 129

⁴ أمانة زربوط، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر، مجلة أراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 01، العدد 01، 2019، جامعة البليدة، ص 57.

2- أمن العتاد: يتم باستعمال البطاقة الذكية الخاصة بالمستهلك، فعندما يقوم هذا الأخير بعملية الشراء يدخل بطاقته في قارئ خاص ثم يدخل عليه مبلغ الشراء ورمزه السري وتتم عملية التأكد من الرمز محليا، أي أن الرمز السري يترجم مباشرة من قبل القارئ ولا يرسل عبر الشبكة لتتم مراقبته عن بعد.

ومن أهم الوسائل المستعملة في التحويلات الأمنية نجد:

- التشفير؛
- البصمة الإلكترونية للرسالة؛
- بروتوكول الطبقات الأمنية؛
- بروتوكول الحركات المالية الإلكترونية.

خلاصة الفصل:

إن توسع استعمال الإنترنت من المجال العلمي إلى المجال التجاري أعطى دفعا قويا لهذه الشبكة لتمكين في وقت قصير من مد خيوطها حول مختلف دول العالم متجاهلة بذلك الحدود الجغرافية، وقد ساهمت خصائص شبكة الإنترنت وسماتها التقنية ومميزاتها العديدة وامتزاجها بباقي وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تغيير وجه الأعمال، مما تمخض عنه ميلاد التجارة الإلكترونية، التي تصاعد الاهتمام بها وكثر الحديث عنها وأصبحت بمثابة محرك جديد للتنمية الاقتصادية نظرا لما تحققه من مزايا شتى.

لذا حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على التجارة الإلكترونية وإزالة الغموض عنها، من خلال معرفة ماهية هذه التجارة وأهم أشكالها وانعكاساتها الإيجابية على المؤسسات التي تمكنت من اختراق الأسواق العالمية والوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين بأقل التكاليف، وكذلك المستهلكين الذين أضحي بإمكانهم اقتناء حاجياتهم بمجرد نقرة زر، وكذلك تعرضنا إلى أهم وسائل الدفع الإلكتروني التي ساهمت في توسع التجارة الإلكترونية بشكل كبير وكانت سببا في تسهيل عمليات الدفع دون عناء التنقل من أجل ذلك، هذا ما ساهم بشكل كبير في انتشار التجارة الإلكترونية حول العالم.

مما لا شك فيه أن التطور السريع للتجارة الإلكترونية ككل ظاهرة يفرض مجموعة من التحديات التي تسعى العديد من الهيئات والمنظمات الوطنية والعالمية لإيجاد السبل الكفيلة بتدليلها، ومن أهم هذه التحديات إخضاع هذا النوع من المعاملات التجارية إلى الضرائب لأنها تشكل بابا مهما من أبواب الإيرادات لكل دول العالم مع التطور السريع لهذه التجارة، وهذا ما سنحاول التطرق إليه في الفصل الأخير.

الفصل الثالث:

واقع و آفاق جباية التجارة الإلكترونية
في الجزائر

في ظل الرواج الكبير لمعاملات التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي وفي الجزائر خصوصا وما يترتب عنها من عوائد مالية مهمة، فإن الدول من مصلحتها إخضاعها للضرائب حتى تستفيد من حصيلتها الضريبية في تنفيذ وتحقيق البرامج والمشاريع المرصودة لخدمة المصلحة العامة، لاسيما وأن الإيرادات الضريبية كانت ولا زالت تمثل حجر الزاوية في تحصيل إيرادات كافية لتمويل النفقات العامة، ولكن إذا كانت الدول ما تزال تعاني من العديد من الصعوبات والثغرات فيما يخص فرض وتحصيل الضرائب عن المعاملات التجارية التقليدية، فإنها وفيما يخص المعاملات التجارية الإلكترونية ستجد بلا شك إشكالات جمة، وذلك بالنظر إلى ما تتميز به التجارة الإلكترونية من خصائص يصعب التحكم فيها ، من جهة أخرى.

بالتالي فإن للإدارة الضريبية دور أساسي في تهيئة بيئة جبائية ملائمة لتطور هذا الشكل الجديد من المعاملات التجارية، في إطار يحفز نمو النشاط الاقتصادي من جهة وحماية الإيرادات المالية للدولة من جهة أخرى. للإمام بكافة جوانب جباية التجارة الإلكترونية عموما وفي الجزائر خاصة، ارتأينا تقسيم هذا الفصل الى ثلاث مباحث كالآتي:

- المبحث الأول: جباية التجارة الإلكترونية؛
- المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؛
- المبحث الثالث: آفاق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المبحث الأول: جباية التجارة الإلكترونية

شهدت التجارة الإلكترونية نمواً سريعاً للغاية خلال السنوات الأخيرة خاصة مع تنامي استعمال الإنترنت، ونتيجة لهذا التطور فإن الإدارة الجبائية تواجه تحدياً في إخضاع هذا النوع من التجارة للضرائب، وفي هذا المبحث سنتعرف على جباية التجارة الإلكترونية وآراء الأنصار والمعارضين لفرض ضرائب عليها والإطار العام للجباية على التجارة الإلكترونية والمشاكل التي تعترض تطبيقها، كما سنتطرق للجهود الدولية في مجال الجباية على التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: تعريف جباية التجارة الإلكترونية

بشكل عام يقصد بالجباية كل القوانين والقواعد المتعلقة بتحديد وتحصيل الضرائب، كما تعتبر الجباية مجموعة من القواعد القانونية والإدارية التي تنظم مختلف الضرائب والرسوم التي تجب لصالح الدولة والجماعات المحلية، وتعد بمثابة الوسيلة الضرورية لتحقيق السياسة الاقتصادية والاجتماعية للدولة¹.

مما سبق ومن تعريفنا للتجارة الإلكترونية، يمكننا استخلاص تعريف جباية التجارة الإلكترونية على أنها جملة القوانين والقواعد المتعلقة بتحديد وتحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عن طريق الإنترنت².

كما عرفنا سابقاً تقوم الضريبة على مجموعة من الأسس والمبادئ المتمثلة في: العدالة والمساواة، اليقين، الملازمة في التحصيل والاقتصاد في نفقة التحصيل، إلا أن المفكرين في العصر الحديث أصبحوا يرون أن هذه المبادئ وحدها غير كافية للوقوف على ما يجب أن تكون عليه الضريبة، وخصوصاً في ظل التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والمعاملات التجارية التي تتم من خلالها، ومع ذلك تبقى الأساس في عملية فرض أي نوع من الضرائب.

المطلب الثاني: مبررات إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة وحجج إخضاعها

أثار وجود التجارة الإلكترونية إشكالية أساسية للأنظمة الضريبية حيث لم يستقر الرأي بعد حول إخضاعها للضريبة أو إبقائها خارج دائرتها، وقد أفرز هذا النقاش اتجاهين بين مؤيد ومعارض وحاول كل اتجاه الاستناد إلى الحجج والمبررات التي تدعم موقفه، ومن خلال ما يلي نستعرض أهم الحجج والمبررات التي تدعم موقف كل طرف:

1- مبررات إعفاء التجارة الإلكترونية من نطاق الضريبة:

يجد هذا الرأي صده في كتابات كثير من الباحثين الذين دعموا موقفهم هذا بمجموعة من الحجج، ركزت على إمكانية إعاقه الضريبة لهذا النوع من التجارة، صعوبة تطبيقها عملياً وتسببها في إحداث بعض المشاكل الضريبية والمتمثلة في³:

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

² عبد القادر بوعزة، نجس حميش، نحو حل مشاكل جباية التجارة الإلكترونية في إطار الجهود الدولية، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 01، العدد 4، 2017، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، ص 116.

³ مناد بولنوار إلياس زكرياء وآخرون، الضريبة على التجارة الإلكترونية بين الفرض والإعفاء، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 2، 2020، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، ص 303-304.

أ- **إعاقة نمو التجارة الإلكترونية:** تفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يعيق نموها وتطورها خاصة في المراحل الأولى لظهورها، وهناك من أعتبر ذلك على أنه لا يعد رفضاً لمبدأ فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية وإنما دعوة لتأجيل فرضها.

ب- **صعوبة تطبيقها عملياً:** ويرجع ذلك إلى:

- عدم القدرة على تطبيق القواعد التقليدية للضريبة على التجارة الإلكترونية؛
- صعوبة مراجعة ومراقبة معاملات التجارة الإلكترونية لارتباط ذلك بالاطلاع على الحياة الخاصة للأفراد وانتهاك الحريات الفردية، إضافة إلى الصعوبات التقنية والوسائل الواجب توفرها لدى الإدارة الضريبية للقيام بالرقابة؛
- إمكانية الوقوع في فخ الازدواج الضريبي نتيجة فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية؛
- الغموض وعدم الاستقرار الذي يطبع الضرائب على التجارة الإلكترونية نتيجة حدوثها، يضاف إلى ذلك عدم تمكن مستخدمي الإدارة الضريبية من التعامل بكفاءة مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- الضعف والقصور الحاصل في التشريعات الضريبية للدول المتخلفة في مجال الضرائب على التجارة الإلكترونية.

ج- **تشجيع النمو الاقتصادي:** لهذه التجارة آثار اقتصادية مهمة على الدول لاسيما في مجال تحقيق النمو والحد من الركود والتضخم وزياد الإنتاجية والحد من البطالة.

د- **التكاليف الإدارية العالية المرافقة لفرض ضريبة على الأنترنت:** وما يعنيه ذلك من حساب للضريبة ونسبها المختلفة في الدول وتتبعها وتحصيلها والرقابة عليها، فمتطلبات فرض هذه الضريبة وتحصيلها في ضوء ما تواجهه من صعوبات قانونية وفنية ستكون مكلفة جداً.

2- حجج وجوب إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة:

في مواجهة الداعين إلى إعفاء التجارة الإلكترونية من نطاق الضريبة ظهرت آراء تدعو إلى فرض ضريبة عليها، وتبين ضرورة ذلك وتقديم حججاً تدعم بها موقفها وتؤكدده، ويمكن حصر هذه الحجج فيما يلي¹:

- إن عدم فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية سيؤثر على سلوك المستهلكين فالأشخاص الذين يعيشون في دول ذات ضرائب مرتفعة سيقبلون على الشراء عن طريق شبكة الأنترنت، للتهرب من دفع تلك الضرائب مما يشكل حافزاً لأصحاب المهن والأعمال لتقديم منتجاتهم وسلعهم على الخط المفتوح؛
- إن عدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية سيؤدي إلى تفاقم زيادة خسائر الدول من العوائد الضريبية، فعلى سبيل المثال يقدر اقتصاديو جامعة تينيسي بأن خسارة الولايات المتحدة الأمريكية من عائدات ضريبة المبيعات في 2002 نتيجة عدم فرض ضريبة على تجارة الأنترنت بحوالي 10.8 بليون دولار؛

¹ بن يمينة إبراهيم، عامر حاج دحو، آليات تطبيق الضرائب على التجارة الإلكترونية -الواقع والآفاق، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج، برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019، ص 11.

- سيؤدي عدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية إلى عدم المساواة والعدالة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية؛

- إن عدم فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية سيعيد توزيع الدخل لمصلحة الأغنياء، لأن الفقراء هم الأقل اهتماما باستخدام الإنترنت، فمستخدمو الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المثال هم من الحاصلين على درجات علمية، ويزيد دخل الأسرة لديهم عن 22 ألف دولار سنويا، ولذلك فإن الأشخاص الذين يقومون بالشراء عن طريق الإنترنت يحتاج إلى كمبيوتر شخصي وغيره من الأدوات والأمور المكلفة التي يقدر عليها الأغنياء ويحجم عن تحملها الفقراء؛

- استخدام عوائد الضريبة المفروض على الإنترنت لمعالجة مشكلة البطالة، فمن المتوقع أن تقلل التجارة الإلكترونية من فرص الحصول على عمل.

وبعد هذا الاستعراض لآراء المؤيدين والمعارضين، نجد أن دعوة المعارضين لفرض ضريبة على التجارة الإلكترونية في الغالب ليست دعوة مطلقة ومؤيدة، وإنما هي دعوة آنية ومرحلية لإعطاء التجار الإلكترونية مزيدا من الوقت للازدهار والنمو، وحتى يتم البحث عن آليات مناسبة تسهل عملية فرض الضريبة عليها، ولذلك فلن كلا الطرفين بشكل عام مع فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية استجابة لعدالة هذا الفرض، وان اختلفوا في توقيتته.

المطلب الثالث: الإطار العام للجباية على التجارة الإلكترونية والمشاكل التي تعترض تطبيقها

حتى يحقق النظام الضريبي الهدف السطر له على أكمل وجه يجب أن يعمل ضمن إطار عام محدد ومتكامل من كل النواحي، فتكامل النظام الضريبي يسمح بكل أي مشكل يمكن أن يواجه تطبيقه، ومن خلال ما سيأتي سنتعرف على الإطار العام لجباية التجارة الإلكترونية والمشاكل التي تعترض تطبيقها.

أولا: الإطار العام للجباية على التجارة الإلكترونية

ظهرت الحاجة الواضحة والملحة لأهمية وجود إطار عام متكامل يحقق الأهداف المنشودة للنظام الضريبي، والذي يعد حجر الزاوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في كافة دول العالم، وفيما يلي نوضح الإطار العام المقترح للضرائب على التجارة الإلكترونية:

1- الإطار المفاهيمي:

مما لا شك فيه أن العديد من المفاهيم السائدة في عالم الضرائب يحتاج إلى إعادة مراجعة بصورة تحقق اتساق هذه المفاهيم مع المتغيرات التكنولوجية، ويشمل ذلك على سبيل المثال لا الحصر المفاهيم التالية:¹

- مفهوم الإقليمية: ويقصد هنا امتداد مفهوم التواجد ليشمل مقر المعلومات على شبكة الإنترنت وليس قصرها على التواجد المكاني.

¹ محمد البشير مرکان وآخرون، الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، جامعة الوادي، الوادي، الجزائر، 02-03 ديسمبر 2019، ص 42.

- **مفهوم العدالة الضريبية:** ويقصد هنا اتساع مفهوم الدالة الضريبية على المستوى العالمي بصورة تضمن تقليل حركة الأفراد والشركات من جانب، ومن جانب آخر عدم وجود اختلال في أسعار الحصول على السلع نتيجة الوسط الذي يتم تسليمها من خلاله.

- **مفهوم السلع والخدمات:** حيث انه في إطار تزايد وتنامي السلع المادية وتحويل بض هذه السلع الى خدمات، فإن هذه المفاهيم تحتاج الى إعادة الصياغة بما لا يفرق بين نشاط تجاري وآخر بناء على نوع السلعة المتداولة، حيث يمكن تغيير أشكال بعض السلع من الصورة المادية الى الصورة الإلكترونية (الصورة الفوتوغرافية عند تسليمها كصورة ورقية أو عند تسليمها كملف رقمي).

2- الإطار التشريعي:

إن المشكلة الأساسية في هذا الجانب هي قضية إقرار الوثائق والعقود الإلكترونية، وفي هذا الإطار فإن إقرار التوقعات الإلكترونية خاصة وأنها تعد أقل عرضة للتزوير يحتاج لآليات تشريعية خاصة، كما أن التشريع يجب أن يتناول التعاقدات الإلكترونية باعتبارها أداة إثبات وتأمين الموارد التكنولوجية كحماية كلمة السر وقواعد البيانات¹.

3- الإطار التنفيذي:

اعتمد النظام الضريبي في المقام الأول على قيام مأموري الضرائب بمراجعة القيود الدفترية الواردة في ميزانية المؤسسات والشركات وحساب الأرباح والخسائر على الوثائق الأصلية، لكن التحول إلى نظم القيد الإلكتروني والعقود الإلكترونية وما قد يتبادر إلى الذهن من إمكانية تعديل هذه العقود، يوجب اقتراح نظام للتحقق الإلكتروني من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية بين الشركة تحت الفحص الضريبي والشركات التي تعاملت معها في الشراء والبيع، حيث يتم التعامل الإلكتروني بين الطرفين كلاهما مجهز إلكترونيا بصورة تحقق تنفيذ هذا التعامل، كما أن أحد الطرفين ستكون له رغبة أساسية في إثبات التعامل سواء بالقيمة الأساسية أو بقيمة أعلى (المصرفيات) بينما يلجأ الطرف الآخر إلى قيده بقيمته الأصلية أو بقيمة أقل (الإيرادات) مما يشكل نظاما رقابيا متكاملًا².

4- الإطار الإجرائي:

في إطار التجارة التقليدية كان يوكل تحصيل بعض الضرائب لقطاعات أخرى، ومثال ذلك توكيل إدارة الجمارك لتحصيل رسوم الاستيراد والتصدير، أما في إطار التجارة الإلكترونية فنكون أمام حلين إما أن تعفى هذه العمليات أو أن تفرض عند المراجعة السنوية للحسابات لصالح إدارة الجمارك³.

¹ عبد القادر بوعزة، نرجس حيمش، مرجع سبق ذكره، ص 120.

² محمد البشير مركان وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 43.

³ عبد القادر بوعزة، نرجس حيمش، المرجع نفسه، ص 120.

ثانيا: المشاكل التي تعترض تطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية:

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، وفيما يلي نورد أهم وأبرز التحديات التي تعترض تطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية:

1- تحديد الدولة صاحبة الاختصاص في فرض الضرائب (مبدأ السيادة الضريبية للدولة): لا شك أن تبادل السلع والخدمات سواء تلك المادية أو الرقمية، من خلال تعاملات التجارة الإلكترونية داخل الدولة الواحدة، يعطي الحق لتلك الدولة في فرض الضريبة على تلك المعاملات، أما بالنسبة للسلع والخدمات التي يتم تبادلها من خلال التجارة الإلكترونية وعلى المستوى الدولي فإنه لا بد من التمييز بين السلع المادية، والتي لا تثير أية إشكالات، حيث أنها تتعدى الحدود الدولية، وتستطيع الدول من خلال إدارة الجمارك التابعة لها فرض الضريبة عليها وتحصيلها أثناء عبور تلك السلع حدودها الإقليمية، والتمييز بين السلع والخدمات الرقمية التي لا تظهر في صورة مادية وتتعدى حدود الدول دون استئذان، حيث تسلم بطريقة إلكترونية يصعب تسجيلها أو تدقيقها على الحدود، وهذا النوع من السلع والخدمات يثير إشكالات حول أحقية الدولة في فرض الضريبة عليه: هل هي دولة المقصد أم دولة المنشأ؟¹

2- صعوبة إثبات التعاملات والعقود: تواجه معظم الحكومات مشكلة في إثبات التعاقدات نظرا لطبيعة العقود الإلكترونية التي يتم تحريرها باستخدام نظم وأساليب التوثيق الإلكتروني، وعليه فإنه في ظل غياب إطار تشريعي للتعاملات الإلكترونية تطرح مشاكل مرتبطة بطرق الإثبات ومسك المحاسبة نتيجة التحول من العمليات الورقية (فواتير ومستندات محاسبية) التي تسمح للإدارة الجبائية بتعقب آثار هذه العمليات الى العمليات الافتراضية².

3- مشكلة الحصر الضريبي: تبرز هذه المشكلة بسبب أن جزء كبير من التجارة الإلكترونية يعتبر غير منظور، لأن مفهوم التجارة الإلكترونية متعدد الأبعاد، وتأخذ التجارة الإلكترونية أشكالا ومستويات عديدة حيث تتم بين المؤسسات التجارية مع بعضها البعض أو بين المؤسسات التجارية والمستهلكين أو بين المؤسسات التجارية والحكومية، وذلك قد يكون داخل الدولة أو بين الدول، أو قد تتم بين دولتين أجنبيتين من خلال وسيط محلي، وقد تتمثل في استشارات إدارية أو قانونية، محاسبية، ضريبية أو هندسية³.

4- مشكل الازدواج الضريبي: من أجل حل هذا المشكل تنتهج بعض الدول فكرة المقر الدائم، حيث تفرض الدولة التي يقع فيها المقر الضريبية، ولكن الاعتماد على شبكة الإنترنت يمكن من إجراء التعاملات دون وجود مقر ملموس

¹ زوادي عادل، الضرائب على عوائد التجارة الإلكترونية: الإشكالات والحلول، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019، ص 10

² عزوز علي، جباية المعاملات الإلكترونية - المشاكل والحلول، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 01، العدد 01، 2015، جامعة الشلف، الشلف، الجزائر، ص 74.

³ سهاد كشكول عبد، أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 18، العدد 68، جامعة بغداد، العراق، ص 469.

-وهو ما يطرح إشكالا حول من لديه الحق في فرض الضريبة، حيث أن المشكل الأساسي هو الاختيار ما بين علمية الإيراد وإقليمية الضريبة¹.

5- استخدام النقود الإلكترونية: يرى بعض الاقتصاديين أن النقود الإلكترونية سوف تحل مرور الزمن محل النقود الحقيقية في معاملات الأفراد، حيث ستحتوي الرقائق الموجودة في البطاقات الإلكترونية على أرصدة أموال الأفراد، وسوف تستخدم في دفع المستحقات وتسوية الحسابات، الأمر الذي سوف يزيد من الصعوبات التي تواجهها السلطات القائمة على الضرائب.

ضف الى ذلك أن المدفوعات الإلكترونية تنفذ بدون تسجيل محاسبي وبالتالي تمنح مجالا واسعا للتهرب الجبائي، ومنه فإن العمليات التي تتم تسويتها عن طريق النقود الإلكترونية لا تترك آثار محاسبية وتتفاقم هذه المشكلة أكثر لو صار ممكنا تسليم المدفوعات بالنقود الإلكترونية عبر الإنترنت².

6- مشكل تحقيق العدالة الضريبية: في ظل التباين في مستويات الضرائب بين دول العالم، ونتيجة مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ظهر اختلال في تحقيق العدالة الضريبية مبني على أساس تكنولوجي، لأنه سيُصعب فرض ضريبة على المؤسسات والأفراد ذوي المكاسب المرتفعة، لما يتمتعون به من مرونة في نقل نشاطهم الى دول أخرى يكون فيها العبء الضريبي أقل³.

المطلب الرابع: الجهود الدولية في مجال الجباية على التجارة الإلكترونية

لا يزال موضوع فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يثير الجدل، وتسعى كل المنظمات العالمية لطرح اقتراحات وخيارات تمكن من تطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية دون الحد من انتشار وتوسع التجارة الإلكترونية، وفيما يأتي سنتطرق الى أهم الجهود الدولية في مجال التجارة الإلكترونية.

أولا: مبادئ منظمة التعاون الاقتصادي للضريبة الإلكترونية:

بمناسبة الملتقى المنعقد في TURKU الممتد من 19 الى 21 نوفمبر 1997 والمنظم من طرف اللجنة الاستشارية للتجارة والصناعة الخاصة بمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD بالاشتراك مع اللجنة الأوروبية والحكومة الفنلندية واليابان، سلمت ل OECD رخصة لمعاينة المشاكل الاقتصادية والاجتماعية للتجارة الإلكترونية، ونتائج هذه المهمة تم عرضها في ندوة وزارية انعقدت في أوتاوا⁴، وقد حدد على إثرها المبادئ الأساسية لإخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة والتي تمثلت في⁵:

¹ عبد القادر بوعزة، نرجس حميمش، مرجع سبق ذكره، ص 119.

² عزوز علي، مرجع سبق ذكره، ص 74.

³ مناد بولنوار إلياس زكرياء وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 306.

⁴ محمد طالبي، الإطار النظري لجباية التجارة الإلكترونية، مجلة دراسات جبائية، المجلد3، العدد1، 2014، ص19.

⁵ عرابوي أحمد خالد، أقاسم عمر، متطلبات تطبيق الجباية الإلكترونية في الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد05، العدد03، 2019، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، ص 355.

- **الحياد:** ينبغي أن تهدف الضرائب الى ضمان الحياد والإنصاف بين مختلف أشكال التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، كما يجب أن تتخذ القرارات الضريبية باعتبارها اقتصادية وليس مالية، أما في حالة إذا كانت معاملات مماثلة يجب أن تحسب الضريبة الإلكترونية على أساس الضريبة في المعاملات التقليدية.
- **الكفاءة:** ينبغي تخفيض تكاليف الضريبة لدفعي الضرائب والإدارة الضريبية قدر الإمكان.
- **البساطة واليقين:** يجب أن تكون القواعد الضريبية واضحة وبسيطة لفهمها بحيث يتمكن دافعوا الضرائب توقع النتائج الضريبية للمعاملة بما في ذلك قيمة الضريبة وتوقيت وطريقة تقييم الضرائب.
- **الفعالية والإنصاف:** بمعنى أنه يجب أن تتوفر الضرائب مقدار الضريبة المناسب في تاريخ الاستحقاق على العمل على تقليل أكبر قدر ممكن من فرص التهرب الضريبي وتجنبه على ضمان أن تكون التدابير المضادة متناسب مع المخاطر التي تنطوي عليه.

- **المرونة:** يجب أن تكون أنظمة الضرائب مرنة وديناميكية حيث تتماشى مع تقبل التقنيات والمعاملات التجارية.

ثانيا: القوانين العالمية الصادرة للمعالجة الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية:

لقد أصدرت عدة دول قوانين خاصة بفرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية نذكر منها¹:

1- أصدر الكونغرس الأمريكي ما يعرف بقانون الحرية الضريبية للإنترنت الذي يتضمن النقاط الآتية:

- إعفاء التجارة الإلكترونية من الضرائب المحلية والفيدرالية؛

- اعتبار الإنترنت منطقة تجارة حرة؛

- تكوين لجنة استشارية مهمتها تحديد كيفية معالجة التجارة الإلكترونية ضريبيا.

2- في بريطانيا صدر قانون منع الاحتكار المسمى بقانون المنافسة الذي يوصي بما يلي:

- حماية الإيرادات الضريبية السيادية من خطر الانخفاض؛

- عدم التسرع بمعالجة التجارة الإلكترونية ضريبيا؛

- السعي إلى التحول إلى مجتمع يقوم على تكنولوجيا المعلومات.

3- في أستراليا وبناء على تقرير لجنة الحسابات العامة والمراجعة التابعة للبرلمان الأسترالي تقرر تبني ما يلي:

- لا تخضع صناعة البرمجيات لضريبة المبيعات؛

- إعفاء السلع المستوردة بالبريد التي لا تزيد قيمتها عن 1000 دولار من الضريبة والرسوم الجمركية؛

- إعفاء الموسيقى المحملة إلكترونيا من الضرائب والرسوم الجمركية، بينما تخضع الأسطوانات المستوردة لضريبة

المبيعات والرسوم الجمركية.

¹ عرابوي أحمد خالد، أقاسم عمر، مرجع سبق ذكره، ص 355.

ثالثا: أهم الضرائب المقترحة في إطار جباية التجارة الإلكترونية:

لقد تطرقت المنظمات الدولية لموضوع التجارة الإلكترونية، ومن ذلك لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري UNCITRAL التي تسعى لوضع إطار قانوني من أجل تقنين هذا الجانب والقضاء على المشاكل سابقة الذكر، وعقب إصدارها للقانون النموذجي الأول سنة 1996 بادرت دول سنغافورة، ثم الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها لإصدار قوانين وطنية للمعاملات الإلكترونية، أما منظمة التجارة العالمية O.M.C فقد أجرت دراسة عرفت فيها التجارة الإلكترونية وحددت بعض الممارسات لمواءمتها مع النظام القائم دون التطرق لتنظيمها بشكل مستقل، أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD فقد تطرقت لموضوع التجارة الإلكترونية تعريفا وتحديدًا منذ تقريرها الصادر سنة 1998، وقد حددت مبادئ فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية في الحياد، الكفاءة، اليقين، الفعالية، البساطة، الإنصاف والمرونة، كما حددت شروط متعلقة بدفع الضريبة والإدارة الضريبية، وفي سنة 2001 أصدرت المنظمة تقريرا عن مدى تقدمها وأوردت فيه توصيات حول تحديد مكان دفع ضريبة الاستهلاك وتخفيض أعباء تحصيلها، تحديد في مجال الضرائب الدولية المباشرة وتوضيح مفاهيم حول الدخل والمنشأة الدائمة.

من جهتها سعت الدول الأوروبية لتوحيد ممارساتها في مجال التجارة الإلكترونية منذ 1994 لاسيما في مجال التوقعات الإلكترونية وتنظيم المعاملات الإلكترونية وحماية المتعاملين والمستهلكين، كما تطرقت غرفة التجارة الدولية ICC لموضوع التجارة الإلكترونية منذ 1990¹.

وقد تمخضت هذه الجهود الى اقتراح عدة حلول لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، نوردتها فيما يلي:

1- ضريبة على الاستهلاك: يهدف هذا المقترح الى التحول من فرض الضريبة على الدخل الى فرض ضريبة على الاستهلاك والملكية، وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها، حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الإنترنت حيث يقومون بإنفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال. وفي إطار السعي لإيجاد حلول للمشاكل التي تعترض تطبيق الضرائب غير المباشرة على الاستهلاك على معاملات التجارة الإلكترونية تم إعداد مجموعة من المبادئ التوجيهية لهذا النوع من الضرائب عند انعقاد مؤتمر أوتاوا سنة 1998، تمثلت في: ²

أ- بخصوص التبادلات عبر الحدود: تمثلت المبادئ في:

- فرض الضرائب على الاستهلاك في الدولة التي يتم فيها الاستهلاك، ويجب أن يخضع ذلك لتوافق دولي حول الشروط التي بموجبها اعتبار سلعة أو خدمة كما لو أنها استهلكت في دولة معينة.
- عدم معالجة تقديم منتجات مرقمة في إطار الضرائب على الاستهلاك كما لو أنه تقديم سلعة.

ب- بخصوص مكان الاستهلاك: وتمثلت المبادئ في:

¹عبد القادر بوعزة، نرجس حميمش، مرجع سبق ذكره، ص 121.

² الحواس زواق، وهي بوعلام، الضرائب على التجارة الإلكترونية - المشكلات وآليات الإخضاع، الملتقى الدولي حول التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2017، ص 07-08.

- بالنسبة للمعاملات بين المؤسسات فمن الأفضل معالجة الخدمات غير المادية كما لو أنها استهلكت في مكان تواجد المؤسسة الموجهة إليها وتعتبر فيه حاضرة تجارياً.
- بالنسبة للمعاملات بين المؤسسات والمستهلكين يتم اعتماد مكان الإقامة العادية للزبون، وفي حالة وجود مستهلك يقيم في أكثر من دولة فإن مكان الاستهلاك هو المكان الذي يقضي فيه أكبر قدر من وقته.
- ج- بخصوص آليات تحصيل الضريبة على الاستهلاك:** يمكن اعتماد عدة آليات لتحصيل هذه الضريبة، هي:
 - **التقييم الذاتي للضريبة مع التصفية الذاتية:** حيث يقوم الشخص الموجهة إليه الخدمة بتحديد الضريبة الواجبة على الواردات من الخدمات والمنتجات غير المادية ودفع المبلغ الى السلطات الضريبية الوطنية.
 - **تسجيل غير المقيمين:** من خلال إجبار المؤسسات غير المقيمة على التسجيل لدى سلطة قضائية وتتم لديها عمليات الفوترة وتحصيل الضرائب على الاستهلاك لتوجهها بعد ذلك الى سلطة البلد.
 - **فرض الضرائب على المنبع وتحويلها:** حيث تقوم المؤسسات بتحصيل الضرائب على الاستهلاك على الصادرات نحو غير المقيمين لتقوم بعد ذلك بدفع الضرائب المحصلة الى سلطاتها الضريبية الوطنية على أن تقوم هذه الأخيرة بتحويلها للسلطات الضريبية لبلد الاستهلاك.
 - **تحصيل الضرائب من طرف ثالث موثوق مثل الوسطاء الماليين:** إذ يقوم الطرف الثالث بتحصيل الضرائب على الاستهلاك على المدفوعات التي تتم بين الزبائن والموردين للمنتجات الرقمية ثم يحولها للدولة مكان الاستهلاك.

2- أسلوب الحياد الإلكتروني: اقترحت الولايات المتحدة الأمريكية جعل الإنترنت منطقة تبادل حر مستبعدة تماماً من نطاق الضرائب، وأشارت أن الإنترنت يجب أن تصبح منطقة لازدهار التجار بلا ضريبة أو رقابة، حيث أن الحياد الضريبي ينبغي أن يشكل المبدأ الأساسي للضريبة الإلكترونية، ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة، ولكن تتم المعاملة الضريبية بنفس الأسلوب على كل صور التجار بدون تمييز، سواء تعلق الأمر بالتجارة التقليدية أو بالتجارة عن بعد أو التجارة الإلكترونية¹.

3- الضريبة على الانتقال الإلكتروني للبيانات (ضريبة الوحدة الرقمية Bit Tax): ضريبة الوحدة الرقمية أو ضريبة البيت TAX BIT هي أحد الحلول المقترحة لفرض الضريبة على التجارة الإلكترونية ويتم تحصيلها على أساس كمية البيت الرقمية التي يتم استخدامها أو نقلها، ويتطلب ذلك وجود معدات ذات مواصفات خاصة في الأجهزة المختلفة التي تقوم بنقل المعلومات، وقد نبعت هذه الفكرة من الأهمية القصوى التي تحتلها المعلومات والبيانات في عالم اليوم، حيث تعد دعامة البيئة الجديدة، فانتقال وتبادل المعلومات هو النشاط الرئيسي لهذه البيئة وعلى الرغم من ذلك فإن المكاسب المتولدة عن هذا النشاط غير منظورة حيث انه لا توجد رقابة كافية أو رصد تام لهذا النشاط، وبالتالي فهو مصدر ثروة لا تنتفع به الدول ويمكن اعتبارها من بين افضل الحلول المقترحة².

¹ مناد بولنوار إلياس زكرياء وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 307.

² بن يمينة إبراهيم، عامر حاج دحو، مرجع سبق ذكره، ص 14.

على الرغم من اعتبار الكثير من المهتمين بهذه الضريبة على أنها من أفضل الحلول المقترحة في هذا المجال، إلا أنها لم تسلم من الانتقاد كونها تحتوي على العديد من العيوب منها¹:

أ- **خضوع المستهلك لازدواج ضريبي:** إذ يقوم بدفع الضريبة على القيمة المضافة عند اقتنائه الأجهزة الإلكترونية المختلفة التي يستخدمها في عملية تبادل ونقل المعلومات، بالإضافة الى ضريبة البايوت عند استخدامه لهذه الأجهزة في تبادل المعلومات، وهذا ما يتسبب في فقدان الإنترنت وأجهزة نقل البيانات لميزة انخفاض التكلفة.

ب- **تراجع نمو الإنترنت:** وما يتبع ذلك من انخفاض في الأنشطة والأعمال المتوقع انبثاقها عن هذا النوع من التجارة التي تستوعب العديد من فرص العمل.

ج- **الاعتداء على خصوصية الفرد:** إن تتبع تدفق البيانات ورصدها بهدف فرض الضريبة عليها يعد نوعا من أنواع الاعتداء على خصوصية الأفراد.

د- **ارتفاع التكلفة:** ينطوي هذا النظام الجديد على العديد من التكاليف والتعقيدات التي قد تؤدي الى ظهور العديد من المشاكل التي تجعل من نفقات تحصيل هذه الضريبة أكبر من الإيرادات المتوقع تولدها عن هذه الضريبة.

1- فرض رسم على البريد الإلكتروني:

في إطار تجسيد هذا الرسم صدر تقرير عن الأمم المتحدة بخصوص التنمية يقترح إنشاء ضريبة على البريد الإلكتروني، والهدف من تبني هذا الطرح من قبل الأمم المتحدة هو إيجاد نوع من التوازن في استعمال الأنترنت بين البلدان الغنية والفقيرة، وتنطلق هذه الفكرة من المعاينة التي تمت وخلصت إلى أن استعمال الأنترنت محصورة في فئة تمثل الأقلية وتتواجد بشكل أساسي في الدول المتقدمة؛ وقيمة هذا الرسم لا تتعدى 0.010 دولار عن كل مئة رسالة مرسله عن طريق البريد الإلكتروني، وتستعمل إيراداته لتمويل عمليات الربط بشبكات الأنترنت في البلدان الفقيرة وما يلاحظ على هذا الرسم أنه ليس ذو غرض ضريبي الهدف منه إحقاق العدالة في الإخضاع، كما أن هذا الرسم يعتبر زهيدا القيمة وأنه يفرض على طبيعة ليست تجارية 100 % فموضوع الرسائل على البريد الإلكتروني قد تكون بغرض التعارف والدردشة... الخ².

¹ المرجع نفسه، ص 14.

² ذوادي عادل، مرجع سبق ذكره، ص 13.

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

دخل الاقتصاد الرقمي بلادنا منذ مجيء تقنيات الاتصال والإعلام سواء عبر شبكات الهاتف المحمول أو الإنترنت فقد سمحت هاتان التقنيتان للجزائر بالانفتاح على العالم الرقمي فواكبت كل التطورات والتحولت التي طرأت على العالم إلى يومنا هذا، ومن معالم هذه التطورات التي حصلت في الاقتصاد الجزائري باقتحام الفرد الجزائري لأسواق التجارة الإلكترونية، وخلال هذا المبحث سنتعرف على البنية التحتية والتشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر، مواقع التجارة الإلكترونية وأشكال الدفع الإلكتروني المعتمدة في الجزائر وأخيرا سنتعرف على أهم التحديات ومعيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المطلب الأول: البنية التحتية والتشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

حصلت عدة تطورات في الاقتصاد الجزائري في السنوات الأخيرة ومن أهم هذه التطورات ولوج الفرد الجزائري إلى سوق التجارة الإلكترونية، ومن أهم الأسباب التي سمحت بذلك هي توفر البنية التحتية الملائمة لذلك وكذلك استحداث تشريعات وقوانين تنظم سير المعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر، وفيما يلي نستعرض البنية التحتية والتشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

أولا: واقع البنى التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

1- إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013:

هي استراتيجية ترمي إلى إبراز مجتمع العلم والمعرفة الجزائري والتي تأخذ بعين الاعتبار التحولات العميقة والسريعة التي يعيشها العالم، تهدف هذه الإستراتيجية التي تضمنت خطة عمل قوية و متماسكة إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني، كما أنها تسعى إلى تحسين قدرات التعليم والبحث والتطوير في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحسين حياة المواطنين من خلال نشر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

اعتمدت على خطة عمل تنفذ من سنة 2009 - 2013 ارتكزت على 13 محورا نذكر من أهمها¹:

- تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإدارات العمومية والشركات والمؤسسات؛
- تطوير آليات وحوافز تسمح باستفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- التطوير المكثف لصناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع والفائق؛
- تطوير الكفاءات البشرية في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- ضبط مستوى الإطار القانوني والتشريعي الوطني؛
- تهيئة التعاون الدولي.

¹خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017، ص 210.

لكن للأسف فشل المشروع بعد سنتين من انطلاقه حيث بلغت نسبة التنفيذ 30% حتى سنة 2015، وهذا بسبب عدم جاهزية البنية التحتية، وعدم قدرة اتصالات الجزائر على توفير الإنترنت والربط وفق ما تم الاتفاق عليه، كما أن شركات تصنيع الحواسيب لم تكن متوفرة، والمواطنون لم يكن لديهم استعداد للتكنولوجيات ناهيك عن عدم وضوح الرؤية.

2- الشبكة العامة للاتصالات في الجزائر:

كانت الخطوة الأولى في هذا المجال بإصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات هو القانون رقم 3 لعام 2000 والذي جاء لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات، ومع صدور هذا القانون تم إنشاء سلطة ضبط البريد والاتصالات والتي تعتبر سلطة مستقلة، وتهيمن على سوق الاتصالات في الجزائر كل من:¹

- اتصالات الجزائر وهي الشركة الأم التابعة للحكومة؛
 - شركة جيزي التي كانت التابعة لشركة أوراسكوم المصرية والتي حصلت على أول رخصة لاستخدام الهاتف النقال؛
 - شركة موبيليس التي أطلقتها الجزائرية للاتصالات؛
 - شركة أوريدو (نجمة سابقا) التي أطلقتها الوطنية الكويتية.
- وأكدت سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية أن:
- عدد مشتركى الهاتف الثابت السلكي والثابت اللاسلكي والجيل الرابع بلغ 4.05 مليون سنة 2017 مقابل 4.18 مليون سنة 2016 أي انخفاض بنسبة 3.12%.

أما بخصوص الهاتف النقال فان هذه السوق عرفت استقرارا حيث انتقلت من 45.81 مليون مشترك سنة 2016 الى 45.84 مليون سنة 2017 نتيجة اكتظاظ سوق الهاتف النقال حيث أن أكبر حصة في السوق (GSM) والجيل الثالث والجيل الرابع) استحوذت عليها موبيليس سنة 2017 بنسبة 40% متبوعة بجيزي بـ 32.06% وأوريدو بـ 27.34%.

كما أن حظيرة المشتركين في الجيل الرابع سجلت ارتفاعا كبيرا نبينه في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): تطور عدد مستخدمي الجيل الرابع في الجزائر

السنة	2016	2017	نسبة التطور
عدد المشتركين	1.464 مليون	9.865 مليون	570%

المصدر: حمري نجاد، حمري نوال، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18.05 (قانون التجارة الإلكترونية)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 1، 2021، ص 11.

هذا الارتفاع القياسي خلال سنة واحدة راجع إلى انتقال المشتركين في نظامي GSM والجيل الثالث نحو الجيل الرابع.

¹حمري نجاد، حمري نوال، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18.05 (قانون التجارة الإلكترونية)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 1، 2021، ص 10-11.

3- مستخدمي الإنترنت في الجزائر:

كشفت دراسة حديثة أنجزها مرصد "كونسيومر لاب" التابع لشركة إريكسون حول مدى استغلال الجزائريين للشبكة العنكبوتية أن نصف المستخدمين يؤمنون بضرورة الاستفادة من الإنترنت من أي مكان (تقنية الجيل الثالث والرابع)، كما أن ثلثهم يلجئون إليها باستخدام الهواتف النقالة، فيما يبقى المراهقون والشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة هم الأكثر استغلالاً للإنترنت بنسبة 74%، ويرى الجزائريون في هذه التكنولوجيا فرصاً كبيرة من حيث الحكامة الإلكترونية والصحة والتعليم الإلكتروني، بحيث أعرب المستجوبون عن أملهم في أن تمكنهم من كسب الوقت والمال، فضلاً عن تحسين التواصل بين الحكومة والمواطنين، كما شهدت الجزائر نمواً ملموساً في تحسين خدمات الإنترنت منذ بداية 2018، حيث أصبح المتعاملين الثالث للهواتف النقالة في الجزائر (موبيليس، أوريدو، جيزي) يقدمون عروضاً بأحجام إنترنت أكبر وبسعر أقل عكس ما كان يقدم أين كانت أحجام الإنترنت صغيرة وبأسعار خيالية.¹

وإذا ما تتبعنا استخدام الإنترنت في الجزائر منذ سنة 2000 نجد أن هنالك تطور ونمو مستمر لمستخدميه، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (04): تطور عدد السكان وعدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة 2000-2018

السنة	عدد السكان	عدد مستخدمي الإنترنت	النسبة
2000	31,795,500	50.000	0.2%
2005	33.003.546	1.920.000	5.8%
2007	33.033.567	2.480.000	7.3%
2008	33.769.669	3.500.000	10.4%
2009	34,176.188	3.500.000	12%
2010	34.586.184	4.700.000	13.6%
2012	37.367.226	5.230.000	14%
2013	38.813.722	6.404.264	16.5%
2014	38.813.722	6.669.927	17.2%
2015	39.542.166	11.000.000	27.8%
2016	40.263.711	15.000.000	37.3%
2017	41.063.753	18.580.000	45.2%
2018	42.008.045	20.430.000	48.63%

المصدر: حمري نجاد، حمري نوال، مرجع سبق ذكره، ص 12.

4- تطوير الحظائر الإلكترونية:

بالنسبة للجزائر فإن التحدي الرئيسي للانتقال إلى مجتمع المعرفة هو خلق قيمة مضافة وتحسين مستويات المعيشة والرفاهية الاجتماعية لمواطنيها، عن طريق إنشاء الحظائر التكنولوجية وهو جزء من إستراتيجية وطنية طموحة، تهدف على وجه التحديد الالتحام مع مجتمع المعرفة، وإعطاء أولوية مطلقة لتعزيز الصناعة والبحث والابتكار في قطاع تكنولوجيا

¹حمري نجاد، حمري نوال، مرجع سبق ذكره، ص 12.

الإعلام والاتصال عن طريق الوكالة الوطنية لتعزيز وتطوير الحظائر التكنولوجية، بهدف وضع الجزائر على درب التقدم والابتكار، وتم إنشاء الحظائر التكنولوجية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91 - 04 الصادر في 24 مارس 2004، فهي هيئة ذات طابع صناعي وتجاري EPIC - تحت وصاية وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال حيث أن أول إنجاز لها، هو بناء الحظيرة التكنولوجية لسيدى عبد الله في فيفري 2009، وفي ما يلي نوضح أهم الحظائر التكنولوجية في الجزائر:¹

- الحظيرة التكنولوجية لسيدى عبد الله (الجزائر) تشتغل منذ فيفري 2009.
 - الحظيرة التكنولوجية بورقلة (مؤقتة) دشنت في 1 مارس 2012.
 - ثالث حظائر تكنولوجية جهوية عنابة، وهران وورقلة.
 - بالإضافة إلى حظائر تكنولوجية أخرى تتمثل في الحظيرة التكنولوجية لسطيف، قسنطينة، وبوغزول إضافة إلى حاضنة في غرداية.
- كما وقعت مؤسسة بريد الجزائر والوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية في أوت 2018 على بروتوكول اتفاق يهدف إلى تطوير الدفع الإلكتروني بالجزائر وتحسين مناخ الأعمال للشباب المقاوم وتطوير المؤسسات الناشئة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والتي ستتولى مهمة تطوير الخدمات الإلكترونية والخدمات عن بعد فيما يتعلق بترقية التجارة الإلكترونية.

ثانيا: البنية التشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

لم تكن التجارة الإلكترونية في الجزائر تملك تشريعا قانونيا ينظم كيفية سيرها وطريقة الانخراط فيها، حتى صدور القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المصادق عليه في أبريل 2018 من قبل مجلس الأمة والمؤرخ في 10 ماي 2018، والذي من شأنه دفع مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر، إذ سيؤطر هذا النص القانوني السوق الإلكترونية من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الإلكترونية مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الإنترنت والمستهلكين، وفيما يأتي سنلقي نظرة حول هذا القانون:

قام المشرع الجزائري في هذا القانون بتنظيم مواضيع مختلفة في بابين مهمين هما الباب الثاني والثالث المتعلقان بـ:

- الممارسات الإلكترونية؛

- الجرائم الإلكترونية والعقوبات.

كما أن هذا القانون قد سنه المشرع الجزائري وفقا للبيئة الجزائرية على غرار النموذج الدولي الأونسيترال Uncitral الخاص بالتجارة الإلكترونية، فوجود هذه البيئة القانونية والتشريعية في الجزائر يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتطور وتنمو في السنوات القليلة القادمة.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 04 - 91، الصادر بتاريخ 24 مارس 2004 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية والمحدث لتنظيمها وعمله.

1- الباب المتعلق بالممارسات الإلكترونية في قانون التجارة الإلكترونية 18-05:

من أهم ما جاء به قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 في هذا الباب¹:

- مجال المعاملات والممارسات الإلكترونية:

أكد المشرع الجزائري أن قواعد ممارسة التجارة الإلكترونية تبدأ بإنشاء سجل تجاري للممومنين الإلكترونيين 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...)، كما تطرق المشرع في مواده الأولى إلى طبيعة السلع والخدمات الممنوع بيعها عبر الإنترنت بشكل قطعي بحكم أعراف المجتمع الجزائري، ثم عاد ليشرح الممارسات التجارية حيث أن كل عملية تجارية إلكترونية توثق بعقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، وهذا العقد الإلكتروني هو نفسه العقد بمفهوم قانون 23 جوان 2004، حيث ينشأ هذا العقد عندما يكون أحد أطرافه شخصا طبيعيا أو معنويا متمتعا بالشخصية الجزائرية أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر، وسواء كانت المعاملات التجارية الإلكترونية وطنية أو عابرة للحدود يجب حفظ سجلاتها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للإحصاء، ويجب أن يتضمن العقد الإلكتروني كل الخصائص التفصيلية عن السلع والخدمات وكيفيات التسليم وشروط فسخ العقد وكيفيات الدفع وخدمات ما بعد البيع ومعالجة الشكاوى وشروط وكيفيات البيع بالتجريب عند الاقتضاء، وبمجرد إبرام العقد يصبح المورد الإلكتروني مسؤول أمام المستهلك بإرسال نسخة من العقد له، الذي يترتب عنه إعداد فاتورة، كما يمكن للمستهلك أن يطلب فاتورة ورقية.

- الدفع في المعاملات الإلكترونية:

فيما يخص الدفع فقد نص القانون 18-05 في مواده 29، 28، 27، على أن يتم من خلال منصات الدفع الإلكتروني المنشأة والتابعة لبنك الجزائر وبريد الجزائر سواء أتمت المعاملة داخليا أو دولي، ويضيف ضرورة تأمين اتصال الموقع الإلكتروني لموفر الخدمة الإلكتروني بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الإلكترونية.

- الإشهار الإلكتروني:

لم يغفل المشرع الجزائري عن وسيلة الاتصال والخاصة بالإشهار الإلكتروني الذي أوجب أن تكون محددة وواضحة ولا تخل بالآداب العامة والنظام العام، كما يلتزم المورد الإلكتروني بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه، وفي حالة النزاع ينبغي للمورد الإلكتروني أن يثبت أن إرسال الإشهارات الإلكترونية خضع للموافقة المسبقة والحرّة.

2- الباب المتعلق بالجرائم والعقوبات في قانون التجارة الإلكترونية 18-05:

شرح المشرع الجزائري في هذا الباب المواد من 36 إلى 49 ضرورة الرقابة لتزرع الثقة لدى المتعاملين عبر الإنترنت في مجال التبادل التجاري الإلكتروني حيث أكد أن كل أعمال المورد الإلكتروني تخضع إلى رقابة ضباط وأعوان الشرطة وكذا رقابة الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة وتبعا لطبيعة الجرائم، يتم تطبيق غرامات

¹حمري نجود، حمري نوال، مرجع سبق ذكره، ص 18-19.

تتراوح بين 50 ألف دينار و 2 مليون دينار، دون الإخلال بتطبيق عقوبات 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 الإنترنت دون سجل إلكتروني 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 السابقة¹.

المطلب الثاني: أشكال الدفع الإلكتروني في الجزائر

لقد سعى النظام المصرفي الجزائري إلى تطوير خدماته وتحديثها، ولعل أهم البرامج المسطرة والتي دخلت حيز التنفيذ سنة 2006 مشروع تطوير وتحديث وسائل الدفع، وقد تضمن هذا المشروع البطاقات البنكية كوسيلة دفع إلكترونية، كما شمل وسائل الدفع التقليدية بإدخال المقاصة الإلكترونية من أجل معالجتها إلكترونيا، وكانت انطلاقة المشروع منذ سنة 2006 كما يلي:

- 2006: البداية الأولى لأول بطاقة سحب في الجزائر، حيث وزعت على مختلف مستخدمي البنوك للتجريب ومعرفة النقص.

- 2007: تعميم بطاقة CIB عبر كامل التراب الوطني في البريد والمواصلات والبنوك.

- 2007 - 2008: أكد وزير المالية أنه ستعمم ماكينات الصرف الآلي عبر المتاجر الكبرى في الجزائر والمناطق الأهلة بالسكان، وكذلك تعميم استخدام بطاقة الدفع لدى المواطنين.

نجد في الجزائر ثلاث أنواع من بطاقات الدفع الإلكتروني، نوضحها فيما يلي²:

1- بطاقة CIB: هي بطاقة دفع وسحب ما بين البنوك الجزائرية داخل التراب الوطني ونجدها على نوعين: البطاقة البلاستيكية والبطاقة الذهبية، هذه الأخيرة التي تمنح للأشخاص المهمين ورجال الأعمال أصحاب الدخول المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 120 ألف دج، ومدة صالحيته ثلاث سنوات.

2- البطاقة الذهبية لبريد الجزائر: أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر سنة 2016، وهي الأكثر شعبية بين الجزائريين وتعطي دفعا قويا لخدمة الدفع الإلكتروني، حيث أن أكثر من 3 ملايين متعامل بريد الجزائر قد تحصلوا على البطاقة الذهبية إضافة إلى 4 ملايين بطاقة أخرى صنعت وهي متواجدة على مستوى الشبكة البريدية ليتم توزيعها.

3- بطاقة فيزا Visa Card: وهي بطاقة دولية تعمل للسحب والدفع، موجهة للزبائن الذين يملكون حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة أو موكلهم، وهي نوعان بطاقة الفيزا الكلاسيكية وبطاقة الفيزا الذهبية.

كما قامت مؤسسة البريد بإبرام عقد شراكة مع شركة نפטال، لإتاحة خدمة دفع ثمن تعبئة الوقود عبر البطاقة الذهبية، بالإضافة إلى تقديم تسهيلات لحائزي هذه البطاقة للاستفادة في قطاع النقل، إذ سيكون بإمكانهم شراء تذاكر

¹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية العدد 28، ماي 2018.

²حمري نجود، حمري نوال، مرجع سبق ذكره، ص 15-16.

الرحلات الجوية الداخلية والخارجية عن طريق الدفع الإلكتروني بمجرد الحجز وتأكيده الرحلة من قبل شركة الخطوط الجوية التي حجزوا رحلتهم عندها، هذا وقد شرع بريد الجزائر في عملية تركيب 50 ألف جهاز TPE للدفع الإلكتروني عبر مختلف ولايات الوطن، بالإضافة الى هذا قام المتعامل العمومي بريد الجزائر في مارس 2018 بإطلاق أرضية نقدية جديدة تسمح بتعبئة وتسديد فواتير الإنترنت الثابت والنقال عن طريق إبرام عقود مع اتصالات الجزائر وموبيليس من أجل تعميم الدفع الإلكتروني.

أما فيما يخص الوسائل المستخدمة في توزيع هذه المنتجات البنكية تتمثل في:

- الموزع الآلي للأوراق DAB.
- الشباك الأوتوماتيكي للأوراق GAB.
- نهائي نقطة البيع الإلكترونية TPV.

المطلب الثالث: مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

تضاعف عدد المواقع الإلكترونية المختصة في البيع عبر الإنترنت خلال السنوات الأخيرة خاصة بعد إطلاق خدمتي الجيل الثالث في 2014 والجيل الرابع في 2016 إضافة إلى إصدار قانون 18-5 الأخير المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يوظف هذه السوق التي تجذب المواطنين أكثر فأكثر نحو هذا النمط من المعاملات، ومن خلال الجدول التالي نذكر أهم هذه المواقع:

الجدول رقم (05): أهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر الأكثر زيارة

اسم الموقع	سنة الإنشاء	مجال النشاط
موقع واد كنيس/Ouedkniss	2006	بيع وشراء مختلف المنتجات من السيارات إلى أبسط منتج
موقع قيديني/Guidini.com	2009	مستلزمات التجميل وعتاد الإعلام الآلي والأجهزة الكهرو منزلية
موقع نشري في النات/ Nechrifinet.com	2010	500 منتج من مواد التجميل ومعدات الطبخ الكتب، لعبال أطفال... الخ
موقع أشريلي/Echerily.com	2012	بيع المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل
موقع ديزاد بوم/Dzboom	2015	كل مستلزمات النساء من فساتين وحقائب ومجوهرات... الخ
موقع جوميا/Jumia.dz	2016	مواد التجميل والتنظيف الهواتف، أجهزة الإعلام الآلي، توصيل الوجبات وخدمة الحجز في الفنادق
تطبيق وصلني	2017	طلب سيارة أجرة بسائق في العاصمة، خدمة 24/24 ساعة
تطبيق Resto 365	2017	حجز طاولات في مختلف المطاعم
تطبيق BARIDIMOB	2018	تحويل الأموال بدون بطاقة ذهبية ودون عناء التنقل الى البريد

المصدر: حمري نجاد، حمري نوال، مرجع سبق ذكره، ص 17.

المطلب الرابع: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر

بالرغم من ارتفاع نسبة مستخدمي الإنترنت في الجزائر والذي وصل إلى حوالي 21 مليون مستخدم لتحتل الجزائر بذلك المرتبة 88 في العالم والرابعة عربيا إلا أن حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر جد ضعيف مقارنة بالدول العربية وهذا راجعا لمجموعة من العراقيل والتحديات التي تحول دون ازدهارها من أهمها:

أولا: التحديات الاقتصادية والإدارية:

بالنسبة للتحديات الاقتصادية والإدارية نذكر: ¹

- نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بهذه التقنية التجارية والتي يمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية أوسع.
- عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا بموضوع التجارة الإلكترونية.
- ارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه.
- تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث تقنيات الدفع الحديثة.
- انتشار الأمية بالمعنى الحديث أي الأمية المعلوماتية، أو يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل في مجال المعلوماتية، حيث أن عدد الذين يملكون مستوى تعليميا مقبولا يصل 17 مليون نسمة في الوقت الذي لا يفوق فيه عدد المؤهلين لاستعمال هذه التقنية 13 مليون جزائري.

ثانيا: التحديات التقنية:

- تعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع والخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، بالإضافة الى ضعف القاعدة البشرية التي تستند إليها هذا الصناعة، وصعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية.
- الحديث عن التجارة الإلكترونية الجزائرية دون وسائل الدفع الإلكتروني شبه مستحيل، فبطاقات الدفع المصدرة من طرف بنك الجزائر وبنك الجزائر لم ترقى بعد إلى المستوى الدولي بدليل أن معظم البنوك لم تشرع في إعطاء طابع الدولية لبطاقتها، ومن جهة أخرى عزوف الكثير من المتعاملين استخدام هذه البطاقات ولجوئهم لعملية الدفع نقدا في مختلف معاملاتهم التجارية.
- السوق الإشهاري في الجزائر لازال في بداياته، كون العديد من المؤسسات لا تتبنى تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثالثا: تحديات البطاقة البنكية:

يترتب على استخدام البطاقة البنكية مشاكل عدة يمكن تلخيصها فيما يلي:²

¹ ليرة هشام، محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 24، 2017، ص 289.

² ليرة هشام، محمد الهادي ضيف الله، مرجع سبق ذكره، ص 290.

- **السرقة والضياع:** ولمواجهة هذا المشكل تم وضع مركز خاص بهذه الحالات يتلقى الاتصالات لمدة 24/24 ساعة و 7 أيام / 7 أيام وهو مركز تابع لشركة SATIM والذي بمجرد أن يتلقى اتصال بضياع أو سرقة بطاقة معينة يقوم بوضع هذه البطاقة في حالة معارضة، لكن إن لم يتلقى هذا المركز التأكيد الكتابي من طرف الحامل أو بنكه على ضياع أو سرقة البطاقة في مدة 52 يوم فسيقوم برفع الحجز عن البطاقة، وتصبح المسؤولية على عاتق الحامل أو البنك.
- **الاستعمال الاحتيالي للبطاقة:** في حال اكتشاف استعمال مشبوه فيه لهذه البطاقة سيتم حجزها مؤقتا حتى يتم التأكد من عملية الغش والاحتيال، وفي حالة التأكد من براءة الحامل ستصدر بطاقة أخرى لصالحه.

رابعا: التحديات التشريعية:

لقد تم سن تشريعات وقوانين دولية لإلزام القائمين على التجارة الإلكترونية بالخضوع للقوانين الضريبية وفقاً لمصدر وقيمة الدخل ومكان الإقامة، وتبقى هذه القوانين تواجه بعض التحديات مثل صعوبة تحديد هوية مستخدمي التجارة الإلكترونية وعدم إمكانية تعقب الصفقات التجارية التي يتم إقامتها عن طريق وسائط إلكترونية، هذا وإن موضوع فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية ينظر إليه من وجهتي نظر مختلفتين الأولى ترى أن إخضاع الصفقات الإلكترونية إلى الضرائب يعد كبها للتطور التكنولوجي، في حين ترى وجهة النظر الثانية أن الإعفاء الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية يؤدي حتما إلى حرمان خزينة الدولة من إيرادات مهمة، لكن يبقى فرض الضريبة على المتهنين للتجارة بمختلف أنواعها وأساليبها وطرقها توجها عالميا لتحقيق العدالة الضريبية، فهو يصب في مصلحة اقتصاديات الدول كما أنه يظهر عدالة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.

وعلى هذا فمسألة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في الجزائر تمثل تحديا كبيرا بالنسبة للمشرع الجزائري، 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 الإنترنت 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 الإلكترونية، وعلى هذا فقانون 18.05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية يثير الكثير من التساؤلات حول المعاملات للصفقات الرقمية، حيث تبقى مشكلة لتهرب الضريبي قائمة، فالتقدم الهائل في التجارة الإلكترونية لا تنحصر آثاره فقط في زيادة الرفاهية لدى الأفراد، ولكن أيضا يمثل إيرادات هامة للدول إذا أتقنت طرق تحصيلها الجبائي، وهذا ما تجاهله المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية 18.05.¹

¹ حمري نجود، حمري نوال، مرجع سبق ذكره، ص 21.

المبحث الثالث: آفاق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر

مع النمو الذي تشهده التجارة الإلكترونية في الجزائر والتوجه الكبير للأفراد لهذا النوع الجديد من التجارة لتلبية حاجياتهم من سلع وخدمات، أصبح إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة أمرا حتميا لا مفر منه نظرا للإيرادات التي يمكن أن تحققها الدولة من ذلك هذا من جهة، ومن جهة أخرى تطبيقا لمبدأ العدالة الضريبية بين التجار التقليديين والإلكترونيين، ومن خلال هذا المبحث سنتعرف على واقع إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة في الجزائر والحلول التي يمكن من خلالها تطبيق جباية التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: واقع جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر

تعتبر التجارة الإلكترونية مجالا جديدا في الجزائر فلم يكن يوجد من قبل أي قانون يؤطر وينظم معاملاتها حتى صدور القانون 05-18 سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبصدور قانون ينظم التجارة الإلكترونية بطريقة رسمية كان لابد من صدور تشريع ضريبي متعلق بها عملا بمبدأ العدالة الضريبية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية وفيما يأتي سنتطرق الى كيفية فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية في الجزائر والإعفاءات الممنوحة لها.

أولا: كيفية فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية في الجزائر

لقد عرف محيط سوق المعاملات التجارية تطورا هاما من حيث المعاملات الإلكترونية في الجزائر، فقد أصبح المواطن الجزائري يلجأ الى المواقع الإلكترونية لطلب ما يحتاجه من سلع وخدمات كالسوق ودفع الفواتير، ومن جهة أخرى تشهد طرق الدفع الإلكترونية تقدما معتبرا فقد تم القيام بعملية الدفع الإلكتروني لأكثر من 100000 معاملة تم القيام بها ابتداء انطلاق الدفع الإلكتروني في الجزائر في أكتوبر 2016¹.

فانتشار هذا النوع من المعاملات دفع المشرع الجزائري الى وضع إطار قانوني يفصل أشكال وإجراءات المعاملات الإلكترونية ويحمي أطرافها من أخطار الغش والاحتيال، هذا ما تجسد من خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما رأينا سابقا.

كما أن التجارة التقليدية تخضع لضرائب ورسوم تساهم في إيرادات الخزينة، وتطبيقا لمبدأ العدالة استوجب إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للضريبة، ومواكبة لهذا التطور تم إدراج ضمن قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة في المادة 10 من قانون المالية لسنة 2019 بنود خاصة بمعاملات التجارة الإلكترونية من خلال المادة 282 المتعلقة بالضريبة الجزافية الوحيدة، وكانت كما يلي²:

المادة 282 مكرر 4 أ: "استثناء لأحكام المواد 282 مكرر الى 282 مكرر 4، فإن الأشخاص الطبيعيين مهما كانت وضعيتهم إزاء الفئات الأخرى من المداخيل، الذين ينشطون في إطار دائرة توزيع السلع والخدمات عبر منصات رقمية أو باللجوء الى البيع المباشر على الشبكة، يخضعون الى الاقتطاع من المصدر محرر من الضريبة بمعدل 5% بعنوان

¹ علالو شهرزاد، مشاكل وتحديات جباية التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019، ص 10.

² وزارة المالية، مديرية الضرائب، قانون المالية، 2019.

الضريبة الجزافية الوحيدة، يطبق على مبلغ الفاتورة مع احتساب كل الرسوم ويطبق هذا الاقتطاع حسب الحالة، من طرف مؤسسات إنتاج السلع والخدمات أو من طرف المؤسسات التي تنشط في مجال الشراء وإعادة البيع. كما يجب على المؤسسات المذكورة أعلاه، أن تطبق هذا الاقتطاع من المصدر بالنسبة للأشخاص غير المسجلين لحد الآن لدى الإدارة الجبائية والذين يحققون عمليات إنتاج للسلع والخدمات أو المؤسسات الناشطة في الشراء وإعادة البيع.

تم إعادة صب هذا الاقتطاع من طرف المؤسسات في العشرين (20) من الشهر الذي يلي الفوترة على الأكثر. يطبق هذا المعدل المخفض على هذا النوع من المعاملات لكي يكون وسيلة تحفيزية لتشجيع التعامل بالتجارة الإلكترونية والمساهمة في اتساع نطاقها.

مع النمو الذي تشهده التجارة الإلكترونية يستدعي من الإدارة الضريبية الاعتماد على نظام عمل كفاء يعتمد على تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويسمح بالحفاظ على موارد الدولة، ومع ذلك فإن جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر لا تزال في مراحلها الأولى، يُنتظر منها التطور مع تطور هذا النوع من المعاملات¹.

ثانيا: الإعفاءات من الضريبة الممنوحة في إطار التجارة الإلكترونية:

عموما تعتبر التجارة الإلكترونية مجالا جديدا في الجزائر فلا توجد قوانين ضريبية صريحة تشير الى إعفاء ضريبي خاص بالتجارة الإلكترونية، لكن في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد المادة 01 التي جاءت كالتالي²:

" يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصراف، البيع عن طريق الاتصالات الإلكترونية لسلعة أو خدمة من طرف مورد إلكتروني مقيم لمستهلك إلكتروني موجود في بلد أجنبي، عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادله بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصراف شراء السلع والخدمات الرقمية الموجهة حصريا للاستعمال الشخصي من قبل مستهلك إلكتروني مقيم بالجزائر لدى مورد إلكتروني موجود في بلد أجنبي عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادله بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما"

من خلال فقرتي المادة الأولى من قانون التجارة الإلكترونية يمكننا استنتاج ما يلي³:

- من خلال الفقرة الأولى من المادة نستنتج أن التجارة الإلكترونية عندما تكون بين مورد إلكتروني مقيم بالجزائر ومستهلك موجود في بلد أجنبي هي معفاة من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية، وتعتبر بمثابة عملية تصدير وتسري عليها الأحكام الجبائية المتعلقة بالإعفاءات الموجهة لعمليات التصدير.

¹ علالو شهرزاد، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 18. 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره.

³ راجحي بوعبدالله وآخرون، مدى فعالية التشريع الجبائي في تحقيق متطلبات التجارة الإلكترونية (حالة الجزائر أمودجا)، الملتقى الوطني حول: التجارة الإلكترونية مشروع صاعد ومستقبل واعد لخريجي الجامعات، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، تيسمسيلت، الجزائر، 24 فيفري 2020، ص 12-13.

- من خلال الفقرة الثانية من نفس المادة نستنتج أيضا أنه عند قيام معاملة تجارية موجهة للاستعمال الشخصي بين مستهلك إلكتروني مقيم في الجزائر ومورد إلكتروني موجود في بلد أجنبي فهي أيضا معفاة من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية، وهي معفاة من مختلف الرسوم الجمركية والضرائب.

المطلب الثاني: الصعوبات المتعلقة بتطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر

هناك العديد من الصعوبات التي تعترض تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر، ومن أهمها صعوبات متعلقة بالجانب المحاسبي، صعوبات إدارية، صعوبات قانونية وسلوكية، والتي سنوضحها فيما يلي¹:

هناك علاقة قوية بين الصعوبات المحاسبية ونظيرتها الإدارية، وهذا راجع بالأساس الى كون الصعوبات التي يواجهها المحاسبين خصوصا ما يتعلق بصعوبة الرقابة على دفاتر المكلفين وإقراراتهم الضريبية من قبل الإدارة الضريبية في التجارة الإلكترونية، وكذا صعوبة قياس دخل المكلفين الخاضعين للضريبة في التجارة الإلكترونية وهو الأمر الذي يمكن إرجاع جزء منه الى نقص الإطارات المؤهلة علميا وعمليا للتعامل مع وجود صفقات التجارة الإلكترونية، هذا الأمر الذي يقوم بخلق صعوبات ومعوقات محاسبية.

من جهة أخرى فإن الصعوبات الإدارية خصوصا ما يتعلق بنقص كفاءة الإطارات كانت السبب في انعدام الثقة بين المكلفين وإدارة الضرائب حيث تؤثر هذه السلوكيات على حصيلة الجباية، حيث أن تغيير هذه السلوكيات يتطلب تكوين مكثف للإطارات وبالحد الذي يعيد بناء جسور الثقة بين الطرفين.

كما أن نقص الوعي لدى المكلفين حول أهمية الضريبة على المستوى الكلي ليس له علاقة بمختلف الصعوبات، فتلك السلوكيات تتطلب تقريب الأفكار وتوضيح الأغراض من فرض الضريبة على الفرد والمجتمع، وهي المهمة التي يمكن منحها للجامعات ووسائل الإعلام والقائمين في هذا المجال.

أما بالنسبة للصعوبات القانونية فتتعلق بنقص القوانين التي تحكم فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، فلا بد من تكييف القوانين مع التطورات الحاصلة في الاقتصاد خصوصا ما يتعلق بالجانب التجاري الإلكتروني الذي تفرضه التكنولوجيات الجديدة.

وفيما يلي أهم المتطلبات التي يمكن تطبيقها للتغلب على هذه الصعوبات:

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

- تبسيط ورقمنة التشريع الضريبي وتكييفه مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

- تحسين تكنولوجيا المعلومات في الإدارة الضريبية وتحسين الوصول الى المعلومة الجبائية.

¹ مسعود ميهوب، أمينة بن جدو، معوقات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية من وجهة نظر أعوان الضرائب - دراسة حالة مديرية الضرائب بولاية برج بوعرييج، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج، برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019، ص 14-15.

- التنسيق والعمل المشترك بين الأجهزة المصرفية والإدارة الجبائية لتسهيل تتبع العمليات التجارية التي تتم إلكترونيا.
- قوة بشرية مؤهلة ومدربة تدريباً جيداً على استعمال تكنولوجيا المعلومات وعلى صيانة الأجهزة والمواقع، بما في ذلك تطوير مناهج التعليم لتزويد الطالب بجرعات أكبر من المعلومات والتدريب في مجال المعلومات وتكنولوجياها على العموم، وفي مجالات مخصوصة كالتجارة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية وما إلى ذلك¹.

المطلب الثالث: الحلول المقترحة لتطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن الاختلاف الكبير بين التشريعات الضريبية في مختلف أرجاء العالم من شأنه أن يخلق ثغرات تسهل التهرب الضريبي، إذ أن التسارع في نمو التجارة الإلكترونية العابرة للحدود يدعو إلى حتمية الأخذ بنظام يطبق عالمياً، ففي مجالات المعاملات غير المادية السؤال المطروح هو: من تفرض عليه الرسوم؟ وأين؟ والجزائر مثلها مثل باقي دول العالم تسعى جاهدة لإيجاد حلول من أجل إخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضرائب، ولكن الجهود الجزائرية لم تخرج عن نطاق المقترحات التي جاءت في إطار الجهود الدولية ولم تضيف أي جديد يذكر.

وفيما يلي بعض الحلول المقترحة لتطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر²:

1- أسلوب الحياد الضريبي:

كان أسلوب الحياد الضريبي من مقترحات الولايات المتحدة الأمريكية، حيث من خلال هذا المقترح يتم جعل الإنترنت منطقة تبادل حر مستبعدة تماماً من نطاق الضرائب.

كي لا تصبح الضريبة سبباً في عرقلة التجارة الإلكترونية اقترح البعض وجود نظام ضريبي بسيط وشفاف، فلا يعني الحياد إلغاء الضريبة ولكن تتم المعاملة الضريبية بنفس الأسلوب على كل صور التجار بدون تمييز، سواء تعلق الأمر بالتجارة الإلكترونية أو بالتجارة التقليدية.

من الضروري تفادي وجود فجوات غير عادلة في المنافسة، والتي تنبع من إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة بينما تخضع لها التجارة التقليدية.

2- خلق ضرائب إلكترونية جديدة:

اقترح البعض ربط الضريبة عند المنبع من خلال العملاء، أو تجي بواسطة الدول المستقبلية للسلعة أو الخدمة، ويتم ذلك من خلال التنسيق في مؤتمر دولي يحدد كيفية الحصول على هذه الضريبة والقائمين عليها.

3- غير المحل للثقة الضريبية:

تم اقتراح اللجوء إلى شخص محل للثقة الضريبية، تتمثل مهمته في تحديد الأطراف وتخزين المعلومات ونقلها إلى مصلحة الضرائب، هذا الشخص يمكن أن يكون مورد خدمة الإنترنت أو البنك أو متعهد الاتصالات، ويفضل البعض الوسيط المالي الذي يقوم بتحصيل الضريبة عن المعاملات، حيث يتولى بنفسه تطبيق الضريبة المفروضة على المتعاملين ويقوم

¹ محمد البشير مرکان وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 35.

² محمد البشير مرکان وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 39-41.

بتحصيلها من خلال المستهلك وتوريدها، تبدو هذه الفكرة واقعية من الناحية الفنية عندما يتم الدفع عن طريق بطاقة الائتمان، حيث يمكن إدخال نظام الفحص الإلكتروني الذي يربط صاحب البطاقة والبائع بالبنك، وللوصول للنتيجة المرجوة يمكن للسلطات الضريبية أن تسعى جاهدة لدى الأجهزة المختصة لحث موردي نظم الدفع الإلكتروني على تشغيل تلك النظم بالأسلوب الذي يسمح بالإجراء المحاسبي الذي يتفق وتدفع الأموال طبقا للتشريعات السارية.

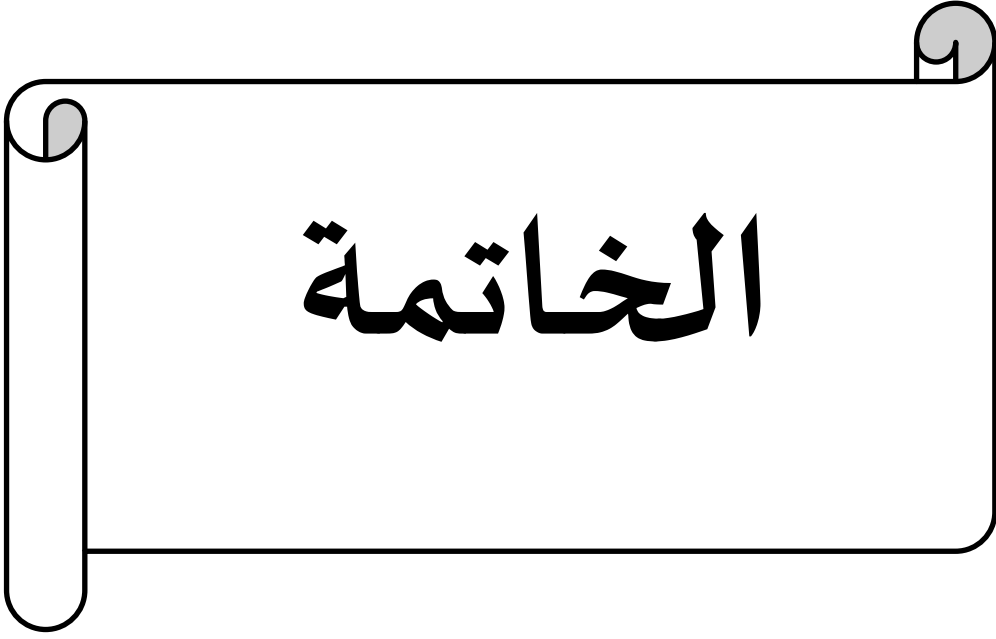
4- تطبيق ضريبة البيت (Bittaxe):

هي أحد الحلول المقترحة لتنظيم المعاملات التي تنطوي على الانتقال الإلكتروني للبيانات ويتم تحصيلها على أساس كمية البيت الرقمية التي تم استخدامها أو نقلها، ويتطلب ذلك وجود معدات ذات مواصفات خاصة في الأجهزة المختلفة التي تقوم بنقل البيانات.

ويمكن اعتبار ضريبة البيت من بين أفضل الحلول المقترحة لفرض ضريبة على انتقال السلع والخدمات الإلكترونية عبر الإنترنت، حيث أن هذه السلع يتم تحويلها الى كمية من البيت وتتم عملية انتقالها عبر الإنترنت، وبالتالي ستمكن الإدارة الضريبية من حصر العدد الفعلي من البيت الذي تم نقله وتقوم بفرض ضريبة عليه.

خلاصة الفصل:

تسعى كل دول العالم جاهدة الى إيجاد حلول لتكليف النظم الضريبية وفقا للمستجدات التكنولوجية، وذلك لضمان العدالة بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية في فرض الضريبة، كما أنه من المتطلبات الأساسية لنظام فعال لجباية التجارة الإلكترونية هي التركيز على خلق بيئة جبائية فعالة تقوم على احترام المبادئ الأساسية الدولية وعلى تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، من خلال وضع تشريعات تتماشى مع خصائص التجارة الإلكترونية وتساهم في نموها. الجزائر وكغيرها من دول العالم تعرف انتقالا هاما من حيث المبادلات الإلكترونية، ما حتم عليها وضع تشريعات وقوانين لتنظيم معاملات التجارة الإلكترونية، هذا ما تجسد من خلال القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والذي يوضح كيفية ممارستها والقواعد والعقوبات المتعلقة بها، كما تسعى الجزائر جاهدة الى تكليف نظامها الجبائي ليتماشى مع المتطلبات التي تفرضها التجارة الإلكترونية.



الخاتمة

تعد إشكالية جباية التجارة الإلكترونية من المواضيع التي اختلفت فيها الآراء والاتجاهات فهناك من ينادي بإعفاء معاملات التجارة الإلكترونية من الضريبة بتقديم حجج مبنية أساسا على أن الإعفاء يساهم في تشجيع هذه المبادلات وبالتالي دعم النمو التكنولوجي، أما وجهة النظر الأخرى فترى أن إعفاء التجارة الإلكترونية من الضرائب له أثر سلبي على واحدة من أهم موارد الدولة، إلى جانب ذلك فإن الأنظمة الجبائية تواجه مشاكل وتحديات تعود الى طبيعة معاملات التجارة الإلكترونية التي أدت الى صعوبة التحكم فيها وتنظيمها، هذا ما يتطلب تعاون دولي لمحاولة تكييف النظم الضريبية لتتوافق مع مقتضيات تطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية لضمان احترام المبادئ الجبائية.

تمخضت الجهود الدولية عن العديد من المقترحات لتطبيق الجباية على التجارة الإلكترونية وكان الهدف منها السعي الى عدم ضياع إيرادات هامة للدولة وكذلك كانت المقترحات تصب في صالح ممارسي التجارة الإلكترونية لأن الضريبة ستفرض بنسب منخفضة حتى لا تكون عائقا أمام توسع التجارة الإلكترونية محليا وعالميا، وهذا ما ينفي ما جاء في الفرضية الأولى.

الجزائر مثلها مثل الكثير من الدول النامية لا تزال في أول الطريق لتطبيق جباية التجارة الإلكترونية، فهي لا تزال تفتقر للمتطلبات اللازمة من كوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع المعاملات الإلكترونية، وكذلك عدم وجود المعدات التكنولوجية والتشريعات الملائمة لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، هذا ما ينفي الفرضية الثانية.

النظام الجبائي الجزائري يدرج التجارة الإلكترونية ضمن النظام الجزائي وتطبق عليها ضريبة مخفضة على الإيرادات المتأتية منها، كما تُمنح التجارة الإلكترونية إعفاءات من الضريبة على معاملات تجارية محددة، لكن هذا لا يكفي لأن التجارة الإلكترونية تحتص بعدة خصائص تجعلها لا تقبل تطبيق نظام جباية التجارة التقليدية عليها، والإدارة الجبائية في الجزائر تطمح الى تطوير سبل وآليات لإخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة وفقا لما يقتضيه الأمر من تكوين الكادر البشري ليتماشى مع متطلبات الرقابة على عمليات التجارة الإلكترونية، وتجهيز الإدارة الضريبية بالمعدات التقنية الحديثة التي تمكن من تتبع العمليات التجارية الإلكترونية مما يمكن من فرض الضرائب عليها، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

من خلال ما سبق توصلنا الى استخلاص النتائج التالية:

- التجارة الإلكترونية في الجزائر في مراحلها الأولى، وهذا يرجع لضعف البنية الأساسية للتحكم في مثل هذا النوع من المعاملات؛
- الجزائر لا تزال لا تولي جباية التجارة الإلكترونية الأهمية اللازمة وهذا يتجلى في عدم استحداث قانون ضريبي خاص بمعاملات التجارة الإلكترونية وتصنيفها ضمن الأنشطة الخاضعة لنظام الضريبة الجزائرية الوحيدة.
- يرجع السبب في عدم تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر الى افتقار الإدارة الضريبية للعمال المكونين والأكفاء في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وكذلك عدم اخذ الإدارة الضريبية بعين الاعتبار الاقتراحات والتوصيات التي تم التوصل اليها من خلال الدورات والملتقيات الجامعية.

- الافتقار لثقافة وسائل الدفع الإلكترونية التي تعتبر أحد العناصر الأساسية في عدم انتشار التجارة الإلكترونية، وهذا بسبب عدم الثقة بهذه البطاقات، وكذا غياب الوعي بفوائد المجتمع لاستغناء عن النقود؛
- عدم توفر الكفاءات البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإدارات تمثل عائق أمام تطور التجارة الإلكترونية في مختلف الدول وخصوصا في الجزائر؛
- يوجد عدة مساعي وجهود دولية تسعى الى إيجاد الآليات المناسبة لتطبيق الحماية على التجارة الإلكترونية؛
- الجزائر تصنف معاملات التجارة الإلكترونية ضمن نظام الضريبة الجزافية الوحيدة وتطبق عليها معدل مخفض بنسبة 5%؛
- تطرح مسألة جباية التجارة الإلكترونية مشكال فعليا لاسيما فيما يتعلق في إشكالية الوقوع في الازدواج الضريبي، حصر المعاملات وإثباتها نظرا لتعارض هذا الإثبات مع حرية المستخدم وخصوصيته؛
- ضعف البنية التحتية وعدم مواكبة التطورات التكنولوجية في كل من المجتمع والإدارات الضريبية أهم الأسباب التي تعيق تطبيق الحماية على التجارة الإلكترونية في الجزائر؛
- حتى يتم تطبيق الضرائب على التجارة الإلكترونية في الجزائر يجب توفير المقومات الأساسية لها والمتمثلة في الإدارة الإلكترونية، ووجود نظام معلومات مبني على تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة لمعالجة البيانات والمعلومات المعقدة والكثيرة للمكلفين؛
- تختلف القوانين والأنظمة الضريبية المفروضة على التجارة الإلكترونية عن تلك الأنظمة والقوانين المفروضة على التجارة التقليدية؛
- تم انعقاد العديد من الدورات والملتقيات الدولية لمناقشة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية وإيجاد حلول تنصف الجميع؛
- يستوجب إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة عملا بمبدأ العدالة الضريبية بين التجارة التقليدية والإلكترونية.

● الاقتراحات والتوصيات:

- ضرورة إعادة تأهيل مختلف عمال الإدارة الضريبية وتكوينهم بصفة محترفة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- رقمنة الإدارة الجبائية واستحداث مختلف هياكلها بالشكل الذي يسمح لها بالتوجه نحو الإدارة الإلكترونية بتطوير مختلف برمجيات الإعلام الآلي المتواجدة لديها؛
- إقامة ملتقيات ودورات علمية في الجامعات بالتنسيق مع المديرية العامة للضرائب لتوضيح إشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية؛
- تبسيط ورقمنة التشريع الضريبي وتكييفه ليتماشى مع التطورات التقنية والتكنولوجية ومع التجارة الإلكترونية؛
- ضرورة العمل على تهيئة قطاعنا الاقتصادية والتجارية للتعامل مع التجارة الإلكترونية؛

- تجنب فرض أية قيود غير ضرورية على التجارة الإلكترونية والتي من شأنها أن تعيق تطورها وتوسعها في الجزائر؛
- تطوير نظام البنوك والاهتمام بشكل أكبر بتطوير وسائل الدفع الإلكتروني.



قائمة المراجع

أولاً: الكتب

أ. باللغة العربية:

- إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003.
- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- أسامة عبد المنعم، دميثان المجالي، التجارة الإلكترونية، دار الوائل للنشر، الأردن، ط1، 2013.
- ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، التسويق المعاصر، الدار الجامعية، مصر، 2005.
- جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- حجازي بيومي عبد الفتاح، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
- حميد بوزيدة: جباية المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
- خلاصي رضا، النظام الجبائي الجزائري الحديث، دار هومة للطباعة والنشر، ط3، الجزائر، 2002.
- خلاصي رضا، شذرات النظرية الجبائية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- خليل عواد أبو حشيش، المحاسبة الضريبية، دار حامد، ط1، عمان، الأردن، 2004.
- ربحي مصطفى عليان، البيئة الإلكترونية، عمان، دار الصفاء للنشر، ط2، 2015.
- سراج الدين محمد، التجارة الإلكترونية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2009.
- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- سعيد عثمان، شكري العشماوي، اقتصاديات الضرائب، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- السيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعملة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008.
- شعباني لطفي، جباية المؤسسة، متيجة للطباعة، الجزائر، 2017.
- طارق الحاج، المالية العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الطبعة الثانية، مصر، 2007.
- عادل رجب الزنداح، أسامة إبراهيم الأزرق، أثر التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2011.
- عبد الناصر نور وآخرون، الضرائب ومحاسبتها، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2008.
- عماد علي السويح، التجارة الإلكترونية تجارة بلا حدود، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2011.
- فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006.

- فوزي عطوي، **المالية العامة**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2003.
- كاثرين ل. مان وآخرون، **التجارة الإلكترونية العالمية**، مركز الأهرام، القاهرة، مصر، 2003.
- محرم الحداد وآخرون، **نحو إستراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر**، معهد التخطيط القومي، مصر، 2002.
- محمد بعلي، يسري أبو العلاء، **المالية العامة**، دار العلوم للنشر والتوزيع؛ الجزائر، 2003.
- محمد خالد المهاني، خالد الخطيب الحبش، **المالية العامة والتشريع الضريبي**، منشورات جامعة دمشق، 2006.
- محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، **مدخل إلى التجارة الإلكترونية**، مكتبة المجتمع العربي، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
- محمد طاقة، هدى العزاوي، **اقتصاديات المالية العامة**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2007.
- محمد عباس محرز، **اقتصاديات الجباية والضرائب**، دار هومة للطباعة والنشر، ط3، الجزائر، 2003.
- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، **الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.
- منير الجنيني، ممدوح الجنيني، **البنوك الإلكترونية**، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005.
- نضال إسماعيل برهم، **أحكام عقود التجارة الإلكترونية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005.
- يونس البطريق وآخرون، **المالية العامة**، الدار الجامعية للنشر، مصر، الإسكندرية 2006.
- يونس البطريق، **النظم الضريبية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- يونس البطريق، وسعيد عثمان، **النظم الضريبية مدخل تحليلي مقارنة**، الدار الجامعية الإسكندرية، 2000.

ب. باللغة الأجنبية:

. Alain Charles Latrinet, Ahmed silem, **lexique de gestion**, Dalloz, Lyon, 2005-1

ثانيا: المذكرات والأطروحات:

أ- أطروحات الدكتوراه:

- حسين شنيبي، **التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي** - واقع وتحديات، أطروحة دكتوراه تخصص إدارة أعمال، جامعة ورقلة، الجزائر، 2014.
- محمود جمام، **النظام الضريبي وآثاره على التنمية الاقتصادية**، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010.

ب- مذكرات الماجستير:

- سمية ديمش، **التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2011.

- شهرزاد عبيدي، معايير تقييم جودة مواقع التجارة الإلكترونية - دراسة استطلاعية لبعض مواقع التجارة الإلكترونية المؤسسات الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009.
- عبد الرحيم وهيبية، إحلل وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر.
- لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الواحد والعشرون مع الإشارة للتجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية، قسنطينة، 2009.

ثالثا: المقالات والمدخلات:

أ- المقالات العلمية:

- آمنة زربوط، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 01، العدد 01، جامعة البليدة، الجزائر، 2019.
- حمري نجود، حمري نوال، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18.05، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 1، 2021.
- خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017.
- دادن عبد الوهاب، الحماية الافتراضية والتجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، المجلد 3، العدد 3، 2004.
- سهاد كشكول عبد، أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 18، العدد 68، جامعة بغداد، العراق.
- عبد القادر بوعزة، نرجس حميمش، نحو حل مشاكل جباية التجارة الإلكترونية في إطار الجهود الدولية، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 01، العدد 4، 2017، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر.
- عرباوي أحمد خالد، أقاسم عمر، متطلبات تطبيق الجباية الإلكترونية في الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 05، العدد 03، 2019، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر.
- عزوز علي، جباية المعاملات الإلكترونية - المشاكل والحلول، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 01، العدد 01، 2015، جامعة الشلف، الشلف، الجزائر.
- فؤاد الشيخ، محمد سلمان عواد، المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2005.
- لبة هشام، محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 24، 2017.

- ليتيم فتيحة، ليتيم نادية، الأمن المعلوماتي للحكومة الإلكترونية وإرهاب القرصنة، مجلة الفكر، العدد12، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015.
- محمد طالي، الإطار النظري لجباية التجارة الإلكترونية، مجلة دراسات جبائية، المجلد3، العدد1، 2014.
- مناد بولنوار إلياس زكرياء وآخرون، الضريبة على التجارة الإلكترونية بين الفرض والإعفاء، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد04، العدد2، 2020، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر.
- ب- المداخلات في الملتقيات العلمية:
- بن يمينة إبراهيم، عامر حاج دحو، آليات تطبيق الضرائب على التجارة الإلكترونية - الواقع والآفاق، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج، برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019.
- الحواس زواق، ولهي بوعلام، الضرائب على التجارة الإلكترونية - المشكلات وآليات الإخضاع، الملتقى الدولي حول التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2017.
- ذوادي عادل، الضرائب على عوائد التجارة الإلكترونية: الإشكالات والحلول، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019.
- راجي بوعبدالله وآخرون، مدى فعالية التشريع الجبائي في تحقيق متطلبات التجارة الإلكترونية (حالة الجزائر أفمودجا)، الملتقى الوطني حول: التجارة الإلكترونية مشروع صاعد ومستقبل واعد لخريجي الجامعات، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، تيسمسيلت، الجزائر، 24 فيفري 2020.
- عباس بالفاطمي، المتطلبات اللازمة لإقامة وسائل الدفع الإلكتروني على مستوى القطاع المصرفي، ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر وتقنيات، المنعقد أيام: 6-7 جوان 2005، جامعة جيجل.
- علالو شهرزاد، مشاكل وتحديات جباية التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019.
- محمد البشير مركان وآخرون، الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، جامعة الوادي، الوادي، الجزائر، 02-03 ديسمبر 2019.

- محمد مداحي، التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي والعربي، الملتقى العلمي الدولي الرابع لعصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة 2011.

- مسعود ميهوب، أمينة بن جدو، معوقات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية من وجهة نظر أعوان الضرائب - دراسة حالة مديرية الضرائب بولاية برج بوعرييج، الملتقى الدولي: التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات - الفرص والتحديات، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج، الجزائر، 05-06 مارس 2019.

- نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكترونية (الأفاق والتحديات)، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، أيام 15-16-17 مارس 2004.

رابعاً: القوانين والمراسيم:

- المرسوم التنفيذي رقم 04 - 91، الصادر بتاريخ 24 مارس 2004 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية والمحدث لتنظيمها وعمله.

- وزارة المالية، مديرية الضرائب، قانون المالية، 2019.

- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 18. 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية العدد 28، ماي 2018.

- وزارة المالية، مديرية الضرائب، قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2021.

- وزارة المالية، مديرية الضرائب، قانون الإجراءات الجبائية، 2021.

- وزارة المالية، مديرية الضرائب، قانون الرسوم على رقم الأعمال، 2021.

خامساً: المواقع الإلكترونية:

- منظمة التجارة العالمية، متاح على الرابط:

https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/bey4_e.htm

- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، متاح على الرابط:

<https://unctad.org/press-material/e-commerce-continue-its-leading-role-economic-growth>