



جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم المالية والمحاسبة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

الشعبة: مالية ومحاسبة

التخصص: محاسبة وجباية معمقة

من إعداد الطالبين: - زراعي أيمن

- بلمرابط آية

بعنوان:

واقع التحصيل الجبائي على التجارة الإلكترونية في الجزائر

(دراسة استقصائية بمركز الضرائب برج بوعريريج)

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	محاضر أ	براهم شاوش توفيق
مشرفا	محاضر ب	حموش خولة
مناقشا	محاضر ب	شراد غزلان

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۴۳۸

الإهداء

بعد مسيرة دراسية حملت في طياتها التعب والفرح، ها أنا أقف على عتبة تخرجي فالحمد لله على فرصة البدايات وبلوغ النهايات.

إلى من جعل الجنة تحت أقدامها وسهلت ليا الشدائد بدعائها إلى الإنسان العظيمة التي لطالما تمننت أن تقرأ عينها لرؤيتي في يوم كهذا..... أمي العزيزة.

إلى من كان لي سنداً وعوناً عند الشدائد طوال عمري، إلى الرجل الأبرز في حياتي..... أبي الموقر .

إلى من كانت نعم السند في رحلتي العلمية والبحثية، ولم تدخر جهداً في مساعدتي..... زوجتي الغالية .

إلى إخوتي الأعزاء، شركاء الطفولة وداعمي النجاح، أهدي لكم فرحة تخرجي.

زراعي أيمن

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا أما بعد:

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى " وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه بالوالدين إحسانا " عرفانا بجميلهما وإلتماسا لرضاهما وتقديرا لتضحيتهما....
والدي الكريمين.

الى سندي وأماني ومأمني..... زوجي الغالي.

الى ضلعي الثابت و أمان أيامي الى من شددت عضديبهم ... أخي وأختي الغاليين.

الى من كان عوننا وسندا في هذا الطريق إلى الأصدقاء الأوفياء ورفقاء السنين .

بلمرابط آية

شكر وعرfan

قال الرسول صلى الله عليه وسلم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله " نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة "حموش خولة" على ما قدمته لنا من توجيهات ومعلومات ساهمت في إثراء موضوع دراستنا، كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء اللجنة المناقشة الموقرة .

كما نشكر كل من قدم لنا يد العون و المساعدة عن قريب أو بعيد ولو بكلمة . ونتقدم أيضا بالشكر إلى جامعة محمد البشير الإبراهيمي ببرج بوعريريج .

المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والضرائب التي تنظمها وأهم الحلول المقترحة لتطويرها، ومن أجل ذلك تم الإعتماد على المنهج الوصفي، مع الاستعانة بإستبيان من خلال توزيعه على 40 من إطارات بمركز الضرائب باعتبارهم ممارسين مهنة التحصيل الجبائي في الجزائر. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وضوح النظام الجبائي الجزائري ساهم في تسهيل المعاملات التجارية الإلكترونية، بالإضافة إلى ضرورة وجود إجراءات وقوانين تنظيمية تؤطر الجباية على التجارة الإلكترونية، وكذا فرض ضرائب وتحصيلها بطريقة ناجحة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، النظام الجبائي، جباية التجارة الإلكترونية، التحصيل الجبائي.

Abstract:

This study aimed to shed light on the reality of e-commerce in Algeria, the taxes that regulate it, and the most important solutions proposed for its development. For this purpose, the descriptive approach was relied upon, with the help of a questionnaire that was distributed to 40 executives at the Tax Centre as they are practitioners of the tax collection profession in Algeria. The study led to several results, the most important of which is the interest and clarity of the Algeria tax system, which contributed to facilitating Electronic commercial transactions, in addition to the necessity of having regulatory procedures and laws that regulate the collection of trade Electronically, as well as levying and collecting taxes in an efficient manner.

Key words: e-commerce, tax system, e-commerce collection, tax collection.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	شكر و عرفان
I	ملخص الدراسة
II	قائمة المحتويات
II	قائمة الجداول
II	قائمة الأشكال
II	قائمة الملاحق
أ-ج	مقدمة
05	الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة
13-6	المبحث الأول: الأدبيات النظرية
19-14	المبحث الثاني : الأدبيات النظرية
25-20	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
35-29	المبحث الأول: تحديد و تعريف مركز الدراسة
38-36	المبحث الثاني : الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة
54-39	المبحث الثالث: نتائج الدراسة تحليلها تفسيرها ومناقشتها
57-56	الخاتمة
60-58	قائمة المراجع
68-61	الملاحق
71-70	فهرس المحتويات

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الفصل الأول		
01	المقارنة بين دراستنا و الرسائل الجامعية باللغة العربية.	21
02	المقارنة بين دراستنا و المقالات العلمية باللغة العربية.	23
03	المقارنة بين دراستنا و الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.	25
الفصل الثاني		
01	توزيع درجات بقياس ليكارت الخماسي.	36
02	تحديد الإتجاه حسب قيم المتوسط الحسابي.	37
03	ثبات أداة الدراسة بإستخدام معامل الثابت الفاكرومباخ " α " crombach .	39
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليها.	40
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة المهنية .	41
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب مصلحة التي يعمل بها .	42
07	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول.	44-43
08	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني.	46
09	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث.	50-49
10	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع.	53-52

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
31	الهيكل التنظيمي لمركز الضرائب برج بوعريبريج .	01
40	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليها .	02
41	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة المهنية .	03
42	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب المصلحة التي يعمل بها .	04

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
68-61	إستبيان	01
74-69	مخرجات برنامج SPSS, V22	02

مقدمة

+ تمهيد:

في السنوات الأخيرة شهد العالم ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد أثرت هذه الثورة بشكل كبير على الإقتصاد في مختلف القطاعات، حيث تزايدت التعاملات التجارية والإقتصادية عبر الأنترنت، وأصبحت معظم الأعمال التجارية خاصة في الدول المتقدمة، تنفذ بطريقة إلكترونية عبر شبكة الأنترنت. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور مفهوم "التجارة الإلكترونية"، الذي يركز على النشاطات الترويجية والإعلانية والبيع والشراء عبر الأنترنت، هذا ما خلق العديد من التحديات الجبائية الحديثة نتيجة لهذه الظاهرة، حيث أصبحت النظم الضريبية للدول غير قادرة على مواكبة هذا التطور، مما خلق تحديات كبيرة أمام الإدارات الضريبية ما جعلها تهتم بزيادة حصيلتها الضريبية من خلال فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية.

+ إشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق تمحورت مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو واقع التحصيل الجبائي في ظل تبني التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

من أجل معالجة وتحليل هذه المشكلة وبغية الوصول إلى فهم واضح لها، تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مفهوم التجارة الإلكترونية؟
- ماذا يقصد بجباية التجارة الإلكترونية؟
- هل واكب التشريع الجبائي الجزائري التطورات السريعة في التجارة الإلكترونية؟

+ فرضيات الدراسة:

- للإجابة عن الأسئلة المطروحة السابقة ومن ثم الإجابة على مشكلة الدراسة تمت صياغة الفرضيات التالية:
- التجارة الإلكترونية هي عبارة عن التعاملات التجارية التي تتم عن طريق شبكة الأنترنت.
- جباية التجارة الإلكترونية هي مجموعة من التشريعات والقوانين على كل المعاملات التجارية الإلكترونية.
- نعم التشريع الجبائي الجزائري واكب التطورات السريعة في التجارة الإلكترونية.

+ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوعا يحظى بتفاعل واسع ومناقشات مستمرة من خلال التطور الحاصل في أجهزة المعلوماتية ووسائل الإتصالات، مما يعني أن هناك حاجة مستمرة لإعادة صياغة السياسات والإستراتيجيات لمواكبة التطورات الحديثة، وتزداد أهمية هذا الموضوع من خلال التحصيل الجبائي باعتباره أحد مصادر تمويل خزينة الدولة.

+ أهداف الدراسة:

- الإجابة على الإشكالية المطروحة؛
- التوصل إلى المفاهيم الخاصة بالتجارة الإلكترونية؛
- التطرق إلى أهم الضرائب التي تنظم جباية التجارة الإلكترونية.

✚ منهج الدراسة:

في إطار هذا البحث ومن أجل معالجة إشكالية موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج الأكثر استخداما وشيوعا في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وقد تم الاعتماد على الأداة البحثية التالية الاستبيان في معالجة الفصل التطبيقي من خلال توزيع استبانة على موظفين و إطارات بمركز الضرائب ببرج بوعريريج و تحليل النتائج المتحصل عليها.

✚ حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** سنتناول في موضوع دراستنا التعريف بالتجارة الإلكترونية في الجزائر والتشريع الجبائي المنظم لها، وأهم الضرائب المنظمة لها.
- **الحدود الزمنية:** تتمثل في الفترة الممتدة من 20 مارس إلى غاية 23 أبريل واستلام آخر استبيان وتحليله و التوصل إلى النتائج.
- **الحدود المكانية:** تتعلق هذه الدراسة بالجزائر، و توزيع استبيان حول محور دراستنا على مستوى مركز الضرائب لولاية برج بوعريريج.
- **الحدود البشرية:** استهدفت الدراسة إطارات في مجال الضرائب والتحصيل الجبائي.

✚ أسباب اختيار الموضوع:

- هناك عدة أسباب لاختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي وما هو موضوعي نوجزها فيما يلي:
- رغبتنا في دراسة موضوع حديث ومهم خاصة في عصرنا هذا.
- أنها تعالج موضوع مستجد فرضته تطورات العصر خصوص في ظل ندرة وقلة الدراسات التي أجريت عليه.
- معرفة دور وأهمية الضرائب على التجارة الإلكترونية وواقع التحصيل الجبائي لها.

صعوبات الدراسة:

- صعوبة الإلمام بالمعلومات باتساع مجال التجارة الإلكترونية.
- حداثة الموضوع مما يصعب الدراسة في الجانب التطبيقي.

✚ هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول يتضمن الإطار النظري للموضوع، حيث قسم إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول عموميات حول التجارة الإلكترونية ، أما المبحث الثاني ماهية جباية التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثالث الدراسات السابقة، أما في الفصل الثاني فتطرقنا إلى الدراسة التطبيقية دراسة استقصائية ، حيث تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تم فيه تقديم تقديم و تعريف مركز الدراسة، أما المبحث الثاني الطريقة و الأدوات المتبعة في الدراسة، أما المبحث الثالث نتائج الدراسة تحليلها تفسيرها ومناقشتها، كما تم في النهاية إعداد خاتمة الدراسة التي تضمنت نتائج الفصلين مع توضيح اختبار صحة الفرضيات، متبوعة بجملة من الاقتراحات المستنتجة، وأخيرا تم صياغة آفاق الدراسة.

الفصل الأول: الجانب النظري

تمهيد:

شهدت طرق إجراء العمليات التجارية تطوراً نوعياً في العقد الأخير من القرن العشرين، حيث انتقلت من الطابع التقليدي إلى الطابع الإلكتروني. جاء هذا التحول الملحوظ في ظل الاستخدام المتزايد لتقنيات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر ونظم الدفع الإلكتروني، والبرمجيات المتصلة بها. وفي هذا السياق، انتشرت شبكات الإنترنت عبر العالم بشكل واسع، مما دفع معظم المؤسسات الاقتصادية، خاصة الكبيرة، إلى اعتماد واستخدام هذا النمط الجديد للعمليات التجارية المعروف بتسمية "التجارة الإلكترونية". وعلى الرغم من تبني هذا النوع من العمليات التجارية بشكل واسع وتحقيقه تقبلاً واسعاً من قبل المستهلكين حول العالم، خاصة في الدول المتقدمة، فإن التقدم في هذه المعاملات خلق تحديات ومشاكل للأنظمة الجبائية الدولية. وتتعلق هذه التحديات بكيفية رصد وتتبع العمليات التجارية الإلكترونية، وكيفية فرض الضرائب عليها وجمعها. وسنحاول من خلال هذا الفصل إبراز أهم المفاهيم والجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: ماهية جباية التجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث : الدراسات السابقة.

من بين الظواهر التكنولوجية الناشئة، تبرز التجارة الإلكترونية كإحدى العوامل الرئيسية التي شكلت محركاً للتغيير العالمي. فقد أصبحت التجارة الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة من القرن العشرين عنصراً حيوياً، حيث أثبتت نفسها كأحد أركان النظام الاقتصادي العالمي الجديد. وأصبحت واحدة من الوسائل الأساسية التي يعتمد عليها التفاعل العالمي في مجال المشاريع التجارية والإنتاجية. تعد التجارة الإلكترونية اليوم جزءاً لا يتجزأ من عمليات العولمة الاقتصادية، حيث تسهم بشكل كبير في توسيع نطاق الأسواق وتحقيق التفاعل الاقتصادي عبر الحدود. وتشكل وسيلة فعّالة لتسهيل عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

من بين إفرازات التكنولوجيا التجارة الإلكترونية، حيث تعتبر من المتغيرات العالمية الجديدة، التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين حيث أصبحت من دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد وأحد الآليات الهامة التي تعتمد عليها عولمة المشروعات التجارية والإنتاجية.

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية

تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)*: يشير إلى أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء أكانت مكتوبة، أو مرئية أو مسموعة. هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة.¹

تعريف المنظمة العالمية للتجارة (WTO):** هي أنشطة إنتاج السلع و الخدمات، وتوزيعها و تسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية.²

تعريف المجلس الوطني للإعلام والإحصاء الفرنسي (CNIS)*:** التجارة الإلكترونية هي عمليات البيع والشراء التي تتم باستخدام الوسائل التكنولوجية، وشبكات المعلومات، وتعتبر التجارة الإلكترونية جزء من تطبيقات الاقتصاد الرقمي.³

¹ السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة المنصورة، مصر، 2006، ص 34.

² أحمد بورزق، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص والتطبيق، كتاب جماعي، الطبعة الأولى ألفا للوثائق، الجزائر، 2020، ص 91.

³ Pierre-Jean Benghozi, Christian Licoppe, **Internet et Commerce électronique**, HERMES science Publication, Paris, France 2001. P22.

* OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development.

** WTO: World Trade Organization.

***CNIS: Conseil national de l'information statistique.

بناءً على ما سبق يمكننا القول أن التجارة الإلكترونية هي : "عملية بيع وشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت. يتسم مصطلح التجارة الإلكترونية بتعدد وجهات النظر في تعريفه، حيث يُطلق على مجموعة الأنشطة التجارية التي تتم عبر الويب في الزمان الحالي".

ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية تكتسب مجموعة من الخصائص و يمكن إبرازها فيما يلي:

- **الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية** : أي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الأنترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الأنترنت يمكن صاحب الشركة بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الأنترنت عبر العالم كله¹.
- **غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية** : إتمام صفقة تجارية كاملة بدأ من التفاوض على الشراء و التعاقد، و دفع قيمة البضاعة و استلامها الكترونيا يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق، وهذا ما يدعم هدف التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع اللورقية، لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية، الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية والعقود الإلكترونية والتوصيات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية².
- **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، مما قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة، أو تقديم بطاقات ائتمانية 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 الأنترنت³.
- **سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الإلكترونية** : إن اتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية و التغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها، ونظرا لارتباطها بوسائل الاتصال الإلكتروني يعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى للتغيير المتسارع⁴.

المطلب الثاني: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية (قانون 18-05)

¹ أحمد بورزق، "التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص و التطبيق"، كتاب جماعي، مرجع سبق ذكره، ص 95.

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

³ إبراهيم العيسوي، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، ص34.

⁴ أحمد بورزق، "التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص و التطبيق"، كتاب جماعي، مرجع سبق ذكره، ص 96.

نص القانون الجزائري لأول مرة على مشروع متعلق بالتجارة الإلكترونية، من خلال القانون رقم 18-05، المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 10 ماي 2018، الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ 16 ماي 2018، حيث تضمن عدة أحكام تخص تنظيم التجارة الإلكترونية، مع تحديد التزامات العملاء الإلكترونية نذكرها فيما يلي¹ :

أولاً: المصطلحات التي وردت في القانون

حيث عرفت المادة 06 من هذا القانون عدة مصطلحات خاصة بالنشاط وهي كالاتي²:

01. **التجارة الإلكترونية:** هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية.
02. **العقد الإلكتروني :** هو العقد الذي يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه، باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني.
03. **المستهلك الإلكتروني:** كل شخص طبيعي أو معنوي، يقنتي بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.
04. **المورد الإلكتروني:** كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.
05. **الدفع الإلكتروني:** كل وسيلة دفع مرخص بها وفقاً للتشريع المعمول به، تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية.
06. **الإشهار الإلكتروني:** كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.
07. **اسم النطاق :** عبارة عن سلسلة أحرف أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني .
08. **الطلبية المسبقة:** هو تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون .

ثانياً : الممارسات الإلكترونية في قانون التجارة الإلكترونية 18-05:

¹ القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 10 مايو 2018، الجريدة الرسمية الجزائرية، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018، العدد 28، ص 04.

² القانون 18-05، مرجع سبق ذكره، المادة 06، ص 05.

تضمن هذا الباب من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 :

01. المعاملات التجارية العابرة للحدود :

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

_ يجب أن تحول عائدات هذا البيع بعد الدفع إلى حساب المورد الإلكتروني لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر أو لدى بريد الجزائر .

_ يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف شراء السلع أو الخدمات الرقمية الموجهة حصريا للاستغلال الشخصي، من قبل مستهلك إلكتروني مقيم بالجزائر ولدى مورد إلكتروني موجود في بلد أجنبي، عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما¹.

02. شروط ممارسة التجارة الإلكترونية :

نص المشرع الجزائري على مجموعة من القواعد لممارسة التجارة الإلكترونية تمثلت في :

_ التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، ونشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت بامتداد "com .dz"، وهذا حسب المادة 08 من القانون 18-05؛²

_ إنشاء سجل وطني للموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، في المركز الوطني للسجل التجاري الذي يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض الإلكتروني.³

أما فيما يخص طلبية منتج أو خدمة، تمر عبر ثلاث مراحل إلزامية⁴:

_ وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة؛

_ التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لا سيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات

المطلوبة والسعر الإجمالي والوحدوي والكميات المطلوبة، بغرض تمكينه من تعديل الطلبية أو إلغائها؛

_ تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد .

يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على المعلومات التالية⁵:

_ الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات؛

_ شروط و كفاءات التسليم؛

_ شروط فسخ العقد الإلكتروني؛

¹ القانون 18-05، مرجع سبق ذكره، المادة 07، ص 06.

² القانون 18-05، مرجع سبق ذكره، المادة 08، ص 06.

³ القانون 18-05، مرجع سبق ذكره، المادة 11، 10، 09، ص 06.

⁴ القانون 18-05، مرجع سبق ذكره، المادة 12، ص 07.

⁵ القانون 18-05، مرجع سبق ذكره، المادة 13، ص 07.

_ شروط و كفيات العقد الإلكتروني؛

_ شروط و كفيات إعادة المنتج .

03.التزامات المستهلك الإلكتروني :

_ يلتزم المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه ؛

_ يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتج

أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني، و لا يمكن للمستهلك أن يرفض التوقيع على وصل الاستلام.¹

04.واجبات المورد الإلكتروني و مسؤولياته:

_ بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد مسؤولاً بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن نية تنفيذ

الالتزامات المترتبة على هذا العقد، وبمجرد إبرام العقد يلزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة إلكترونية من العقد

إلى المستهلك الإلكتروني ؛

_ يترتب عن كل بيع لمنتج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية إعداد فاتورة من قبل المورد

الإلكتروني تسلم للمستهلك الإلكتروني.²

05.الدفع في المعاملات الإلكترونية :

يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص

بها، من بنك الجزائر أو بريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل

العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية .³

06.الإشهار الإلكتروني :

نص المشرع الجزائري على أن الإشهار عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يكون محدد بشروط واضحة،

ويجب على المورد الإلكتروني وضع منظومة إلكترونية تسمح لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي

إشهار منه دون مصاريف أو مبررات، ففي هذه الحالة يكون المورد ملزم بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات

الإلكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه، وفي حالة نزاع ينبغي للمورد الإلكتروني أن يثبت أن

إرسال الإشهارات الإلكترونية خضع للموافقة المسبقة والحررة، وأن شروط المادة 30 مستوفات .⁴

ثالثا : الجرائم والعقوبات

¹القانون 05-18، مرجع سبق ذكره، المادة 16،17،ص 07.

²القانون 05-18، مرجع سبق ذكره، المادة 18،19،20، ص 07،08.

³القانون 05-18، مرجع سبق ذكره، المادة 27،28،ص 08.

⁴القانون 05-18، مرجع سبق ذكره، المادة 30،32،33،ص 09.

- 01.مراقبة الموردين الإلكترونيين ومعاينة المخالفات:** يخضع المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، كما يؤهل لمعاينة مخالفات أحكام هذا القانون الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة إضافة إلى الضباط وأعوان الشرطة .
- 02.الجرائم والعقوبات:** تضمن القانون 05-18 مجموعة من العقوبات، تتمثل في غرامات وإغلاق الموقع الإلكتروني مؤقتا أو نهائيا، وكذلك الشطب من السجل التجاري حسب نوع المخالفة المنصوص عليها في المواد 03 و 05 من هذا القانون.¹

المطلب الثالث: معوقات ومتطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية

هناك العديد من المعوقات والمتطلبات لتطبيق التجارة الإلكترونية نذكر منها:

أولا : معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية :

تواجه الجزائر الكثير من التحديات التي تعيق انتشار التجارة الإلكترونية، وتقف حاجز في سبيل نموها ويمكن عرض أبرز التحديات في :

01. معوقات تقنية و تكنولوجيا : وتتمثل هذه التحديات في² :

_ ضعف البنية التحتية الإلكترونية ؛

_ ضعف التقنية والوعي الإلكتروني، حيث لا يزال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال؛

_ صعوبة تكامل التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد بيانات بعض الأعمال الحالية؛

_ دعم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكة الأنترنت.

02.معوقات تجارية: يمكن تلخيص أهم هذه العقبات في³ :

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية؛

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

- عدم توفر الحواجز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الإلكترونية، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل لبدء مشاريع التجارة الإلكترونية.

¹القانون 05-18، مرجع سبق ذكره، المادة 35،36،37،38، ص09.

²علاوة محمد لحسن ومولاي لخضر عبد الرزاق، "آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئية"، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر ، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011، ص10.

³مراد رايس وعبد الهادي مسعودي، عوائق التجارة في الوطن العربي والإسلامي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة ،الجزائر، 13-14 مارس 2012، ص 13.

03. معوقات تشريعية وقانونية : من بين أهم التحديات القانونية والتشريعية في المعاملات الإلكترونية¹:

_ صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من معاملات التجارة الإلكترونية والخاصة بحضر بعض السلع مثل الأدوية المخدرة الصيدلة الإلكترونية، ومن ثم وجود فجوة بين قوانين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية.

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

_ صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني، وذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل عبر الواب لممارسة العمليات التجارية الإلكترونية دون حاجة إلى الانتقال على البلد المستهلك.

04. معوقات اجتماعية ونفسية : ونلخص أهم هذه المعوقات في ما يلي:

- الأمية: من الصعب على الجزائر التي تعاني من الأمية أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي، وتطبيق أسلوب التجارة عبر الأنترنت نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة؛
- اللغة : من بين تحديات التجارة الإلكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام شبكة الأنترنت للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الإلكترونية تتم باللغة الإنجليزية ؛
- العائق النفسي: سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الإنفتاح على العالم الخارجي الذي يتميز بما يلي:

- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة؛
- عدم إنغراس التجارة الإلكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما تذوقها قبل إتمام الصفقة ؛
- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الإلكترونية فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها، وبالتالي هناك خطر استلامها نهائيا؛
- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية ؛
- العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى الأسواق التقليدية، على اعتبار عملية التسوق أحد أشكال الترفيه ؛
- حداثة ظاهرة التجارة الإلكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد، فالكثير يودون أن يروا شيء ثابت قبل الاستثمار فيه .²

1 علاوة محمد لحسن ومولاي لخضر عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص 12.

²سمية ديمش، التجارة الإلكترونية وحقيقة وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل وإشراف اقتصادي، جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص 283.

ثانيا:متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية :

لقيام التجارة الإلكترونية في الجزائر ومجاهاة معوقاتها، لابد من إقامة بنية تحتية وإتباع إستراتيجية شاملة وهادفة للوصول إلى الهدف المرجو، ومن بين الحلول المقترحة لتبني تفعيل التجارة الإلكترونية وتعظيم عائدات المؤسسات الإقتصادية نذكر ما يلي :

- توفير بنية معلوماتية متينة، من خلال تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الإتصالات السلكية والاسلكية، كنظام فعال قادر على توفير اتصالات في غاية السرعة والكفاءة، وكذا العمل على نشر الأنترنت وتقوية سعة النفاذ عليها توصيلها لأوسع شريحة في المجتمع وبأسعار تنافسية، والتعجيل بالإصلاحات والمشاريع الطموحة في مجال توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة لهذه التجارة لتوفير الحماية والثقة لجميع المتعاملين؛
- تحرير التجارة الإلكترونية من العوائق القانونية التي تعترض انتشارها مع مراعاة التنسيق الإقليمي والدولي؛
- سن قوانين وقواعد صارمة جراء عمليات النصب والاحتيال وعدم الالتزام بالقوانين والشروط اللازمة ؛
- تفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب، خاصة الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية من أجل تبادل الخبرات وتكوين الإطارات في مجال تصميم البرمجيات والنظم وحماية أمن المواقع ؛
- تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى التجارة الإلكترونية ؛
- تطوير وتنويع الهيكل الإقتصادي من خلال رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير، وتطوير نظام الدفع الإلكتروني وتخفيض التكاليف؛
- تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية الوطنية لاستخدام تقنيات التجارة الإلكترونية ؛
- ضرورة تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي، وذلك بزيادة الإنفاق الإستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى التكوين المستمر للموظفين في البنك، والتوسع في استخدام شبكة الانترنت، بكفاءة أعلى وتكلفة أقل؛
- نشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين أفراد المجتمع من أجل فك الغموض حول التجارة الإلكترونية وتشجيع الشباب الطموح للخوض في هذا المجال، من خلال برامج الدعم والتشغيل في هذا المجال وتكثيف الحملات التحسيسية¹.

¹ بوراس بودالية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مقال حول واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تيموشنت، 2021/03/01، ص 34، 35 .

المبحث الثاني : ماهية جباية التجارة الإلكترونية

تباينت الإتجاهات التشريعية الدولية والداخلية في التعامل مع معاملات التجارة الإلكترونية ضريبيا، وعلى الرغم أن معظم الدول المتقدمة قد أصدرت التشريعات القانونية الخاصة بممارسة التجارة الإلكترونية كأعمال تجارية، إلا أن الأمر لم يكن على ذات المستوى من التنسيق والتقنين فيما يتعلق بموضوع إخضاع الإيرادات الناجمة عن هذه التجارة للضرائب¹.

المطلب الأول: مفهوم جباية التجارة الإلكترونية

يمكن القول أن الجباية الإلكترونية هي تلك التي تعنى بفرض الضرائب على التعاملات التي تتم على شبكة الانترنت، هذا النوع الحديث من التعامل يطرح عدة إشكاليات منها إشكالية كيفية جباية الضرائب المتعلقة بها والعوائق التي تعترضها².

وبالإضافة يمكن تعريف جباية التجارة الإلكترونية باعتبارها جملة القوانين والقواعد المتعلقة بتحديد وتحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عن طريق الأنترنت³.

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن جباية التجارة الإلكترونية هي مجموعة من الضرائب أو الرسوم تفرض على العمليات التجارية التي تتم عن طريق الأنترنت مثل بيع المنتجات أو الخدمات عبر المواقع الإلكترونية، تهدف إلى تحقيق العدالة الضريبية و توفير موارد مالية للدولة.

المطلب الثاني : الضرائب التي تنظم التجارة الإلكترونية في الجزائر

إتجاهات الجزائر في فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية هي كما يلي⁴:

أولاً: فرض رسوم جمركية

فيها قامت إدارة الجمارك بالحجز على السلع و البضائع المرسله من خارج الجزائر عبر خدمة الطرود البريدية لمستهلكين مفترضين في الجزائر، حيث اعتبرت إدارة الجمارك وخاصة في ظل ثبوت تكرار نفس الأشخاص لعملية الشراء، أنها عمليات تجارية يقوم بها الأشخاص دون سجل تجاري يحترفون الشراء الإلكتروني من المواقع العالمية لإعادة البيع في الجزائر، أو القيام بعملية الشراء حسب الطلب ولحساب زبائنهم الجزائريين أو المقيمين في الجزائر، حيث تم فرض رسوم جمركية متفاوتة تتعلق بالتجارة الإلكترونية، عبر مختلف المصالح الجمركية عبر الموانئ والمطارات، وهذا لتطبيق تدابير جديدة لقانون المالية 2022، وحسب مديرية الجمارك تتعلق المنتجات

¹ قاسمي زين الدين، علون عمر، معوقات جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر و سبل تخطيها، مذكرة ماستر، محاسبة و جباية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، 2020-2021، ص39.

² كماسي محمد أمين، دادن عبد الغاني، معوقات الجباية في ظل التعاملات الرقمية والنقود الإلكترونية، الملتقى الدولي للتجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، ص 4 .

³ بوعزة عبد القادر، حميمش نرجس، نحو حل مشاكل جباية التجارة الإلكترونية في إطار الجهود الدولية، مجلة الإقتصاد و إدارة الاعمال، المجلد 01، العدد 02، 2017/04/30، ص117.

⁴ العمري هاشمي، تكييف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الإلكترونية - دراسة حالة -، أطروحة دكتوراه، تخصص محاسبة و جباية معمقة، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج، 2022-2023، ص206-207.

محل تقييد الإستيراد إلا بعد تسديد الرسوم المترتبة عليها، بنسب تتراوح من 70 إلى 60 بالمائة لكل السلع التي تتراوح قيمتها ما بين 01 إلى 20 مليون سنتيم، في بطاقة الأم برسم يساوي 60.22 بالمائة، الألبسة و مواد التجميل 66.22 بالمائة، إكسسورات مصغرة للسيارات بـ84.62 بالمائة.

وعقب صدور القرار هاشتاغ "خليني نشري" في مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، حيث دعا المشاركون فيه إلى تجميد العمل بالرسوم الجديدة، وهو ما أدى إلى تدخل الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون وأمر بتجميد كافة الضرائب والرسوم على التجارة الإلكترونية والهواتف النقالة الفردية ووسائل الإعلام الآلي الموجه للإستعمال الفردي، والمؤسسات الناشئة.

ثانيا: فرض ضرائب ورسوم

01_ فرض ضريبة جزافية على الإستهلاك : بمعدل 05% على التجارة الإلكترونية حسب المادة 10 من قانون المالية لسنة 2019، رقم 18-18، الصادر في الجريدة الرسمية 79 بتاريخ 30 ديسمبر 2018. والتي فحواها: "تحدث ضمن القسم الرابع من الباب الثاني من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، مادتان 282 مكرر 4، مكرر 5، تحرران كما يلي:"المادة 282 مكرر 4: استثناء لأحكام المواد 282 مكرر إلى 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 إلى البيع المباشر على الشبكة، يخضعون لاقتطاع من المصدر محرر من الضريبة بمعدل 5% بعنوان الضريبة الجزافية الوحيدة، يطبق على مبلغ الفاتورة مع احتساب كل الرسوم. ويطبق هذا الإقتطاع، حسب الحالة، من طرف مؤسسات إنتاج السلع والخدمات أو من طرف المؤسسات التي تنشط في مجال الشراء/ إعادة البيع، كما يجب على المؤسسات المذكورة أعلاه، أن تطبق هذا الإقتطاع من المصدر بالنسبة للأشخاص غير المسجلين لحد الآن لدى الإدارة الجبائية والذين يحققون عمليات إنتاج للسلع والخدمات أو المؤسسات الناشطة في الشراء/ إعادة البيع، تتم إعادة صب هذا الإقتطاع من طرف المؤسسات في 20 من الشهر الذي يلي الفوترة على الأكثر، لا تطبق أحكام المادة 282 مكرر 03 على هذه الفئة من المكلفين بالضريبة".

"المادة 282 مكرر 5: طبقا لأحكام المادة 282 مكرر 4 أعلاه، يعاد صب ناتج الضريبة الجزافية الوحيدة المقتطع على شكل إقتطاع من المصدر، لفائدة ميزانية الدولة".

02_ إخضاع معاملات التجارة الإلكترونية لأول مرة في الجزائر للرسم على القيمة المضافة (T.V.A) بالمعدل المخفض 09% حسب المادتين 39 و 41 من قانون المالية لسنة 2020، رقم 14-19، الصادر في الجريدة الرسمية رقم 81، بتاريخ 30 ديسمبر 2019، واللذان عدلتا المادتين 02 و 23 من قانون الرسم على رقم الأعمال.

تتمثل معوقات وحلول تطبيق جباية التجارة الإلكترونية فيما يلي:

أولاً: معوقات جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر

وتتمثل هذه التحديات في ما يأتي ذكره¹:

- **مشكلة الحصر الضريبي:** تظهر هذه المشكلة نظراً لأن جزءاً من التجارة الإلكترونية غير منظور، إضافة لأن هذه التجارة تأخذ عدة مستويات بين الدول (المؤسسات، مؤسسة و شخص طبيعي ...) وأشكال التجارة (منتجات، خدمات..).
- **سيادة الدولة:** يفترض أن تخضع المشاريع المتواجدة في دولة ما لضرائب تسنها هذه الدولة تبعاً لسيادتها، وهو أمر يمكن للمؤسسات تقاويه من خلال اللجوء للمعاملات الإلكترونية.
- **العدالة الضريبية:** تطرح هذه المشكلة ما بين المعاملات التجارية التقليدية ونظيرتها الإلكترونية؛
- **صعوبة إثبات التعاملات والعقود:** تشير الاتفاقيات ومختلف القوانين الوطنية إلى ضرورة أن تكون المعاملات كتابية وكذلك الأمر بالنسبة لتقديم المعلومات، ولكن ومع عدم وجود تحديد دقيق في هذا الجانب فإن هذا يؤثر سلباً على التعاملات التجارية الإلكترونية .
- **مشكلة الإزدواج الضريبي:** من أجل حل هذا المشكل تنتهج بعض الدول فكرة المقر الدائم، حيث تفرض الدولة التي يقع فيها مقر الضريبة، ولكن الاعتماد على شبكة الإنترنت يمكن من إجراء التعاملات دون وجود مقر ملموس وهو ما يطرح إشكالات حول من لديه الحق في فرض الضريبة، حيث أن المشكل الأساسي هو الاختيار ما بين عالمية الإيراد وإقليمية الضريبة.²

ثانياً: حلول تطبيق جباية التجارة الإلكترونية

أجمع عدد كبير من خبراء الضرائب والتجارة والتكنولوجيا على أن اللوائح الضريبية المعمول بها حالياً من الصعب أن يتم تعديلها لتتنفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية، حيث أن التجارة الإلكترونية التي لا تعرف حدوداً جغرافية ولا تشريعات ضريبية يصعب إخضاعها لنظام ضريبي محدد وفقاً للاتفاقيات الضريبية الدولية إلا أن هناك عدة طرق تم التوصل إليها في هذا المجال:³

1. أسلوب الحياد الضريبي الإلكتروني:

اقترحت الولايات المتحدة الأمريكية جعل الأنترنت منطقة تبادل حر مستبعدة تماماً من نطاق الضرائب، وأشار الرئيس الأمريكي كلينتون إلى أن الأنترنت يجب أن يصبح منطقة الازدهار التجارية بلا ضريبة أو رقابة . وكي لا تصبح الضريبة سبباً في عرقلة التجارة الإلكترونية اقترح البعض وجود نظام ضريبي بسيط وشفاف ومنسجم مع النظم الضريبية العالمية الأخرى، ظهرت عدة محاولات في هذا الصدد، وأصبح من الثابت أن الحياد الضريبي

¹بوعزة عبد القادر، حميش نرجس، نحو حل مشاكل جباية التجارة الإلكترونية في إطار الجهود الدولية مرجع سبق ذكره، ص119.
²فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، الملتقى الدولي الرابع حول: عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة الجزائر، 26-29/04/2011، ص15.

ينبغي أن يشكل المبدأ الأساسي للضريبة الإلكترونية ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة، ولكن تتم المعاملة الضريبة بنفس الأسلوب على كل صور التجارة بدون تمييز، سواء تعلق الأمر بالتجارة التقليدية أو بالتجار عن بعد أو بالتجارة الإلكترونية، ومن الضروري تفادي وجود فجوات غير عادلة في المنافسة، تتبع من إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة بينما تخضع لها التجارة التقليدية.¹

2. خلق ضرائب إلكترونية جديدة:

اقترح البعض ربط الضريبة عند المنبع من خلال العملاء، أو تجبى الضريبة بواسطة الدول المستقبلية للسلعة أو الخدمة، ويتم ذلك من خلال التنسيق في مؤتمر دولي يحدد كيفية الحصول على هذه الضريبة والقائمين عليها، وغير المحل للثقة يمكن، في هذا المقام، أن يلعب دورا هاما سواء بتقديمه، بناء على طلب العميل خدمة صحة التصرف غريبا، أو بالتلقي النقائي، بناء على طلب الدول، للضريبة الخاصة بالمعاملة التي يطلب منه الإقرار بصحتها.²

3. غير المحل للثقة الضريبة:

توصلا برقابة السلطات على المعاملات التجارية، تم اقتراح اللجوء إلى شخص من غير المحل للثقة الضريبة، تتمثل مهمته في تحديد الأطراف وتخزين المعلومات المتعلقة بتلك المعاملات ونقلها إلى مصلحة الضرائب، هذا العبر يمكن أن يكون مورد خدمة الأنترنت أو بنك أو مقدم بطاقات الائتمان أو متعهد الاتصالات، ويفضل البعض الوسيط المالي الذي يقوم بتحصيل الضريبة عن المعاملات، حيث يتولى بنفسه تطبيق الضريبة المفروضة على المتعاملين ويتولى تحصيلها من خلال المستهلك وتوريدها، وانطلاقا من ذات المبدأ يقترح البعض إقامة نظام الإمساك بالضريبة عن طريق الوسطاء الماليين، تبلغ هذه الفكرة واقعية من الناحية الفنية عندما يتم الدفع عن طريق بطاقة الائتمان، ونظرا الصعوبة احترافي المعاملات، يمكن إدخال نظام الفحص الإلكتروني الذي يربط صاحب البطاقة والبائع بالبنك، وللوصول إلى النتيجة المرجوة، يمكن السلطات الضريبة أن تسعى جاهدة لدى الأجهزة المختصة حث موردي نظم الدفع الإلكتروني على تشغيل تلك النظم بالأسلوب الذي يسمح بالإجراء المحاسبي الذي يتفق وتدقق الأموال طبقا للتشريعات السارية، ومن المفصل كذلك توسيع نطاق الإعلام، ويا حبذا لو تم إنشاء مواقع مخصصة لهذا الغرض، هذا بالإضافة إلى تشجيع الخطوة التي من شأنها تسيير الإجراءات الإدارية بالنسبة لدافعي الضرائب كتعميم البريد والدفع الإلكتروني، وإنشاء شبك واحد على الأنترنت يمكن من خلاله تركيز وإتمام كافة الخطوات الضريبة، وتبقى مع ذلك عقبة عامة ألا وهي التعرف على الملتزمين بدفع الضرائب الإلكترونية وتحديدهم، يبدو الأمر صعبا أمام تعدد فرص انتحال الشخصية على الأنترنت، ولعل الحل

¹ محمد البشير مرکان، عبد الحمید بوخاري، فوزي الحاج أحمد، الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى الدولي: الإتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، غرداية، 2-3/12/2019، ص40.

² محمد البشير مرکان، عبد الحمید بوخاري، فوزي الحاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص40.

يمكن في منح كل متعامل رقم معين وتسجيله ينصح منه العنوان وجهاز الحاسب الآلي المسموح له بالالتحاق بالشبكة¹.

4. فرض ضريبة على الاستهلاك:

يهدف هذا المقترح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض ضريبة على الاستهلاك والملكية، حيث أن كل منها متخفف المرونة وصعب إخفائه وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها، حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الأنترنت حيث يقومون بانفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال².

وهناك توافق دولي في الآراء على أن قواعد فرض ضرائب الإستهلاك على التجارة عبر الحدود ينبغي ان تطبق في الولاية التي يتم فيها الإستهلاك، وهناك آليات قائمة ومعروفة لسلطات الضرائب من أجل مراقبة وجباية ضرائب الإستهلاك المتعلقة بالمنتجات المادية حتى عندما تباع المنتجات عبر الحدود، وهناك فكرة أخرى مطروحة للنقاش، وهي إمكانية فرض ضريبة على المستهلك من خلال الشركات التي تقدم خدمة الأنترنت، أي تقوم هذه الشركات بحاسبة عملائها على التعاملات التي يجرونها عبر الأنترنت، أي أن تفرض ضريبة مبيعات على المعاملات المختلفة ثم تقوم بتحويل هذه الضريبة إلى الحكومة، أي أنها وسيط بين كل من الحكومة و المستهلكين³. وقد تعرضت هذه الضريبة إلى عدة انتقادات وهي صعوبة تتبع المعاملات التجارية الإلكترونية لعملاء الشركات التي تقدم خدمة الإنترنت بالإضافة إلى تعارض تطبيق هذه الضريبة مع القوانين التي تتضمن سرية المعاملات، وكذلك يؤدي فرض هذه الضريبة إلى زيادة الأعباء الضريبية الملقاة على كاهل المستهلكين الأمر الذي سوف يعيق تطور وانتشار التجارة الإلكترونية⁴.

5. تطبيق ضريبة البيت (Bit) :

ضريبة البيت (Bit tax) هي أحد الحلول المقترحة لتنظيم المعاملات التي تنطوي على الانتقال الإلكتروني للبيانات، ويتم تحصيلها على أساس كمية البيتس الرقمية التي يمكن استخدامها أو نقلها، ويتطلب ذلك وجود معدات ذات مواصفات خاصة في الأجهزة المختلفة التي تقوم بنقل معلومات الكمبيوتر الفاكس، وغيرها (خاصة بقياس البيانات على أساس البيتس)⁵.

وقد نبعت هذه الفكرة من الأهمية القصوى التي تحتلها المعلومات والبيانات في العالم اليوم، حيث تعد دعامة البيئة الجديدة، فانتقال وتبادل المعلومات هو النشاط الرئيسي لهذه البيئة، وعلى الرغم من ذلك فإن المكاسب المتولدة

¹ محمد البشير مرکان، عبد الحميد بوخاري، فوزي الحاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 40.

² سعيد عبد العزيز عثمان، شكري رجب العشماوي، إقتصاديات الضرائب: سياسات نظم قضايا معاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 603.

³ محمد البشير مرکان، عبد الحميد بوخاري، فوزي الحاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 41.

⁴ رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999، ص 15.

⁵ محمد البشير مرکان، عبد الحميد بوخاري، فوزي الحاج أحمد، الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 41.

عن هذا النشاط غير منظور، حيث انه لا توجد رقابة كافية أو رصد لهذا النشاط، وبالتالي فهي مصدر ثروة لا تنتفع به الدول.

ويمكن اعتبار ضريبة البيت من بين أفضل الحلول المقترحة لفرض ضريبة على انتقال السلع والخدمات الإلكترونية عبر الأنترنت، حيث أن هذه السلع يتم تحويلها إلى كمية من البيتس وتتم عملية انتقالها عبر الأنترنت، فإن Bit-Tax سوف تتمكن من حصر العدد الفعلي من البيتس الذي تم نقله وتفرض ضريبة عليه وقد وجهت لهذه الفكرة العديد من الانتقادات، حيث أن فرض الضريبة ستتطوي على نوع من الخداع، فقد تكون السلعة أو الخدمة المنقولة من عدد صغير من البيتس و بالتالي يتم فرض قيمة ضريبية قليلة، وفي نفس الوقت قد تكون قيمة بيع هذه السلعة أو الخدمة مرتفعة، وقد يكون الأمر مختلفاً، عندما تتكون السلعة أو الخدمة من عدد كبير من البيتس و بالتالي تخضع لالتزامات ضريبية أكبر، وفي الوقت نفسه تكون قيمة بيع السلع منخفضة، وبالتالي فإن ذلك يتطلب محاولة لتطوير المقترح حتى يمكنه التغلب على هذه العقبة، والتي قد تؤدي إلى إقتصار عملية الانتقال من نوع معين من السلع و الخدمات، وهو الذي لا يحتوي على عدد كبير من البيتس ولكن قيمة بيعه مرتفعة¹.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

¹ عزوز علي، جباية المعاملات الإلكترونية-المشاكل والحلول-، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، العدد01، 2015، ص80،79.

بعد تطرقنا لأهم الجوانب النظرية التي تناولت موضوع واقع التحصيل الجبائي على التجارة الإلكترونية، تم التطرق في هذا المبحث لبعض الدراسات التي تناولت موضوع المذكرة أو كانت لها علاقة به، إضافة إلى محاولة مقارنة بين هاته الدراسات والدراسة التي قمنا بها من حيث أوجه التشابه وأوجه الاختلاف في ما بينها و كيفية الاستفادة منها .

المطلب الأول : الرسائل الجامعية باللغة العربية

أولاً : دراسة العمري هاشمي

بعنوان "تكيف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الإلكترونية " أطروحة دكتوراه تخصص محاسبة وجباية معمقة ، جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعرييج- السنة الدراسية 2023/2022 .
الهدف من هذه الدراسة هو تحليل طبيعة نشاط التجارة الإلكترونية والتعرف على الصعوبات والتحديات التي واجهت الأنظمة الجبائية نتيجة لتطور هذا القطاع، كما تسعى الدراسة إلى فهم التغيرات في الآراء حول فرض الضرائب والرسوم على هذا النشاط، نظراً لصعوبة تطبيق القوانين الجبائية التقليدية عليه. وتأتي أهمية هذا البحث في ضرورة تحديث النظم الجبائية لمواكبة التقدم السريع للتجارة الإلكترونية، حيث تشكل الجباية مصدراً أساسياً للدخل الوطني.

وتشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى وجود اختلافات عالمية في كيفية فرض الضرائب والرسوم على نشاط التجارة الإلكترونية. كما تشير إلى زيادة انتشار هذا النشاط في الجزائر رغم وجود عقبات يجب التغلب عليها. وقد تم تطبيق ضريبة جزافية ورسم على القيمة المضافة على هذا النشاط في الجزائر، ولكن ما زالت هناك تحديات كثيرة تعترض جباية المعاملات التجارية الإلكترونية. وبناءً على ذلك، يتعين تكيف النظام الجبائي الجزائري وتحسين وسائله وإجراءاته لتحقيق أقصى فعالية وكفاءة في جمع الضرائب ومراقبتها، بما يتناسب مع التقدم السريع لوسائل التجارة والتبادل الإلكترونية.

ثانياً : دراسة قاسمي زيد الدين، علون عمر

بعنوان "معيقات جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر و سبل تخطيها " مذكرة ماستر تخصص محاسبة وجباية معمقة، جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج- السنة الدراسية 2021/2020
هدفت هذه الدراسة إلى تناول موضوع عصري يشكل تحدياً كبيراً للأنظمة الجبائية على مستوى العالم، وتحديدًا في الجزائر، حيث يتمثل التحدي في معالجة مسألة فرض الضرائب على المعاملات التجارية الإلكترونية. يعتبر هذا الأمر ذا أهمية خاصة نظراً للتقدم الكبير الذي شهدته هذه المعاملات في السنوات الأخيرة .

وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من الحلول المقترحة التي يمكن أن تسهم في فرض الضرائب على المعاملات التجارية الإلكترونية. يبدأ ذلك من تحسين بنية الإنترنت في الجزائر، التي تعد عنصرًا رئيسيًا في هذا السياق، وصولاً إلى اقتراح طرق فعالة لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية دون التأثير السلبي على نموها، وهي جهود تأتي في سياق تطوير هذا القطاع الذي لا يزال في مراحله الأولى في الجزائر.

ثالثاً : دراسة سويسي رمزي، خالد بشأن .

الفصل الأول:الإطار النظري للدراسة

بعنوان "جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر الأفاق و التحديات" مذكرة ماستر تخصص محاسبة و جباية معمقة جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج- السنة الدراسية 2021/2020 .

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على مدى تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر، وتسلط الضوء على الحلول الرئيسية التي يمكن أن تسهم في تطويرها.

أظهرت الدراسة إلى غياب واضح للمواد القانونية الضريبية التي تتوافق مع خصوصيات المعاملات التجارية الإلكترونية، مما يعيق القدرة على فرض معدلات ضريبية مناسبة على هذه المعاملات. كما أشارت النتائج إلى أن الإمكانيات المادية والتقنية والبشرية المتاحة حاليًا في الإدارة الضريبية ليست كافية وغير ملائمة تمامًا للتحويل نحو الرقمنة في إدارة الجبايات. وفي هذا السياق، تبرز ضرورة إعادة هيكلة العمل في الإدارة الضريبية وتدريب موظفيها بشكل احترافي في مجال التكنولوجيا الحديثة، كما تشير الدراسة إلى ضرورة رقمنة الإدارة الجبائية وإحداث تغييرات في هياكلها بطريقة تمكّنها من التحول نحو الإدارة الإلكترونية، مما يعزز فاعليتها في التعامل مع التحديات المتزايدة للتجارة الإلكترونية.

أما فيما يخص أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة الذكر ومذكرتنا فهي موضحة في الجدول الموالي، كما أن هذا الجدول يوضح ما استفدنا من هذه الدراسات.

الجدول رقم 01: المقارنة بين دراستنا والرسائل الجامعية باللغة العربية

الدراسة السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
العمرى هاشمي 2023/2022	تشابهه في بعض النقاط في الجانب النظري	الحدود المكانية دراسة التجارب الدولية في فرض و تحصيل الضرائب على التجارة و المبادلات الإلكترونية	الاستفادة من بعض المعلومات في الجانب النظري
قاسمي زين الدين ، علون عمر 2021/2020	تشابهه في بعض النقاط في الجانب النظري، من خلال التطرق إلى معيقات تطبيق جباية التجارة الإلكترونية والحلول المقترحة.	التطرق إلى أهم الوسائل المستخدمة في الدفع الإلكتروني	الاستفادة من بعض المراجع
سوسي رمزي ، بشان خالد 2021/2020	- من حيث الموضوع - من حيث استبيان على مستوى مديرية الضرائب	الاختلاف في بعض العناصر في الجانب النظري.	الاستفادة من بعض المراجع

المصدر : من إعداد الطالبين اعتمادا على الدراسات السابقة .

المطلب الثاني : المقالات العلمية باللغة العربية

أولا : دراسة بوراس بودالية

بعنوان "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر" ، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية ، العدد 01 ، السنة 2021 .

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف الواقع الحالي والمستقبل المحتمل للتجارة الإلكترونية في الجزائر. تركزت الدراسة على تحليل مشروع التجارة الإلكترونية في البلاد، وفحص الوضع التشريعي والقانوني الذي يحيط به، بالإضافة إلى تحديد أبرز المعوقات والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر. توصلت هذه الدراسة إلى أن انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر يتطلب العديد من العوامل التي يمكن أن تسهم في إنشاء بيئة ملائمة تدعم نمو هذا القطاع. ورغم الجهود المبذولة في البلاد، وتبني الحكومة للوسائل الإلكترونية لمواكبة التطورات التكنولوجية وتوفير المتطلبات الضرورية لتحفيز التجارة الإلكترونية، فإن الجزائر لا تزال في مراحل مبكرة من تطور هذا القطاع، وبظل الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية في البلاد بحاجة إلى صياغة مناسبة للتعامل مع التحديات التي تواجه تنفيذها وتطويرها، للتغلب على العقبات التي تعيق تنفيذ التجارة الإلكترونية في الجزائر، يجب إعداد بيئة مناسبة تتناسب مع الطبيعة الإلكترونية للتجارة، ويمكن تحقيق ذلك من خلال إنشاء بنية تحتية فعّالة للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، إلى جانب تحديث الإطار التشريعي والقانوني لتكون أكثر توافقاً مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

ثانيا : دراسة عزوز علي

بعنوان "جباية المعاملات الإلكترونية المشاكل والحلول" ، مجلة الردة الإقتصادية الأعمال، العدد 01 ، السنة 2015 .

هدفت هذه الدراسة إلى التركيز على مسألة فرض الضرائب على المعاملات الإلكترونية ومعالجة التحديات المتعلقة بها، تناولت الدراسة صعوبة إثبات المعاملات والعقود في هذا السياق، بالإضافة إلى تحديد هوية الأطراف ونشاطها وصعوبات استخدام النقود الإلكترونية، وفحصت الدراسة مشكلة فرض الرسوم الجمركية على المعاملات الإلكترونية الدولية.

وقد خلصت هذه الدراسة عن عدة نتائج رئيسية، أهمها أنه يجب على الحكومات تعزيز كفاءة الإدارة الضريبية والجمركية، وتجهيزها بوسائل حديثة، بالإضافة إلى تطوير مهارات موظفيها، كما يتعين ضمان سرية المعاملات في هذا السياق، مما يتطلب اتخاذ إجراءات لضمان حماية البيانات والمعلومات، تشير الدراسة أيضاً إلى أهمية العمل على إيجاد حلول لتسهيل إثبات المعاملات الإلكترونية وتسهيل تحديد الهوية والنشاط المرتبطين بها، وتوصي بضرورة مراجعة وتحديث التشريعات الضريبية والجمركية لتكون متناسبة مع التطورات التكنولوجية والتحديات الناشئة عن المعاملات الإلكترونية الحديثة .

ثالثا : دراسة أحمد عبد الله العوضي .

بعنوان "العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية" مجلة الاقتصاد والمجتمع ، العدد 06 ، السنة 2010 .

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على دور التجارة الإلكترونية وتأثيرها في الاقتصاد العالمي، بالإضافة إلى استكشاف واقع التجارة الإلكترونية في منطقة الوطن العربي، كما سعت الدراسة إلى تحديد أبرز التحديات والمخاطر التي تواجه قطاع التجارة الإلكترونية، وتحليل الوسائل المتاحة لمواجهتها بنجاح. وقد خلصت هذه الدراسة أن التجارة الإلكترونية نظام معلومات يتكون أساساً من أدوات إلكترونية، وهذا جعلها عرضة لمخاطر القرصنة والاختراق، مما يستدعي إقامة تشريعات علمية متكاملة تعزز التنسيق الدولي بين جميع الدول والهيئات، يشمل ذلك العالم العربي، الذي يشهد خطوات صغيرة في مجال التجارة الإلكترونية، وتكاد تكون غير ملحوظة، ومن هنا يصبح ضرورياً للدول العربية أن تستفيق من سباتها وتلتحق بصفوف الدول المتقدمة نحو التجارة الإلكترونية، يجب أن تتبنى هذه الدول أساليب حديثة تتناسب مع الأوضاع الراهنة والتغيرات الجديدة، خاصة في ظل نمو الأسواق الشاملة وتشكيل التكتلات الاقتصادية.

الجدول رقم 02: المقارنة بين دراستنا والمقالات العلمية باللغة العربية.

الدراسة السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
دراسة بوراس بودالية ، 2021،	دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.	من حيث التطرق لمراحل و نشأة التجارة الإلكترونية.	الاستفادة من مفهوم التجارة الإلكترونية.
دراسة عزوز علي ، 2015	تشابه في بعض نقاط المحور الثاني.	الدراسة تشمل مختلف دول العالم، على عكسنا تخص الجزائر.	الاستفادة من بعض الحلول المقترحة للمعاملات الإلكترونية.
دراسة أحمد الله العوضي 2010	دراسة نفس متغير دراستنا .	من حيث الحدود المكنية في الوطن العربي.	الاستفادة من بعض المعلومات فيما يخص التجارة الإلكترونية .

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على الدراسات السابقة.

المطلب الثالث: الدراسات باللغة الأجنبية

أولاً : دراسة فليب ماريني .

Philippe Marini, "Une feuille de route pour une fiscalité numérique neutre et équitable", Rapport d'information, fait au nom de la commission des finances, sur la fiscalité numérique n° 614,27 juin 2012.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل المعلومات والبيانات بهدف تكييف وتعديل الضرائب والرسوم المفروضة على التجارة التقليدية، مع مراعاة خصائص ومميزات الاقتصاد الرقمي، يهدف ذلك إلى ضمان العدالة الضريبية بين المكلفين الناشطين في التجارة التقليدية ونشطاء التجارة الإلكترونية، وتسعى الدراسة أيضاً إلى التعامل مع عدم الحياد في المنافسة التجارية وتحسين الإيرادات الجبائية على الأنشطة الاقتصادية الرقمية، بما في ذلك الإعلان عبر الإنترنت والتجارة الإلكترونية،

تأتي هذه الجهود ضمن إطار برنامج العمل الذي يستهدف صياغة مشروع قانون ضرائب رقمية يكون محايداً وعادلاً، يعتبر هذا البرنامج جزءاً من خطة عمل عالمية يتم تنفيذها على المستوى الوطني والأوروبي والدولي، تهدف هذه الجهود الشاملة إلى تحقيق توازن في التشريعات الضريبية، مما يساهم في تعزيز المرونة والتكيف مع التحولات الاقتصادية الحديثة وضمان تطابق الضرائب مع تطورات الأعمال التجارية على الصعيدين التقليدي والرقمي.

ثانياً : دراسة سوهاجيت باسو .

Subhajit Basu, "Taxation of e-commerce from a global perspective", thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of Liverpool john moores university for the degree of doctor of philosophy, 2003.

تهدف هذه الدراسة إلى فحص تأثير التحول من البيئة التجارية التقليدية التي تعتمد بشكل رئيسي على العوامل المادية إلى البيئة الإلكترونية المستندة إلى المعرفة والتقنيات الرقمية، يسعى البحث إلى تحليل الآثار الجوهرية لهذا التحول على مستوى الضرائب وأنظمة الضرائب، خاصة فيما يتعلق بضرائب الاستهلاك، يُشدد في الدراسة على احتمالية خسارة الإيرادات في هذا المجال، ويسلط الضوء على الجهود المشتركة التي تُبذل من قبل الحكومات ذات الصلة، بما في ذلك الاتحاد الأوروبي، للتكيف مع هذا التحول ولتحسين الفاعلية الضريبية في ظل التطورات الرقمية والتكنولوجية.

و قد خلصت هذه الدراسة إلى أن هناك حاجة لفرض ضرائب جديدة مخصصة خصيصاً للتجارة الإلكترونية، مثل أنظمة ضريبة الاستهلاك وضريبة القيمة المضافة وضريبة المبيعات، يظهر أن للتجارة الإلكترونية تأثيراً ملحوظاً، خاصة في البلدان النامية حيث يمكن حدوث فقدان للإيرادات الجبائية نتيجة لنشاط التجارة الإلكترونية.

ثالثاً: دراسة نوران جودرات كرموف.

Nuran Gudrat Kerimov, "Current commerce". University of Georgia, Master of Laws, University of Georgia. Spring 2002.

الفصل الأول:الإطار النظري للدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف ومعالجة التحديات والصعوبات التي تواجه الإدارات الضريبية في محاولتها لتحسين الفرص الضريبية والرسوم المفروضة على التجارة الإلكترونية، يركز البحث على التحديات المتعلقة بالضرائب المباشرة وغير المباشرة، ويسعى إلى ضبط القوانين الضريبية المطبقة على التجارة التقليدية لجعلها تتلاءم بشكل أفضل مع تطلعات وتحولات التجارة الإلكترونية.

و قد خلصت هذه الدراسة إلى بعض المقترحات للتغلب على التحديات التي تعترض فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية، منها فكرة ضريبة البت (Bit Tax) كما توصلت هذه الدراسة إلى أن هناك هدراً كبيراً للإيرادات الجبائية ناتج عن عدم تكييف النظم والقوانين الجبائية مع متطلبات وتحديات التجارة والتبادلات الإلكترونية، يشدد الباحث على ضرورة التدخل الدولي في سياق فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، داعياً إلى إصلاح الإطار الضريبي بما يتناسب مع التطورات التكنولوجية والاقتصادية الحديثة ويسهم في تحقيق التوازن بين تشجيع الابتكار وضمان تحقيق العدالة الجبائية.

الجدول رقم 03: المقارنة بين دراستنا و الدراسات السابقة باللغة الأجنبية .

الدراسة السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
دراسة فليب ماريني 2012،	التطرق لبعض مفاهيم دراستنا	من حيث حدود الدراسة المستوى الأوربي و الدولي	من حيث المراجع
ثانيا : دراسة سوهاجيت باسو . 2003	تشابه من حيث الموضوع	من حيث الحدود الزمنية للدراسة 2003 .	من حيث المراجع
ثالثا: دراسة نوران جودرات كرموف.	تشابه في بعض نقاط الجانب النظري	من حيث الحدود الزمنية للدراسة 2002 .	من حيث المراجع من حيث الإستفادة من بعض المعلومات .

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على الدراسات السابقة

خلاصة الفصل الأول:

تتطلب التجارة الإلكترونية، بفضل خصائصها المميزة التي تفرقها عن التجارة التقليدية، معاملة ضريبية تختلف عما يطبق في سياق التجارة التقليدية، كما يجب التعامل مع تلك الصعوبات والتحديات التي تطرأ نتيجة للطابع الرقمي والعابر للحدود لهذه المعاملات، والتي تؤثر سلباً على جمع الإيرادات الضريبية في العديد من دول العالم، وعلى الرغم من ذلك لا تزال قواعد الضرائب التقليدية تظل المعيار المطبق على هذا النوع من التجارة، مما يعزز حاجة المجتمع الدولي في تطوير وتحديد تلك القوانين لتناسب الوضع الحالي وتوفير إطار ضريبي يلبي متطلبات وتحديات التجارة الإلكترونية المتزايدة.

الفصل الثاني:

الجانب التطبيقي

تمهيد:

بعد تطرقنا في الجانب النظري إلى المفاهيم المرتبطة بمتغيري الدراسة الخاصة بالتجارة الإلكترونية والتحصيل الضريبي، ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، وسعياً منا لاستكمال هذا البحث قمنا بدراسة ميدانية متمثلة في استمارة إستبيان كونها الأنسب لطبيعة هذا البحث، وللتأكد من مدى صدق وثبات الأداة قمنا بتوزيعها على عينة الدراسة من ثم جمع الاستبيانات ومعالجتها بأساليب إحصائية وتحليله للخروج بنتائج الدراسة، وسنحاول من خلال هذا الفصل إبراز أهم النتائج من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: تحديد و تعريف مركز الدراسة .

المبحث الثاني : الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة .

المبحث الثالث: نتائج الدراسة تحليلها تفسيرها ومناقشتها .

المبحث الأول: تحديد وتعريف مركز الدراسة

يعتبر مركز الضرائب مصلحة عملية جديدة، تابعة للمديرية العامة للضرائب، تختص حصريا بتسيير الملفات الجبائية وتحصيل الضرائب المستحقة من طرف المكلفين بالضريبة متوسطي الحجم.

المطلب الأول: تقديم مركز الضرائب لولاية برج بوعرييج CDI

أولا: التعريف بمركز الضرائب

مركز الضرائب التابع لولاية برج بوعرييج هو مركز تسيير موحد، يجمع تحت إشراف رئيس المركز كل مهام التسيير والتحصيل والمراقبة والمنازعات، تم افتتاحه بتاريخ 2012/12/24، ويضم حاليا 90 عامل موزعين على مختلف مصالح المركز، و يقع مقره بالحي الإداري المكافحين ببرج بوعرييج، يعالج المركز 4182 ملف جبائي وذلك حتى تاريخ 2020/07/31.

أما المكلفين بالضريبة الخاضعين لمجال اختصاصه والمتمثلين في:

- ✓ المؤسسات الخاضعة للنظام الحقيقي وغير التابعة لمجال اختصاص مديرية كبريات الشركات .
- ✓ المكلفين أصحاب المهن الحرة؛
- ✓ الشركات وغيرها من الأشخاص المعنويين الخاضعين للضريبة برسم المداخل الخاضعة للضريبة على أرباح الشركات؛
- ✓ المكلفين بالضريبة الخاضعين للنظام الحقيقي لفرض الضريبة برسم عائدات الأرباح الصناعية والتجارية.

كما تقسم مراكز الضرائب إلى ثلاث أصناف وذلك تبعا لعدد الملفات المسيرة من قبل المركز وهي كالآتي:

الصنف الأول : عدد الملفات أكبر من 8000 وأقل من 12000 ملف؛

الصنف الثاني : عدد الملفات أكبر من 4000 ملف وأقل من 8000 ملف؛

الصنف الثالث : عدد الملفات أكبر من 4000 ملف.

ثانيا : مهام مركز الضرائب

تتخصر مهام مركز الضرائب في المجالات التالية:

01- في مجال الوعاء الضريبي :

- مسك وتسيير الملفات الجبائية للشركات وغيرها من الأشخاص المعنويين بعنوان المداخل الخاضعة للضريبة على أرباح الشركات؛
- مسك وتسيير الملفات الجبائية للمكلفين بالضريبة الخاضعين للنظام الحقيقي لفرض الضريبة برسم عائدات الأرباح الصناعية والتجارية؛
- إصدار الجداول وقوائم التحصيل وشهادات الإلغاء أو التحصيل مع معاينتها والمصادقة عليها.

02- في مجال التحصيل :

- التكفل بالجداول وسندات الإيرادات وتحصيل الضرائب والرسوم والإتاوة؛

- تنفيذ العمليات المادية للدفع والتحويل وتقدير الأموال النقدية؛
- ضبط الكتابات ومركزة تسليم القيم.

03- في مجال الرقابة :

- البحث عن المعلومات الجبائية وتجميعها واستغلالها ومراقبة التصريحات؛
- إعداد وتحقيق برامج التدخلات والرقابة لدى الخاضعين للضريبة وتقييم نتائجها.

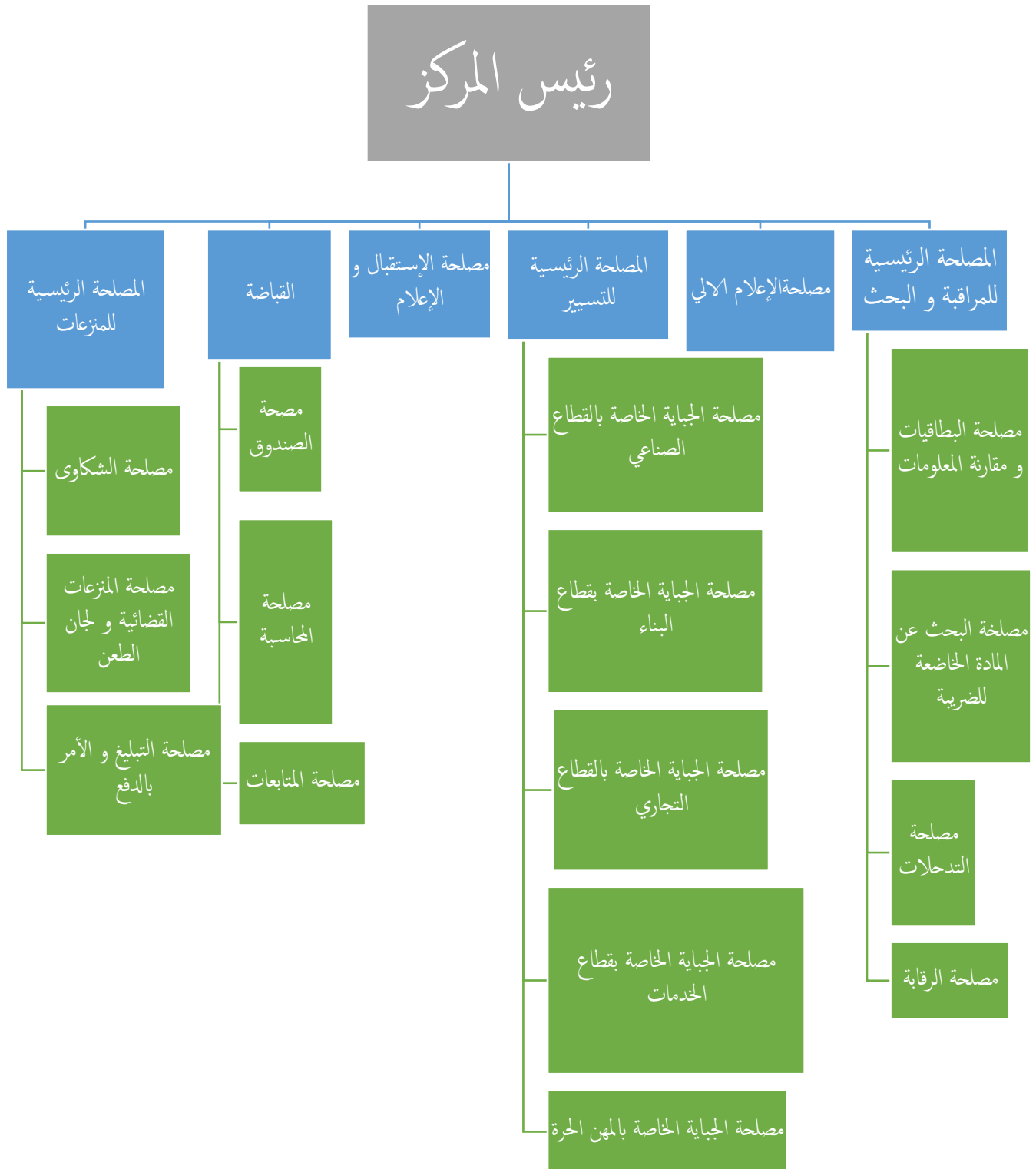
04- في مجال المنازعات :

- دراسة ومعالجة الشكاوى؛
- متابعة المنازعات الإدارية والقضائية؛
- سداد القروض والرسوم على القيمة المضافة؛

05- في مجال الاستقبال والإعلام :

- التكفل بالإجراءات الإدارية الخاصة بالوعاء لا سيما تلك المتعلقة بإنشاء المؤسسات وتعديل قوانينها الأساسية؛
- تنظيم وتسيير المواعيد؛
- نشر المعلومات والمطبوعات لصالح المكلفين بالضريبة التابعين لاختصاص مركز الضرائب.

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمركز الضرائب



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على المعلومات المقدمة من مركز الضرائب لولاية برج بوعريريج

كما هو مبين في الهيكل التنظيمي يتكون مركز الضرائب من ثلاث مصالح رئيسية وقبضة ومصالحتين¹.

أولا : المصلحة الرئيسية للتسيير، تكلف بـ :

- التكفل بالملفات الجبائية للمكلفين بالضريبة التابعين لمركز الضرائب في مجال الوعاء، والمراقبة الجبائية ومتابعة الامتيازات الجبائية الدراسة المالية الأولية للاحتجاجات؛
- المصادقة على جداول وسندات الإيرادات وتقديمها لرئيس المركز للموافقة عليها بصفته وكيل موفضا للمدير الولائي للضرائب؛
- اقتراح تسجيل المكلفين بالضريبة للمراقبة على أساس المستندات و/أو لمراجعة المحاسبية؛
- إعداد تقارير دورية وتجميع الإحصائيات وإعداد مخططات العمل وتنظيم الأشغال مع المصالح الأخرى مع الحرص على انسجامه.

و تضم هذه المصلحة الرئيسية خمس مصالح و هي :

- المصلحة المكلفة بجباية القطاع الصناعي؛
- المصلحة المكلفة بجباية قطاع البناء والأشغال العمومية؛
- المصلحة المكلفة بجباية القطاع التجاري؛
- المصلحة المكلفة بجباية المهن الحرة.

ثانيا: المصلحة الرئيسية للمراقبة والبحث ، تكلف بـ :

- إنجاز إجراءات البحث عن المعلومة الجبائية ومعالجتها وتخزينها وتوزيعها من أجل استغلالها؛
- اقتراح عمليات مراقبة وإنجازها، بعنوان المراجعات في عين المكان والمراقبة على أساس المستندات لتصريحات المكلفين بالضريبة التابعين لمراكز الضرائب، مع إعداد جداول إحصائية وحوصل تقييمية دورية.

و تضم هذه المصلحة الرئيسية أربع مصالح وهي :

1- مصلحة البطاقات ومقارنة المعلومات، وتكلف بـ :

- تشكيل وتسيير فهرس المصادر المحلية للإعلام والاستعلام الخاصة بوعاء الضريبة وكذا مراقبتها وتحصيلها؛
- مركزة المعطيات التي تجمعها المصالح المعنية، وتخزينها واستردادها من أجل استغلالها؛
- التكلف بطلبات تعريف المكلفين بالضريبة.

2- مصلحة البحث عن المادة الضريبية التي تعمل في شكل فريق ، وتكلف بـ :

- إعداد برنامج دوري للبحث عن المعلومة الجبائية بعنوان تنفيذ حق الاطلاع؛

¹الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قرار وزاري مشترك صادر في الجريدة الرسمية رقم 20، الصادرة بتاريخ 29 مارس 2009، الموافق لـ 02 ربيع الثاني 1430هـ ، المواد 89-101، ص20-22.

▪ إقتراح تسجيل المكلفين بالضريبة للمراقبة على أساس المستندات وفي عين المكان انطلاقا من المعلومات والاستعلامات المجمعة.

3- مصلحة التدخلات التي تعمل في شكل فريق، وتكلف ب :

▪ برمجة وإنجاز التدخلات بعنوان تنفيذ الحق في التحقيق والحق في الزيارة و المراقبة عن المرور وكذا إنجاز في عين المكان لكل المعايينات الضرورية لوعاء الضريبة ومراقبتها وتحصيلها؛

▪ اقتراح مكلفين بالضريبة لمراجعة محاسبتهم أو للمراقبة على أساس المستندات انطلاقا من المعلومات أو الاستعلامات المجمعة.

4- مصلحة الرقابة التي تعمل في شكل فريق، وتكلف ب :

▪ إنجاز برامج المراقبة على أساس المستندات وفي عين المكان؛

▪ إعداد وضعيات إحصائية دورية تتعلق بوضعية إنجاز برامج المراقبة مع تقييم مردودها.

ثالثا : المصلحة الرئيسية للمنازعات، وتكلف ب :

▪ دراسة كل طعن نزاعي أو إعفائي يوجه لمركز الضرائب أو زيادات أو غرامات أو عقوبات قررها المركز، وكذا طلبات استرجاع اقتطاعات الرسم على القيمة المضافة؛

▪ متابعة القضايا النزاعية المقدمة إلى الهيئات القضائية.

تعمل على تسيير :

1- مصلحة الشكاوى (الاحتجاجات)، وتكلف ب :

▪ دراسة الطعون المسبقة التي تهدف إلى إلغاء أو تخفيض فرض ضرائب أو الزيادات والعقوبات المحتج عليها أو استرجاع الضرائب والرسوم والحقوق المدفوعة اثر تصريحات مكتتبه أو مدفوعات تلقائية أو مقتطعة المصدر؛

▪ دراسة طلبات تتعلق بإرجاع اقتطاعات الرسم على القيمة المضافة؛

▪ دراسة الطعون المسبقة التي تهدف إلى الإحتجاج على أعمال المتابعة أو الإجراءات المتعلقة بها أو المطالبة بالأشياء المحجوزة؛

▪ معالجة منازعات التحصيل.

2- مصلحة لجان الطعن والمنازعات القضائية، وتكلف ب :

▪ دراسة الطعون التابعة لاختصاص لجان طعن الضرائب المباشرة والرسم على القيمة المضافة؛

▪ المتابعة بالاتصال مع المصلحة المعنية في المديرية الولائية للضرائب، للطعون والشكاوى المقدمة للهيئات القضائية.

3- مصلحة التبليغ والأمر بالدفع، وتكلف ب:

▪ تبليغ القرارات المتخذة بعنوان مختلف الطعون إلى المكلفين بالضريبة والى المصالح المعنية؛

▪ الأمر بصرف الإلغاءات والتخفيضات المقررة مع إعداد الشهادات المتعلقة بها؛

- إعداد المنتجات الإحصائية الدورية المتعلقة بمعالجة المنازعات وتبليغها للمصالح المعنية.
 - رابعاً : القباضة، وتكلف ب:
 - التكفل بالتسديدات التي يقوم بها المكلفين بالضريبة بعنوان التسديدات التلقائية التي تتم، أو الجداول العامة أو الفردية التي تصدر حقهم كذا متابعة وضعيتهم في مجال التحصيل؛
 - تنفيذ التدابير المنصوص عليها في التشريع والتنظيم الساريين المفعول والمتعلقة بالتحصيل الجبري للضريبة؛
 - مسك محاسبة المطابقة لقواعد المحاسبة العامة وتقديم حسابات التسيير المعدة إلى مجلس المحاسبة.
- تعمل على تسيير:
- مصلحة الصندوق؛
 - مصلحة المحاسبة؛
 - مصلحة المتابعات، حيث تمثل هذه المصلحة في شكل فرق.
- خامساً : مصلحة الاستقبال والإعلام، تحت سلطة رئيس المركز، وتكلف ب:
- تنظيم استقبال المكلفين بالضريبة وإعلامهم؛
 - نشر المعلومات حول حقوقهم وواجباتهم الجبائية الخاصة بالمكلفين بالضريبة التابعين لاختصاص مركز الضرائب.
- سادساً : مصلحة الإعلام الآلي والوسائل، وتكلف ب:
- استغلال التطبيقات المعلوماتية وتأمينها وكذا تسيير التأهيلات ورخص الدخول الموافقة لها؛
 - إحصاء حاجيات المصالح من عتاد ولوازم أخرى وكذا التكفل بصيانة التجهيزات؛
 - الإشراف على المهام المتصلة بالنظافة وأمن المقرات.

المطلب الثالث : مجال صلاحيات مركز الضرائب

يسير مركز الضرائب مجموعة من الضرائب المتعلقة بالمكلفين بالضريبة التابعين لصلاحياته على أساس ملف واحد يشمل كل المعلومات المتعلقة بالمكلف بالضريبة، باستثناء الرسم العقاري يبقى مسير من طرف مفتشيات الضرائب.

تحديد مجال صلاحيات مركز الضرائب الذي سيمارس في نطاقه مركز الضرائب مهامه يعني تحديد من جهة المكلفين بالضريبة التابعين لها، ومن جهة أخرى، الضرائب والرسوم التي يخضع إليها هؤلاء.

1. الأشخاص التابعين لمركز الضرائب، يتبع لمجال اختصاص مركز الضرائب :

- المؤسسات الفردية الخاضعة للنظام الحقيقي؛
- الشركات غير الخاضعة لمديرية كبريات المؤسسات؛
- أعضاء المهن الحرة الذين طلبوا النظام الحقيقي؛

2. الضرائب والرسوم المسيرة من طرف مركز الضرائب، تتمثل مهام مركز الضرائب في تسيير الوعاء الضريبي وتحصيل ومراقبة الضرائب والرسوم التالية:
- الضريبة على الدخل الإجمالي / فئة الأرباح الصناعية والتجارية المستحقة على المؤسسات الفردية الخاضعة للنظام الحقيقي؛
 - الضريبة على الدخل الإجمالي/ فئة الأرباح غير تجارية المستحقة على أعضاء المهن الحرة؛
 - الضريبة على أرباح الشركات المستحقة على شركات الأموال الخاضعة للقانون العام أو شركات الأشخاص، أو شركات المساهمة بالمعنى الذي جاء في القانون التجاري والشركات المدنية التي اختارت الخضوع للضريبة على أرباح الشركات؛
 - الرسم على القسمة المضافة والرسم على النشاط المهني؛
 - حقوق الطابع ورسم المرور؛
 - الإقتطاعات من المصدر المستحقة على الأجور والمرتبات، والمكافآت؛
 - الإقتطاعات من المصدر المستحقة على توزيع أرباح الأسهم على الشركاء.

المبحث الثاني : الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة

اخترنا في هذه الدراسة إستعمال الطريقة الاستقصائية في جمع عينات الدراسة، أي دراسة جزء فقط من المجتمع ثم محاولة تعميم النتائج، فالهدف الأساسي لهذه الدراسة هو دراسة واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، ولتحقيق هذا الهدف تم استطلاع آراء مجموعة من موظفين وإطارات في مركز الضرائب.

المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة التطبيقية

لاختبار الفرضيات استعملنا الاستبانة، حيث تعتبر إحدى وسائل البحث العلمي للحصول على بيانات أو معلومات حول موضوع الدراسة.

أولاً: تعريف الاستبيان

معلوم أن الاستبيان أو الاستبانة هو مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالموضوع التي تطرح على أفراد العينة لتمكين الباحث من معرفة ودراية أكبر بجزئيات بحثه، وفي هذه الدراسة تم تصميم الاستبيان وفق مرحلتين مرحلة البناء ومرحلة التحكيم، ليتضمن 38 سؤالاً في وثيقة مطبوعة نظراً لطبيعة الدراسة، ونظراً لأن الوثيقة المطبوعة المسلمة مباشرة أيسر من الإجابة على الاستبيان الإلكتروني بالنسبة لأفراد العينة، وقد تضمن الاستبيان أربعة (4) محاور حول موضوع الدراسة.

ثانياً: بناء استمارة الاستبيان

تمت طباعة الاستبيان على أوراق عادية، حيث تضمن 38 سؤالاً، وتم صياغتها باللغة العربية. وقد حرصنا قبل نشر الاستبيان إلى إخضاعه للتحكيم العلمي من قبل أساتذة متخصصين في المجال، واستهدف الاستبيان مجموعة من موظفين و إطارات بمركز الضرائب و المركز الجوارى برج بوعريرج.

ثالثاً: معالجة استمارة الاستبيان

تم تفرغ المصفوفة في برنامج SPSS للحصول على النتائج المطلوبة، وبذلك بلغ عدد فقرات المجالات 38 فقرة، كانت الإجابات عليها وفق مقياس ليكرت الخماسي.

يتكون المقياس المقترح من مجموعة من الأسئلة التي تختلف بصدها وجهات النظر، للمستخدمين خمسة أنماط للإجابة حيث تتدرج من (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، حيث تعطى للإجابة التي تمثل أعلى مستوى للاتجاهات الإيجابية خمس درجات، وللإجابة التي تليها أربع درجات، ثلاث درجات فدرجتين ثم درجة واحدة، وهكذا وبالعكس للاتجاهات السلبية كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (01): توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة/الترميز	05	04	03	02	01

ولتسهيل تحليل ومناقشة آراء المستجوبين نحو مدى موافقتهم أو عدم الموافقة على ما تضمنته عبارات ومحاور الاستبيان، فإنه يتم إعداد دليل الموافقة لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة، وقد تم الاعتماد على الأدوات الإحصائية التالية: المدى، طول الفئة، المتوسط الحسابي وذلك باعتباره أحد مقاييس النزعة المركزية، إذ تم استعمال المتوسط الحسابي لمعرفة الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة، الانحراف المعياري استخدم كمؤشر لقياس مدى الاتساق المتوفر بين إجابات عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستبيان.

حيث أن: المدى يستخدم لتحديد مجالات مقياس ليكارت الخماسي المستخدم في الإستبيان وبحسب بالعلاقة:
 المدى = (أعلى درجة في مقياس - أدنى درجة في مقياس) وبالتطبيق على إستبيان الدراسة نجد:
 المدى = $(5-1)=4$ ، وللحصول على طول الفئة وتحديد المجالات الموافقة نقوم بقسمة المدى على عدد درجات المقياس، وذلك على النحو التالي: طول الفئة = (المدى / عدد درجات المقياس).
 طول الفئة = $(5/4)=0.80$ ، وبإضافة هذه القيمة في كل مرة للحد الأدنى لدرجة الموافقة نحصل على الحد الأعلى لكل مجال مثلاً: $1.80=0.80+1$ فنحصل على مجال [1-إلى-1.80] وهو مجال موافقة بدرجة منخفضة جداً. وهكذا مع كل مجالات الموافقة، وتفيد هذه العملية في التعرف على الموقف المشترك لإجمالي أفراد العينة على كل عبارة وعلى كل محور حيث نحصل على المجالات كما يلي:

جدول رقم(02): تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط الحسابي

مجال المتوسط الحسابي	مستوى الموافقة
من 1 إلى 1.80 درجة	درجة منخفضة جدا
من 1.81 إلى 2.60 درجة	درجة منخفضة
من 2.61 إلى 3.40 درجة	درجة متوسطة
من 3.41 إلى 4.20 درجة	درجة عالية
من 4.21 إلى 5 درجة	درجة عالية جدا

إضافة إلى تحديد اتجاهات العينة نحو مدى موافقتهم على عبارات الإستبيان، فإننا أيضا نقوم بترتيب العبارات من خلال أهميتها في المحور بالإعتماد على أكبر قيمة متوسط حسابي في المحور، وعند تساوي المتوسط الحسابي بين عبارتين فإنه يأخذ بعين الاعتبار أقل قيمة للانحراف المعياري بينهما.

المطلب الثاني: عرض بيانات أداة الدراسة

بعد تعريف أفراد عينة الدراسة بالهدف العلمي من هذا الإستبيان، و التأكيد لهم أن المعلومات التي سنحصل عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستحاط بالسرية التامة، قمنا بتقسيم هذا الإستبيان على قسمين كما يلي:

أولا : البيانات الشخصية

يتضمن أسئلة عامة، الغرض منها جمع معلومات تخص الفرد المستجوب والتي تبدأ من السؤال 01 إلى غاية السؤال 03.

ثانيا : البيانات المتعلقة بالموضوع

- البعد الأول : التجارة الإلكترونية في الجزائر (يحتوي على 10 عبارات)؛
- البعد الثاني: التشريع الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر (يحتوي على 09 عبارات)؛
- البعد الثالث : التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر (يحتوي على 10 عبارات)؛
- البعد الرابع : معوقات جباية التجارة الإلكترونية (يحتوي على 09 عبارات).

المبحث الثالث: نتائج الدراسة تحليلها تفسيرها ومناقشتها

عند الانتهاء من جمع الاستبيان و تفرغ بياناته نقوم بتحليلها للتوصل إلى النتائج.

المطلب الأول: درجة صدق وثبات الإستبيان

أولاً: معامل ألفا كرونباخ

هناك عدة طرق للتحقق من ثبات أداة القياس، اخترنا من بينها "ألفا كرونباخ Alpha Crombach"، أين قمنا بحساب "معامل ثبات ألفا كرونباخ Alpha Crombach"، لجميع الفقرات بالإضافة إلى حساب معامل الثبات الكلي للأداة وذلك من أجل التأكد بأنها تعطي نفس النتائج أو نتائج متقاربة إذا طبقت أكثر من مرة على نفس العينة في ظروف مشابهة، والنتائج المتوصل إليها موضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (3): ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل الثبات "ألفا كرونباخ Alpha Crombach"

محاور وأبعاد الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات	جودة القياس
التجارة الإلكترونية في الجزائر	10	0.742	جيد
واقــع التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر	09	0.784	جيد
التحصيل الجبائي للإدارة الإلكترونية في الجزائر	10	0.647	مقبول
معوقات جباية التجارة الإلكترونية	09	0.735	جيد
الاستبيان ككل	38	0.727	جيد

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS، v 22

نلاحظ من الجدول رقم (3) أن معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع الأبعاد يتراوح بين أصغر قيمة وأكبر قيمة (0.647% و 0.784%) بدرجة ثبات تتراوح من مقبولة إلى جيدة، كما أن درجة الثبات الكلي هي الأخرى جيدة، حيث بلغ معدل الثبات الكلي (0.727%)، وكل هذه القيم أكبر من 60% وهذا يدل على أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة ثبات مقبولة تبرر استخدامها لأغراض هذه الدراسة.

ثانياً: خصائص أفراد العينة.

تقوم هذه الدراسة على مجموعة من البيانات المتعلقة بخصائص أفراد الدراسة مثل الشهادة المتحصل عليها، الخبرة المهنية، المصلحة التي يعمل بها، وفي ضوء هذه المتغيرات نقدم وصف تحليلي من خلال حساب التكرارات والنسبة % كما هو مدون في الجداول التالية:

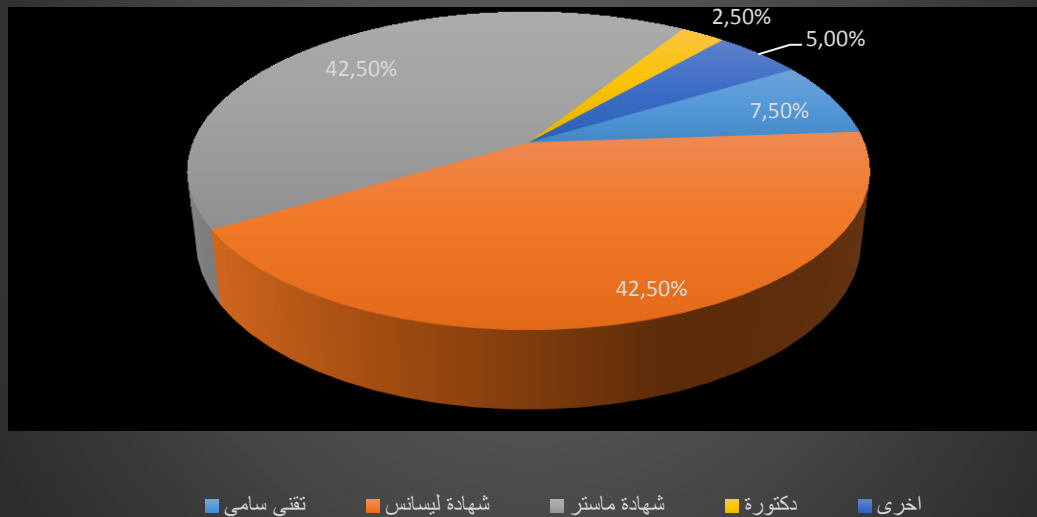
1- بالنسبة لمتغير الشهادة المتحصل عليها.

جدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليها

النسبة	التكرار	الشهادة المتحصل عليها
7,5%	3	تقني سامي
42,5%	17	شهادة ليسانس
42,5%	17	شهادة ماستر
2,5%	1	دكتورة
5,0%	2	أخرى
100,0%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS, V 22

شكل رقم 02: دائرة نسبية تيبين توزيع أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليها



المصدر: من إعداد الطالبين

من خلال الجدول أعلاه، والنظر إلى تكرارات العينة البالغ عددها 40 فرداً، نلاحظ أن أفراد العينة يتوزعون حسب متغير الشهادة المتحصل عليها، بعدد 3 أفراد بنسبة 7.5% لديهم شهادة تقني سامي، و17 فرد بنسبة 42.5% لديهم شهادة ليسانس، و17 فرد بنسبة 42.5% لديهم شهادة ماستر، و1 فرد متحصل على شهادة دكتوراه بنسبة 2.5%، و2 فرد لديهم شهادات أخرى بنسبة 5%، وهذا الاختلاف بالنسب المئوية مرده إلى أن المؤسسة محل الدراسة توظف بنسب اعلى الأفراد المتحصلين على شهادات جامعية.

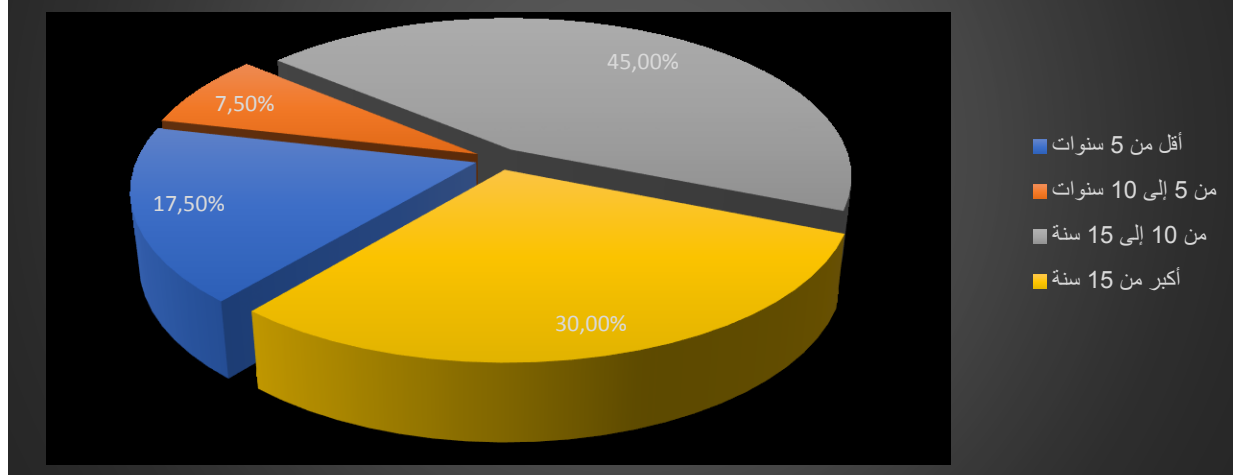
2- بالنسبة لسنوات الخبرة المهنية

جدول رقم (05): يبين توزيع أفراد لعينة حسب سنوات الخبرة المهنية .

عدد سنوات الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	7	17,5%
من 5 إلى 10 سنوات	3	7,5%
من 10 إلى 15 سنة	18	45,0%
أكبر من 15 سنة	12	30,0%
المجموع	40	100,0%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS, V 22

شكل رقم 03 : دائرة نسبية يبين توزيع أفراد لعينة حسب سنوات الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبين

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات العينة البالغ عددها 40 فرداً، نلاحظ أن أفراد العينة يتوزعون حسب متغير الخبرة المهنية، بعدد 7 أفراد بنسبة 17.5% لصالح الأشخاص أقل من 5 سنوات، ثم 3 أفراد من

5 إلى 10 سنوات بنسبة 7.5%، 18 فرد بنسبة 45% لصالح الأشخاص من 10 إلى 15 سنة، وأكبر من 15 سنة بنسبة 30% بتعداد 12 فرد، وهذا يدل على أن جميع غالبية أفراد عينة الدراسة يتمتعون بخبرة كافية في عملهم.

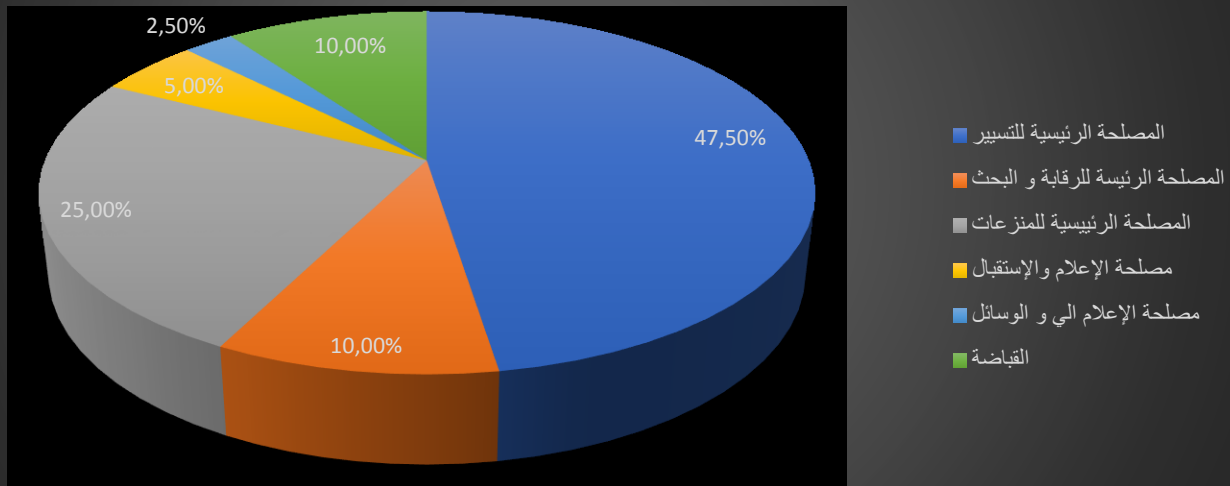
3- بالنسبة للمصلحة التي يعمل بها :

جدول رقم (06): يبين توزيع أفراد لعينة حسب المصلحة التي يعمل بها

النسبة	التكرار	المصلحة التي يعمل بها
47,5%	19	المصلحة الرئيسية للتسيير
10,0%	4	المصلحة الرئيسية للرقابة والبحث
25,0%	10	المصلحة الرئيسية للمنزعات
5,0%	2	مصلحة الإعلام والإستقبال
2,5%	1	مصلحة الإعلام آلي والوسائل
10,0%	4	القباضة
100,0%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS, V 22 .

شكل رقم 04 : دائرة نسبية يبين توزيع أفراد لعينة حسب المصلحة التي يعمل بها



المصدر: من إعداد الطالبين

من خلال الجدول أعلاه، وبالنظر إلى تكرارات العينة البالغ عددها 40 فردا، نلاحظ أن أفراد العينة يتوزعون حسب متغير المصلحة التي يعمل بها، بعدد 19 فرد بنسبة 47.5% يعملون في المصلحة الرئيسية للتسيير، ثم 4 أفراد بنسبة 10% يعملون في المصلحة الرئيسية للرقابة و البحث، و 10 أفراد بنسبة 25% يعملون في المصلحة الرئيسية للمنازعات، و 2 من الأفراد بنسبة 5% يعملون في مصلحة الإعلام و الاستقبال، بنسبة 2.5% ما يمثل فرد واحد يعمل في مصلحة الإعلام الآلي و الوسائل، و 4 أفراد بنسبة 10% يعملون في القبضة، أي أن الغالبية القصوى من مجتمع الدراسة يعملون في المصلحة الرئيسية للتسيير.

المطلب الثاني: عرض وتحليل محور الدراسة

سنتناول في هذا المطلب عرض محور الدراسة :

أولا: عرض و تحليل و تفسير البعد الأول التجارة الإلكترونية في الجزائر

جدول رقم (07): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الموافقة
توفر تهيئة تكنولوجية ساهم في ظهور التجارة الإلكترونية في الجزائر.	3,75	0.899	4	درجة عالية
ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة الموجودة في الجزائر في تنفيذ التجارة الإلكترونية	3,80	0.758	3	درجة عالية
ساهمت الأزمة الصحية العالمية في انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر.	3,85	1.001	2	درجة عالية
ساهم الاهتمام المتواصل بالتجارة الإلكترونية في تأهيل وتدريب الأفراد على الوسائل التكنولوجية.	3,85	0.834	1	درجة عالية
وجود كفاءات بشرية مؤهلة ساهم في تطوير مجال التجارة الإلكترونية.	3,55	1.131	6	درجة عالية

درجة عالية	7	1.130	3,43	التجارة الإلكترونية تصنف من الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي في الجزائر.
درجة متوسطة	8	1.047	3,32	ساهم وجود أنظمة دفع إلكترونية متطورة في انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر.
درجة عالية	5	0.883	3,70	ساهم التطور التكنولوجي في اهتمام الأفراد والمستثمرين بجانب التجارة الإلكترونية
درجة متوسطة	9	1.018	3,20	ساهم تكيف النظام الجبائي الجزائري مع أنشطة التجارة الإلكترونية وأنظمة الدفع الإلكتروني في اتساع أنشطة التجارة الإلكترونية.
درجة متوسطة	10	0.891	3.03	ساهم القانون الجبائي الجزائري في تأطير التجارة الإلكترونية في الجزائر.
درجة عالية		0.53011	3,5475	التجارة الإلكترونية في الجزائر

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS, V 22 .

يبين الجدول أعلاه: نتائج حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لآراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بمدى موافقتهم أو عدم موافقتهم أو محايدين اتجاه عبارات البعد الأول (التجارة الإلكترونية في الجزائر)، في درجة موافقة عالية بمتوسط حسابي قدره 3,5475، و بناءا عليه يمكن ترتيب عبارات البعد الأول "التجارة الإلكترونية في الجزائر" من حيث الاتجاه تنازليا كما يلي :

- احتلت العبارة (4) "ساهم الاهتمام المتواصل بالتجارة الإلكترونية في تأهيل وتدريب الأفراد على الوسائل التكنولوجية"، المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.85) وانحراف معياري (0.834) بدرجة موافقة عالية؛
- تليها العبارة (3) في المرتبة الثانية "ساهمت الأزمة الصحية العالمية في انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر" بمتوسط حسابي (3.85) وانحراف معياري (1.001) بتقدير موافقة عالية؛

- ثم العبارة (2) " ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة الموجودة في الجزائر في تنفيذ التجارة الإلكترونية في الجزائر " في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.80) وانحراف معياري (0.758) بدرجة موافقة عالية؛
 - حصلت العبارة (1) "توفر تهيئة تكنولوجية ساهم في ظهور التجارة الإلكترونية في الجزائر" المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (0.899) بدرجة موافقة عالية؛
 - حصلت العبارة (8) "ساهم التطور التكنولوجي في اهتمام الأفراد والمستثمرين بجانب التجارة الإلكترونية" المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (0.883) بدرجة موافقة عالية؛
 - حصلت العبارة (5) "وجود كفاءات بشرية مؤهلة ساهم في تطوير مجال التجارة الإلكترونية" المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3.55) وانحراف معياري (1.131) بدرجة موافقة عالية؛
 - حصلت العبارة (6) " التجارة الإلكترونية تصنف من الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي في الجزائر " المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.43) وانحراف معياري (1.13) بدرجة موافقة عالية؛
 - حصلت العبارة (7) "ساهم وجود أنظمة دفع إلكترونية متطورة في انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر" المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.32) وانحراف معياري (1.047) بدرجة قبول متوسطة؛
 - حصلت العبارة (9) "ساهم تكيف النظام الجبائي الجزائري مع أنشطة التجارة الإلكترونية و أنظمة الدفع الإلكتروني في اتساع أنشطة التجارة الإلكترونية" المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3.20) وانحراف معياري (1.018) بدرجة قبول متوسطة؛
 - حصلت العبارة (10) "ساهم القانون الجبائي الجزائري في تأطير التجارة الإلكترونية في الجزائر" المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (3.03) وانحراف معياري (0.891) بدرجة قبول متوسطة.
- ومن خلال ما تم التوصل إليه في البعد الأول، فإن التجارة الإلكترونية في الجزائر عند درجة موافقة عالية، و هذا يدل على أن التجارة الإلكترونية في الجزائر تلقى اهتمام كبير و اتساع أنشطتها، وكذلك نستنتج انطلاقا من آراء المستجوبين أن للتجارة الإلكترونية دور في تدريب وتأهيل الأفراد على الوسائل التكنولوجية، وأن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الموجودة في الجزائر دور في انتشار التجارة الإلكترونية.

ثانيا: عرض وتحليل وتفسير بيانات البعد الثاني التشريع الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر

جدول رقم (08): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
ساهم تبني التجارة الإلكترونية في وجود تعديلات في النظام الجبائي الجزائري.	3,35	0,9490	5	درجة متوسطة
ساهم اعتراف التشريع الجبائي الجزائري بالمعاملات التجارية في ظل تقنيات التجارة الإلكترونية في انتشار التجارة الإلكترونية	3,50	0,7510	2	درجة عالية
ساهم اعتماد السندات الإلكترونية قانونيا في زيادة الثقة بين المتعاملين الاقتصاديين في أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر	3,18	0,8740	7	درجة متوسطة
ساهم اعتماد الدفع عن بعد وقبوله قانونيا في تسهيل أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر.	3,63	0,9250	1	درجة عالية
ساهم اعتماد التجارة الإلكترونية في ظهور ضرائب وقوانين تنظيمية توطرها في الجزائر	3,46	0,8840	4	درجة عالية
توفر تسهيلات للمكلفين بالتجارة الإلكترونية ساهم في انتشارها.	3,47	0,9870	3	درجة عالية
ساهم النظام الجبائي الجزائري من خلال وضوح تشريعاته في تسهيل الممارسات الإلكترونية.	3,2250	0,891200	6	درجة متوسطة
ساهم وضوح أنظمة الإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية في زيادة التصريحات الجبائية للمكلفين بالضريبة في إطار أنشطة التجارة الإلكترونية.	2,8750	0,911110	9	درجة متوسطة
ساهم توفير الحماية القانونية والأمن المعلوماتي في كسب ثقة الأطراف المستخدمين للتجارة الإلكترونية في الجزائر.	3,1750	0,93060	8	درجة متوسطة
التشريع الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر	3,3201	0,55712		درجة عالية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS, V 22

يبين الجدول أعلاه: نتائج حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لآراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بمدى موافقتهم أو عدم موافقتهم أو محايدين اتجاه عبارات المحور الثاني.

وبشكل عام بلغ المتوسط حسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات قيمة 3.3201 وهو ضمن نطاق المجال موافقة العالية وبانحراف معياري قدره 0.55712 وهذا الأخير يشير إلى تقارب آراء أفراد العينة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام ، وبالتالي تعطينا هذه القيم نتيجة إحصائية أنه لا يوجد تشتت كبير في آراء المستجوبين وهذا دعم للنتائج المتحصل عليها، فيما أن فالمتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة، أي أنه هناك مستويات متوسطة وهذا ما نلاحظه نحو موافقتهم على العبارات المحور فمعظمها كانت بدرجة موافقة عالية ومتوسطة، وبناءا عليه يمكن ترتيب عبارات البعد من حيث الاتجاه تنازليا كما يلي:

- حيث بلغت أعلى قيمة للمتوسط الحسابي لدى العبارة (4) "سأهم اعتماد التجارة الإلكترونية في ظهور ضرائب وقوانين تنظيمية تؤطرها في الجزائر" بقيمة (3.63) بانحراف معياري (0.925)؛
- في حين كانت المرتبة الثانية للعبارة (2) "سأهم اعتراف التشريع الجبائي الجزائري بالمعاملات التجارية في ظل تقنيات التجارة الإلكترونية في انتشار التجارة الإلكترونية" بمتوسط حسابي (3.50) وانحراف معياري (0.751)؛
- حصلت العبارة (6) "توفر تسهيلات للمكلفين بالتجارة الإلكترونية ساهم في انتشارها" المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.47) وانحراف معياري (0.987) بدرجة قبول عالية؛
- حصلت العبارة (5) "سأهم اعتماد التجارة الإلكترونية في ظهور ضرائب وقوانين تنظيمية تؤطرها في الجزائر" المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.46) و انحراف معياري (0.884) بدرجة قبول عالية؛
- حصلت العبارة (1) "سأهم تبني التجارة الإلكترونية في وجود تعديلات في النظام الجبائي الجزائري" المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.35) وانحراف معياري (0.949) بدرجة قبول متوسطة؛
- حصلت العبارة (7) "سأهم النظام الجبائي الجزائري من خلال وضوح تشريعاته في تسهيل الممارسات الإلكترونية" المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3.2250) وانحراف معياري (0.89120) بدرجة موافقة متوسطة؛
- حصلت العبارة (3) "سأهم اعتماد السندات الإلكترونية قانونيا في زيادة الثقة بين المتعاملين الاقتصاديين في أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر" المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.18) وانحراف معياري (0.874) بدرجة موافقة متوسطة؛

- حصلت العبارة (9) "ساهم توفير الحماية القانونية والأمن المعلوماتي في كسب ثقة الأطراف المستخدمين للتجارة الإلكترونية في الجزائر" المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.1750) وانحراف معياري (0.93060) بدرجة موافقة متوسطة؛
- حصلت العبارة (8) "ساهم وضوح أنظمة الإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية في زيادة التصريحات الجبائية للمكلفين بالضريبة في إطار أنشطة التجارة الإلكترونية" المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (2.8750) وانحراف معياري (0.91111) بدرجة موافقة متوسطة، حسب وجهة المستجوبين محل الدراسة.

من خلال ما تم التوصل إليه في البعد الثاني، فإن التشريع الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر عند مستوى موافقة عالية، وبدل على أن الجزائر تسعى إلى تطبيق نظام جبائي منظم للتجارة الإلكترونية، وتسهيل أنشطة التجارة الإلكترونية من خلال اعتماد أنظمة الدفع الإلكترونية قانونيا وتوفير الحماية القانونية لمختلف المتعاملين الإلكترونيين.

ثالثا: عرض، تحليل وتفسير بيانات البعد الثالث التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر
جدول رقم (09): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الموافقة
ساهمت التجارة الإلكترونية في زيادة المجتمع الضريبي الجزائري.	3.1	0.98189	4	درجة متوسطة
ساهمت القوانين الجبائية في سهولة تحديد الوعاء الخاضع للضريبة لأنشطة التجارة الإلكترونية.	3.3250	0.91672	3	درجة متوسطة
ساهمت الرقابة الجبائية في زيادة التحصيل الجبائي لأنشطة التجارة الإلكترونية.	3.2250	1.14326	2	درجة متوسطة
تضمن فعالية الإدارة الجبائية في مراجعة تصريحات المكلفين بالضريبة على التجارة الإلكترونية.	3.3250	1.095	1	درجة متوسطة
ساهمت الرقابة الجبائية لأنظمة الدفع الإلكتروني في محاربة التهرب الضريبي في أنشطة التجارة الإلكترونية.	4.5	8.274	6	درجة عالية جدا
ساهم التسجيل في السجل الوطني للموردين الإلكترونيين في دفعهم لتقديم تصريحاتهم الجبائية.	3.6	1.0076	7	درجة عالية
ساهم وعي الممارسين لأنشطة التجارة الإلكترونية بالجانب القانوني وتطبيقه في تسهيل عملية التحصيل الجبائي.	3.3	1.15913	8	درجة متوسطة
أسهم تطبيق القوانين العقابية على أنشطة التجارة الإلكترونية في زيادة التحصيل الجبائي.	4.55	8.07005	5	درجة عالية جدا

درجة متوسطة	9	0.91147	3.2	ساهم التحصيل الجبائي الناتج عن التجارة الإلكترونية في زيادة الحصيلة الجبائية الإجمالية للدولة.
درجة متوسطة	10	1.07387	3.0250	ساهمت الملاءمة بين الضرائب و التجارة الإلكترونية وتناسبها مع بعض في الرفع من التحصيل الجبائي.
درجة عالية		1.53131	3.5150	التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS،v22

يبين الجدول أعلاه: نتائج حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لآراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بمدى موافقتهم أو عدم موافقتهم أو محايدين اتجاه عبارات المحور الثالث. وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات قيمة 3.5150 وهو ضمن نطاق مجال الموافقة العالية، وانحراف معياري قدره 0.53131 وهذا الأخير يشير إلى تقارب آراء أفراد العينة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام، وبالتالي تعطينا هذه القيم نتيجة إحصائية أنه لا يوجد تشتت كبير في آراء المستجوبين وهذا دعم للنتائج المتحصل عليها، فيما أن المتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة، أي أنه هناك مستويات متوسطة وهذا ما نلاحظه نحو موافقتهم على عبارات المحور فمعظمها كانت بدرجة موافقة عالية ومتوسطة، وبناءا عليه يمكن ترتيب عبارات البعد من حيث الاتجاه تنازليا كما يلي:

- حيث بلغت أعلى قيمة للمتوسط الحسابي لدى العبارة (8) "أسهم تطبيق القوانين العقابية على أنشطة التجارة الإلكترونية في زيادة التحصيل الجبائي" بنسبة (4.55) وانحراف معياري (8.07005) بدرجة قبول عالية؛
- في حين المرتبة الثانية للعبارة (5) "ساهمت الرقابة الجبائية لأنظمة الدفع الإلكتروني في محاربة التهرب الضريبي في أنشطة التجارة الإلكترونية" بمتوسط حسابي (4.5) وانحراف معياري (8.274) بدرجة قبول عالية؛
- حصلت العبارة (6) "ساهم التسجيل في السجل الوطني للموردين الإلكترونيين في دفعهم لتقديم تصريحاتهم الجبائية" المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.6) وانحراف معياري (1.00766) بدرجة قبول عالية؛
- حصلت العبارة (2) "ساهمت القوانين الجبائية في سهولة تحديد الوعاء الخاضع للضريبة لأنشطة التجارة الإلكترونية" المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.3250) وانحراف معياري (0.91672) بدرجة قبول متوسطة؛

- حصلت العبارة (4) "تتضمن فعالية الإدارة الجبائية في مراجعة تصريحات المكلفين بالضريبة على التجارة الإلكترونية" المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.3250) وانحراف معياري (1.095) بدرجة قبول متوسطة؛
- حصلت العبارة (7) "ساهم وعي الممارسين لأنشطة التجارة الإلكترونية بالجانب القانوني وتطبيقه في تسهيل عملية التحصيل الجبائي" المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3.3) وانحراف معياري (1.15913) بدرجة قبول متوسطة؛
- حصلت العبارة (3) "ساهمت الرقابة الجبائية في زيادة التحصيل الجبائي لأنشطة التجارة الإلكترونية" المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.2250) وانحراف معياري (1.14326) بدرجة قبول متوسطة؛
- حصلت العبارة (9) "ساهم التحصيل الجبائي الناتج عن التجارة الإلكترونية في زيادة الحصيلة الجبائية الإجمالية للدولة" المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.2) وانحراف معياري (0.91147) بدرجة قبول متوسطة؛
- حصلت العبارة (1) "ساهمت التجارة الإلكترونية في زيادة المجتمع الضريبي الجزائري" المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3.1) وانحراف معياري (0.98189) بدرجة قبول متوسطة؛
- أخيرا العبارة (10) "ساهمت الملاءمة بين الضرائب والتجارة الإلكترونية وتناسبها مع بعض في الرفع من التحصيل الجبائي" بمتوسط حسابي (3.025) وانحراف معياري (1.07387) بدرجة قبول متوسطة، حسب وجهة المستجوبين محل الدراسة.

من خلال ما تم التوصل إليه في البعد الثالث، فإن التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر عند مستوى موافقة عالية، ويدل على أن التطبيق الصارم للقوانين العقابية ووعي الممارسين لأنشطة التجارة الإلكترونية ساهم في تسهيل عملية التحصيل الجبائي، واعتماد الرقابة الجبائية على الأنشطة الإلكترونية في الحد من التهرب الضريبي.

رابعاً: عرض، تحليل وتفسير بيانات البعد الرابع معوقات جباية التجارة الإلكترونية
جدول رقم (10): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
ساهم عدم توفر المستندات وأدلة الإثبات الكافية في صعوبة حصر حجم التجارة الإلكترونية.	4,1250	0,757440	1	درجة عالية
ساهم عدم التنسيق الدولي والاتفاقيات الجبائية لأنشطة التجارة الإلكترونية في ظهور مشاكل الازدواج الضريبي.	3,6000	0,900140	5	درجة عالية
ساهم عدم مرونة التشريع الجبائي في مكافحة الفجوة التشريعية الناتجة عن التزايد السريع للتجارة الإلكترونية.	3,5250	0,816100	7	درجة عالية
ساهم ضعف أداء مهام الإدارة الجبائية في صعوبة تحصيل الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية.	3,5000	1,10940	9	درجة عالية
أسهم نقص العنصر البشري المؤهل بالتجارة الإلكترونية في وجود فجوة في المعاملات الإلكترونية.	4,0000	0,751070	3	درجة عالية
أسهم الاختلاف بين الضرائب التقليدية وضرائب التجارة الإلكترونية إلى ظهور مشاكل التهرب الضريبي.	4,1250	0,814920	2	درجة عالية
تساهم معرفة هوية ومكان المتعاملين الإلكترونيين في سهولة تحديد الدولة التي تقام فيها التجارة الإلكترونية والضرائب التي تطبقها.	3,6000	0,833590	4	درجة عالية

درجة عالية	6	0,802240	3,5250	ساهم عدم توفر آليات واضحة لتحديد الأوعية الجبائية لأنشطة التجارة الإلكترونية في ضعف الحصيلة الجبائية.
درجة عالية	8	0,749360	3,5000	ساهم عدم وجود إجراءات تقييمية للحصيلة الجبائية للتجارة الإلكترونية في ضعف متابعة هذه الأنشطة.
درجة عالية		0,47777	3,8167	معوقات جبائية التجارة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS, V22

- يبين الجدول أعلاه: نتائج حساب قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لآراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بمدى موافقتهم أو عدم موافقتهم أو محايدين اتجاه عبارات المحور الرابع.
- وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات قيمة (3.8167) وهو ضمن نطاق مجال الموافقة العالية، وانحراف معياري قدره (0.4777) وهذا الأخير يشير إلى تقارب آراء أفراد العينة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام ، وبالتالي تعطينا هذه القيم نتيجة إحصائية أنه لا يوجد تشتت كبير في آراء المستجوبين وهذا دعم للنتائج المتحصل عليها، فيما أن المتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة، وبناء عليه يمكن ترتيب عبارات البعد من حيث الاتجاه تنازليا كما يلي:
- حيث بلغت أعلى قيمة للمتوسط الحسابي للعبارة (1) "ساهم عدم توفر المستندات وأدلة الإثبات الكافية في صعوبة حصر حجم التجارة الإلكترونية" بنسبة (4.125) وانحراف معياري (0.75744) بدرجة قبول عالية؛
 - حصلت العبارة (6) "أسهم الاختلاف بين الضرائب التقليدية و ضرائب التجارة الإلكترونية إلى ظهور مشاكل التهرب الضريبي" المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.125) وانحراف معياري (0.81492) بدرجة قبول عالية؛
 - حصلت العبارة (5) "أسهم نقص العنصر البشري المؤهل بالتجارة الإلكترونية في وجود فجوة في المعاملات الإلكترونية" المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.0) وانحراف معياري (0.75107) بدرجة قبول عالية؛
 - حصلت العبارة (7) "تساهم معرفة هوية ومكان المتعاملين الإلكترونيين في سهولة تحديد الدولة التي تقام فيها التجارة الإلكترونية والضرائب التي تطبقها" المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.6) وانحراف معياري (0.83359) بدرجة قبول عالية؛

- حصلت العبارة (2) "سأهم عدم التنسيق الدولي والاتفاقيات الجبائية لأنشطة التجارة الإلكترونية في ظهور مشاكل الازدواج الضريبي" المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.6) وانحراف معياري (0.90014) بدرجة قبول عالية؛
 - حصلت العبارة (8) "سأهم عدم توفر آليات واضحة لتحديد الأوعية الجبائية لأنشطة التجارة الإلكترونية في ضعف الحصيلة الجبائية" المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3.525) وانحراف معياري (0.80224) بدرجة قبول متوسطة؛
 - حصلت العبارة (3) "سأهم عدم مرونة التشريع الجبائي في مكافحة الفجوة التشريعية الناتجة عن التزايد السريع للتجارة الإلكترونية" المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.525) وانحراف معياري (0.81610) بدرجة قبول عالية؛
 - حصلت العبارة (9) "سأهم عدم وجود إجراءات تقييمية للحصيلة الجبائية للتجارة الإلكترونية في ضعف متابعة هذه الأنشطة" المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.5) وانحراف معياري (0.74936) ودرجة قبول عالية، حسب وجهة المستجوبين محل الدراسة.
- ومن خلال ما تم التوصل إليه في البعد الثالث، فإن معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر عند مستوى موافقة عالية، ويدل على أن هناك صعوبة في حصر حجم التجارة الإلكترونية وصعوبة معرفة هوية ومكان المتعاملين الإلكترونيين، وسأهم نقص العنصر البشري المؤهل في ضعف انتشار التجارة الإلكترونية، وكذلك ضعف مهام الإدارة الجبائية بالجانب الإلكتروني يولد صعوبة في تحصيل هذه الضرائب.

خلاصة الفصل الثاني:

حاولنا من خلال هذا الفصل الإجابة على الإشكالية المتمثلة في واقع التحصيل الجبائي على التجارة الإلكترونية، وتناولنا في ذلك عرض استبيان ومنهجية الدراسة، وتمت معالجة وتحليل نتائج الاستبيان من أجل

معرفة آراء أفراد عينة الدراسة حول موضوع الدراسة، وعند تحليل النتائج لجأنا إلى استخدام برنامج SPSS، ثم عرض النتائج قصد الإجابة عن الإشكالية الرئيسية و الأسئلة الفرعية.

الختامة

إن الاهتمام المتواصل بالتجارة المعتمدة على وسيط إلكتروني، يعكس وعيا اقتصاديا متقدما، حيث أصبحت النمط الرئيسي في النشاط التجاري العالمي بسبب المزايا العديدة التي توفرها ونمو حجمها بسبب تزايد الطلب والتطور التكنولوجي، الأمر الذي أدى إلى تطورها وانتشارها بصفة سريعة، حيث فرضت صعوبات وتحديات كبيرة على الأنظمة الجبائية للدول على التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية، كذلك بالنسبة للجزائر في ظل اعتماد التجارة الإلكترونية قانونيا وتنظيميا وجب فرض ضرائب وتحصيلها من خلال تكييف النظام الجبائي مع خصوصيات التجارة الإلكترونية.

✚ نتائج الدراسة:

من خلال ما تم عرضه في الدراسة من محاولتنا للإجابة على الإشكالية خلصنا إلى النتائج التالية منها نتائج تختبر صحة فرضياتنا:

- التجارة الإلكترونية تعتمد على الأنترنت وتتميز بالقدرة على التجاوز عبر الحدود الجغرافية والقيود الزمانية، مما يتيح للأفراد والشركات الوصول إلى سوق عالمي واسع دون الحاجة لوجود جغرافي محدد.
- توفر بنية تحتية قوية من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبنية قانونية تعطي الثقة للأطراف المتعاملين وتحمي حقوقهم تسهل عمليات البيع والشراء عبر الأنترنت ونجاح التجارة الإلكترونية.
- النظام الضريبي الجزائري خضع لإصلاحات جذرية عديدة ومتواصلة لتحفيز النشاط التجاري الإلكتروني وتكييفه مع متطلبات التجارة الإلكترونية.
- الكفاءات البشرية المؤهلة تلعب دورا حاسما في تطوير مجال التجارة الإلكترونية، بينما تسهم أنظمة الدفع الإلكترونية المتطورة في تسهيل عمليات الدفع وزيادة انتشار التجارة الإلكترونية.
- يلعب التحصيل الجبائي الناتج عن التجارة الإلكترونية دورا هاما في زيادة الإيرادات الضريبية الكلية للدولة، من خلال تنظيم وفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية بطريقة مناسبة.
- وضوح أنظمة الإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية يشجع على زيادة التصريحات الجبائية للمكلفين، حيث يمنح للمكلفين الثقة في معرفة التزاماتهم الضريبية والإجراءات الضريبية المطلوبة، هذا يساهم في تحسين الامتثال الضريبي، وتقليل حالات التهرب الضريبي.
- وعي الممارسين لأنشطة التجارة الإلكترونية بالجوانب القانونية وتطبيقها يسهل عملية التحصيل الجبائي بشكل كبير.
- التطبيق الصارم للقوانين العقابية على أنشطة التجارة الإلكترونية يعزز عملية التحصيل الجبائي وزيادة الدخل الضريبي للدولة.
- الاختلاف بين الضرائب التقليدية وضرائب التجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور تحديات في تطبيق الضرائب على التجارة الإلكترونية وزيادة حالات التهرب الضريبي
- عدم وجود آليات فعالة لتحديد الأوعية الجبائية لأنشطة التجارة الإلكترونية يمكن أن يؤدي إلى ضعف الحصيلة الحصيلة الجبائية، حيث يصعب على السلطات الضريبية تحديد المبالغ المستحقة للضرائب وتطبيقها بشكل فعال.

- فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية يثير العديد من التحديات، بما في ذلك صعوبة تحديد المجتمع المستهدف ومتابعة المعاملات الإلكترونية، يتطلب هذا تطوير نظم فعالة لتقديم الضرائب وضمان الامتثال.
- إختبار صحة الفرضيات: لقد وضعنا في دراستنا هذه ثلاث فرضيات، حيث كانت نتائج إختبار صحتها كالتالي:
 - الفرضية الأولى " التجارة الإلكترونية هي عبارة عن التعاملات التجارية التي تتم عن طريق شبكة الأنترنت "صحيحة.
 - الفرضية الثانية "جباية التجارة الإلكترونية هي مجموعة من التشريعات والقوانين على كل المعاملات التجارية الإلكترونية، من خلال فرض ضريبة جزافية وحيدة والرسم على القيمة المضافة" صحيحة.
 - الفرضية الثالثة " التشريع الجبائي الجزائري واكب التطورات السريعة في التجارة الإلكترونية" صحيحة.

🚩 **الاقتراحات:** هناك بعض الاقتراحات التي يمكن أن نقدمها في مجال التجارة الإلكترونية:

- رفع كفاءة الأفراد العاملين في مراكز الضرائب وزيادة معلوماتهم عن طبيعة نشاطات التجارة الإلكترونية.
- استخدام التقنيات الحديثة والوسائل الإلكترونية بما فيها رقمه الإدارة الضريبية لرفع مستوى أداء الجهاز الضريبي.
- العمل على تبني نظم وأساليب إدارية معتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة .
- عقد اتفاقيات ضريبية مع الدول الأخرى لضمان جباية و تحصيل الضرائب و تقادي مشاكل الازدواج الضريبي.
- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال التشريع الجبائي للتجارة الإلكترونية و معالجة الثغرات الموجودة فيها.

🚩 **آفاق الدراسة:** لا شك أنه رغم الجهد المبذول في إتمام هذا البحث، فإن هذا الأخير لا يخلو من النقائص بسبب عدم قدرتنا على تناول كل نواحي الموضوع بالتفصيل، إلا أنه يمكن أن يكون هذا البحث جسرا يربط بين بحوث سبقت فأضاف إليها بعض المستجدات، لإثرائها وبعثها من جديد، وبحوث مقبلة كتمهيد لمواضيع يمكنها أن تكون إشكالية لأبحاث أخرى نذكر منها:

- تقييم مدى توافق النظام الجبائي الجزائري مع متطلبات التجارة الإلكترونية.
- إشكالية دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في مجال التجارة الإلكترونية.
- دراسة التحديات التقنية والتنظيمية المتعلقة بالمعاملات التجارية الإلكترونية.
- التوجهات العالمية في تشريعات الضرائب الإلكترونية وكيف تؤثر على الجزائر.

قائمة المرجع

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

- إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003.
- أحمد بورزق، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص و التطبيق، كتاب جماعي، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، الجزائر، 2020.
- خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999.
- سعيد عبد العزيز عثمان، شكري رجب العشماوي، اقتصاديات الضرائب: سياسات نظم قضايا معاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2007.
- السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة المنصورة، مصر، 2006.

ثانياً: الرسائل الجامعية

- سمية دميث، التجارة الإلكترونية و حقيقة واقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل و إشراف اقتصادي، جامعة منتوري قسنطينة، 2011 .
- العمري هاشمي، التكيف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، محاسبة و جباية معمقة، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريبيج، 2022-2023.
- فاسمي زين الدين، علون عمر، معيقات جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر، و سبل تخطيها، مذكرة ماستر محاسبة و جباية معمقة، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريبيج، 2020-2021 .

ثالثاً: المجلات و الملتقيات العلمية

- بوراس بودالية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مقال حول واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تيموشنت 2021/03/01.
- بوعزة عبد القادر، حميمش نرجس، نحو حل مشاكل جباية التجارة الإلكترونية في إطار الجهود الدولية، مجلة الاقتصاد و إدارة الأعمال، المجلد 01، العدد 02، 2017/04/30.
- عزوز علي، جباية المعاملات الإلكترونية -المشاكل و الحلول-، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد 01، 2015.
- علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية

و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011.

- فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة الجزائر، 26-27/04/2011.
- كماسي محمد امين، دادن عبد الغني، معوقات الجباية في ظل التعاملات الرقمية والنقود الإلكترونية، الملتقى الدولي للتجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة.
- محمد البشير مرکان، عبد الحميد بوخاري، فوزي أحمد الحاج، الحلول المقترحة لفرض الجباية على التجارة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، غرداية، 2-3/12/2019.
- مراد رابيس، عبد الهادي مسعودي، عوائق التجارة في الوطن العربي و الإسلامي، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر، 13-14 مارس 2012 .

رابعا: التشريعات القانونية

- الجريدة الرسمية العدد 28، المؤرخة في 30 شعبان 1439هـ، الموافق لـ 16 مايو 2018، القانون 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ ، الموافق لـ 10 مايو 2018.

المراجع باللغة الأجنبية

Pierre-Jean Benghozi, Christian Licoppe, Internet et Commerce électronique, HERMES science Publication, Paris, France 2001.

الملاحق

الملحق رقم 01

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



استبيان حول: واقع التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر

موجه لإطارات مركز الضرائب برج بوعريريج

الأخ الفاضل/ الأخت الفاضلة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

يقوم الطلبة بإجراء دراسة بعنوان "واقع التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر" وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص "محاسبة وجباية معمة" من جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعريريج- تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والتحصيل الجبائي عليها، وهذا قصد التوصل إلى الآليات والحلول التي تنظم ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر والضرائب المطبقة عليها.

وكما هو العهد بكم دائما الاهتمام الكبير والاستعداد الدائم لمؤازرة الأبحاث العلمية التي تخدم المجتمع، فإننا نأمل تعاونكم من خلال الإجابة بكل شفافية وموضوعية على الأسئلة المرفقة لما لذلك من أهمية في تحقيق أهداف الدراسة، وكلنا ثقة بأننا سنحصل على خلاصة أفكاركم وخبراتكم وتكون محل تقدير واحترام من قبلنا، مع التأكيد على أن كافة إجاباتكم ستعامل بسرية تامة ضمن إطار البحث العلمي فقط، كما أنه سيتم تزويدكم بنتائج الدراسة إذا رغبتكم بذلك.

نشكركم ونشمن تعاون

الطلبة:

- زراعي أيمن
- بلمرابط آية

البريد الإلكتروني: aymen.zorai13@gmail.com

الجزء الأول: البيانات الشخصية

▪ ما هي الشهادة المتحصل عليها:

- تقني سامي
- شهادة ليسانس
- ماستر
- ماجستير
- دكتوراه

.....أخرى أذكرها:

▪ الخبرة المهنية:

- أقل من 5 سنوات
- من 5 إلى 10 سنوات
- من 10 إلى 15 سنة
- أكثر من 15 سنة

▪ ما هي المصلحة التي تعمل بها:

- المصلحة الرئيسية للتسيير
- المصلحة الرئيسية للرقابة والبحث
- المصلحة الرئيسية للمنازعات
- مصلحة الإعلام والاستقبال
- مصلحة الإعلام الآلي والوسائل
- القباضة

.....أخرى أذكرها:

الجزء الثاني: واقع التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

نرجوا منكم قراءة الفقرات بعناية وتزويدنا برأيكم بكل دقة وموضوعية وذلك من خلال وضع إشارة (×) أمام كل بند يمثل رأيكم.

أولا	التجارة الإلكترونية في الجزائر	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	توفر تهيئة تكنولوجية ساهم في ظهور التجارة الإلكترونية في الجزائر.					
2	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة الموجودة في الجزائر في تنفيذ التجارة الإلكترونية.					
3	ساهمت الأزمة الصحية العالمية في انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر.					
4	ساهم الاهتمام المتواصل بالتجارة الإلكترونية في تأهيل وتدريب الأفراد على الوسائل التكنولوجية.					
5	وجود كفاءات بشرية مؤهلة ساهم في تطوير مجال التجارة الإلكترونية.					
6	التجارة الإلكترونية تصنف من الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي في الجزائر.					
7	ساهم وجود أنظمة دفع إلكترونية متطورة في انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر.					
8	ساهم التطور التكنولوجي في اهتمام الأفراد والمستثمرين بجانب التجارة الإلكترونية.					
9	ساهم تكيف النظام الجبائي الجزائري مع أنشطة التجارة الإلكترونية وأنظمة الدفع الإلكتروني في إتساع أنشطة التجارة الإلكترونية.					
10	ساهم القانون الجبائي الجزائري في تأطير التجارة الإلكترونية في الجزائر.					

ثانيا	التشريع الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	ساهم تبني التجارة الإلكترونية في وجود تعديلات في النظام الجبائي الجزائري.					
2	ساهم اعتراف التشريع الجبائي الجزائري بالمعاملات التجارية في ظل تقنيات التجارة الإلكترونية في انتشار التجارة الإلكترونية.					
3	ساهم اعتماد السندات الإلكترونية قانونيا في زيادة الثقة بين المتعاملين الاقتصاديين في أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر.					
4	ساهم اعتماد الدفع عن بعد وقبوله قانونيا في تسهيل أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر.					
5	ساهم اعتماد التجارة الإلكترونية في ظهور ضرائب وقوانين تنظيمية توّطرها في الجزائر.					
6	توفر تسهيلات للمكلفين بالتجارة الإلكترونية ساهم في انتشارها.					
7	ساهم النظام الجبائي الجزائري من خلال وضوح تشريعاته في تسهيل الممارسات الإلكترونية.					
8	ساهم وضوح أنظمة الإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية في زيادة التصريحات الجبائية للمكلفين بالضريبة في إطار أنشطة التجارة الإلكترونية.					
9	ساهم توفير الحماية القانونية والأمن المعلوماتي في كسب ثقة الأطراف المستخدمين للتجارة الإلكترونية في الجزائر.					
ثالثا	التحصيل الجبائي للتجارة الإلكترونية في الجزائر	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	ساهمت التجارة الإلكترونية في زيادة المجتمع الضريبي الجزائري.					

					ساهمت القوانين الجبائية في سهولة تحديد الوعاء الخاضع للضريبة لأنشطة التجارة الإلكترونية.	2
					ساهمت الرقابة الجبائية في زيادة التحصيل الجبائي لأنشطة التجارة الإلكترونية.	3
					تضمن فعالية الإدارة الجبائية في مراجعة تصريحات المكلفين بالضريبة على التجارة الإلكترونية.	4
					ساهمت الرقابة الجبائية لأنظمة الدفع الإلكتروني في محاربة التهرب الضريبي في أنشطة التجارة الإلكترونية.	5
					ساهم التسجيل في السجل الوطني للموردين الإلكترونيين في دفعهم لتقديم تصريحاتهم الجبائية.	6
					ساهم وعي الممارسين لأنشطة التجارة الإلكترونية بالجانب القانوني وتطبيقه في تسهيل عملية التحصيل الجبائي.	7
					أسهم تطبيق القوانين العقابية على أنشطة التجارة الإلكترونية في زيادة التحصيل الجبائي.	8
					ساهم التحصيل الجبائي الناتج عن التجارة الإلكترونية في زيادة الحصيلة الجبائية الإجمالية للدولة.	9
					ساهمت الملاءمة بين الضرائب و التجارة الإلكترونية وتناسبها مع بعض في الرفع من التحصيل الجبائي.	10
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	معوقات جبائية التجارة الإلكترونية	رابعاً

قائمة الملاحق

					ساهم عدم توفر المستندات وأدلة الإثبات الكافية في صعوبة حصر حجم التجارة الإلكترونية.	1
					ساهم عدم التنسيق الدولي والاتفاقيات الجبائية لأنشطة التجارة الإلكترونية في ظهور مشاكل الازدواج الضريبي.	2
					ساهم عدم مرونة التشريع الجبائي في مكافحة الفجوة التشريعية الناتجة عن التزايد السريع للتجارة الإلكترونية.	3
					ساهم ضعف أداء مهام الإدارة الجبائية في صعوبة تحصيل الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية.	4
					أسهم نقص العنصر البشري المؤهل بالتجارة الإلكترونية في وجود فجوة في المعاملات الإلكترونية.	5
					أسهم الاختلاف بين الضرائب التقليدية وضرائب التجارة الإلكترونية إلى ظهور مشاكل التهرب الضريبي.	6
					تساهم معرفة هوية ومكان المتعاملين الإلكترونيين في سهولة تحديد الدولة التي تقام فيها التجارة الإلكترونية والضرائب التي تطبقها.	7
					ساهم عدم توفر آليات واضحة لتحديد الأوعية الجبائية لأنشطة التجارة الإلكترونية في ضعف الحصيلة الجبائية.	8
					ساهم عدم وجود إجراءات تقييمية للحصيلة الجبائية للتجارة الإلكترونية في ضعف متابعة هذه الأنشطة.	9

تمت بحمد الله.....

نتقدم لكم بجزيل الشكر.....

الملحق رقم 02 :

1. ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل الثبات "ألفا كرونباخ" Alpha Cronbach

البعد الأول :

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,742	10

البعد الثاني :

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,784	9

البعد الثالث :

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,647	10

البعد الرابع :

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,735	9

الاستبيان ككل:

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,727	38

2. توزيع أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليها :

عليها المتحصل الشهادة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سامي تقني	3	7,5	7,5	7,5
ليسانس شهادة	17	42,5	42,5	50,0
ماستر شهادة	17	42,5	42,5	92,5
دكتوراة	1	2,5	2,5	95,0
اخرى	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

3. توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية :

المهنية_الخبرة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنوات 5 من أقل	7	17,5	17,5	17,5
سنوات 10 إلى 5 من	3	7,5	7,5	25,0
سنة 15 إلى 10 من	18	45,0	45,0	70,0
سنة 15 من أكبر	12	30,0	30,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

4. توزيع أفراد العينة حسب المصلحة التي يعمل بها:

بها يعمل التي المصلحة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide للتسيير الرئيسة المصلحة	19	47,5	47,5	47,5
البحث و للرقابة الرئيسة المصلحة	4	10,0	10,0	57,5
للمنزعات الرئيسية المصلحة	10	25,0	25,0	82,5
والإستقبال الإعلام مصلحة	2	5,0	5,0	87,5
الوسائل و الي الإعلام مصلحة	1	2,5	2,5	90,0
القباضة	4	10,0	10,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

5. نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول.

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ظهور في ساهم تكنولوجيا تهيئة توفر الجزائر في الإلكترونية التجارة والاتصال المعلومات تكنولوجيا ساهمت	40	1	5	3,75	,899
تنفيذ في الجزائر في الموجودة المتطورة الإلكترونية التجارة	40	2	5	3,80	,758
في العالمية الصحية الأزمة ساهمت الجزائر في الإلكترونية التجارة انتشار	40	1	5	3,85	1,001
بالتجارة المتواصل الاهتمام ساهم الأفراد وتدريب تأهيل في الإلكترونية التكنولوجية الوسائل على	40	2	5	3,85	,834
في ساهم مؤهلة بشرية كفاءات وجود الإلكترونية التجارة مجال تطوير	40	1	5	3,55	1,131
الركائز من تصنف الإلكترونية التجارة الجزائر في الرقمي للاقتصاد الأساسية	40	1	5	3,43	1,130
إلكترونية دفع أنظمة وجود ساهم الإلكترونية التجارة انتشار في متطورة الجزائر في	40	1	5	3,32	1,047
اهتمام في التكنولوجي التطور ساهم التجارة بجانب والمستثمرين الأفراد الإلكترونية	40	2	5	3,70	,883
مع الجزائري الجبائي النظام تكيف ساهم الدفع وأنظمة الإلكترونية التجارة أنشطة التجارة أنشطة إتساع في الإلكتروني الإلكترونية	40	1	5	3,20	1,018
في الجزائري الجبائي القانون ساهم الجزائر في الإلكترونية التجارة تأطير الإلكترونية التجارة	40	1	4	3,03	,891
الإلكترونية التجارة	40	2,00	4,60	3,5475	,53011
N valide (liste)	40				

6. نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني.

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
وجود في الإلكترونية التجارة تبني ساهم الجزائري الجبائي النظام في تعديلات الجزائري الجبائي التشريع اعتراف ساهم تقنيات ظل في التجارية بالمعاملات التجارة انتشار في الإلكترونية التجارة الإلكترونية	40	1	5	3,35	,949
قانونيا الإلكترونية السندات اعتماد ساهم المتعاملين بين الثقة زيادة في التجارة أنشطة في الاقتصاديين الجزائر في الإلكترونية	40	2	5	3,50	,751
قانونيا وقبوله بعد عن الدفع اعتماد ساهم في الإلكترونية التجارة أنشطة تسهيل في الجزائر	40	1	5	3,63	,925
في الإلكترونية التجارة اعتماد ساهم توطرها تنظيمية وقوانين ضرائب ظهور الجزائر في	39	1	5	3,46	,884
بالتجارة للمكلفين تسهيلات توفر انتشارها في ساهم الإلكترونية خلال من الجزائري الجبائي النظام ساهم الممارسات تسهيل في تشريعاته وضوح الإلكترونية	40	1	5	3,47	,987
الضريبي الإخضاع أنظمة وضوح ساهم زيادة في الإلكترونية للتجارة بالضريبة للمكلفين الجبائية التصريحات الإلكترونية التجارة أنشطة إطار في والأمن القانونية الحماية توفير ساهم الأطراف ثقة كسب في المعلوماتي في الإلكترونية للتجارة المستخدمين الجزائر	40	1,00	4,00	3,2250	,89120
زيادة في الإلكترونية للتجارة بالضريبة للمكلفين الجبائية التصريحات الإلكترونية التجارة أنشطة إطار في والأمن القانونية الحماية توفير ساهم الأطراف ثقة كسب في المعلوماتي في الإلكترونية للتجارة المستخدمين الجزائر	40	1,00	5,00	2,8750	,91111
الأطراف ثقة كسب في المعلوماتي في الإلكترونية للتجارة المستخدمين الجزائر	40	1,00	5,00	3,1750	,93060
الجبائي التشريع	40	2,22	4,67	3,3201	,55712
N valide (liste)	39				

7. نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث.

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
زيادة في الإلكترونية التجارة ساهمت الجزائري الضريبي المجتمع.	40	1,00	5,00	3,1000	,98189
سهولة في الجبائية القوانين ساهمت لأنشطة للضريبة الخاضع الوعاء تحديد الإلكترونية التجارة.	40	1,00	5,00	3,3250	,91672
زيادة في الجبائية الرقابة ساهمت التجارة لأنشطة الجبائي التحصيل الإلكترونية.	40	1,00	5,00	3,2250	1,14326
مراجعة في الجبائية الإدارة فعالية تكمن على بالضريبة المكلفين تصريحات الإلكترونية التجارة.	40	1,00	5,00	3,3250	1,09515
الدفع لأنظمة الجبائية الرقابة ساهمت الضريبي التهرب محاربة في الإلكتروني الإلكترونية التجارة أنشطة في	40	1,00	55,00	4,5000	8,27415
الوطني السجل في التسجيل ساهم لتقديم دفعهم في الإلكترونيين للموردين الجبائية تصريحاتهم.	40	1,00	5,00	3,6000	1,00766
التجارة لأنشطة الممارسين وعي ساهم في وتطبيقه القانوني بالجانب الإلكترونية الجبائي التحصيل عملية تسهيل.	40	1,00	5,00	3,3000	1,15913
أنشطة على العقابية القوانين تطبيق أسهم التحصيل زيادة في الإلكترونية التجارة الجبائي.	40	1,00	54,00	4,5500	8,07005
عن الناتج الجبائي التحصيل ساهم الحصيلة زيادة في الإلكترونية التجارة للدولة الإجمالية الجبائية.	40	1,00	4,00	3,2000	,91147
و الضرائب بين الملاءمة ساهمت بعض مع وتناسبها الإلكترونية التجارة الجبائي التحصيل من الرفع في	40	1,00	5,00	3,0250	1,07387
الجبائي التحصيل	40	1,30	9,40	3,5150	1,53131
N valide (liste)	40				

8. نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع.

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
الإثبات وأدلة المستندات توفر عدم ساهم التجارة حجم حصر صعوبة في الكافية الإلكترونية.	40	2,00	5,00	4,1250	,75744
والاتفاقيات الدولي التنسيق عدم ساهم في الإلكترونية التجارة لأنشطة الجبائية الضريبي الازدواج مشاكل ظهور.	40	2,00	5,00	3,6000	,90014
في الجبائي التشريع مرونة عدم ساهم عن الناتجة التشريعية الفجوة مكافحة الإلكترونية للتجارة السريع التزايد.	40	1,00	5,00	3,5250	,81610
الجبائية الإدارة مهام أداء ضعف ساهم على الضرائب تحصيل صعوبة في الإلكترونية التجارة أنشطة.	40	2,00	5,00	3,5000	1,10940
المؤهل البشري العنصر نقص أسهم في فجوة وجود في الإلكترونية بالتجارة الإلكترونية المعاملات.	40	3,00	5,00	4,0000	,75107
التقليدية الضرائب بين الاختلاف أسهم إلى الإلكترونية التجارة وضرائب الضريبي التهرب مشاكل ظهور.	40	2,00	5,00	3,9500	,81492
المتعاملين ومكان هوية معرفة تساهم التي الدولة تحديد سهولة في الإلكترونيين والضرائب الإلكترونية التجارة فيها تقام تطبقها التي.	40	2,00	5,00	3,8500	,83359
لتحديد واضحة آليات توفر عدم ساهم التجارة لأنشطة الجبائية الاوعية الجبائية الحصيلة ضعف في الإلكترونية.	40	2,00	5,00	3,8500	,80224
تقييمية إجراءات وجود عدم ساهم في الإلكترونية للتجارة الجبائية للحصيلة الأنشطة هذه متابعة ضعف.	40	2,00	5,00	3,9500	,74936
الإلكترونية التجارة جبائية معوقات	40	2,78	4,78	3,8167	,47777
N valide (liste)	40				

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	شكر وعرافان
I	ملخص الدراسة
II	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الأشكال
V	قائمة الملاحق
أ-ج	مقدمة
	الفصل الأول: الدراسة النظرية
05	تمهيد
06	المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية
7-6	المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية
11-8	المطلب الثاني: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية (قانون 05-18)
13-11	المطلب الثالث: معوقات ومتطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية
14	المبحث الثاني: ماهية جباية التجارة الإلكترونية.
14	المطلب الأول: مفهوم جباية التجارة الإلكترونية.
15-14	المطلب الثاني: الضرائب التي تنظم التجارة الإلكترونية في الجزائر .
19-16	المطلب الثالث : معوقات وحلول تطبيق جباية التجارة الإلكترونية.
20	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
21-20	المطلب الأول: الرسائل الجامعية باللغة العربية
23-22	المطلب الثاني: المقالات العلمية باللغة العربية.
25-24	المطلب الثالث: الدراسات باللغة الأجنبية.
26	خلاصة الفصل الأول

	الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية
28	تمهيد
29	المبحث الأول: تحديد و تعريف مركز الدراسة .
30-29	المطلب الأول: تقديم مركز الضرائب لولاية برج بوعرييج CDI .
34-31	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمركز الضرائب .
35-34	المطلب الثالث: مجال صلاحيات مركز الضرائب .
36	المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة
37-36	المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة التطبيقية.
38-37	المطلب الثاني: عرض بيانات أداة الدراسة.
39	المبحث الثالث :نتائج الدراسة تحليلها تفسيرها ومناقشتها
43-39	المطلب الأول: درجة صدق وثبات الإستبيان.
54-43	المطلب الثاني: عرض و تحليل محور الدراسة.
55	خلاصة الفصل الثاني
57-56	الخاتمة
60-58	قائمة المراجع
68-61	الملاحق
71-70	فهرس المحتويات

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر و الضرائب التي تنظمها وأهم الحلول المقترحة لتطويرها، ومن أجل ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي، مع الاستعانة بإستبيان من خلال من خلال توزيعه على 40 من إطارات بمركز الضرائب باعتبارهم ممارسين مهنة التحصيل الجبائي في الجزائر.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وضوح النظام الجبائي الجزائري ساهم في تسهيل المعاملات التجارية الإلكترونية، بالإضافة إلى ضرورة وجود إجراءات وقوانين تنظيمية تؤطر الجباية على التجارة الإلكترونية، وكذا فرض وتحصيلها بطريقة ناجعة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، النظام الجبائي، جباية التجارة الإلكترونية، التحصيل الجبائي.

Abstract:

This study aimed to shed light on the reality of e-commerce in Algeria, the taxes that regulate it, and the most important solutions proposed for its development. For this purpose, the descriptive approach was relied upon, with the help of a questionnaire that was distributed to 40 executives at the Tax Centre as they are practitioners of the tax collection profession in Algeria. The study led to several results, the most important of which is the interest and clarity of the Algeria tax system, which contributed to facilitating Electronic commercial transactions, in addition to the necessity of having regulatory procedures and laws that regulate the collection of trade Electronically, as well as levying and collecting taxes in an efficient manner.

Key words: e-commerce, tax system, e-commerce collection, tax collection.