



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم المالية والمحاسبة  
مخبر الانتماء: ECOFIMA



أطروحة دكتوراه  
مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث

## متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

الشعبة: مالية ومحاسبة

التخصص: محاسبة وجباية

للطالبة: علالو شهرزاد

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

مدير الأطروحة: شلابي عمار

أمام أعضاء اللجنة:

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	رئيسا	الرتبة: أستاذ محاضر قسم "أ"	الاسم واللقب: كيموش بلال
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	مقررا	الرتبة: أستاذ التعليم العالي	الاسم واللقب: شلابي عمار
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	مشرفا مساعدا	الرتبة: أستاذ محاضر قسم "أ"	الاسم واللقب: فروم محمد الصالح
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	عضوا	الرتبة: أستاذة محاضرة قسم "أ"	الاسم واللقب: قواسمية هيبة
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	عضوا	الرتبة: أستاذ محاضر قسم "أ"	الاسم واللقب: بن الشيخ بويكر الصديق
جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي	عضوا	الرتبة: أستاذ محاضر قسم "أ"	الاسم واللقب: مرداسي شوقي
جامعة باجي مختار عنابة	عضوا	الرتبة: أستاذ محاضر قسم "أ"	الاسم واللقب: بولحبال فريد

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَالصَّلَاةَ وَالسَّلَامَ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَالتَّابِعِينَ لَهُمْ بِإِحْسَانٍ

إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

# إهداء

إلى من منحني كل شيء ولم يأخذ مني شيء

إلى من شجعني ودعمني بالدعاء المستمر..

إلى الوالدين الكريمين

إلى من رافقني في هذا العمل منذ البداية وكان لي عوناً معينا

إلى من عمل على تسهيل ظروف إنجاز هذا العمل المتواضع وتجاوز العقبات... زوجي

والى والديه الكريمين.

إلى أبنائي الأحباء الذين تحملوا انشغالي طيلة مدة البحث

والى أخواتي اللواتي قدّمن يد العون لي كلما طلبت ذلك بكل حب... أهدي هذا العطاء.

# شكر وتقدير

بعد شكر الله أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف شلابي عمار والأستاذ المشرف المساعد فروم محمد الصالح على دعمهما وتوجيهاتهما لي طيلة مدة هذا العمل. كما أتوجه بشكر خاص للأستاذ مزياني نور الدين على التسهيلات التي قدمها لي طيلة فترة التكوين. ولا يفوتني أن أتقدم بخالص الشكر للدكتور لعريوي عبد الرزاق والدكتور علاب رشيد على مساعدتهما وتوجيههما. كما أتقدم بجزيل شكري للسيدة بوقريط سهام مديرة بوزارة التجارة على مساعدتها الفعالة وتكريس جزء من وقتها لنا. كما لا أنسى كل من دعمني ولو بتشجيع وقدم لي معونة، من عائلة وأصحاب وغيرهم.

وأشكر أيضا أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة أطروحتي هذه.

لقد كان الهدف من هذه الدراسة هو البحث عن متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية. ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم الدراسة إلى خمسة فصول، حيث اهتم الفصل الأول بشرح مفهوم التجارة الالكترونية وتبيين خصائصها ونموها، في حين اهتم الفصل الثاني بعرض مشاكل وتحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم النقاشات الدولية بالتركيز على الضرائب على الاستهلاك والضرائب على الدخل، أما الفصل الثالث فقد تناول دراسة وتقييم بعض التجارب الدولية في جباية التجارة الالكترونية. وقد خصص الفصل الرابع لتحليل جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية واستنتاج أهم متطلبات تطبيقها. أما الفصل الأخير فقد قمت خلاله بدراسة مدى توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، من خلال الاستعانة بأداة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة قصدية مكونة من 30 موظف على مستوى القطاعات المتعلقة بموضوع البحث، ليتم بعدها تحليل البيانات المحصل عليها باستخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية والاستعانة ببرنامج SPSS نسخة 25. كما تم تفسير وإثراء النتائج استنادا للمعلومات المحصلة من المقابلات التي قمنا بها مع أخصائيين في المجال.

وقد أفضت الدراسة إلى إثبات عدم توفر أغلب متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية. وأوصت بضرورة الاهتمام بتوفير كل من المتطلبات التشريعية، التنظيمية والتكنولوجية وكل من متطلبات الدفع الالكتروني وأمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية، وهذا لتهيئة بيئة ملائمة لنمو التجارة الالكترونية وحماية المال العام.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الالكترونية، جباية التجارة الالكترونية، متطلبات، بيئة الأعمال الجزائرية، ضرائب على الاستهلاك، ضرائب على الدخل.

المخلص باللغة الإنجليزية

**Abstract**

This study aimed to search for the requirements for applying e-commerce taxation in The Algerian business environment. To achieve this goal, the study was divided into five chapters. The First was concerned with explaining the concept of e-commerce and showing its characteristics and growth. The second chapter was dedicated to presenting the problems and challenges of e-commerce taxation and the most important international discussions, focusing on consumption and income taxes. The third chapter dealt with the study and evaluation of some international experiences in e-commerce taxation. Next, the fourth chapter was devoted to analyzing e-commerce taxation in the Algerian business environment, and deducing the most important requirements for its application. The last charter examined the availability of the requirements for applying e-commerce taxation in the Algerian business environment through the use of a questionnaire tool that was distributed to a sample consist 30 employees from four different sectors, then analyze the data obtained using a set of statistical tools and the use of the SPSS program version 25. The results were also interpreted and enriched based on the information obtained from the interviews we conducted with specialists in the field.

The study resulted in proving the lack of most of the requirements for the application of e-commerce taxation in the Algerian business environment, and the need to providing all of the legislative, regulatory, technological requirements, e-payment requirements, e-commerce security, and privacy protection requirements to create a suitable environment for the growth of e-commerce and to protect public money.

**Key words:** e-commerce, e-commerce Taxation, Requirements, Algerian business environment, consumption taxes, income taxes.

المخلص باللغة الفرنسية

**Résumé**

L'objectif de cette étude est de chercher les exigences de l'application de la fiscalité du commerce électronique dans le climat d'affaire Algérien. Pour réaliser cet objectif, nous avons divisé notre étude en cinq chapitres.

Le premier chapitre a abordé le concept du commerce électronique, ses caractéristiques et son développement. Le deuxième chapitre a présenté les problèmes et les défis de la fiscalité du commerce électronique et les débats internationaux en question, en se focalisant sur les taxes de consommation et les taxes sur le revenu. Dans le troisième chapitre nous avons étudié et évalué des expériences internationales sur la fiscalité du commerce électronique.

Ensuite, le quatrième chapitre a été consacré pour analyser le commerce électronique dans le climat d'affaire Algérien et les exigences de sa fiscalisation. Et en fin, le dernier chapitre a examiné l'existence de ces exigences dans le climat d'affaire Algérien, en utilisant un questionnaire qui a été distribué sur un échantillon composé de 30 employés qui font partie de quatre secteurs différents. Les données obtenues sont analysées avec des méthodes statistiques et le programme SPSS version 25 et les résultats sont expliqués et enrichis par des informations collectées lors des interviews faites avec des spécialistes dans le domaine.

L'étude a confirmé qu'il y a une absence de la majorité des exigences nécessaires pour l'application d'une fiscalité efficace sur le commerce électronique dans le climat d'affaire Algérien. Et elle a recommandé de mettre en œuvre les exigences juridiques, organisationnelles et technologiques, exigences liées au paiement électronique, sécurité du commerce électronique et protection des données personnelles, afin de préparer un environnement favorable au développement du commerce électronique et la protection de la recette publique.

**Mots clés :** commerce électronique, Fiscalité du commerce électronique, exigences, climat d'affaire Algérien, taxes de consommation, taxes sur le revenu.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر وتقدير
I	ملخص
IV	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
XI	قائمة المختصرات
XIII	قائمة الملاحق
أ - ط	المقدمة العامة
<b>الفصل الأول: التجارة الإلكترونية (مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)</b>	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها
3	المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية ونشأتها
5	المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية ومجالات استخدامها
8	المطلب الثالث: خصائص، مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
12	<b>المبحث الثاني: محيط التجارة الإلكترونية</b>
12	المطلب الأول: آليات الدفع في التجارة الإلكترونية
18	المطلب الثاني: الإطار التشريعي للتجارة الإلكترونية على المستوى الدولي
21	المطلب الثالث: التصديق الإلكتروني
23	<b>المبحث الثالث: انتشار وتطور التجارة الإلكترونية على المستويين العالمي والإقليمي</b>
23	المطلب الأول: انتشار وتوزيع التجارة الإلكترونية
26	المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية في العالم العربي
29	المطلب الثالث: تطور التجارة الإلكترونية في دول إفريقيا
35	خلاصة الفصل الأول
<b>الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الإلكترونية وأهم الأعمال الدولية.</b>	



37	تمهيد
38	المبحث الأول: المسائل المطروحة في الإعفاء أو الإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية
38	المطلب الأول: مفاهيم عامة حول جباية التجارة الإلكترونية
41	المطلب الثاني: أهم النقاشات الدولية حول جباية التجارة الإلكترونية
45	المطلب الثالث: الاتجاهات والجهود التنظيمية الدولية بشأن جباية التجارة الإلكترونية
49	المبحث الثاني: مشاكل جباية التجارة الإلكترونية
49	المطلب الأول: مشاكل وتحديات جباية التجارة الإلكترونية
54	المطلب الثاني: التهرب والغش الضريبي في التجارة الإلكترونية وطرق مكافحتها
58	المبحث الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على الضرائب على الدخل وعلى الضرائب على الاستهلاك وأهم الحلول المقترحة
58	المطلب الأول: أثر التجارة الإلكترونية على الضرائب على الدخل
64	المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الضرائب على الاستهلاك
69	المطلب الثالث: أهم الحلول المقترحة
76	خلاصة الفصل الثاني
<b>الفصل الثالث: تجارب دولية في جباية التجارة الإلكترونية</b>	
78	تمهيد
79	المبحث الأول: تجارب دول رائدة في مجال التجارة الإلكترونية
79	المطلب الأول: التجربة الكندية
86	المطلب الثاني: تجربة الولايات المتحدة الأمريكية
94	المطلب الثالث: تجربة جنوب إفريقيا
96	المطلب الرابع: تجربة فرنسا
103	المبحث الثاني: تجارب دول حديثة في مجال التجارة الإلكترونية
103	المطلب الأول: التجربة التونسية
105	المطلب الثاني: تجربة الأردن
111	المبحث الثالث: تقييم التجارب الدولية في ظل الاقتراحات الحديثة
111	المطلب الأول: تحليل وتقييم التجارب الدولية
114	المطلب الثاني: ملخص لأهم الأنظمة وآليات الإخضاع الواردة في التجارب السابقة
116	خلاصة الفصل الثالث
<b>الفصل الرابع: التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وجبايتها</b>	

119	تمهيد
120	المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر
120	المطلب الأول: تطور التجارة الالكترونية في الجزائر
121	المطلب الثاني: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر
127	المطلب الثالث: الدفع الالكتروني في الجزائر
137	المبحث الثاني: جباية التجارة الالكترونية في الجزائر
137	المطلب الأول: أهم خصوصيات النظام الجبائي الجزائري فيما يخص الضرائب على رقم الأعمال والضرائب على الدخل
143	المطلب الثاني: الاعفاء الضريبي للمعاملات الالكترونية
144	المطلب الثالث: الاخضاع الضريبي للمعاملات الالكترونية
149	المبحث الثالث: متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية
149	المطلب الأول: المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية
152	المطلب الثاني: المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية
154	المطلب الثالث: المتطلبات الخاصة بأنظمة الدفع الالكتروني والبريد
155	المطلب الرابع: أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية
157	خلاصة الفصل الرابع
<b>الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية</b>	
159	تمهيد
160	المبحث الأول: منهجية الدراسة التطبيقية وإجراءاتها
160	المطلب الأول: أهداف، منهج ونموذج الدراسة
162	المطلب الثاني: أداة الدراسة الأولى الاستبيان وعناصرها
166	المطلب الثالث: أداة الدراسة الثانية المقابلة وعناصرها
169	المبحث الثاني: اختبارات الاستبيان وعينة الدراسة
169	المطلب الأول: اختبار صدق وثبات استبيان الدراسة
172	المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة
177	المبحث الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
177	المطلب الأول: تحليل إجابات عينة الدراسة بخصوص متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

187	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة
195	المطلب الثالث: نظرة الاستشرافية حول جباية التجارة الالكترونية في الجزائر
198	خلاصة الفصل الخامس
200	الخاتمة العامة
207	قائمة المراجع
217	الملاحق

## قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1.1	إحصائيات استخدام الإنترنت والتعداد السكاني في العالم، تقديرات عام 2022 - الفصل الأول	23
1.2	المبررات الداعمة لإخضاع أو إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة	44
2.2	عناصر القاعدة الأولى التي جاء حل الاطار الشامل لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية/ مجموعة العشرين لمعالجة التحديات الضريبية الناجمة عن التحول إلى الاقتصاد الرقمي.	74
3.2	عناصر القاعدة الثانية التي جاء حل الاطار الشامل لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية/ مجموعة العشرين لمعالجة التحديات الضريبية الناجمة عن التحول إلى الاقتصاد الرقمي.	74
1.3	ملخص للضرائب على المبيعات في مقاطعة الكيبك	85
2.3	معايير وعتبات فرض ضرائب على المبيعات في كل من ولاية من الولايات المتحدة الأمريكية	92
1.4	تطور عدد وقيم معاملات الدفع الالكتروني في مختلف الأنشطة التجارية في الجزائر في الفترة 2016-2021	130
2.4	عدد تجار الويب المعتمدين في نظام الدفع الالكتروني عبر الأنترنت حسب قطاع نشاطهم في الجزائر	131-132
1.5	عينة الدراسة	163
2.5	سلم ليكارت الخماسي	164
3.5	نتائج عملية توزيع الاستبيان	165
4.5	عدد ورتبة المحاورين في الهيئات المعنية الدراسة	167
5.5	معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الأول	169
6.5	معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الثاني	170
7.5	معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الثالث	171
8.5	معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الرابع	171
9.5	نتائج اختبار الثبات	172
10.5	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية	173
11.5	توزيع أفراد العينة حسب تحكمهم في المصطلحات	175
12.5	توزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاعهم على القوانين التي تحكم التجارة الإلكترونية	175
13.5	درجة التوفر في كل فئة	177
14.5	تحليل عبارات المحور الأول (المتطلبات التشريعية)	177
15.5	تحليل عبارات المحور الثاني (المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية)	180
16.5	تحليل عبارات المحور الثالث (متطلبات الدفع الالكتروني)	183
17.5	تحليل عبارات المحور الرابع (متطلبات أمن التجارة الإلكترونية وحماية الخصوصية)	186

188	اختبار التوزيع الطبيعي	18.5
189	نتائج اختبار T للمحور الأول	19.5
190	نتائج اختبار T للمحور الثاني	20.5
190	نتائج اختبار T للمحور الثالث	21.5
191	نتائج اختبار T للمحور الثالث	22.5
191	تكرار إجابات المستجوبين حول فرض ضرائب على التجارة الالكترونية	23.5
192	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتغير قطاع المهنة	24.5
193	الفروقات المتوسطة ذات الدلالة	25.5
194	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتغير الخبرة	26.5

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
24	التوزيع الجغرافي لعدد مستعملي الأنترنت في العالم	1.1
25	مبيعات التجارة الالكترونية B to C في العالم في الفترة (2014-2019)	2.1
31	إجراءات تسهيل التجارة الأقل تطبيقاً	3.1
32	توزيع الدول الافريقية حسب رتبة تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفق مؤشر الاتحاد الدولي للاتصالات (من ترتيب 176) سنة 2017	4.1
51	العلاقة بين هيكل النظام الجبائي وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات	1.2
73	الأعضاء المشاركة في الإطار الشامل	2.2
79	نسب مشتريات الكنديين عبر الأنترنت في سنة 2020	1.3
107	البنود المساهمة في الإيرادات الضريبية للأردن في سنة 2021	2.3
133	عدد البطاقات المستعملة حسب طبيعة العمليات خلال الشهرين جانفي وفيفري من السنتين 2021 و2022	1.4
161	نموذج الدراسة	1.5
174	تمثيل نسب أفراد العينة في كل قطاع	2.5
188	اختبار التوزيع الطبيعي	3.5

قائمة المختصرات

المختصر	معنى المختصر
EFT	Electronic Fonds Transfer
EDI	Electronic Data Interchange
CUTS	Consumer Unity & Trust Society
B2B	Business To Business
B2C	Business To Costumer
B2G	Business To Government
C2C	Costumer To Costumer
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
TFA	Trade Facilitation Agreement
GIE Monétique	Groupement d'intérêt Economique Monétique
ITA	Information Technology Agreement
ICC	International Chamber Of Commerce
OCDE	Organization For Economic Co-Operation And Development
UNICITRAL	United Nations Commission On International Trade Law
ICANN	Internet Corporation For Assigned Names And Numbers
UNCED	United Nations Conference On Trade And Development
UIT	Union Internationale Des Télécommunications
GAFA	Google Appel Facebook Amazon
TPS	Taxe Sur Les Produit Et Services
TVQ	Taxe De Vente Du Quebec
TVP	Taxe De Vente Provinciale
TVH	Taxe De Vente Harmonisée
LIR	Loi De l'Impôt Sur Le Revenu
ITFA	Internet Tax Freedom Act
MFA	Marketplace Fairness Act
MOSS	Mini One Stop Shop
IOSS	Importation One Stop Shop
Tuneps	Tunisia On Line E-Procurement System
SARS	South African Revenu Service
PKI	Public Key Infrastructure
SATIM	Société d'Automatisation des Transactions Iterbancaires et de Monétique
DAB	Didtributeur Automatique De Billet
GAB	Guichet Automatique De Banque
TPE	Terminal De Paiement Electronique
CIB	Carte Interbancaire
ATCI	Algérie Télé Compensation Interbancaire
ARPCE	Agence De Régulation De La Poste Et Communications Electroniques

Agence Gouvernementale De Communications Electroniques	AGCE
Agence Nationale De Communications Electroniques	ANCE
Agence Economique De Communications Electroniques	AECE
Numéro d'Identification Fiscale	NIF
Société Par Action	SPA
Société A Responsabilité Limitée	SARL
Entreprise unipersonnelle à Responsabilité Limitée	EURL
Statistical Package for Social Sciences	SPSS



قائمة الملاحق

الصفحة	اسم الملحق	الرقم
218	توزيع عدد التجار المسجلين الناشطين في نشاط التجارة الالكترونية حسب الولاية إلى غاية ديسمبر 2021	01
219	استبيان	02
224	مقابلة المديرية العامة للضرائب	03
226	مقابلة المديرية العامة للجمارك	04
227	مقابلة وزارة التجارة	05
228	مقابلة مجمع النقد الآلي	06
229	متوسطات حسابية للمحور الأول	07
230	متوسطات حسابية للمحور الثاني	08
231	متوسطات حسابية للمحور الثالث	09
232	متوسطات حسابية للمحور الرابع	10
233	اختبار التوزيع الطبيعي	11
234	اختبارات T student	12
235	نتائج اختبارات تحليل التباين الأحادي	13
237	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان	14
238	طلبات مواعيد المقابلة	15

# المقدمة

مقدمة عامة:

ابتداء من القرن التاسع عشر، شهد العالم تطورا كبيرا في تكنولوجيات المعلومات والاتصال، فتزايد نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ما جعلها تغزو كل البيئات والمجتمعات بوتيرة متسارعة وأصبحت التكنولوجيا ضرورة حتمية لكل الشعوب ومنظمات الأعمال والحكومات، وظهرت تغييرات عديدة في مختلف القطاعات وبيئات الأعمال.

يعتبر القطاع التجاري من أكثر القطاعات استجابة للتكنولوجيا المبتكرة واستخداما للتقنيات الحديثة. فقد ظهرت في هذا القطاع أساليب وممارسات جديدة وتغيرت معها المفاهيم والقواعد التي تحكم المعاملات التجارية، وأصبح المتعاملون يبحثون عن أسهل وأسرع السبل وأقلها تكلفة لإتمام المعاملات. كما ساهم هذا التطور في إلغاء الحدود المكانية والزمانية بين الدول وظهر بما يعرف بالتجارة الإلكترونية.

ونظرا لما وصلت إليه الدول المتقدمة في هذا المجال، توجب على الدول السائرة في طريق النمو مسايرة هذا التطور واستدراك التأخر لما تلعبه التجارة الإلكترونية من دور هام في نمو الاقتصاد. فمن أجل ذلك تمثلت تكنولوجيات المعلومات تحديا كبيرا لهذه الدول في أمل تسريع نمو اقتصادها وتقليل الفوارق بينها وبين الدول المتقدمة وبالتالي مواكبة التقدم.

في هذا الإطار، ضاعفت الجزائر ومنذ سنوات قليلة جهودها في مجال تطوير تكنولوجيات المعلومات وتنظيم التجارة الإلكترونية من خلال إعطاء إطار قانوني يبين القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات من خلال القانون 18/05 وهذا للسماح للمتعاملين الاقتصاديين من تطوير وتنويع عروضهم.

لكن ورغم أهمية التجارة الإلكترونية إلا أنها تؤثر سلبا على الإيرادات العمومية لصعوبة تطبيق القواعد والقوانين الجبائية عليها، فلا مادية المعاملات وعدم القدرة على التحكم في أطراف المعاملات لا مكانيا ولا زمانيا أدى إلى عجز الحكومات عن إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة، وبالتالي تزايد الغش والتهرب الضريبي، أضف إلى ذلك مشاكل الرقابة الجبائية.

أولاً: إشكالية الدراسة:

نظراً لأهمية مواجهة التحديات الجبائية للتجارة الالكترونية، في تمكين الإدارة الضريبية من تهيئة بيئة جبائية ملائمة لتطور هذا الشكل الجديد من المعاملات التجارية في إطار يحفز نمو النشاط الاقتصادي من جهة وحماية الإيرادات المالية للدولة من جهة أخرى. قمنا بطرح السؤال التالي:

ما مدى توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية؟

لتبسيط الإشكالية الرئيسية وتوضيح معالمها يمكن طرح الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما هي متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية؟
- هل المرحلة التي وصلت إليها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تستدعي جبايتها؟
- هل توجد فروق بين آراء أفراد العينة حول مدى توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لمتغيري قطاع المهنة والخبرة؟

ثانياً: فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا تتوفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

وتنبثق عن هذه الفرضية الرئيسية، الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا تتوفر المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية .

الفرضية الفرعية الثانية: لا تتوفر المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا تتوفر المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا تتوفر متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

الفرضية الرئيسية الثانية: مستوى تطور التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية لا يستدعي جبايتها.

الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء أفراد العينة حول متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لمتغيري قطاع المهنة والخبرة.

وتنبثق عن هذه الفرضية الرئيسية، الفرضيات الفرعية التالية:

**الفرضية الفرعية الأولى:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توفّر متطلبات تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لقطاع المهنة.

**الفرضية الفرعية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توفّر متطلبات تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لسنوات الخبرة.

#### ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

تتمثل أسباب اختيار هذا الموضوع فيما يلي:

- يعالج الموضوع إشكالية تطرح على مستوى السلطات الضريبية فيما يخص حالة الجزائر ومن طرف الهيئات والمنظمات الدولية على المستوى الدولي؛
- حداثة وأصالة الموضوع.

#### رابعا: أهمية الموضوع:

تعتبر التجارة الإلكترونية من المواضيع الحديثة في الجزائر حيث تشهد هذه المعاملات نموا كبيرا ما يستدعي البحث في الموضوع ودراسته من كل جوانبه. حيث التمسنا تجاوب واهتمام كبير من طرف المستجوبين في المقابلات بموضوع الدراسة وإظهار حاجتهم الماسة للتعاون وتنسيق الجهود بين الجامعة والميدان التطبيقي العملي الذي يشهد عدة أعمال وجهود في مجال التجارة الإلكترونية، تنظيمها، تطويرها وفرض ضرائب عليها، وذلك لاقتراح الحلول والوصول إلى تطوير نظام لجباية التجارة الإلكترونية يحمي موارد الدولة والمتعاملين على حد سواء ويحافظ على نمو المعاملات الرقمية بصفة عامة.

إلى جانب ذلك فإن هذه الدراسة تعالج تأثير التجارة الإلكترونية على واحدة من أهم مصادر المال العام في الجزائر ألا وهو الجباية.

#### خامسا: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للوصول إلى مجموعة من الأهداف المتمثلة فيما يلي:

- تبيين واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؛
- تحديد متطلبات تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية والوقوف على مدى توفّر هذه المتطلبات بالإضافة إلى اقتراح مجموعة من القواعد والآليات لجباية عادلة لمعاملات التجارة الإلكترونية وحماية المال العام.

### سادسا: منهج وأدوات الدراسة

قصد تحقيق أهداف الدراسة ومن أجل الإجابة على إشكالية البحث واختبار الفرضيات، وتماشيا مع المناهج المعتمدة في هذا النوع من الدراسات، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي مع الاستعانة بالأدوات الإحصائية، حيث تم ابراز مختلف الجوانب النظرية للموضوع من خلال ما تم جمعه من معلومات حول موضوع الدراسة. فانطلاقا من تحليل التجارب الدولية والمقارنة بينها والتطرق إلى حال التجارة الالكترونية في الجزائر وخصوصيات النظام الجبائي الجزائري تم توظيف أداتين استخدمتا بشكل متكامل وهما الاستبيان والمقابلة بالقيام بدراسة ميدانية في أربع قطاعات التي رأيناها متعلقة بموضوع البحث والتي تتدخل بصفة مباشرة أو غير مباشرة في تهيئة بيئة متكاملة وجاهزة لتطبيق جباية التجارة الالكترونية واستهدفت مجموعة من المسيرين في الإدارات أو القطاعات التالية: الإدارة الضريبية، إدارة الجمارك، وزارة التجارة، القطاع البنكي وتمت إضافة أفراد من أساتذة جامعيين باحثين في مجال الدراسة بالنسبة لأداة الاستبيان. ليتم بعدها تحليل البيانات بواسطة الأساليب الإحصائية بالاستعانة ببرنامج ال SPSS نسخة 25 للوصول إلى أهداف البحث واختبار الفرضيات.

### سابعا: حدود الدراسة:

تمثلت حدود هذه الدراسة فيما يلي:

- **الحدود المكانية:** المديرية العامة للضرائب، المديرية العامة للجمارك، وزارة التجارة، القطاع البنكي في الجزائر؛
- **الحدود البشرية:** وجهت هذه الدراسة إلى أخذ آراء المدراء العامون والمدراء الفرعيين في الإدارات التي أشرنا إليها وأخصائيين وباحثين في مجال الدراسة.
- **الحدود الموضوعية:** اختصت هذه الدراسة بدراسة متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية. كما تم التركيز على نوعين من الضرائب وهما الضرائب على الدخل والضرائب على الاستهلاك.

### ثامنا: الدراسات والأبحاث السابقة المتعلقة بالموضوع

تتمثل أهم الدراسات القريبة من موضوع البحث والتي استطعنا الاطلاع عليها وبلورة فكرة الموضوع انطلاقا منها فيما يلي:

- دراسة هدفت إلى عرض القواعد المؤطرة والقواعد المسيرة لإخضاع التجارة الالكترونية كما تم التطرق إلى أشكال ممارسة المراقبة الجبائية للتجارة الالكترونية. خلصت الدراسة بعد عرض لأهم مبادئ جباية التجارة

الإلكترونية والقواعد المسيرة لها، إلى إجبارية إخضاع التجارة الإلكترونية لأن ذلك يؤدي إلى تجنب ضياع الإيرادات الجبائية للدولة، ويجب أن يمتاز النظام الجبائي المطبق بالبساطة والشفافية لإيضاح الالتزامات الجبائية. وضرورة إعداد تقنين تجاري دولي مرصد خاص بالتجارة الإلكترونية.<sup>1</sup>

■ دراسة أخرى خلصت إلى أن إشكالية الإخضاع الضريبي للمعاملات الإلكترونية تواجه عدة تحديات منها فرض الضريبة على المعاملات الإلكترونية والصعوبات المرتبطة بتحديد الهوية وتعيين النشاط وإشكالية فرض الرسوم الجمركية على المعاملات الإلكترونية الدولية. وتم تقديم مجموعة من الحلول منها:

- يتوجب على الحكومات أن تعمل على رفع كفاءة الإدارة الضريبية والجمركية؛
- تجهيز هذه الإدارات بوسائل حديثة من جهة والعكس على تنمية مهارات موظفيها وإيجاد برامج لضمان السرية واليقين في مثل هذه المعاملات من جهة أخرى؛
- عدم التسرع في إخضاع التجارة الإلكترونية للضرائب المختلفة في ظل التوجه الدولي نحو إلغاء القيود عن التجارة الدولية؛

- الاعتماد على تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديث في التعاملات الضريبية.<sup>2</sup>

■ دراسة تطرقت لمفهوم التجارة الإلكترونية ومميزاتها وأهم التحديات التي تطرحها بالنسبة للنظم الضريبية. فكانت إشكالية الدراسة كالتالي: ما هي أهم التحديات التي يواجهها النظام الضريبي الجزائري في ظل تبني واعتماد التجارة الإلكترونية، وما هي الآليات الممكنة لتكييفه مع خصائص ومميزات التجارة الإلكترونية؟ وخلصت هذه الدراسة أن متطلبات تكييف النظام الضريبي الجزائري تتمثل في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إقرار إصلاحات في الجوانب التشريعية والتنفيذية كالتوقيع الإلكتروني والعقد الإلكتروني والتحقق الإلكتروني. أوصت السلطات المالية بالبحث عن آليات لتكييف النظام الضريبي من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال ورقمنة قطاع الضرائب.<sup>3</sup>

■ ركزت دراسة أخرى على الضرائب على الدخل والاستهلاك المرتبطة بالتجارة الإلكترونية والمشاكل المتعلقة بتحصيل هذه الضرائب كما تم التطرق إلى التجارة الإلكترونية من كل جوانبها وتحديد الاختلافات والصعوبات المواجهة بالاعتماد على المقارنة بين التجارة التقليدية والإلكترونية. وتوصلت هذه الدراسة إلى أهمية إقامة الاتفاقيات الدولية وأوصت بالدور الذي يجب أن تلعبه الأمم المتحدة باعتبار أن معظم الدول النامية تشهد

<sup>1</sup> طالب محمد، الإطار النظري للجباية الإلكترونية، مجلة دراسات جبائية، العدد 1، 2012.

<sup>2</sup> عزوز علي، جباية المعاملات الإلكترونية، المشاكل والحلول، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد 01، 2015

<sup>3</sup> مليكاوي مولود، آليات تكييف النظام الضريبي الجزائري في ظل تبني مفهوم التجارة الإلكترونية، مجلة دراسات جبائية، المجلد 08، العدد 01،

طلبا متزايدا على التجارة الالكترونية ويجب إيجاد الحلول المناسبة التي تهم حتى الدول المتقدمة التي يمكن أن تواجه التهرب الضريبي ولجوء المكلفين بالضريبة للجنات الضريبية<sup>1</sup>.

■ دراسة مقارنة بين الأنظمة والقوانين التي تبنتها كل من المملكة المتحدة، ألمانيا وأستراليا بالإضافة إلى الاتحاد الأوروبي حول تطبيق الرسم على القيمة المضافة في التجارة الالكترونية وذلك بهدف تحديد مزايا وحدود كل تجربة. وبينت الدراسة الدور الذي يمكن أن تلعبه المنصات الالكترونية في تطبيق الرسم على القيمة المضافة والرسم على السلع والخدمات وأهمية ذلك في خلق تكافؤ الفرص بين الشركات وحماية إيرادات الدول<sup>2</sup>.

ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة: الملاحظ أن معظم الدراسات تطرقت إلى مشاكل وتحديات جباية التجارة الالكترونية وانفقت معظم الدراسات على ضرورة توفّر البنية التحتية التكنولوجية والإطار القانوني لتطبيق الضرائب على المعاملات الالكترونية.

وقد قمنا بالاستعانة بهذه الدراسات في تحديد متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية ووضع تصور لكيفية معالجة إشكالية الدراسة. ووفرت لنا قاعدة لتأسيس خطة متكاملة لبحثنا.

وأهم ما يميز دراستنا هذه عن الدراسات السابقة هو:

- معظم الدراسات السابقة تحليلية نظرية مبنية على معطيات نظرية ولا تدرس بيئة واقعية معينة أما بالنسبة لدراستنا فقد خصت دراسة حالة بيئة الأعمال الجزائرية وخصوصيات النظام الضريبي الجزائري؛
- لقد اعتمدت دراستنا على أداتي الاستبيان والمقابلة حيث أننا لم نجد أي دراسة قريبة لإشكالية الدراسة وظفت هاتين الأداتين.
- إن هذه الدراسات السابقة لم تتطرق إلى آخر المستجدات الدولية في جباية التجارة الالكترونية عكس دراستنا فقد تطرقت إلى آخر اقتراحات الإطار الشامل والأمم المتحدة ودرست أهم التجارب الدولية في المجال.

<sup>1</sup> kham tipmart, **International Taxation of Electronic Commerce**, A dissertation paper submitted for the Degree of Doctor of Laws, Niigata university, Graduate School of Modern Society and Culture , 2015

<sup>2</sup> Luisa Scarcella, **E-commerce and effective VAT/GST reinforcement : Can online Platforms play a valuable role ?**, Computer law and security review , N°36, 2020.



تاسعا: تقسيمات البحث:

ومن أجل الإجابة على هذا السؤال، تم تقسيم البحث إلى خمسة فصول كما يلي:

جاء الفصل الأول بعنوان التجارة الإلكترونية (مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)، والذي تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث:

- تناول المبحث الأول مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها حيث تم من خلاله عرض لنشأة التجارة الإلكترونية، أشكالها، أهم السلع والخدمات المتداولة في إطارها وكذلك مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية؛  
- أما المبحث الثاني فحمل عنوان محيط التجارة الإلكترونية والذي تضمن عرض لطرق وآليات الدفع في التجارة الإلكترونية وتطورها من فترة إلى أخرى وماهي أهم المخاطر المتعلقة بهذه الآليات. ثم تم التطرق إلى الإطار التشريعي للتجارة الإلكترونية على المستوى الدولي وماهي أهم القوانين الدولية التي سنت لتنظيم هذه المعاملات كما تناول هذا المبحث آلية التصديق الإلكتروني كعنصر أساسي ضمن محيط التجارة الإلكترونية.

- في حين خصص المبحث الثالث لعرض انتشار وتطور التجارة الإلكترونية على المستويين العالمي وعلى مستوى العالم العربي ودول افريقيا من خلال أرقام وبيانات تبرز ذلك.

أما الفصل الثاني والذي جاء بعنوان "تحديات جباية التجارة الإلكترونية وأهم الأعمال الدولية " والذي قسم هو الآخر إلى ثلاث مباحث كالاتي:

تضمن المبحث الأول النقاشات والمسائل المطروحة حول الاعفاء أو الاخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية بعد تسليط الضوء على أهم مفاهيم جباية التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فقد تطرق إلى أهم مشاكل جباية التجارة الإلكترونية في حين خصص المبحث الثالث لتبيين أثر التجارة الإلكترونية على كل من الضرائب على الدخل والضرائب على الانفاق وأهم الحلول المقترحة.

أما بالنسبة للفصل الثالث فقد خصص لدراسة بعض التجارب الدولية في جباية المعاملات الإلكترونية وذلك بعرض أهم القوانين التي تبنتها مختلف الدول والإجراءات التنظيمية التي حاولت من خلالها هذه الدول إيجاد إطار جبائي ملائم وفعال للتعامل مع هذا النوع من التجارة وذلك من خلال عرض تجارب لمجموعة من الدول منها دول رائدة في مجال التجارة الإلكترونية وأخرى دول حديثة في هذا المجال. وفي الأخير تم تقييم التجارب المدروسة في ظل الاقتراحات الحديثة.

الفصل الرابع الذي عنون بالتجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وجبايتها، قسم هو الآخر إلى ثلاث مباحث. تضمن المبحث الأول واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من حيث الإطار التشريعي، عدد المتعاملين

المسجلين ومدى تطور كل من الدفع الالكتروني والتصديق الالكتروني. أما في المبحث الثاني فقد تم عرض أهم خصوصيات النظام الجبائي الجزائري من حيث الضرائب على الدخل والضرائب على الانفاق عامة بتقديم أهم المبادئ الضريبية وتعريف أهم المفاهيم. والمبحث الثالث خصص لتعداد أهم متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية انطلاقا من الدراسة النظرية ومن دراسة التجارب الدولية السابقة.

الفصل الخامس الذي خصص للمعالجة التطبيقية لإشكالية البحث من خلال دراسة مدى توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية حسب آراء مجموعة من المسيرين الذين تم انتقاؤهم من القطاعات التالية: مديرية الضرائب، مديرية الجمارك، وزارة التجارة، القطاع البنكي وأساتذة جامعيين باحثين في المجال. وذلك بالاستعانة بأداتين هما الاستبيان والمقابلات وفق الطرق العلمية المعتمدة. ومن ثم تمت معالجة البيانات المحصل عليها باستخدام الاختبارات الإحصائية وتحليل النتائج والتأكد من صحة الفرضيات قصد الوصول إلى أهداف البحث.

### عاشرا: صعوبات الدراسة

تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتنا خلال إعداد هذه الدراسة فيما يلي:

- صعوبة الوصول إلى المراجع والمصادر الببليوغرافية على مستوى المؤسسات الجامعية نتيجة الحجر بسبب وباء كورونا؛
- صعوبة الوصول إلى أفراد العينة لإجراء المقابلات بصفتهم ذوي مناصب عليا وانشغالهم المستمر؛
- محدودية المسيرين المتمكنين من موضوع الدراسة ما أدى بنا إلى ضرورة انتقاء أفراد العينة فردا بفرد.

## الفصل الأول: التجارة الالكترونية

(مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)

تمهيد:

لقد أدى التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور مفاهيم وممارسات اقتصادية جديدة، من أهمها ظهور التجارة الالكترونية التي ساهمت بشكل كبير في توسيع حجم المعاملات التجارية بين الدول. فلجوء الأفراد والمؤسسات أو الحكومات للتجارة الالكترونية راجع لتعدد مزاياها ولما تقدمه هذه المعاملات من تسهيلات وتوفير للجهد والوقت. كما تقدم للمتعاملين مجموعة كبيرة من الفرص التي تسمح لهم باتخاذ قراراتهم بأكثر مرونة وأريحية من خلال دراسة مختلف الفرص والبدائل المتاحة.

ترتبط التجارة الالكترونية بمحيط مكون من مجموعة من العناصر الضرورية لقيامها، هذه العناصر تختلف من دولة إلى أخرى سواء حسب حجم التجارة الالكترونية في الدولة أو مدى تطور هذه الأخيرة.

كما ترتبط التجارة الالكترونية بمفاهيم خاصة تستدعي التحكم فيها وهذا ما سيسمح بمواصلة دراسة الموضوع والالمام بكل الجوانب التي تسمح بالإجابة عن إشكالية الدراسة. انطلاقاً من ذلك خصص هذا الفصل لدراسة المفاهيم المرتبطة بالتجارة الالكترونية وبمحيطها وكذلك انتشارها.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها.

إن التطور الذي شهده عالم الاتصال وتكنولوجيا المعلومات كان له أثر على عدة ميادين، على غرار الميدان التجاري الذي شهد تغييرات في شكل المعاملات وطريقة تنفيذها. فأصبحت الأنترنت وسيلة اتصال بين المتعاملين الاقتصاديين لإتمام المعاملات التجارية. من هذا المنطلق ظهرت مفاهيم وآليات جديدة في التعامل التجاري لم تكن من قبل فجاء ما يعرف بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية ونشأتها.

من خلال هذا المطلب سوف نعرف مفهوم التجارة الإلكترونية ونعرض نشأة التجارة الإلكترونية:

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية

إن تعاريف التجارة الإلكترونية تطورت من فترة إلى فترة بتطور هذا النوع من المبادلات واختلقت باختلاف الوسائل المستعملة. نذكر من بين أهمها:

عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية سنة 1997 التجارة الإلكترونية على أنها تمثل عامة كل أشكال المبادلات التجارية، التي تجمع بين خواص أو مؤسسات، التي تعتمد على معالجة ونقل معلومات رقمية، نص، صوت أو صورة<sup>1</sup>.

من خلال هذا التعريف نلاحظ أن المنظمة حصرت المعاملات الإلكترونية في السلع والخدمات الرقمية.

منظمة التجارة العالمية ومن طرف المجلس العام المكلف ببرنامج عمل حول التجارة الإلكترونية سنة 1988 قامت بتقديم تعريف واسع وأكثر عموماً. جاء فيه أن التجارة الإلكترونية هي " إنتاج، توزيع، تسويق، بيع أو تسليم سلع أو خدمات بواسطة وسائل إلكترونية"<sup>2</sup>.

كما أن التجارة الإلكترونية تعني قيام الأطراف التجارية باستخدام وسائل الاتصال الحديثة كالحاسب الآلي وشبكات الأنترنت لتبادل المعلومات لإتمام الأعمال وإبرام الصفقات بحيث يتم الاتفاق على المشروعات بين

<sup>1</sup> Comité de la politique de l'information, de l'informatique et des communications, OCDE, **mesurer le commerce électronique**, paris, <http://www.oecd.org/officialdocuments/r>, p 7.

<sup>2</sup> Yasmin Ismail, **Le commerce électronique au sein de l'Organisation mondiale du commerce : Historique et dernières avancées des négociations dans le cadre de la déclaration conjointe**, L'Institut international du développement durable et CUTS International, Genève, 2020, p 1.

## الفصل الأول: التجارة الإلكترونية (مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)

الأطراف ومناطق منفصلة جغرافيا ولكن يتم تجميع مقوماتها من حيث الخبرة والعمالة والموارد والإمكانات من خلال الاتفاقات التجارية التي تعقد عبر شبكة الانترنت<sup>1</sup>.

من جهته عرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية: ضمن القانون 18-05 في مادته السادسة على أنها " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية"<sup>2</sup>.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن مصطلح التجارة الإلكترونية يطلق على أي معاملة تجارية تستعمل فيها وسيلة إلكترونية في إحدى أو كل مراحل المعاملة أي من مرحلة عرض السلعة أو الخدمة حتى مرحلة التسليم والدفع.

**ثانيا: نشأة التجارة الإلكترونية:** كان أول ظهور للتجارة الإلكترونية في أوائل السبعينات وذلك في مجال تحويلات الأموال بحيث استخدمت الشركات أمريكية الكبرى التحويلات الإلكترونية للأموال EFT في التعامل مع عملائها. بعد فترة قامت الحكومة الأمريكية بإنشاء لجنة تحت إشراف المعهد الوطني الأمريكي للمعايير سنة 1979 بهدف إقامة نظام المتاجرة الإلكترونية، توصلت هذه اللجنة إلى إنشاء نظام التبادل الإلكتروني للبيانات EDI، أين اتسع تطبيق التجارة الإلكترونية في معاملات أخرى.

في أوائل الثمانينات بدأ انتشار البريد الإلكتروني وأصبح أكثر استعمالا من البريد التقليدي وتوفّر خدمة الإنترنت للعامة في النصف الأول من التسعينات، أصبحت الشركات تعرض منتجاتها وأنشطتها عبر مواقع الويب. كما ساهم تطور الشبكات والبروتوكولات والبرمجيات في تعدد تطبيقات التجارة الإلكترونية فأصبحت هناك العديد من التطبيقات المتاحة في مختلف المجالات سواء الشراء والبيع أو نشر إعلانات.

وفي جوان 1997 أصدر الرئيس الأمريكي الإطار المتكامل لمشروع البنية التحتية للمعلوماتية الكونية راسما فيه مستقبل التجارة الإلكترونية التي تقودها أمريكا، وفي مارس 1998 تقدمت أمريكا إلى المنظمة

<sup>1</sup> عليوة السيد، التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي، القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع، 2002، ص: 11.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 20 شعبان 1430 الموافق ل 16مايو سنة 2018، ص: 5.

العالمية للتجارة بطلب لإدراج التجارة الإلكترونية على جدول الأعمال للتفاوض على اتفاقية متعددة الأطراف حولها وقدمت مشروعاً لذلك الغرض<sup>1</sup>.

عرض موضوع التجارة الإلكترونية لأول مرة من طرف المنظمة العالمية للتجارة في المؤتمر الوزاري الثاني في مايو 1998، وتم وضع برنامج عمل شامل يعالج كل التساؤلات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية على المستوى الدولي. هذا البرنامج حدد من طرف المجلس العام وفي 5 جويلية 2001 تم وضع القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية لتستعين به الدول في صياغة قوانينها الوطنية بالإضافة إلى صياغة قانون نموذجي حول التوقيع الإلكتروني.

بعدها شهد العالم نمواً كبيراً لمعاملات التجارة الإلكترونية فحسب اللجنة الأمريكية للتجارة الدولية، التجارة الإلكترونية انتقلت من 19.3 بليون دولار أمريكي في 2012 إلى 27.7 بليون دولار أمريكي سنة 2016. فالتجارة الإلكترونية تتطور باستمرار سواء من حيث المتعاملين أو طريقة التعامل وحتى السياسات المطبقة. من جهة أخرى أثبتت دراسة قام بها CUTS<sup>2</sup> أنه تم عقد 84 اتفاقية تجارية جهوية تتضمن قواعد متعلقة بالتجارة الإلكترونية وأن 60 بالمائة منها دخلت حيز التطبيق بين 2014 و2016، هذا ما يثبت الاهتمام المتزايد بتنظيم وتقنين التجارة الإلكترونية. إلى جانب ذلك فإن عدد الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة والتي أثبتت اهتمامها بالتجارة الإلكترونية وصل إلى 71 عضو في سنة 2017 وارتفع العدد إلى 76 عضو في جانفي 2019 أعلنوا عن نيتهم في القيام بمفاوضات حول التجارة الإلكترونية من خلال اتفاقيات ضمن أعمال المنظمة<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية ومجالات استخدامها.

**أولاً: أشكال التجارة الإلكترونية:** يمكن تحديد أشكال التجارة الإلكترونية انطلاقاً من طبيعة العلاقة بين أطرافها، بحيث يمكن أن نميز بين الأشكال الرئيسية التالية<sup>4</sup>:

**1. التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال B2B Business to Business:** ويشمل أشكال التعامل بين المؤسسة والمنتجين، الموزعين، بائعي الجملة وبائعي التجزئة. يمثل هذا الشكل من أكثر الأشكال انتشاراً.

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012-2013، ص 39.

<sup>2</sup> Yasmin Ismail, op-cit, p 3.

<sup>3</sup> Organisation Mondiale du Commerce, Déclaration conjointe sur le commerce électronique, 25/01/2019, P :1.

<sup>4</sup> Richard wiratama, Marselinus Asri, Paulus Tangke, Oline Business (E-commerce) in indonesia taxation, Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Atma Jaya Makassar University, 2020, P :4.

2. التجارة الإلكترونية بين منظمة الأعمال والمستهلك B2C: شهد هذا الشكل نموا كبيرا مع انتشار الواسع للأنترنت عبر العالم، من خلال انتشار مواقع تجارية إلكترونية ومراكز التسوق التي تعرض فيها أنواع السلع والخدمات للمستهلكين.

3. التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال والحكومات B2G: ويشمل استخدام شبكة الأنترنت في انجاز الإجراءات وكافة التعاملات بين الشركات والحكومة كإدارة وجمع الضرائب، أو قيام الحكومة بالبحث عن موردين لاقتناء وشراء لوازمها والمشاركة في المناقصات الإلكترونية.

4. التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك C2C: وتتمثل في المعاملات بين الأفراد فيما يخص البيع أو الشراء عبر الأنترنت حيث أصبح يمثل حجم التعاملات في هذا الشكل مبلغا هاما جدا أين وصل إلى مليون دولار في اليوم.

كما يمكن إيجاد أشكال أخرى كالتعامل الإلكتروني بين الحكومة والمستهلك فيما يخص المعاملات الرسمية والإدارية وكذا دفع الالتزامات الضريبية للأفراد إلكترونيا. أو التجارة الإلكترونية بين الحكومات لتبادل المعلومات والقيام ببعض الإجراءات في إطار الاتفاقيات الدولية والعلاقات الدبلوماسية بين الدول إلا أن هذا الشكل يعرف نموا بطيئا لانعدام الثقة بين مختلف الحكومات.

#### ثانيا: مجالات استخدام التجارة الإلكترونية

نظرا للخصائص وطبيعة التجارة الإلكترونية فيمكن تطبيقها على مجالات معينة بخلاف مجالات أخرى، فيما يلي نذكر بعضا منها:

1. تجارة التجزئة: كتجارة الكتب والمجلات أو أية سلعة أخرى فبعد الاطلاع على اسم المؤلف والمحتوى يتم اختيار طريقة الدفع فقد تكون إلكترونية كما أنها قد تكون عند التسليم، أما بالنسبة للتسليم فيمكن أن يكون إلكترونيا فيما يخص الكتب والمجلات القابلة للتحميل إلكترونيا أو يكون التسليم عاديا أو يدويا يقوم به البائع أو الناشر.

2. خدمات بنكية ومالية: تقدم البنوك الخدمة الإلكترونية كالاستعلام عن الحساب أو ارسال مبالغ من وإلى حساب، متابعة أسعار البورصة وبيع وشراء الأسهم.

3. التوزيع: كتوزيع المنتجات الإلكترونية من برامج وأجهزة حاسب آلي، توزيع الصور والأفلام والتسجيلات الموسيقية.



من وجهة نظر أخرى تختلف أنواع السلع والخدمات المتبادلة في التجارة الإلكترونية أين نميز بين السلع والخدمات التالية<sup>1</sup>:

- **سلع ملموسة**: يمكن شراء أي سلعة عبر الإنترنت فالمواقع توفر أنواع مختلفة من السلع كالكتب، الملابس، مستحضرات التجميل، وسائل مختلفة وغيرها من المستلزمات. يعتبر Amazon من أكبر وأشهر المواقع التي توفر كل أنواع البضائع. السلع الملموسة في التجارة الإلكترونية هي نفسها في التجارة التقليدية إذ يفضل البعض اللجوء إلى التجارة الإلكترونية في اقتناء هذه السلع إما لريح الوقت أو للبحث عن أكبر قدر من العروض والمقارنة بينها لاختيار ما يناسبهم.

- **سلع رقمية**: هو مصطلح يطلق على المنتجات أو المعلومات التي تباع وتسلم عبر الأنترنت في شكلها الإلكتروني، تمثل عامة في برامج الكمبيوتر، نصوص، أصوات وصور، كتب قابلة للتحميل، موسيقى، ألعاب الكترونية ووسائل ترفيه الكترونية أخرى. كما قد تصنف هذه السلع مع الخدمات الرقمية كما هو الحال في العديد من التشريعات.

- **خدمات الكترونية أو رقمية**: مع تطور وسائل الاتصال أصبح من الامكان الحصول على خدمة عن بعد ومن أي مكان. فأصبحت العديد من المؤسسات تقدم خدماتها عبر الإنترنت من خلال مواقعها الإلكترونية كما ظهرت خدمات جديدة ذات طابع رقمي نذكر أمثلة على ذلك:

- خدمات استشارية مختلفة (قانونية، محاسبية، مهنية أخرى) وحتى مهنة الطبيب يمكن أن تمارس عبر الإنترنت بتقنيات تكنولوجية؛
- خدمات cloud التي تسمح بتوفير أماكن لتخزين المعلومات مع دفع اشتراكات شهرية؛
- تعليم اللغات عبر الإنترنت هي أيضا من الخدمات التي يمكن للشخص الحصول عليها عبر الإنترنت مقابل دفع رسوم أو أتعاب؛
- خدمات التطبيقات؛
- خدمات المزادات عبر الإنترنت؛
- خدمات استيراد وتسليم البيانات والمعلومات،
- خدمات التسويق عبر الأنترنت أو الترويج؛

<sup>1</sup> KHAM Tipmart, **International Taxation of Electronic Commerce**, A dissertation paper submitted for the Degree of Doctor of Laws, Graduate school of Modern Society and Culture, Niigata university, March 2015, p p: 12-13.

- خدمات الصيانة الأوتوماتيكية للبرامج؛
- تحميل الكتب والمجلات، محتويات سمعية بصرية، صور، موسيقى أو أفلام.

### المطلب الثالث: خصائص، مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

نستعرض فيما يلي أهم خصائص التجارة الإلكترونية مع الإشارة إلى أهم مزايا وعيوب المعاملات التجارية الإلكترونية:

أولاً: **خصائص التجارة الإلكترونية:** تتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية في عدة نقاط نذكر منها:

- الطابع العالمي فالتجارة الإلكترونية ألغت كل القيود الزمنية والمكانية ما أدى إلى ظهور الشركات العملاقة التي تمارس أنشطتها التجارية عبر العالم وحتى المؤسسات الصغيرة الحجم أصبحت قادرة وباستخدام شبكة الإنترنت على غزو الأسواق العالمية وهذا ما أدى إلى تفاقم مشكل تعارض المصالح الاقتصادية القومية ومصالح الشركات ومواجهة اختلافات النظم الضريبية خاصة بالنسبة للمنتجات التي تسلم عبر الخط؛

- ما يميز المعاملات التجارية الإلكترونية هو غياب الوثائق الورقية المتبادلة بين أطراف المعاملة، فكافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم الكترونياً دون استخدام أي وثيقة ورقية<sup>1</sup> وبالتالي تظهر مشاكل في إثبات التعاملات والعقود *traceability* وتوثيق الحقوق والالتزامات، إثبات صحة التوقعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، استلام وتسلم الأموال والبضائع ومتابعة العملية. هذا ما استدعى ضرورة وضع قوانين تحكم المعاملات الإلكترونية.

- لقد أعطى تحليل أثر التجارة الإلكترونية على الأسواق ظهور خمسة أصناف من الوسطاء هم: المحلات الإلكترونية، الواجبات، الموزعين، منظمو عمليات الشراء، فاعلون جدد (كمؤسسات النقل الدولية)<sup>2</sup>. هذه التغيرات والأطراف الجديدة التي ظهرت مع التجارة الإلكترونية أدت إلى تغيير شكل ومسار المعاملات التجارية؛

- تتيح شبكة الانترنت للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي في العالم، فمقر تسيير المعلومات يمكن أن يكون في أي مكان. كما قد يؤدي تطور التجارة الإلكترونية إلى تغيير صورة الشركات الحالية كاختفاء إدارات التسويق التقليدية لتحل محلها برامج الكمبيوتر، تداخل الدوار بين الموردين والمصنعين والبائعين، ظهور متاجر افتراضية تغير من طريقة التبضع، تقلل من الحاجة إلى المباني الضخمة

<sup>1</sup> محمد تهايمي طواهر وآخرون، **تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية**، ملتقى البحث العلمي، ص:2.

<sup>2</sup> Benjamin Faraggi, **Paiement électronique et moyens de commerce**, Dunod, Paris, 1998, p :12.

## الفصل الأول: التجارة الإلكترونية (مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)

في الشركات، قلة عدد المسيرين، التعامل مع أنواع متعددة من البضائع، كما تؤدي إلى اختفاء مخازن الشركات بحيث توجه الطلبات لمراكز الإنتاج لتوصيلها<sup>1</sup>؛

- تختلف أيضا معاملات التجارة الإلكترونية عن المعاملات التقليدية في عدم التقاء طرفي المعاملة فقد لا يعرف أحد أطراف العقد هوية الطرف الآخر؛

- إمكانية تنفيذ العملية التجارية (البيع، الشراء، التسديد، التسليم) داخل شبكة الانترنت في وقت واحد إذا كانت السلعة رقمية أو خدمية؛

- سرعة تغير القواعد الحاكمة: رغم أنه لم يتم بعد وضع صياغة نهائية للقواعد الخاصة بتعاملات التجارة الإلكترونية، إلا أن التشريعات الحاكمة لها والمحاولات المتعلقة بها تتغير بمعدلات متسارعة ومن ثم فإنه لا بد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة وقابل للتعديل حتى يواكب منجزات التقدم التكنولوجي.<sup>2</sup> توجد اجتهادات كثيرة في هذا المجال تعتمد على التكنولوجيا المتطورة من أجل الحفاظ على الخصوصية وتوفير الأمان والموثوقية والنزاهة في التعاملات التجارية عبر الأنترنت مثل عملية التشفير واستخدام مفاتيح عامة وخاصة بين المتعاملين لضمان وصول الرسالة إلى الشخص المحدد أصلا<sup>3</sup>.

- تجارة تتداخل فيها التخصصات والأعمال فلقد غيرت التعاملات الإلكترونية في بعض المفاهيم التي ألفناها في التجارة التقليدية إذ أصبحت بعض المظاهر أقل وضوحا مثل السلع والخدمات التي يمكن تسليمها للمستهلك بالطرق التقليدية وتلك التي يمكن تسليمها على الخط مباشرة مثل الموسيقى وأفلام الفيديو والأقراص المدمجة التي تحتوي على برامج الكمبيوتر أو الإحصاءات أو المعلومات وغير ذلك. وهذه الخصوصية تولد ضغوطا تنافسية شديدة، وتطرح تساؤلات حول ما كان يعتبر سلعة وما كان يعتبر خدمة، كما أنه يثير صعوبات في مسألة تحديد هوية المنتج عند فرض الضرائب<sup>4</sup>.

**ثانيا: مزايا التجارة الإلكترونية :** إن التطور السريع للتجارة الإلكترونية وانتشارها الواسع راجع حتما لما توفره من تسهيلات ومزايا سواء للأفراد أو المؤسسات. هذا ما يفسره الاستعمال الواسع للأنترنت، فيما يلي عرض لأهم مزايا التجارة الإلكترونية :

<sup>1</sup> توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية، مصر، دار النهضة العربية - دار الفكر العربي، ص ص 492-493.

<sup>2</sup> محمد تهامي طواهر وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 3.

<sup>3</sup> بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية، رؤية اسلامية، القاهرة، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، 2000، ص 135-136.

<sup>4</sup> محمد تقرورت، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2004-2005، ص 77.

- ساهمت التجارة الإلكترونية في خلق أنماط مستحدثة من وسائل النشاط التجاري، كالبيع عبر المنصات والمعاملات الإلكترونية بين قطاعات الأعمال، هذه الأنماط أحدثت تغييرات في طريقة أداء الخدمة، عرض المنتج وتنويع خيارات التسوق؛

- تساهم التجارة الإلكترونية في حل بعض المشكلات مثل ازدحام المواصلات، فهي تمكن الأفراد من القيام بشراء حاجياتهم من منازلهم ودون التنقل كما أصبح بالإمكان ممارسة بعض النشاطات الكترونياً من المنزل عن طريق الحاسب الشخصي بالمنزل فيقوم الموظف بمهامه الكترونياً عبر الشبكة؛

- تؤدي التجارة الإلكترونية إلى توسيع أسواق الشركة على المستوى المحلي والعالمي وتسهيل انتقال البضائع والسلع بين مختلف الدول؛

- تؤدي التجارة الإلكترونية إلى تخفيض تكاليف خلق وتشغيل وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات؛<sup>1</sup>  
- عرض منتجات مختلفة وبأثمان مختلفة يسمح لذوي الدخل المنخفض باقتناء ما يحتاجونه بأسعار منخفضة؛

- تحسين تقاسم المعرفة والسماح لمختلف الأفراد بالحصول على تكوين وشهادات عبر الإنترنت؛  
- إثراء خدمة الزبون؛  
- تسهيل الاتصالات وريح الوقت؛

- تخفيض التكاليف من خلال اختزال التخزين وتخفيض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ المعلومات الورقية. إلى جانب ذلك تخفيض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية.<sup>2</sup>

**ثالثاً: عيوب ومخاطر التجارة الإلكترونية :** رغم تميز التجارة الإلكترونية بمزايا عديدة، إلا انه قد يكون لها عيوب أو مخاطر على المستهلك أو المؤسسة وحتى على الحكومة من بينها:<sup>3</sup>

- إمكانية مواجهة مخاطر مرتبطة بوسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان، فقد تتعرض البطاقة للسرقة والاستغلال من طرف أشخاص غير المالك الحقيقيين مما يكلف هؤلاء مبالغ مالية معتبرة؛  
- غياب المستندات الورقية قد يسمح بحدوث تلاعبات في البيانات الخاصة بطلبات الشراء أو إرسال البضائع، ما يهدد الحقوق والمصالح الخاصة بالأفراد والمؤسسات على حد سواء؛

<sup>1</sup> محمد تفرورت، مرجع سبق ذكره، ص 68.

<sup>2</sup> قشام اسماعيل، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة بعض المؤسسات بولاية الجلفة، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم تخصص علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2015، ص، ص: 82- 84.

<sup>3</sup> هبابش فوزية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة - حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى - مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مالية واقتصاد دولي. كلية العلوم الاقتصادية وعلو التسيير، 2011-2012: ص 30.

- إمكانية استيراد سلع ممنوع استيرادها في الأسواق المحلية للدولة التي تطلبها؛
- مخاطر متعلقة بالسلع بحكم عدم إمكانية تفقدها عن قرب قبل الشراء، ما يستدعي وضع قوانين تحمي المستهلك وتتيح له إمكانية استبدال السلعة؛
- قد يكون للتغير المستمر للتكنولوجيا بما فيه البرمجيات المستخدمة في إدارة مواقع التجارة الإلكترونية، أثر سلبي وهو الناتج عن التكاليف الباهظة لعملية تحديث هذه البرمجيات؛
- تؤثر على ميزانية الدولة بحيث تسهل فرص التهرب من دفع الضرائب المستحقة للدولة، لغياب القوانين الضريبية التي تحكم هذا النوع من المعاملات في معظم الدول، أضف إلى ذلك سهولة وسرعة تحويل الأموال وشراء السلع؛
- نقص أدلة الإثبات التي تتلاءم مع النشاط الاقتصادي الحديث الذي يتم في محيط الإلكترونيات وشبكات الاتصال، وعدم تعميمها خصوصاً مع غياب المستندات الورقية ما يؤدي إلى تزايد المخاطر على الحقوق والمصالح.

## المبحث الثاني: محيط التجارة الإلكترونية

أحدث التطور التكنولوجي في جميع أنحاء العالم تغيرات مختلفة في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، القانونية وحتى الثقافية. فظهرت مفاهيم وممارسات جديدة ناتجة عن هذا التطور من أهمها التجارة الإلكترونية، وسائل الدفع الإلكترونية، النقود الإلكترونية وتشريعات دولية ومحلية جديدة. هذه العناصر وإن كانت مستقلة بذاتها إلا أنها تنشط في محيط واحد وبصفة متداخلة.

سوف نتطرق من خلال هذا المبحث إلى أهم العناصر التي تؤثر على التجارة الإلكترونية وعلى تطورها. ففي المطلب الأول سوف نتحدث على وسائل الدفع التي تمثل عنصر مهم في أي معاملة إلكترونية، ثم نتطرق إلى أهم التشريعات التي سنت في هذا المجال.

## المطلب الأول: آليات الدفع في التجارة الإلكترونية

لقد شهد النظام البنكي تطورا كبيرا وخاصة مع تطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال وإدراج استعمال الإنترنت في المعاملات البنكية من خلال وسائل الدفع التي توفرها هذه البنوك. وباستمرار البحث عن وسائل دفع أكثر سرعة وأكثر استجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية، ظهر ما يعرف بالنقود الإلكترونية التي تقوم بنفس دور النقود القانونية. لكن، ورغم الصدى الذي تلقته هذه النقود إلا أن اعتمادها مازال يتحفظ وهذا راجع للآثار والمخاطر المتعلقة بها.

## أولاً: طرق الدفع التقليدية

إن آليات الدفع في التجارة الإلكترونية اختلفت من بلد إلى آخر فقد تستعمل الطرق التقليدية التي عهدناها في المعاملات العادية أو الوسائل الإلكترونية التي تأخذ أشكال وأنماط مختلفة. فبعد اختيار السلعة من خلال التصفح الإلكتروني يتم الاتفاق عن طريقة الدفع إما بملاً استمارة إلكترونية تشير إلى ذلك كما قد يكون الاتفاق عبر الهاتف ففي هذه الحالة نميز حالتين لإتمام إجراءات الدفع:

- 1. التسديد نقدا عند الاستلام:** تعتبر هذه الوسيلة من الوسائل الأولى التي اعتمدت في بداية ظهور التجارة الإلكترونية، أين يتم عرض السلع عبر المواقع الإلكترونية فيقوم المشتري باختيار السلع وتقديم كل المعلومات الخاصة بالسلعة التي يريد شراءها ومعلومات حول مكان التسليم. أين يكون تسديد قيمة السلع نقدا عند الاستلام.
- 2. البريد العادي:** كما يمكن إتمام إجراءات تسديد السلع المنتقاة إلكترونياً والتي تم تسليمها للمشتري بعد تقديم المعلومات الخاصة به، عن طريق اختيار وسيلة الدفع عبر البريد. قد يتحمل كلا من البائع والمشتري أخطار كعدم الالتزام بالسداد وعدم التسليم على التوالي.

تعتبر هاتين الطريقتين تقليديتين ولكن مع انتشار الواسع للتجارة الالكترونية زادت الحاجة إلى توظيف وسائل دفع أكثر أمانا وحفاظا لحقوق أطراف المعاملة التجارية. ومع تزايد استعمال الانترنت، ظهرت العديد من طرق الدفع الأخرى والتي سوف نتطرق إليها لاحقا.

### ثانيا: وسائل الدفع الالكترونية:

إن الاستعمال الواسع للأنظمة الالكترونية للدفع زاد من تحسين وتطوير التحويلات النقدية. فقد صرح أحد رؤساء شركة بوسطن أديسون للطاقة، وهي شركة لها أكثر من 640000 عميل أن أنظمة الفواتير والسادد الالكترونية هي أنظمة مربحة فهي توفر على الشركة مبالغ كبيرة حيث تشير التقديرات أن تكلفة فواتير عميل واحد تتراوح من واحد دولار وواحد ونصف دولار، في حين أن الأنظمة الالكترونية تخفض التكلفة إلى متوسط 50 سنت للفاتورة، بالمقابل، إذا لم يكن الأمر مقنعا بالنسبة لقيمة السداد الالكتروني فيجب التفكير في البيئة، حيث كتب جون دودج محرر صحيفة وول ستريت يقول: أن شركة "GTE" ترسل 53.5 مليون فاتورة سنويا، فتستهلك 1.6 مليون رطل من الورق أي 2073 شجرة<sup>1</sup>.

يعرف الدفع الالكتروني أنه وسيلة تسمح بتبادل السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت سواء بين الخواص أو المهنيين<sup>2</sup>. كما أنه يمكن أن يتم على أشكال المختلفة، تعتمد أساسا على استعمال البطاقات البنكية.

**1. البطاقات البنكية:** هي أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات، تجد قبولا على نطاق واسع في التعاملات محليا ودوليا لدى البنوك والأفراد والتجار كبديل للنقود التقليدية لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة. كما يمكن استعمالها على نطاق واسع : في أجهزة الصرف الآلي، نقاط البيع الالكترونية، و يمكن أن يقدم البنك عن طريقها كافة الخدمات المصرفية المالية والغير مالية.

تتكون البطاقة البنكية من حيث الشكل من مستطيل بلاستيكي مصمم بأبعاد وفق معايير عالمية محددة. تتميز كل بطاقة بنوعين من المحددات<sup>3</sup>.

- التعريف بالمؤسسة المصدرة والشبكة؛

<sup>1</sup> نعيمة مولفوعة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، العدد 06، 2017، ص487.  
<sup>2</sup> Merbouh, hadid, le paiement electronique en algerie delits economiques et financiers. revue nouvelle economie ,2017, p : 21.

<sup>3</sup> Claude Dragon et autres. (1997). Les moyens de paiement : des espèces à la mondialisation. banque éditeur , p :150.

- التعريف بحاملها ( الاسم، اللقب، رقم البطاقة وتاريخ انتهاء الصلاحية، الإمضاء) ويتم التسجيل الإلكتروني لهذه المعلومات ضمن مساحة أو شريحة مخصصة لذلك.

كما تتميز البطاقات البنكية بأنه يمكن القيام بعمليات الدفع عبر الإنترنت في أي وقت 24/24 سا و 7/7 يوم فيمكن لحاملها تسديد ما عليه دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة قد تعرضه لمخاطر السرقة أو الضياع. لكن في المقابل قد يرفض بعض مستعملي الإنترنت الإفصاح عن رقم بطاقتهم في موقع من المواقع بحيث يصعب التأكد من أن الموقع الذي ستتم من خلاله عملية الدفع هو مؤمن أم لا، خاصة وأن طرفي المعاملة غائبين. هناك عدة أنواع من البطاقات والتي يمكن تصنيفها إلى بطاقات ائتمانية وأخرى غير ائتمانية. ونميز أنواع واستخدامات البطاقات البنكية فيما يلي:<sup>1</sup>

- **بطاقة الدفع debit cards:** وهي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعمل لدى البنك في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة للعمل طالب البطاقة، كما تتميز هذه الأخيرة بأنها توفر الوقت والجهد للعملاء.

- **البطاقات الائتمانية Credit Cards** يمنح فيها البنك لحاملها تسهيلا ائتمانيا، حيث يستطيع استعمالها للحصول على السلع والخدمات مع دفع أجل لقيمتها ويتم احتساب فائدة معينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل في نهاية كل شهر لأنها تعتبر قروضا مقدمة من المصارف، ولا يقوم البنك بإصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة معمقة للعملاء حتى لا تواجهه مخاطر عالية في حالة عدم السداد ومن أمثلة هذه البطاقات الفيزا والماستر كارد.

- **بطاقات السحب الآلي ATM cards:** وهي تسمح لحاملها بسحب مبالغ نقدية من حسابه الجاري من خلال أجهزة خاصة.

- **بطاقات تستعمل في المواقع الإلكترونية:** تسمح هذه الخدمة بنقل مبالغ مالية من طرف إلى طرف آخر ويتم استخدامها أساسا في التسوق الإلكتروني أو الشراء عبر الأنترنت.

وهناك ما يعرف **البطاقات الذكية** على أنها رقيقة إلكترونية قادرة على تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المبلغ المصروف، المصرف المصدر لها،... كما أنها تمتاز بأنها مجهزة ضد عمليات التزوير والتزيف، فنظام تشغيلها الذكي يعتبر أهم اختراع تكنولوجي في هذا المجال إذ أنها تجمع بين مميزات النقود الورقية وبطاقات الدفع الحديثة ويمكن استخدامها كبطاقات ائتمانية أو بطاقة خصم فوري أو بديلا للنقود في كافة عمليات الشراء. كما يمكن التعامل بها من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة الهاتف

<sup>1</sup> بودلال علي، اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية كآلية للتقليل من الكتلة النقدية غير الرسمية المتداولة في الاقتصاد الجزائري، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد: 05، 2018، ص: 219.



مما يسهل العمليات التجارية ويفتح مجالاً آمناً في السوق، أما من ناحية المصرف يمكن إدارة هذا النوع من البطاقة بسهولة تامة<sup>1</sup>.

بالإضافة إلى ذلك، فالبطاقة الذكية هي عبارة عن بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الكمبيوترات ولا تتطلب تفويض أو تأكيد صلاحية البطاقة من أجل نقل المواد من المشتري إلى البائع. فانتشار استعمال البطاقات الذكية في الثمانينات وتطورها الكبير في بداية التسعينات كان للأسباب التالية:<sup>2</sup>

- تناقص تكلفتها، حيث أصبحت تكلفة الواحدة منها 1-5.2 دولار أمريكي؛
- تزايد المخاوف حول احتمالات التزوير التي ترافق استعمال نظم البطاقات الاعتيادية؛
- تعاظم الاهتمام بالتعامل عن بعد، عبر الهواتف أو الحواسيب الشخصية؛
- البحث عن فرص جديدة لتحقيق الإيرادات ليس فقط من قبل المصارف ومجهزي الخدمات المالية، بل حتى من قبل شركات الاتصالات والحواسيب ومجالات استخدام البطاقات الذكية متعددة.

**2. الشيكات الإلكترونية:** الشيك الإلكتروني إحدى وسائل الدفع الحديثة K يعتبر امتداد للشيك الورقي التقليدي مع بعض الخصوصية التي تحيط به نظراً للطبيعة الرقمية التي يمتاز بها. يسلم إلى عملاء البنوك بناءً على حسابات مفتوحة فيها بحيث تعتمد هذه البنوك نظام المقاصة الإلكترونية في تسوية العمليات التي تتم باستخدام الشيكات الإلكترونية<sup>3</sup>. فبعد أن يتم فتح حساب وتحديد التوقيع الإلكتروني للعميل، يقوم المشتري بتحرير الشيك بتوقيعه الإلكتروني ويرسله بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع الذي يوقعه كمستفيد الكترونياً ثم يقوم بإرساله إلى البنك الذي يتولى مراجعته ويخبر كل من الطرفين بإتمام إجراء المعاملة المصرفية، أي خصم الرصيد من المشتري وإضافته لحساب البائع. لكن تبقى هذه الوسيلة ضيقة الاستعمال في وسط متعاملي التجارة الإلكترونية رغم كفاءة هذه الوسيلة، بساطتها وقلة كلفتها<sup>4</sup>.

**3. معاملات الدفع عبر الهاتف** ما يعرف بالهاتف المصرفي Phone Bank وهو نوع من الخدمات المصرفية التي تقدم للعملاء على مدار الأربعة وعشرون ساعة، حيث يستطيع العميل أن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها عبر الأنترنت إلى البائع، ويتم ذلك بعد التأكد من شخصية العميل عن طريق إدخال الرقم السري الخاص بالعميل والمعطى له من طرف البنك، والتعرف كذلك على رقم

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 68.

<sup>2</sup> محمد تقرورت، مرجع سبق ذكره، ص 156.

<sup>3</sup> أ. كردي نبيلة، الشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد: 2، المجلد: 10، 2017، ص 247.

<sup>4</sup> قندوز فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 69.

هاتف العميل والذي يجري الاتصال به من خلال أرقام هاتفه المعروفة لدى البنك من قبل<sup>1</sup>. يعد الدفع عبر الهاتف من التكنولوجيات الحديثة المستخدمة لإجراء أو تنفيذ التحويلات المالية باستخدام الهاتف الذكي وذلك للإتمام عمليات الشراء أو لتحويل الأموال بين الأشخاص حيث قد يتم هذا النوع من الدفع على أشكال مختلفة، كالمحفظة الإلكترونية أو باستخدام البطاقات البنكية.

**4. النقود الإلكترونية:** تعتبر النقود الإلكترونية من بين أحدث إفرزات الثروة الرقمية، وهي من وسائل الدفع التي تطورت مع تطور المعاملات الإلكترونية سواء المصرفية أو التجارية.

تعتبر النقود الإلكترونية من بين التقنيات الحديثة المستخدمة في المبادلات التجارية عبر شبكة الإنترنت، حيث جاءت كبديل للنقود التقليدية التي تعتمد على الورق أو المعدن، وتتميز هذه النقود بأنها مجرد كيانات افتراضية، غير مادية أو ملموسة، تُمثل وحدات أو قيم إلكترونية متكافئة مع القيم المحددة بالعملات الرسمية للدول، وقابلة للتحويل إليها، حيث تخزن هذه الوحدات على مستوى القرص الصلب لجهاز الحاسوب، أو ذاكرته أو أي وسيط أو حامل إلكتروني مؤمن، على غرار البطاقات المصرفية الذكية Smart cards، وبطاقات الدفع المسبق Repaid cards والهواتف الذكية Smartphones،... الخ<sup>2</sup>

تعتمد فكرة النقد الإلكتروني على قيام العميل (المشتري) بشراء عملات إلكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها حيث يتم تحمل هذه العملات على الحساب الخاص للمشتري وتكون في صورة وحدات عملات صغيرة القيمة ولكل عملة رقم خاص أو علامة خاصة من البنك المصدر وبالتالي تحل هذه العملات الإلكترونية محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها وتسمى Tokens.

فقد يتم تداول هذا النوع من النقود بصفة غير منظمة أي خارج المصارف المركزية. وتستخدم في العديد من الدول (كألمانيا، سويسرا، الولايات المتحدة الأمريكية، مالطا...) لتسوية المعاملات التجارية كوسيلة دفع عبر الأنترنت لقيمة السلع والخدمات، كما يمكن تداولها في أسواق الصرف الإلكتروني الخاصة بتبادل العملات الافتراضية trading platforms.

تعتبر البتكوين Bitcoin أول عملة رقمية افتراضية مشفرة طرحت للتداول عام 2009 ثم ظهرت العديد من العملات الافتراضية المشفرة المنافسة لها، نذكر منها: Namecoin, litecoin, Swisscoin, Peercoin-Menero-Ethereum-Nxten،... علاوة عن ما سبق فإن العملات الافتراضية المشفرة تستخدم لغرض إجراء المعاملات التجارية والمالية عبر شبكة الأنترنت من دون تدخل أي وسيط أو مصرف مركزي،

<sup>1</sup> نعيمة مولفرعة، مرجع سبق ذكره، ص: 489.

<sup>2</sup> دحماني سمير، التصديق الإلكتروني كوسيلة أمان لآليات الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 04، العدد 01، 2018، ص: 04.

حيث تعتمد هذه المعاملات على مبادئ التشفير اللاتماثلي، التي تضمن السير الحسن لها ولا تستدعي إثبات هوية أطراف التعامل الالكتروني بل تركز فقط على عناوينهم الالكترونية كما يتم تحويل الأموال بين الأرصدة في أي مكان من العالم بكل سهولة وفي وقت أسرع، ولا يستدعي هذا النوع من المعاملات دفع رسوم تحويل، هذه المزايا جعلت النقود الافتراضية أكثر تداولاً وقبولاً وخاصة البنكويين. كما يمكن تحويل هذه النقود إلى عملات تقليدية عبر أجهزة خاصة بها موزعة عبر العديد من الدول على غرار سويسرا، كندا وفرنسا وبعض الدول العربية كالإمارات العربية وفلسطين...<sup>1</sup>

لكن ورغم محاسن هذه النقود فإنها لم تلقى قبول العديد من الدول الأخرى وأثارت العديد من الإشكالات والتساؤلات القانونية باعتبار أنها لا تخضع إلى أي إطار قانوني ينظم التعامل بها.

### ثالثاً: المخاطر المتعلقة بوسائل الدفع الالكترونية

رغم كل ما جاءت به وسائل الدفع الالكترونية من تغييرات إيجابية على المتعاملين الاقتصاديين وعلى سهولة المعاملات التجارية، إلا أنها قد تكون مصدر لعدة مخاطر تهدد المتعاملين أنفسهم وتخلق اضطرابات في السياسات النقدية والاقتصادية. من خلال النقاط التالية سوف نستعرض أهم هذه المخاطر وآثارها:

**1. مخاطر خرق أنظمة الأمان والحماية:** يمكن أن تتعرض أنظمة ووسائل الدفع الالكترونية إلى عمليات القرصنة ومحاولات لاختراق أنظمة الأمان التي يستعملها القرصنة<sup>2</sup> hakers في احتيالهم فقد يقومون بسحب مبالغ كبيرة من حساب الزبون دون اكتشاف المصرف لذلك في الحين. بحيث تتعرض أكثر الدول تقدماً للهجمات الالكترونية بنسب متفاوتة.

**2. مخاطر تقنية:** تتمثل في مخاطر تشغيل البرمجيات وسوء استخدام الأنظمة الالكترونية، سهولة الولوج إلى الشبكة بدون رخص أو سوء مراقبتها.

**3. خطر قانوني** فيما يخص حالة نشوب نزاع بين أطراف التبادل التجاري بالإضافة إلى التشريعات الضريبية.

**4. خطر تكنولوجي** يتعلق بنقص الخبرات والتحكم في الاستخدام الأنسب للتكنولوجيا الحديثة سواء من حيث موظفي المصارف فيما يخص العمليات المصرفية أو مستخدمي وسائل الدفع وقصورهم في أداء العمليات الالكترونية بشكل صحيح.

<sup>1</sup> دحماني سمير، مرجع سبق ذكره، ص32

<sup>2</sup> علي عبد الله شاهين، **نظم الدفع الكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين**، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 12، العدد 01، 2010، ص 14.

5. مخاطر مرتبطة باستعمال البطاقات الإلكترونية: إن رغبة حامل البطاقة بزيادة الاقتراض والانفاق بما يفوق مقدراته المالية وإن كانت الفائدة مرتفعة، قد تؤدي إلى عدم قدرة الزبون على سداد ما أنفقه من زيادة لأنها تفوق قدراته المالية، ومن جهة أخرى يتعرض البنك إلى خطر الإفلاس إذا ما أقرض الزبون دون ضمانات. كما أن عدم القدرة على توفير السيولة الكافية لتغطية اختراقات السحب النقدي والاقتراض على بطاقة الائتمان، يولد مخاطر على سيولة البنك<sup>1</sup>.

بالإضافة إلى أخطار أخرى كعدم السيطرة على حجم العملات الرقمية المصدرة وخلق اضطراب في السياسات النقدية والاقتصادية، مع تشجيع التعاملات المالية المجهولة المناسبة لأنشطة الغش التجاري والتهرب الضريبي أو غسيل الأموال (تمويل الارهاب والمخدرات).

### المطلب الثاني: الإطار التشريعي للتجارة الإلكترونية على المستوى الدولي

يعتبر الإطار التشريعي من أهم عناصر محيط التجارة الإلكترونية الذي تجدر الإشارة إليه فقد لقي هذا الجانب اهتمام العديد من الهيئات والمنظمات الدولية من خلال الجهود التشريعية الصادرة في مجال التجارة الإلكترونية والتي تسعى إلى تنظيم هذه المعاملات وحماية أطرافها. فمن أهم التشريعات الصادرة في هذا المجال:

#### أولاً: قانون الأونسترال الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الأونسترال: UNICITRAL

تعتبر لجنة الأونسترال الهيئة القانونية الأساسية بمنظومة الأمم المتحدة التي تهتم بالقانون التجاري الدولي أنشأت عام 1966 بالقانون المؤرخ في 17 كانون الأول 1966، تتكون اللجنة من ستين دولة عضو تنتخبها الجمعية العامة، بحيث تكون ممثلة للأقاليم الجغرافية المختلفة في العالم وينتخب أعضاء اللجنة لفترة ولاية مدتها ستة سنوات وتنتهي فترة ولاية نصف الأعضاء كل ثلاث سنوات حيث حققت الأونسترال العديد من الإنجازات في هذا الميدان، أبرزها إبرام عدد من الاتفاقيات الدولية أشهرها اتفاقية فينا للبيوع الدولية لعام 1980، واتفاقيات التحكيم التجاري الدولي....<sup>2</sup>

فمنذ تطور التجارة الإلكترونية وظهور الحاجة على قواعد قانونية موحدة ومقبولة عالمياً، اهتمت الأونسترال بتوحيد القواعد القانونية التي تنظم التجارة الإلكترونية وتقلل العقبات القانونية التي قد تعيق المتعاملين في هذا المجال. فكانت السبابة لتحقيق ذلك على المستوى الدولي. فقامت بوضع القانون النموذجي للتجارة

<sup>1</sup> زين بونس، أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة الداخلية في المصارف - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في

العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص محاسبة، جامعة الجزائر 3، 2014، ص 127

<sup>2</sup> مشتي أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 13، ص 246.

الإلكترونية عام 2001، مرفق بدليل مساعد للتشريع وهو يتكون من 17 مادة وينقسم إلى جزئين يتضمن الجزء الأول موادا حول التجارة الإلكترونية عامة والجزء الثاني يتناول جوانب محددة للتجارة الإلكترونية. فكان هذا القانون نموذجا اعتمدت عليه الكثير من الدول في وضع تشريعاتها الخاصة بالتجارة الإلكترونية كالولايات المتحدة الأمريكية، تونس، فرنسا، ألمانيا، إيطاليا والأردن وغيرها. لكن رغم شمولية هذا القانون إلا أنه لم يتطرق إلى مسائل مرتبطة بالتجارة الإلكترونية كمسائل الملكية الفكرية وحمايتها في التعاملات الإلكترونية، ومسائل الاختصاص القضائي وأمن التعامل الإلكتروني، وقواعد حماية المستهلك وقضايا أخرى<sup>1</sup>. وقد استمرت اللجنة في تأطير التجارة الإلكترونية بإصدار قوانين أخرى، كاتفاقية الأمم المتحدة المتعلقة باستخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية سنة 2005، وملاحظات قانون الأونسيترال حول السجلات الإلكترونية القابلة للتحويل سنة 2017.

**ثانيا: منظمة التجارة العالمية** كانت منظمة التجارة العالمية من بين الهيئات الدولية التي اهتمت بالتجارة الإلكترونية فمذ الشروع في برنامج العمل الذي اختصت به المنظمة سنة 1998 حول التجارة الإلكترونية تم اعتبارها ضمن الأنشطة التي تطبق عليها الاتفاقيات الدولية الخاصة بالخدمات وتمحورت أهم القواعد في عدم فرض الرسوم الجمركية على الانتقالات الإلكترونية، وتطبيق محتوى اتفاقية الجات GATT والاتفاقية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية واتفاق تسهيل التبادلات TFA وحماية العلامات التجارية واتفاق حول تكنولوجيا المعلومات ITA على التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>.

**ثالثا: غرفة التجارة الدولية ICC** : ساهمت الغرفة في ميدان التجارة الإلكترونية وخاصة في مؤتمر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وذلك من خلال تقديم الأدلة الإرشادية، ونماذج القوانين والدراسات البحثية التي كان لها دور في تعميق مسائل البحث في صياغة نتائج وتوصيات المؤتمر.

كما قامت غرفة التجارة الدولية بصياغة دليل ارشادي سنة 2003 يتضمن قواعد مساعدة للشركات في التفاوض الكترونيا، وفي مجال الأنشطة التشريعية والتنظيمية اللازمة للتجارة الإلكترونية، وتم استحداثه في 2005. إلى جانب ذلك تم وضع لجنة تسمى لجنة " لجنة التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات " تهدف إلى تشجيع التجارة الإلكترونية والمنافسة والمساهمة في تشجيع التدفق الحر للمعلومات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> زين يونس، مرجع سبق ذكره، ص 115.

<sup>2</sup> Yasmin Ismail, op.cit.,p 6-8.

<sup>3</sup> مشتي أمال، مرجع سبق ذكره، ص ص: 248، 249.

**رابعاً: منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE:** كانت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية السبّاقة والرائدة في مجال دراسة ومناقشة جباية التجارة الإلكترونية، إلى جانب حماية المستهلك الإلكتروني وخصوصيته ومسائل بناء الثقة لدى الزبائن بالإضافة إلى ما يخص العقود والتواقيع الإلكترونية. وقد تم مناقشة هذه المسائل في المؤتمر العالمي للتجارة الإلكترونية المنعقد في الفترة من 07 إلى 09 أكتوبر 1998 في مدينة أوتاوا الذي يعد أهم مؤتمر في هذا المجال واستمرت النقاشات حول حماية المعلومات، حماية المستهلك الإلكترونية، تنظيم المنافسة في التجارة الإلكترونية والاتفاق على نظام ضريبي دولي وتقليل المنافسة الضريبية.

**خامساً: الاتحاد الأوروبي:** لقد كان للاتحاد الأوروبي دور في تقديم قواعد للتجارة الإلكترونية ووضع العديد من التوجيهات، من بينها التوجيه الأوروبي الصادر في 20 مايو 1997 والذي تناول فيه التجارة الإلكترونية.

**سادساً: هيئة الأنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الآيكان) ICANN:** تتولى مسؤولية توزيع مجالات العناوين في بروتوكول الأنترنت وتخصيص معرفات البروتوكول وإدارة نظام سجلات المواقع العامة عالية المستوى. قامت الآيكان بتنفيذ السياسة الموحدة لحل نزاعات حول أسماء المواقع فقد كان لها دور في حل أكثر من 5000 نزاع وبالتنسيق مع المجتمعات الفنية وأصحاب المصالح المناسبين، اعتمدت الآيكان إرشادات خاصة بنشر أسماء المواقع الدولية، مما أتاح الفرصة لتسجيل مواقع بمئات اللغات حول العالم<sup>1</sup>.

**سابعاً: في تشريعات بعض الدول:** لقد اعتمدت الكثير من الدول قوانين للتجارة الإلكترونية فالمشروع الأمريكي أصدر قانون معاملات التجارية الإلكترونية في 14 فبراير 2001، أما بالنسبة للدول العربية فتعتبر الجمهورية التونسية أول بلد عربي يسن قانوناً خاصاً بالتجارة الإلكترونية، التي أصدرت في 09 أوت 2000 تشريعاً تحت رقم 2000/83 تضمن أحكاماً عامة وتعاريف للمصطلحات الواردة فيه، نصوصاً خاصة بالإمضاء الإلكتروني والتصديق الإلكتروني، ونصوصاً أخرى متعلقة بواجبات البائع تجاه المستهلكين، وبحماية البيانات الشخصية فضلاً عن الأحكام المتعلقة بالمخالفات والعقوبات.

الأردن هو الآخر وبتاريخ 2001/12/11 سن قانون المعاملات الإلكترونية المؤقت رقم 85 لسنة 2001 ليتمثل أول قانون أردني ضمن حزمة تشريعات تكنولوجيا المعلومات من جهة وثاني قانون عربي في حقل التجارة الإلكترونية بعد القانون التونسي ولينظم إليهما في البيئة العربية بعد ذلك قانون المبادلات الإلكترونية لإمارة دبي. وقانون التجارة البحريني<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ICANN, <http://archive.icann.org/tr/arabic.html>, consulté le 20/10/2020 à 21 :56.

<sup>2</sup> ميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، **التجارة الإلكترونية**، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2013، ص133.

### المطلب الثالث: التصديق الإلكتروني

إن تطور استعمال التقنيات التكنولوجية الحديثة أدى إلى نشأت مفاهيم جديدة في عالم الأعمال تعوض العجز الذي خلفته المفاهيم والتقنيات التقليدية، أين أصبحت هذه الأخيرة غير ملائمة لممارسات التكنولوجيا الحديثة. من بين أهم هذه المفاهيم "التصديق الإلكتروني" فقد عرف التصديق الإلكتروني على أنه: "وسيلة فنية آمنة للتحقق من صحة التوقيع أو المحرر الإلكتروني، حيث يتم نسبه إلى شخص أو كيان معين عبر جهة موثوق بها أو طرف محايد يطلق عليه اسم مقدم خدمات التصديق أو التوثيق الإلكتروني"<sup>1</sup>.

من وجهة نظر أخرى عرف التصديق الإلكتروني على أنه عبارة عن حروف أو أرقام أو رموز، توضع على المحرر الإلكتروني، ويكون لها طابع متميز يسمح بتمييز شخص صاحبها وتحديد هويته وتعبير عن رضا صاحبها بمضمون التصرف الذي يصدر التوقيع بمناسبه<sup>2</sup>.

لجأت الكثير من الدول إلى اعتماد وتقنين الامضاء والتصديق الإلكتروني مع تطور الاقتصاد الرقمي حتى قبل اعتماد قوانين للتجارة الإلكترونية. كما تطرق التوجيه رقم 1999/93 الصادر عن البرلمان الأوروبي، الخاص بتنظيم إطار مشترك للتوقيعات الإلكترونية بين دول الاتحاد الأوروبي لتعريف التوقيع الإلكتروني وذلك في المادة الثانية منه في الفقرة الأولى: على أنه بيانات بشكل الكتروني ترتبط أو تتصل منطقيا ببيانات الكترونية أخرى والتي تستعمل كطريقة للتحقق منها<sup>3</sup>.

كما أن للإمضاء الإلكتروني نفس غاية الإمضاء اليدوي فهو طريقة تمكّن من التعريف بالممضي وكذلك من التعبير عن موافقته بخصوص محتوى النص الممضي. وهو يوفر علاوة على ذلك سلامة الوثائق الإلكترونية الممضاة وعدم إنكارها.

بالإضافة إلى ذلك، يعتمد التصديق الإلكتروني في إطار العمليات المصرفية أو معاملات التجارة الإلكترونية على تدخل سلطة تصديق على مستوى أعلى في مرفق المفاتيح العمومية PKI، هذه السلطة قد تكون مصرف أو سلطة معتمدة عمومية أو خاصة تشرف على ضمان الدفع الإلكتروني والمعاملات التجارية الإلكترونية حيث يكون مفتاحها العمومي الجذري كنقطة محورية أساسية لجميع الشهادات والمفاتيح الفرعية المتصلة به، وتكون إلى جانبها سلطات تصديق فرعية على مستوى أدنى تقوم بضمان أن المفتاح العام لأحد

<sup>1</sup> دحماني سمير، مرجع سبق ذكره، ص 37.

<sup>2</sup> عبيدات لورنس محمد، إثبات المحرر الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 127.

<sup>3</sup> Directive 1999/93/CE du Parlement européen et du Conseil, du 13 décembre 1999, **sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques**. Journal officiel n° L 013 du 19/01/2000 p. 0012 – 002, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX%3A31999L0093>, consulté 23/10/2020, 23 :00.

المستعملين يناظر بالفعل المفتاح الخاص به، فقد تكون هناك سلطة تسجيل في مستوى أدنى آخر تتولى تلقي طلبات شهادات التصديق الإلكتروني والتحقق من هوية المتعاملين كمستوى أولي<sup>1</sup>.

من خلال ما سبق يمكن استنتاج مزايا التصديق الإلكتروني فيما يلي:

نظرا لما تتميز به المعاملات الإلكترونية من مخاطر مرتبطة بهوية أطراف المعاملة أو مخاطر متعلقة باختراق بيانات المتعاملين، مخاطر عدم التسديد ومخاطر أخرى، يعتبر التصديق الإلكتروني وسيلة لتوثيق معاملات التجارة الإلكترونية بحيث أنه يضمن العناصر التالية:

- تحديد هوية أطراف المعاملة الإلكترونية من خلال شهادة التصديق الإلكتروني الصادرة عن سلطة التصديق الموثوق بها ومطابقة التوقيع الإلكتروني لبيانات المتعاملين؛
- ضمان سرية وسلامة البيانات المتداولة بين أطراف المعاملة الإلكترونية لما يميز التوقيع الإلكتروني، واستعمال المفتاح الخاص المرتبط بدوره بمفتاح عمومي الذي يستخدم للتحقق من صحة التوقيع الإلكتروني؛
- ضمان عدم إنكار البيانات الإلكترونية Non-Répudiation كما يساعد المتعاملين على حماية أنفسهم من عمليات التحريف وتزوير التوقعات؛
- يعتبر وسيلة أمان انطلاقا من خصوصية التوقيع الإلكتروني<sup>2</sup>؛
- توفير النفقات المادية من خلال الاستغناء عن استخدام الورق؛
- ضمان توثيق عمليات الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت.

<sup>1</sup> Arnaud-F. FAUSSE, La signature électronique : transaction et confiance sur Internet, DUNOD, Paris, 2001, pp. 203- 207.

<sup>2</sup> دحماني سمير، مرجع سبق ذكره، ص39.



## الفصل الأول: التجارة الإلكترونية (مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)

المبحث الثالث: انتشار وتطور التجارة الإلكترونية على المستويين العالمي والإقليمي.

لقد عرفت التجارة الإلكترونية نموا كبيرا في السنوات الأخيرة. فتعددت وتنوعت أشكال المنتجات المباعة عبر الأنترنت وكذلك الخدمات المعروضة، إلى جانب ذلك اختلفت طرق تسليم السلع المشتراة من بلد لآخر. فمن خلال هذا المبحث سوف نستعرض مدى انتشار وتطور المعاملات التجارية الإلكترونية عبر الدول وفي العالم العربي وذلك من خلال الاستدلال بمجموعة من البيانات والمعطيات.

### المطلب الأول: انتشار وتوزيع التجارة الإلكترونية

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى تطور استخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية عبر العالم وذلك بالاستعانة بإحصائيات وأرقام.

أولاً: استخدام الأنترنت عبر العالم: إن تطور التجارة الإلكترونية راجع حتما إلى تطور استخدام الأنترنت وظهور تطبيقات وتقنيات جديدة في المجال الرقمي. فمع الانتشار الكبير والسريع في استعمال الأنترنت ازداد التحكم أكثر في البرامج والأنظمة الإلكترونية وأصبحت تطبق في كل المجالات بما فيها مجال الأعمال. الجدول التالي يبين توزيع استعمال الأنترنت في العالم:

الجدول رقم (1.1): إحصائيات استخدام الإنترنت والتعداد السكاني في العالم، تقديرات عام

### 2022 - الفصل الأول

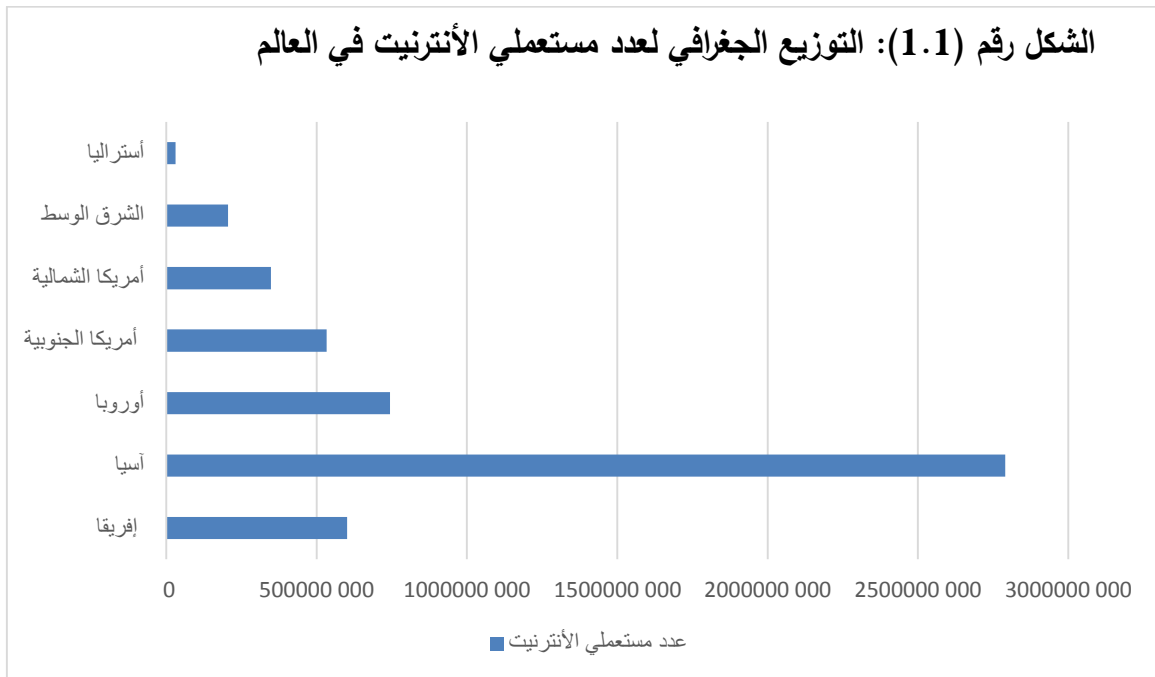
نسبة استعمال الأنترنت في العالم	معدل النمو 2000-2022	نسبة المستعملين داخل كل قارة	عدد مستعملي الأنترنت داخل كل قارة 2021/12/31	النسبة من عدد سكان العالم	عدد السكان (تقديرات 2022)	
11.5%	13.220%	43.1%	601.327.461	17.6%	1.394.588.547	إفريقيا
53.1%	2.341%	64.1%	2.790.150.527	54.8%	4.350.826.899	آسيا
14.2%	608%	88.4%	743.602.636	10.6%	841.319.704	أوروبا
10.1%	2.851%	80.4%	533.171.730	8.4%	663.520.324	أمريكا الجنوبية
6.6%	222%	93.4%	347.916.694	4.7%	372.555.585	أمريكا الشمالية
3.9%	6.141%	76.4%	205.019.130	3.4%	268.302.801	الشرق الأوسط
0.6%	301%	70.1%	30.549.185	0.5%	43.602.955	أستراليا
100%	1.355%	66.2%	5.251.737.363	100%	7.934.716.815	المجموع

Source : <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, consulté le 24/05/2022, 17 :35.

## الفصل الأول: التجارة الإلكترونية (مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة لمستعملي الإنترنت سجلت في أمريكا الشمالية بما يفوق 94 % من مجمل عدد السكان، تليها أوروبا بنسبة تفوق 88 % هذا ما يفسره الاستعمال الكبير للتكنولوجيا بهذه المناطق من طرف معظم الأفراد ومختلف الفئات العمرية. تليهما أمريكا الجنوبية ودول الشرق الأوسط ثم أستراليا بنسب متقاربة بعدها دول آسيا بنسبة تقارب 64% وفي الأخير إفريقيا بنسبة تقارب 43 % . إن التأخر المسجل في استعمال الإنترنت في دول إفريقيا يبين بطئ نقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة مصدر التكنولوجيا إلى الدول الأخرى، رغم ذلك فإن معدل النمو في استعمال الإنترنت بإفريقيا يعتبر مهما (نسبة تفوق 13.000% بمقارنة سنة 2021 ب2000) إذ يمثل أكبر نسبة وتليها دول الشرق الأوسط بمعدل نمو يفوق 6000%، فهذا النمو المتسارع يظهر مدى الاهتمام بوضع البنية التحتية من تكنولوجيات المعلومات والاتصال وتشجيع استخدام الإنترنت وصناعة البرمجيات.

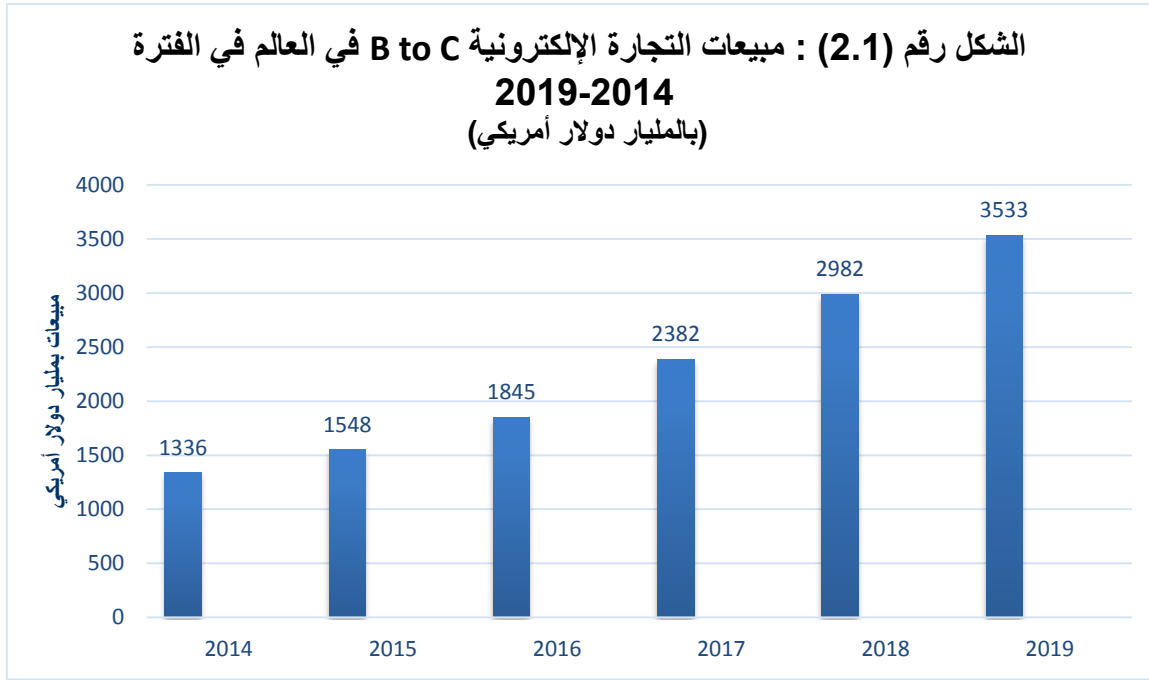
من جهة أخرى نلاحظ أن أكبر عدد لمستخدمي الإنترنت عبر العالم هم من سكان آسيا هذا التفوق الكبير قد يكون راجع إلى كثافة السكان بهذه المنطقة، تليها أوروبا التي تتميز بالانتشار الواسع للتكنولوجيا مقارنة بإفريقيا، وبعد إفريقيا تأتي أمريكا اللاتينية وأمريكا الشمالية. ما يمكن استنتاجه من هذا البيان أن توزيع عدد مستعملي الإنترنت في العالم عبر القارات قد يتناسب مع كثافة السكان في المنطقة. وهذا ما يظهره الشكل أدناه:



المصدر: من إعداد الباحثة.

ثانيا: نمو التجارة الإلكترونية عبر دول العالم:

إن النمو المستمر الذي شهدته التجارة الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة، زاد من الأهمية الاقتصادية لهذا النوع من المعاملات، فقد سجلت مجموع مبيعات التجارة الإلكترونية B2C تزايدا مستمرا في الفترة ما بين 2014 و 2019 لكن بمعدلات نمو متفاوتة (15,86%-19,18%-29,10%-25,18%-18,54%)، هذا ما ورد في الشكل التالي:



Source : statista, Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2019, <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>,

رغم الارتفاع الذي سجل في هذه السنة عبر معظم دول العالم بسبب لجوء الكثير من الأفراد للتجارة الإلكترونية لاقتناء العديد من حاجاتهم الأساسية إثر تفشي الوباء وابتعادهم عن الأسواق التقليدية أو العامة، إلا أن هذا الانخفاض المرتقب سينتج بسبب تراجع كبير لسوقين مهمين هما الهند والصين مقارنة بالسنوات الأخيرة<sup>1</sup>.

أما بالنسبة لتوزيع التجارة الإلكترونية عبر العالم فتظهر إحصائيات صادرة عن موقع eMarketer أن مبيعات التجارة الإلكترونية بالتجزئة بلغت 3.914 ترليون دولار قبل ماي 2020 ووصلت إلى 2448.33 مليون دولار أمريكي في آسيا ودول المحيط الهادي ما يعادل نسبة 62%. كما استحوذت دول آسيا والمحيط الهادي، أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية على نسبة أكثر من 90 % من المبلغ الإجمالي لمبيعات التجارة

<sup>1</sup> eMarketer, **Global Ecommerce** 2020, <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020#page-report>, , consulté le 02/11/2010 à 16 :00.

## الفصل الأول: التجارة الإلكترونية (مفاهيم عامة، خصائصها، نموها وانتشارها)

الإلكترونية بالتجزئة وتتقاسم بقية الدول نسبة أقل من 10%. نستخلص من هذا<sup>1</sup> وجود تباين كبير في توزيع التجارة الإلكترونية عبر دول العالم ناتج عن الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والنامية وكما قد يشير هذا إلى الاستحواذ والانتقال البطيء للتكنولوجيا.

إلى جانب ذلك، فحسب تقديرات UCNCED، قيمة التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي كادت أن تصل إلى 29 ترليون دولار سنة 2017 ما يمثل 36% من الناتج الداخلي الخام. حيث تسجل هذه القيمة نموا يقدر بنسبة 13% مقارنة بسنة 2016. كما جاء في التقرير أن الدول الثلاث المصنفة على رأس قائمة التعامل بالتجارة الإلكترونية (B2C) هي على التوالي: الصين، الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة. في حين تحتل الولايات الأمريكية المتحدة المرتبة الأولى في ترتيب حجم المبيعات عبر الأنترنت<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية في العالم العربي

لقد عرفت التجارة الإلكترونية اهتماما كبيرا من طرف دول العالم العربي، فالتسوق الإلكتروني عبر المنصات الإلكترونية يسمح للأشخاص اقتناء أي شيء عبر الأنترنت وبأقل جهد. فنظرا للإقبال الذي لقيته هذه المنصات من طرف الدول العربية، بدأ التفكير في الدخول للأسواق العربية من طرف أكبر الناشطين في هذا المجال، حيث قامت منصة التسوق الأمريكية Amazon.com بتأسيس فرع في الإمارات العربية المتحدة بعد شراء منصة سوق دوت كوم في الإمارات العربية المتحدة. في عام 2017، تم بيع 8.4 مليون منتج ضمن 31 فئة متنوعة. وتتوعدت هذه الفئات من الأزياء ومستحضرات التجميل ورعاية الأطفال والإلكترونيات. ومع ازدياد عدد المتصفحين لهذه المنصة حتى من خارج الإمارات العربية المتحدة، تضمن هذه السوق الشحن إلى دول أخرى كالسعودية، الكويت، مصر، البحرين وقطر... الخ. فقد تحصلت شركة أمزون من جراء شراء هذه السوق أرباحا تقدر ب 500 مليون دولار سنويا إلى جانب Amazon، العديد من المنصات الصينية مثل AliExpress, Shein, Jollychic Zaful، عرفت بتعاملها الواسع من خلال البيع والشحن للدول العربية<sup>3</sup>. لكن رغم هذا التطور إلا أن التجارة الإلكترونية تبقى ضيقة الاستعمال في معظم الدول العربية كما أشارت إليه

<sup>1</sup> EMarketer, Retail Ecommerce Sales Worldwide, by Region, 2020, billion,

<https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020#page-report>, consulté le 04/11/2020, 23:00.

<sup>2</sup> Nations Unies Conférence sur le Commerce et le Développement CNUCED, Rapport sur l'économie numérique 2019, **Création et captation de valeur : incidences pour les pays en développement**, Genève, 2019, P16.

<sup>3</sup> Arabamerica, E-commerce/Online Shopping Platforms are Growing in the Arab World,

<https://www.arabamerica.com/e-commerce-online-shopping-platforms-are-growing-in-the-arab-world/>, 11/07/2020, consulté le 06/11/2020, 15:15.

الأرقام والتقديرات التي تم عرضها فيما سبق. هذا بسبب مجموعة من العوائق التي تعيق انتشار التجارة الإلكترونية في الدول العربية.

**أولاً: تحديات التجارة الإلكترونية في العالم العربي:** تواجه معظم الدول العربية مجموعة من التحديات عند تبني والخوض في التجارة الإلكترونية. من أبرز هذه التحديات:

**1. التحديات التقنية والتكنولوجية** بحيث تعاني الدول العربية من ضعف البنى التحتية الإلكترونية المرتبطة أساساً بمدى سرعة وتوفر الأنترنت وكذا نوعية وتوفر وسائل الاتصال وخدمات الاتصالات كخدمة الهاتف. إلا أن هذه الخدمات تعرف تحسناً في السنوات الأخيرة مع دخول بعض المستثمرين الخواص وزيادة المنافسة. إلى جانب ذلك، فإن الصناعة التكنولوجية تمثل تحدياً كبيراً في الدول العربية بسبب هجرة اليد العاملة الكفأة للخارج وضعف الأبحاث العلمية في المجال. إن تطوير التجارة الإلكترونية في الوطن العربي يحتاج إلى ما يلي:<sup>1</sup>

- تطوير البنى التحتية الذي يسمح بانتشار استخدام التجارة الإلكترونية؛
- تشجيع الاستثمار في تكنولوجيات المعلومات؛
- إشراك القطاع الخاص في تنمية البنى التحتية؛
- التركيز على الخدمات الحكومية مع ضمان أمن وسلامة المعلومات.

**2. الثقافة الرقمية والوعي الإلكتروني بين الأفراد:** لا يمكن أن تتطور التجارة الإلكترونية إذا غابت الثقافة التكنولوجية أو الرقمية بين المؤسسات التجارية والصناعية أو بين الأفراد. إن نشر هذه الثقافة في أوساط أفراد المجتمع ترجع أساساً لمستوى التعليم في أي بلد والاستخدام الإلكتروني في مختلف المستويات التعليمية والجامعية والذي يعتبر محدوداً في الدول العربية.

**3. الكفاءات البشرية المؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية:** فالتجارة الإلكترونية تستدعي كفاءات في مجال البرمجة ومجال إعداد وتطوير المواقع الإلكترونية وكذلك أنظمة التشغيل وتصميم أنظمة الدفع الإلكتروني. هذا النوع من الكفاءات قليل في الدول العربية وأغلبها تفضل الهجرة والعمل في الدول المتقدمة للحصول على مستوى معيشي أفضل عوض البقاء في الدول العربية.

**4. مشاكل تمويل الانتقال إلى التجارة الإلكترونية:** وخاصة فيما يخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحيث تتحمل المؤسسة تكاليف جديدة وذات طابع مختلف عن التكاليف التي اعتادت تسييرها كتكاليف التسليم والدفع

<sup>1</sup> زين يونس، مرجع سبق ذكره، ص ص: 100، 101.

الإلكتروني والبرمجة الإلكترونية... إلى جانب غياب رؤوس الأموال في أغلب الدول العربية، الضرورية للخوض في مشاريع في مجال التجارة الإلكترونية.

5. ارتفاع نسبة المخاطرة: وذلك بحكم حداثة التعامل التجاري الإلكتروني في الدول العربية من جهة ومن جهة أخرى الانخفاض النسبي لمستعملي الأنترنت وقلة الثقافة الرقمية بين الأفراد.

6. تأخر الدفع الإلكتروني: يعتبر هذا العنصر من أهم تحديات التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، فلا زال التعامل بالبطاقات الإلكترونية جد محدود في الدول العربية بسبب عدم ثقة البنوك وتخوفها من إصدار بطاقات الإئتمان وتخوف الأفراد من التعامل بكل الوسائل الإلكترونية أو الدفع من خلال المنصات الإلكترونية.

7. الاختلافات الثقافية والأخلاقية بين الدول العربية والدول الأخرى: هذه الاختلافات قد تعيق قبل كل شيء التواصل لتقديم الطلبية (كاللغة)، ثم الاختلاف في نوع السلع المتبادلة.

#### ثانيا: متطلبات التجارة الإلكترونية في الدول العربية:

إن تنمية الاقتصاد الرقمي عامة وتنشيط التجارة الإلكترونية خاصة لا يتم إلا بتوفر مجموعة من المقومات الأساسية يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

1. البنية التحتية الإلكترونية: وتشمل كافة البنى التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية، من خدمات الأنترنت والاتصال وخدمات ارسال وتوزيع المعلومات بالإضافة إلى البنية التحتية للخدمات المصرفية الإلكترونية وخدمات الدفع الإلكتروني. كما تمثل مجمل التطبيقات، البرامج وقواعد البيانات، الأجهزة الإلكترونية كالحواسيب والهواتف النقالة بنى التحتية للتجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

2. تشريعات وقوانين التجارة الإلكترونية : البناء التشريعي للدول فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال سن قواعد وقوانين تنظم التعاملات الإلكترونية من أجل حماية حقوق الأطراف المتعاملة وتوفير آليات ووسائل التعاقد. وكذلك تنظيم طرق الإثبات وضمان حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، والتنسيق عن الجرائم الإلكترونية ومحاولة تحديدها ووضع جزاءات لها بالإضافة إلى تنظيم التوقيع الإلكتروني وضمان حماية المعلومات والبيانات الشخصية.

<sup>1</sup> هيايش فوزية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة -حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية واقتصاد دولي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسينة بن بوعلوي بالشلف، الجزائر، 2012، ص142.

3. **متطلبات سياسية:** فتتمثل في الإرادة السياسية للدول في تبني التجارة الإلكترونية. إذ يتم تحديد وإنشاء

الهيئات المعنية بتنظيم هذه المعاملات والفصل في المشاكل التي يمكن أن تطرح<sup>1</sup>.

4. **المقومات التنظيمية:** تتمثل في:

- قدرة المؤسسات على تنظيم تبني التجارة الإلكترونية بتضافر جهود كل من الإدارة العليا والمسيرين المؤهلين من كفاءات متخصصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات وإعداد البرامج، وكذا توفير الإمكانيات المالية والتكنولوجية مع قبول جزء من المخاطرة وتقييم النتائج.

- تنظيم البرامج التعليمية ونشر الثقافة التكنولوجية بالمعاهد والجامعات والأجهزة والإدارات الحكومية وكذلك المؤسسات<sup>2</sup>.

### المطلب الثالث: تطور التجارة الإلكترونية في دول إفريقيا.

إن التقدم الملحوظ في استعمال الأنترنت في دول إفريقيا ساعد في ظهور التجارة الإلكترونية حيث في سنة 2016 بلغت نسبة سكان القارة الذين يستعملون الأنترنت 19.9 % في حين مثلت في سنة 2010 نسبة 6.7 % من مجموع السكان<sup>3</sup>. هذا ما أدى إلى ظهور العديد من المنصات الإلكترونية التي تعرض العديد من السلع والخدمات مثل المتعامل jumia الذي يغزو معظم الأسواق الإفريقية. فكانت أسباب اللجوء للتجارة الإلكترونية في البداية هي الحصول على بعض المنتجات التي لم تكن تتوفر بسهولة في الأسواق العادية أو تشهد ندرة أو طلبا متزايد عليها، لكن ومع النمو السريع للتجارة الإلكترونية في إفريقيا يرتقب انتقالها إلى مرحلة أخرى أكثر تقدما تسمح بعرض العديد من السلع والخدمات.

فالأهتمام الكبير الذي توليه الدول الإفريقية للتجارة الإلكترونية خاصة والرقمنة عامة يظهر جليا من خلال الجهود المبذولة من طرف دول القارة سواء المجهودات الفردية أو الجماعية في تهيئة بيئة مناسبة لتطور التجارة الإلكترونية. من بين أهم هذه الجهود تأسيس منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية سنة 2018 والتي تسعى إلى التحول الرقمي للاقتصاد، ادراج المعاملات الإلكترونية والأنظمة الإلكترونية للدفع بالإضافة إلى تهيئة قاعدة للبيانات والمعلومات التجارية والقواعد والقوانين وكذا الاحصائيات التي يعتمد عليها المتعاملون لاتخاذ قراراتهم. من جهة أخرى تم إنشاء المنصة الإفريقية للتجارة الإلكترونية تحت اشراف رؤساء الدول

<sup>1</sup> سعوداوي صديق، رحال سمير، متطلبات وعوائق التجارة الإلكترونية في البلدان النامية، الماتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية-، معهد العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 2011، ص7.

<sup>2</sup> هبايش فوزية، مرجع سبق ذكره، ص: 143.

<sup>3</sup> Nation unies- Commission économique pour l'Afrique, Note sur le commerce électronique en Afrique, ouagadougou, 2018, p :2.

والاتحاد الأفريقي حيث اتخذت غينيا كمبر أولي لها فيما سيتم تنصيب مقرات أخرى في دول أخرى. تهدف هذه المنصة إلى تطوير التجارة الإلكترونية من خلال جمع البيانات الإفريقية وتوفير المعلومات الدقيقة ذات الشفافية تمكن المتعاملين الخواص أو الحكومات من دراسة الفرص المتاحة في مختلف الأسواق وبالتالي تسهيل التبادل الإلكتروني فيما بين الدول.

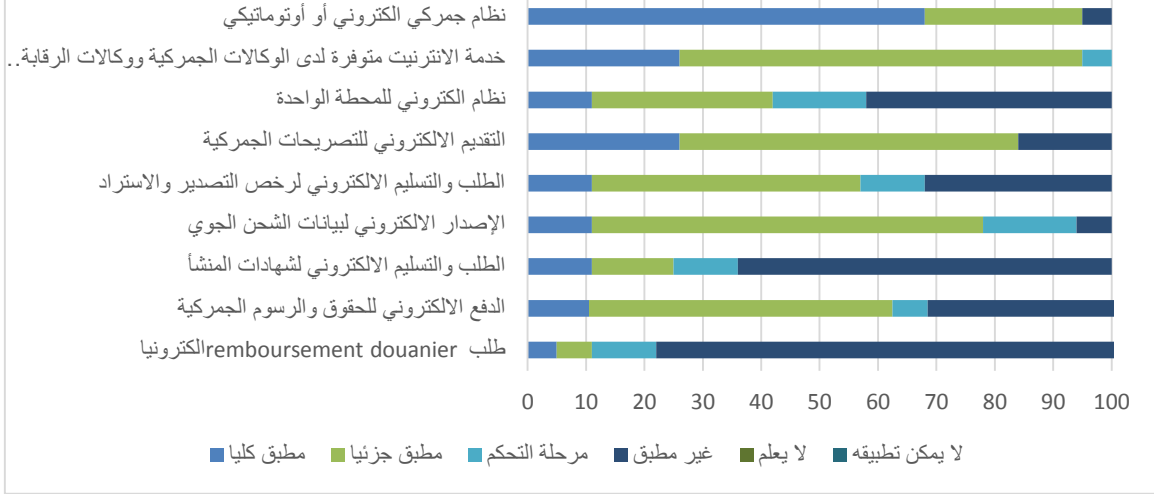
**أولاً: تحديات التجارة الإلكترونية في دول أفريقيا:** تتمثل أهم التحديات التي تواجهها التجارة الإلكترونية، حسب ما جاء في تقرير المركز الإفريقي للسياسة التجارية التابع للجنة الاقتصادية لإفريقيا CEA فيما يلي:<sup>1</sup>

- هياكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المتناول؛
  - التحكم في الوسائل الرقمية من طرف المنتجين والمستعملين؛
  - توفّر الخدمات الداعمة للتجارة الإلكترونية كالدفع الإلكتروني؛
  - قواعد وقوانين ملائمة للتجارة الإلكترونية.
- من وجهة نظر أخرى تواجه التجارة الإلكترونية تحديات أخرى لا تقل أهمية، فبالإضافة للهياكل المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات تمثل الهياكل اللوجستية مطلباً لا يمكن الاستغناء عنه في التجارة الإلكترونية فهذه الأخيرة تستدعي تسليم السلعة المطلوبة إلى باب المنزل وهذا لا يتحقق إلا بوجود مؤسسات متخصصة قائمة بذاتها مثل شبكات النقل وأنظمة بريد متطورة.
- فرغم الجهود المبذولة من طرف الحكومات إلا أنه يتم استبعاد بعض الإجراءات التي يمكن أن تساهم في تسهيل التجارة الإلكترونية. الشكل الموالي بين مدى تطبيق أهم هذه الإجراءات:

<sup>1</sup> Nation unies, op-cit, p :2.



الشكل رقم (3.1) : إجراءات تسهيل التجارة الالكترونية الأقل تطبيقا في إفريقيا (نسب مئوية)



Source : Nation unies- Commission économique pour l'Afrique, Note sur le commerce électronique en Afrique, ouagadougou, 2018, p : 6.

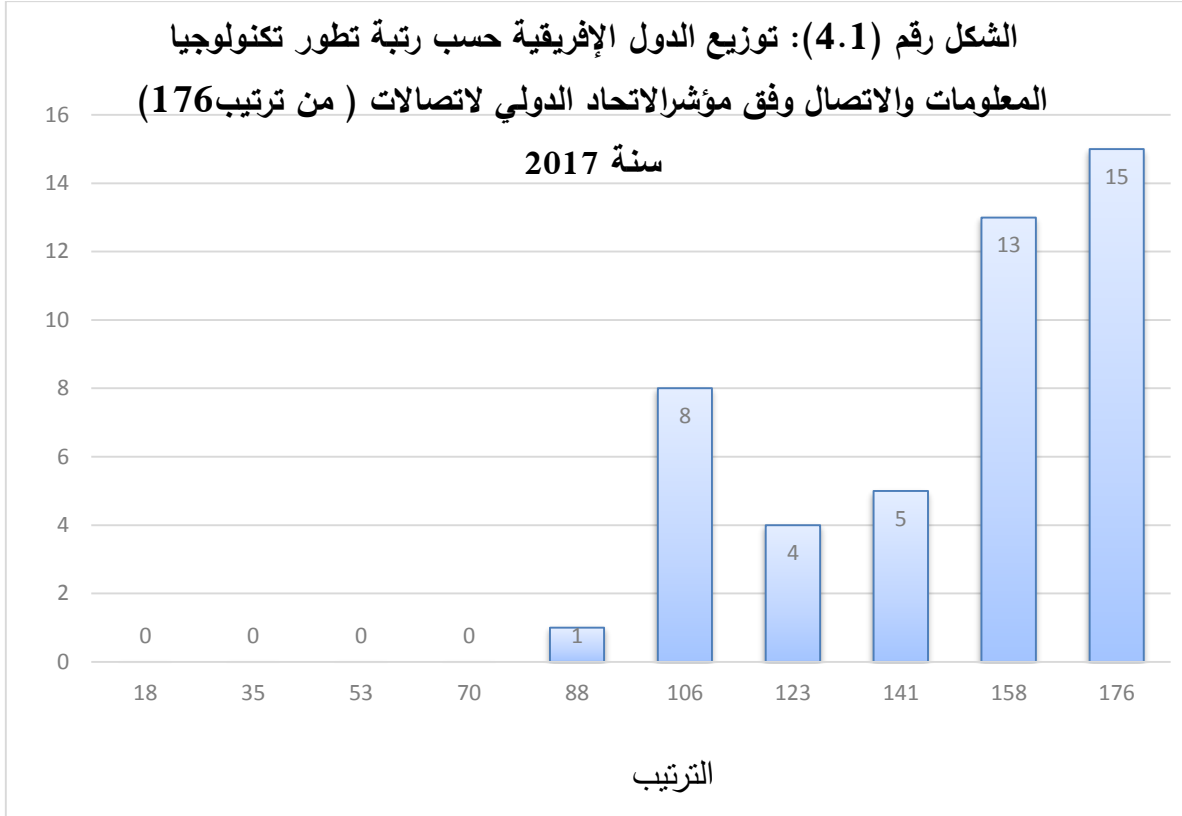
يمكن ملاحظة أن هذه الإجراءات ضعيفة التطبيق في دول إفريقيا، رغم أهميتها في تسهيل التبادل الإلكتروني والامام بكل المتطلبات القانونية والتنظيمية المتعلقة بالتصدير، الاستيراد أو الشحن. مثال ذلك نظام المحطة الواحدة أو الشباك الوحيد الذي أصبح يطبق في مختلف المجالات والذي يساعد في تسهيل وتبسيط الإجراءات القانونية.

فهو يهدف إلى تسريع وتسهيل انتقال المعلومات بين التاجر والدولة باستفادة كل الأطراف المتدخلة في التجارة عبر الحدود. فبالنسبة للدولة يسمح بتحسين تسيير المخاطر، مستويات التأمين وتحقيق المداخل بالإضافة إلى مصداقية المتعاملين. من جهة المتعاملين يسمح لهم بفهم وتطبيق القواعد والقوانين بأكثر شفافية وتوزيع للموارد البشرية والمالية وبالتالي زيادة الإنتاجية والتنافسية.

ثانيا: واقع التجارة الالكترونية في دول أفريقيا: إن واقع التجارة الالكترونية في إفريقيا يتضح من واقع مجموعة من العناصر تتمثل أساسا فيما يلي:<sup>1</sup>

1. تطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال: يشير مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال UIT في 176 دولة إلى الترتيب التالي :

<sup>1</sup> : Nation unies- Commission économique pour l'Afrique, op-cit, ouagadougou, 2018, p : 13.



Source : Nation unies- Commission économique pour l’Afrique, **Note sur le commerce électronique en Afrique**, ouagadougou, 2018, p12.

كقراءة للبيان، هناك دولة واحدة صنفت في المرتبة 88، 8 دول مصنفة في المرتبة 106، أما بالنسبة للدول الأخرى صنفت بعد الرتبة 120. فلم تصنف الدول الإفريقية ضمن الـ 70 دولة الأولى.

**2. الإطار القانوني** حسب الاحصائيات التي قامت بها لجنة الأمم المتحدة والتي جاءت في تقرير واجادوجو أن 8 دول على الأقل تملك قوانين تخص المعاملات الإلكترونية، قوانين حول حماية المستهلك الإلكتروني، قوانين حول حماية المعلومات الشخصية وقوانين حول الجرائم الإلكترونية. في حين ستة دول تغطي ثلاثة مجالات فقط و4 دول لديها قوانين في مجالين فقط وستة دول أخرى ليس لديها أي قانون للتجارة الإلكترونية. أما الدول المتبقية لم تتوفر المعلومات عنها.

تجدر الإشارة إلى أهم أعمال الاتحاد الإفريقي في مجال تقنين التجارة الإلكترونية، اتفاقية مالابو للاتحاد الإفريقي حول الأمن الإلكتروني وحماية المعلومات ذات الطابع الشخصي المبرمة في جوان 2014 والتي تهدف إلى تقوية وتنسيق القواعد الحالية للدول الأعضاء فيما يخص تقنيات المعلومة والاتصال<sup>1</sup>.

**3. بنية لوجستكية ونظام بنكي** كما أشرنا سابقا تبقى البنية اللوجستكية تحديا كبيرا للنهوض بالتجارة الإلكترونية في إفريقيا بحيث تبقى خدمات التوصيل إلى المنزل محدودة الانتشار بسبب تأخر خدمات البريد والتوزيع.

**4. وسائل دفع إلكترونية** يعتبر التعامل بالبطاقات الإلكترونية والدفع عن طريق الهاتف أكثر الوسائل استعمالا في التجارة الإلكترونية وبالتالي يمكن اعتبارهما كمعياريين لتقييم الدفع الإلكتروني. فقد مثل قدر استعمال بطاقات الدفع الإلكترونية في إفريقيا بمعدل 2.2 لكل 100 فرد. أما معدل استعمال الدفع عبر الهاتف النقال فقد بنسبة 4.6 % من إجمالي السكان تستعمل حسابات الهاتف النقال للقيام بعمليات الدفع<sup>2</sup>. تبقى هذه النسب ضعيفة تبين مدى تراجع الدفع الإلكتروني في إفريقيا الذي يعتبر من أولى متطلبات تفعيل التجارة الإلكترونية.

**5. الكفاءات رقمية:** إن النقلة التي تصبو إليها دول إفريقيا في مجال التجارة الإلكترونية تستدعي وجود كفاءات في المجال الرقمي هذا ما أدى ببعض الدول لإنشاء مراكز تكوين ومدارس تسعى إلى تطوير وخلق كفاءات رقمية، مثال عن ذلك غانا تيك le ghana tech hubs و business Network، مركز تكنولوجيات التجديد في جيبوتي، المدرسة الوطنية المتعددة الجنسيات لاتصال بدار، المدرسة الوطنية للاقتصاد الرقمي بالجزائر لكن مازالت إفريقيا تعاني من مشكل الكفاءات بسبب قلة المكونين والمدربين وقلة المنح التكوينية للخارج التي تسعى لجلب الخبرات والتقنيات الجديدة.

**6. الثقافة الرقمية** يمكن أن نلمح الثقافة الرقمية في البيئة الإفريقية من خلال اللجوء للتجارة الإلكترونية للبحث عن الاحتياجات الأساسية للمجتمع من خلال انشاء المنصات الإلكترونية أو استعمال المنصات العالمية. ومن المظاهر الأخرى لمدى انتشار الثقافة الرقمية في إفريقيا، نذكر مبادرة I4Policy في إفريقيا أين يجتمع مسيرو المنصات الإلكترونية لإحياء فضاء للحوار حول السياسات الواجب اتباعها والأعمال الواجب القيام بها لتشجيع الابتكار الرقمي والمؤسسات الرقمية.

<sup>1</sup> Fawaz MOUSSOUGAN, *Etat des lieux de l'accord de Malabo sur la Cybersécurité des pays africains*, Africa cyber Security magazin, <https://cybersecuritymag.africa/accord-de-malabo-sur-la-cybers%C3%A9curit%C3%A9-des-pays-africains>, consulté le 27/11/2020 à 20 :00.

<sup>2</sup> Nation unies- Commission économique pour l'Afrique, op-cit, p : 8.

7. المساهمة النسوية في التجارة الإلكترونية بإفريقيا: لقد أشار الاتحاد الإفريقي أن التجارة الإلكترونية ساهمت في إفريقيا في مضاعفة حصة المؤسسات النسوية عند الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة عبر الأنترنت من خلال استقلالية المقاولتية النسوية. فهذا يعبر عن دعم التجارة الإلكترونية للاقتصاد كعامل من عوامل حيث قامت العديد من الدول بتشجيع النساء صاحبات المشاريع جعلهن من بين المتعاملين النشطاء في الاقتصاد الرقمي والتي قد تستفيد من المميزات التي داء بها هذا الاقتصاد والخوض في التجارة الإلكترونية، على غرار دولة غانا وفي إطار مشروع التكنولوجيا تحتاج إلى فتيات Tech Needs Girls قامت بتكوين 4500 فتاة بثنائية مناطق بالبلاد وفي بوركينا فاسو (عن طريق أكاديمية Soronko) في مجال التشفير والابتكار التكنولوجي<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Nation unis, rapport sur l'économie numéri 2019, création et capitation de valeur : incidences pour les pays en développement, 2019, p : 150.

خلاصة الفصل الأول:

إن ظهور التجارة الإلكترونية يعتبر خطوة اقتصادية ضمن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، غيرت في عدة قواعد ومفاهيم. إن هذا التقدم التكنولوجي وسّع من الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامية، فقد تطورت التجارة الإلكترونية من مرحلة إلى أخرى ففي البداية كانت عبارة عن عرض للسلع عبر الأنترنت وإتمام المعاملة بالطرق التقليدية، ثم تطورت أنواع المنتجات والخدمات المتبادلة فمنها العينية ومنها الرقمية، كما ازداد حجم الأسواق التجارية فأصبحت الأسواق عالمية تعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة وطرق ووسائل الدفع الإلكترونية. إلى جانب ذلك، تم إثراء القواعد والقوانين الدولية وتكييفها مع متطلبات المعاملات الإلكترونية حماية للمتعاملين وحقوق الدول. لكن تبقى الدول النامية بما فيها دول الوطن العربي ومعظم الدول الإفريقية تواجه عدة عوائق تمنع نمو التجارة الإلكترونية بها.

لقد تم استخلاص من هذا الفصل النتائج التالية:

- يمكن أن ينظر للتجارة الإلكترونية من عدة جوانب ما أدى إلى اختلاف بعض التعاريف المقدمة لها، فقد اشتركت هذه التعاريف في أن التجارة الإلكترونية تعني استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إي مرحلة من مراحل الصفقة التجارية ولا تقتصر هذه المعاملات على نوع واحد من المتعاملين، بل قد يمثل أطراف الصفقة أشخاص، مؤسسات، حكومات...؛
- تتفرد التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية بعدة خصائص تجعلها في طابع يستلزم قواعد وقوانين خاصة بها لحماية حقوق كل الأطراف؛
- تسمح التجارة الإلكترونية بالوصول إلى أكبر عدد من الأسواق العالمية، بأقل وقت وجهد وبأقل تكلفة، فنتيح للمشتريين عروض وبدائل مختلفة لإشباع الرغبات والحاجات.
- إن نجاح ونمو التجارة الإلكترونية مرهون بتوفر بنية تحتية قوية من تكنولوجيات المعلومات والاتصال إلى جانب بنية تحتية لوجستية تضمن توصيل المشتريات، وطرق ووسائل دفع إلكترونية تسمح بالوفاء بالتزامات الأطراف المتعاقدة. هذه العناصر تمثل تحديات لدول الوطن العربي ودول إفريقيا.
- كما يمثل الجانب القانوني تحديا كبيرا في المعاملات الإلكترونية والعلاقات القانونية المترتبة عنها، هذا فيما يخص طريقة التعاقد وحجية التبادلات، فرض الضرائب والرسوم الجمركية وخاصة فيما يتعلق بالخدمات أو المنتجات الرقمية.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

### تمهيد

تعتبر التحديات الضريبية في مجال التجارة الالكترونية من أهم المسائل المطروحة على المستوى الدولي. فكل من طبيعة المعاملات التجارية الالكترونية وشكل السلع والخدمات المتبادلة خلق صعوبات في الاخضاع الضريبي ما زاد من مشاكل التهرب الضريبي والازدواج الضريبي وغيرها. نتيجة لذلك اختلفت الآراء بشأن إعفاء أو إخضاع المعاملات التجارية الالكترونية.

من جهة أخرى أصبحت الحكومات تفكر في تعزيز وعدم خسارة مواردها المالية من الحصيلة الجبائية، فظهرت العديد من الأنظمة والأساليب المختلفة التي اعتمدها العديد من الدول التي غالبا ما استندت على اقتراحات وتقارير منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وأعمال هيئة الأمم المتحدة. من خلال هذا الفصل سوف نتطرق إلى أهم الآراء الدولية حول جباية التجارة الالكترونية وأبرز مشاكل وتحديات جباية التجارة الالكترونية أما في الأخير فسنقوم باستعراض بعض الاقتراحات والجهود الدولية في هذا المجال. وقد اهتمت دراستنا هذه على نوعين من الضرائب ألا وهي الضرائب على الأرباح والضرائب على الاستهلاك.

### المبحث الأول: المسائل المطروحة في الإعفاء أو الإخضاع الضريبي للتجارة الالكترونية

تعرف العديد من الدول ارتفاعا كبيرا في حجم المعاملات الالكترونية سواء للسلع الملموسة أو السلع والخدمات الغير ملموسة والتي لا تخضع لأي ضرائب ورسوم. لاحظت العديد من الدول أنها قد تخسر أموالا كبيرة يفترض أن تكون ضمن إيراداتها. إلى جانب ذلك تزايدت إمكانيات التهرب الضريبي. كل هذا كان سببا في زيادة الاهتمام بموضوع جباية التجارة الالكترونية من خلال طرح تساؤلات وإشكاليات ومناقشة الآراء المختلفة. سنتناول من خلال هذا المبحث مفهوم جباية التجارة الالكترونية ونتطرق إلى مسألة إخضاعها للضريبة أو إعفائها منها.

### المطلب الأول: مفاهيم عامة حول جباية التجارة الالكترونية

لقد كان للتطور التكنولوجي أثر كبير على حجم وطبيعة المعاملات التجارية، فظهرت أشكال جديدة من المعاملات ومن السلع والخدمات فغزت المحيط الاقتصادي عناصر ومتغيرات جديدة أصبح من الضرورة التكيف معها والاشراف على وضع أطر تنظيمية تتماشى مع هذا التغير. التجارة الالكترونية هي شكل من المتغيرات الجديدة يجب التفكير في سبل تطبيق الضرائب عليها كغيرها من المعاملات.

### أولا: مفهوم جباية التجارة الالكترونية ومبادئها

#### 1. تعريف جباية التجارة الالكترونية:

بصفة عامة، تعرف الجباية على أنها "ذلك النظام التشريعي الموضوع حيز التطبيق لضمان الإيرادات وتغطية النفقات الخاصة بالدولة بصفة مستمر"<sup>1</sup>

كما تعتبر الجباية بمثابة مجموعة من القواعد القانونية والإدارية التي تنظم مختلف الضرائب والرسوم، التي تجبى لصالح الدولة والجماعات المحلية. وتعد بمثابة الوسيلة الضرورية لتحقيق السياسة الاقتصادية والاجتماعية للدولة<sup>2</sup>.

تعرف على أنها نظام من المساهمات الإلزامية المفروضة من قبل الدولة، وتأتي معظمها في شكل ضرائب تفرض على الأشخاص وعلى المؤسسات والممتلكات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> حميد بوزيدة، جباية المؤسسات، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 1.

<sup>2</sup> بوعزة عبد القادر، حميش نرجس، نحو حل مشاكل جباية التجارة الالكترونية في إطار الجهود الدولية، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، مجلد 01، عدد 02، 2017، ص: 116.

<sup>3</sup> خلاصي رضا، شذرات النظرية الجبائية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص: 242.



## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

وعرفت جباية التجارة الالكترونية على أنها " سن قوانين تنظم قدرة وكفاءة الأداء الضريبي في تحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عبر الأنترنت"<sup>1</sup>

من خلال ما سبق يمكن استنتاج تعريفا لجباية التجارة الالكترونية بأنها مجموع القواعد والقوانين التي تنظم تحديد وتحصيل مختلف الضرائب والرسوم المفروضة على المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الأنترنت.

لكن ونظرا للخصائص التي تميز هذه المعاملات عن المعاملات التقليدية طرحت عدت إشكاليات في التعامل بها، من بينها إشكالية جباية التجارة الالكترونية والعوامل التي تعيق تطبيقها. فنظرا للمركز الذي تحتله الأنظمة الجبائية ضمن السياسات المالية للدول التي تعتبر الضريبة كأداة تمويل بالدرجة الأولى في الاقتصاد وقيامها على فكرة المنفعة العامة، يتجه الفكر الضريبي في ظل تبني التجارة الالكترونية واقتصاد رقمي ومتعاملين افتراضيين، إلى ضمان الموارد المالية للدولة وعدم اختلالها.

فقبل الحديث عن أهم المشاكل والتحديات التي تصادفها جباية التجارة الالكترونية، يجب الحديث عن أهم المفاهيم الارتكازية للسياسة الضريبية التي فقدت معناها مع تطور التجارة الالكترونية. أهم هذه المفاهيم:

- **مفهوم المقيم:** يختلف مفهوم المقيم من بلد لآخر، فلكل دولة قوانينها، في مجال التجارة الإلكترونية الوضع أصعب، فالعنوان أصبح إلكتروني على شبكة الإنترنت، الإقامة افتراضية على خوادم الإعلام الآلي والنشاط رقمي على الموقع الإلكتروني.
- **مفهوم الوعاء الضريبي:** يختلف الوعاء الضريبي بحسب المادة الخاضعة للضريبة، فهناك من يعتمد على الدخل ورأس المال، وهناك من يركز على النفقات والاستثمار، وهناك من يهتم بالأرباح والمبيعات، فكل دولة لها خصوصياتها في ذلك<sup>2</sup>.
- **الإقليمية:** هذا المبدأ الوارد في أغلب التشريعات الضريبية يتضمن مجال تطبيق الضريبة. قد يختل هذا المبدأ في إطار التجارة الالكترونية، باعتبار أن تحديد مكان حدوث المعاملة وموطن المتعاملين ليس

<sup>1</sup> حمري نجود، حمري نوال، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05 (قانون التجارة الإلكترونية)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، 2021، ص: 21.

<sup>2</sup> لعريوي عبد الرزاق، حيمران محمد، الاتجاهات الضريبية على نشاطات التجارة الالكترونية وموقع النام الجبائي الجزائري منها، كتاب جماعي حول واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم -التحديات والحلول-، 2020، ص: 3.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

بالأمر السهل. فتصبح الأرباح المحققة غير مرتبطة ببلد معين وبالتالي تصبح الدول غير قادرة على فرض الضريبة في غياب هذا المبدأ.

2. **مبادئ جباية التجارة الالكترونية:** تضمن التقرير الذي خرج به اجتماع OCDE المبادئ المقبولة عموماً والتي من الموجب تطبيقها على معاملات التجارة الالكترونية وهي:

**الحيادية:** وذلك بأن تهدف الجباية إلى ضمان الحيادية والمساواة بين مختلف أشكال التجارة الإلكترونية. فيجب ألا تؤثر الضريبة عند فرضها على النشاط الاقتصادي بشكل سلبي فالقرارات تتأثر لاعتبارات اقتصادية وليس لاعتبارات جبائية<sup>1</sup>.

الحيادية تضمن أن المكلفين الموجودين في حالات مماثلة والذين يقومون بمعاملات مماثلة يخضعون لضرائب مماثلة.

**مبدأ الكفاءة:** يجب تخفيض تكاليف الممارسة الجبائية سواء من جهة المكلف أو من جهة الإدارة الضريبية إلى أقصى ما يمكن<sup>2</sup>.

**التأكد والبساطة:** القواعد الجبائية يجب أن تكون واضحة وسهلة الفهم بصفة تجعل المكلفين قادرين على توقع النتائج الضريبية للمعاملات، وهذا فيما يخص من تجب عليه الضريبة، التاريخ وطرق حساب الضريبة .

**الفعالية والمساواة:** يجب أن يوفر النظام الجبائي مبلغ الضريبة المناسب في التاريخ المراد. كما يجب أن يضمن تقليل إمكانيات التهرب والغش الضريبي إلى أقصى حد مع الحرص على أن تتوافق القواعد المطبقة مع المخاطر المتعلقة بالغش والتهرب الضريبي.

**المرونة:** يجب أن يتميز النظام الجبائي بالمرونة والديناميكية بما يسمح بمسايرة تطور المعاملات التجارية<sup>3</sup>

إن هذه المبادئ حسب لجنة الأعمال الجبائية يجب أن تكون سارية المفعول وتطبق على التجارة الالكترونية بكل دقة مع مراعاة القوانين الداخلية والاتفاقيات الدولية بشكل يحمي السيادة الجبائية ويضمن التوزيع العادل

<sup>1</sup> طراهر محمد التهامي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص4.

<sup>2</sup> طراهر محمد التهامي وآخرون، المرجع السابق، ص4.

<sup>3</sup> Comité des affaires fiscales de l'OCDE, **Conditions cadres pour l'imposition du commerce électronique**, octobre 1998, Ottawa, paragraphe 11, disponible à l'adresse : [www.oecd.org/daf/fa/e\\_com/frameworkf.pdf](http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/frameworkf.pdf).

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

لأسس الإخضاع ما بين مختلف الدول هذا التطبيق يجب أن يفهم بدقة لتجنب الإخضاع المزدوج وعدم التصريح العمدي.

ثانيا: المتدخلين في معاملة التجارة الالكترونية: قد يكون أحد هؤلاء المتدخلين خاضعا للضريبة حسب النظام الضريبي المطبق أو مكان تواجده كما يختلف عدد وطبيعة المتدخلين من معاملة لأخرى حيث نجد:

1. المورد (البائع) غالبا هو المؤسسة التي تتبع المنتج أو الخدمة وقد يكون مقيما بالبلد أو غير مقيم. في بعض الأنظمة يلزم الموردون بتحصيل ضريبة القيمة المضافة.

2. المنصات الإلكترونية: هي عبارة عن وسيط يعمل على إتاحة التواصل بين بائعي السلع والخدمات مع المشترين. يتم من خلال المنصة تحديد معظم عناصر المعاملة التجارية كإجراءات التسليم ووسائل الدفع أو شروط وإجراءات استرداد السلعة أو الخدمة، في حالة عدم رضا العميل، أو أية شروط أخرى للبيع.

قد تأخذ المنصة الالكترونية أدوارا مختلفة حسب طبيعة العلاقة بين أطراف المعاملة التجارية الالكترونية، فقد تقوم مؤسسة ما بعرض منتجها أو خدماتها عن طريق بوابة الكترونية خاصة بها وفي بعض الحالات الأخرى قد تكون موكلة ببيع سلعة أو خدمة نيابة عن مؤسسة أو شخص ما فتتدخل بصفقتها بائعا للسلع والخدمات وتتلقى عمولات مقابل الخدمة التي تقدمها أو نسبة مئوية من المبيعات أو هامش الربح. من جهة أخرى يمكن للمنصة الالكترونية أن تتعامل مع طرف لا يمثل المستهلك النهائي ففي الواقع تطور توظيف المنصات الالكترونية وتداخلت أدوارها حتى أصبح في بعض الأحيان من الصعب تحديد موقع المنصة من المعاملة .

3. وسيط (الناقل للمعلومة) قد يكون خادم ويب أو متعامل لخدمات الأنترنت مستقل.

4. المشتري أو الزبون: هو الآخر يمكن أن يمثل المستهلك النهائي أو يتدخل في المعاملة بصفته وسيطا. قد يكون هذا الطرف مستهدفا من طرف القواعد الجبائية وهذا فيما يخص الضرائب على الاستهلاك لكن تبقى صعوبة تحديد هوية المستهلك في المعاملات الالكترونية من بين أهم مشاكل جبايتها.

### المطلب الثاني: أهم النقاشات الدولية حول جباية التجارة الالكترونية

إن الانتشار الواسع للتجارة الالكترونية والتحول الذي يشهده الاقتصاد وبالأخص المعاملات التجارية، سيؤدي حتما لنمو ثروات ومداخل التجارة الالكترونية. وبالتالي ما هو حجم التحصيلات الجبائية الناتجة؟ فرغم أهمية الأمر إلا أنه نلتمس تجاهل في تقدير حجم هذه التحصيلات وأثر عدم إخضاع التجارة الالكترونية على حجم

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

الموارد الجبائية للدول. كما يظهر هذا الأثر في حالة ما إذا كانت الضرائب على الأشخاص الطبيعيين تمثل أكبر نسبة.

من جهة أخرى توقعت الوكالة العامة للمحاسبة حسب دراسة قامت بها، أن قيمة الخسائر في الإيرادات الجبائية الناتجة عن الضرائب على المبيعات تقدر بين 1 إلى 12 مليار دولار في 2003. إلى جانب كاليفورنيا التي توقعت في تقرير عن State Board of Equalization ، خسارة سنوية في الإيرادات الناتجة عن الضرائب على المبيعات تقدر بحوالي 18 مليون دولار من جراء التعامل بالتجارة الالكترونية<sup>1</sup>.

حسب خبراء فإن حجم أثر جباية أو عدم جباية التجارة الالكترونية مرتبط بما إذا كانت التجارة الالكترونية تعتبر كتطور في المعاملات التجارية على حساب التجارة التقليدية أو تمثل نمو اقتصادي جديد قائم بذاته لا يؤثر في حجم المعاملات التقليدية.

اهتمت بعض الدول بإعطاء فرص ومجال أوسع لنهوض التجارة الالكترونية والعمل على الابتعاد عن العوامل التي قد تعيق نموها. وبالتالي أثرت عدة إشكاليات حول التعامل مع هذا الصنف الجديد من المعاملات. من أهم هذه الإشكاليات، إشكالية التعامل الضريبي للتجارة الالكترونية فاختلقت الآراء بشأن إخضاع أو إعفاء التجارة الالكترونية فكل طرف قدم مجموعة من الحجج والمبررات عن موقفه.

أولاً: الموقف الأول: إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة: دعى أصحاب هذا الموقف رأيهم بمجموعة من الحجج، تتمثل أهمها في النقاط التالية:<sup>2</sup>

- الإعفاء يشجع نمو التجارة الالكترونية، ففرض الضريبة سيكون من العوامل المعيقة لنمو الأنترنت. فلقد كانت حجة الإعفاء بالنسبة لبعض الباحثين أمثال Varian و Goolsbee، أن التجارة الالكترونية مازالت في مهدها.

- التكاليف الإدارية العالية المرافقة لفرض ضريبة على المعاملات التجارية الالكترونية وما يتبعها من إجراءات حساب الضريبة ونسبها المختلفة في الدول وتتبعها، تحصيلها والرقابة عليها. وخاصة أن فرض الضريبة على التجارة الالكترونية يواجه صعوبات فنية وقانونية مكلفة جداً؛

<sup>1</sup> M. Stephen Crow, représentant de l'Association internationale des recteurs d'université, **Le commerce électronique : aspects de la fiscalisation internationale, Dixième session** , Nations Unies Genève, 10-14 septembre 2001, P7.

<sup>2</sup> إبراهيم كامل الشوايكة، **ضريبة المبيعات على التجارة الإلكترونية**، دراسات، علوم الشريعة والقانون، المجلد 34، 2007، ص ص: 519، 520.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

- إن الأثر الإيجابي الذي حققته التجارة الالكترونية في اقتصاديات الدول الكبرى كأمریکا جعل الباحثين والمفكرين يترددون في فرض الضرائب عليها خوفا من كبح هذا النمو إذ عبّر أحد الباحثين أن " انشاء التزام بتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية بمثابة قتل الاوزة التي تبيض ذهباً؛
- المتطلبات الدستورية والشروط القانونية التي تعطي للدولة الحق في الضريبة وتحصيلها في ظل التجارة التقليدية، تحكمها خصائص وأوضاع تختلف عن خصائص التجارة الالكترونية، تستدعي تغيير في مفاهيم ارتكازية للإخضاع الضريبي وإصدار تشريعات جديدة تحل المشاكل الجديدة؛
- جباية التجارة الالكترونية هدفها الوحيد هو رفع مداخيل الدولة وتشجيع البيروقراطية.

كما يرى أصحاب هذا الاتجاه أن إعفاء التجارة الالكترونية يحقق المزايا التالية:

- إن إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة يشجع رجال المال والمستثمرين على التعامل وعقد صفقات عبر شبكة الأنترنت؛
- كما أن عدم فرض الضريبة على المعاملات الالكترونية يؤدي إلى تجنب الازدواج الضريبي الذي قد يحدث بتطبيق أنظمة ضريبية مختلفة على نفس المتعامل.

**ثانيا: الموقف الثاني: إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة:** تمثلت أهم الحجج التي استند عليها أصحاب هذا الموقف في العناصر التالية:<sup>1</sup>

- أن جباية المعاملات تتدرج ضمن الالتزامات العامة للحكومة وكل من أهداف ومبادئ الضريبة؛
  - جباية التجارة الالكترونية هي ضرورة من أجل تعزيز تكافؤ الفرص الاقتصادية في التجارة العالمية؛
  - وضع نظام جبائي للتجارة الالكترونية يسمح بتفادي الازدواج الضريبي والتهرب والغش الضريبي؛
  - إعفاء المعاملات الالكترونية وإخضاع المعاملات التقليدية يعتبر إخلالاً بمبدأ العدالة الضريبية؛
  - تزايد حجم معاملات التجارة الالكترونية مع عدم إخضاعها من شأنه أن يضعف إيرادات الدولة.
- في هذا الصدد، عدة دراسات تم القيام بها لدراسة مدى تأثير عنصر الضرائب سواء على قرارات الاستثمار أو على قرارات المؤسسة وكذا على سلوكيات الأفراد، من بينها :

<sup>1</sup> M.. Stephen Crow, op-cit, p9.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

- أثبتت دراسة قامت بها **Economic Tax news** أن آراء الرأي العام حول إخضاع أو عدم إخضاع التجارة الالكترونية في الحقيقة تنقسم إلى نصفين متساويين 46 % من الأشخاص يرون بضرورة إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة و 49 % من الأشخاص يؤيدون رأي إخضاعها للضريبة.<sup>1</sup>
- دراسة **Goolsbee**: بعنوان في عالم بلا حدود: تأثير الضرائب على التجارة عبر الأنترنت، قدمت هذه الورقة البحثية تحليلاً تجريبياً حول تأثير الضرائب المحلية على قرارات الأفراد الشرائية عبر الأنترنت. أظهرت هذه الورقة أن مثل هذه الضرائب تؤثر في التجارة عبر الأنترنت.
- دراسة **Sharp John** : تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى الضريبة الافتراضية وما قد تسبب من مشاكل للدول، بحيث استبعدت هذه الضريبة الاعتماد على مبدأ الإقليمية وتم الإشارة إلى انهيار الأسس التقليدية في فرض الضريبة.<sup>2</sup>

كحوصلة عن أهم الدوافع المقدمة من طرف الاتجاهين نستعرض الجدول التالي:

### جدول رقم (1.2) : المبررات الداعمة لإخضاع أو إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة

الإخضاع الضريبي	الإعفاء الضريبي	أساس الضريبة
الاتفاقيات الدولية	خارج سيادة الدولة	السيادة
شبكة الأنترنت تحتاج لإقليم	عقد ما فوق الأممي (عالم )	العقد الاجتماعي
تتحكم الدولة في خدمة الأنترنت	التطور عالمي	التطور الطبيعي للدولة
الحماية القانونية من الجرائم الالكترونية	الخدمة غير مجانية	التوجه التبادلي
ترخيص لمزودي خدمة الأنترنت	العملية مؤمنة ببرامج حماية	التوجه التأميني
التجهيزات المادية توّفرها الدولة	الأرضية عالمية	التوجه الإنتاجي
استجابة لرغبة اجتماعية	الحاجة فردية	التوجه المنفعي
هيئة المراقبة والاشراف عمومية	يسيره القطاع الاقتصادي	السلطة الإدارية

المصدر: لعريوي عبد الرزاق، حيران محمد، الاتجاهات الضريبية على نشاطات التجارة الالكترونية وموقع النظام الجبائي الجزائري منها، كتاب جماعي حول واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم -التحديات والحلول-، 2020، ص:11.

<sup>1</sup> M.Stephen Crow, op-cit , p 9-11.

<sup>2</sup> Austan Goolsbee, **In a World without Borders: the Impact of Taxes on Internet Commerce**, Working Paper N° 6863, National Bureau of Economic Research, Cambridge, December 1998, p.p:1-29.

المطلب الثالث: الاتجاهات والجهود التنظيمية الدولية بشأن جباية التجارة الالكترونية

إن إشكالية جباية التجارة الالكترونية سواء من حيث الإجراءات التنظيمية أو طرق تطبيقها نوقشت ولازالت تناقش إلى يومنا هذا، فرغم أن العديد من الدول تبنت أنظمة مختلفة إلا أنه يتم تسجيل نقائص وثغرات تستدعي إعادة النظر فيها. فمن بين أهم الجهود والأعمال التي قدمت في مجال تنظيم جباية التجارة الالكترونية نذكر مايلي:

**أولاً: منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE:** انطلقت أعمال دراسة ومناقشة الشروط الرئيسية لجباية التجارة الالكترونية من طرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في نوفمبر 1997 في مؤتمر توركو بفرنلندا الذي كان عنوانه تفكك القيود نحو عالمية التجارة الالكترونية. في مؤتمر أوتاوا 1998 استمر البحث في موضوع جباية التجارة الالكترونية حيث تم تحديد أهم المبادئ الجبائية الواجب تطبيقها على التجارة الالكترونية من حيادية، الملاءمة، البساطة والمفهومية، الفعالية والمساواة والمرونة.

كما خرج الاجتماع بمجموعة من الشروط الواجب الامام بها وتوفّرها لجباية التجارة الالكترونية والتي تم استنتاجها انطلاقاً من مشاكل تطبيق المبادئ السابقة الذكر. تتمثل هذه العناصر فيما يلي:<sup>1</sup>

- ضرورة استعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة من طرف الإدارة الضريبية ومواكبة التطور الحاصل في المعاملات التجارية وهذا للتحسين المستمر في خدمة المكلفين.
- يجب أن تتوفّر المعلومات الضرورية والصحيحة لدى الإدارة الضريبية من أجل التعرف على المكلفين وتسيير وضعياتهم الضريبية؛
- يجب أن يتمكن النظام الضريبي من ضمان تحصيل الضريبة وأن يكون قادراً على ممارسة الرقابة على المكلفين؛
- تطبيق الضرائب على الاستهلاك ولكن هذا يستدعي اجماع دولي؛
- كما تطرقت المنظمة لضرورة تكييف الاتفاقيات الجبائية الدولية مع خصوصيات التجارة الالكترونية.

في سنة 2001 أصدرت المنظمة تقريراً يتضمن مجموعة من التوصيات حول تحديد مكان دفع ضريبة الاستهلاك وتخفيض أعباء تحصيلها، تحديد مجال الضرائب الدولية المباشرة وتوضيح مفاهيم حول الدخل والمنشأة الدائمة، مع الإشارة إلى ضرورة تحسين الإدارات الضريبية وتفعيل التنسيق الدولي.

<sup>1</sup> Comité des affaires fiscales de l'OCDE, Op-cit, p : 5.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

تعتبر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على رأس قائمة المبادرين حول تحقيق اتفاق دولي فيما يخص جباية التجارة الالكترونية. ففي سنة 2015، في إطار مشروع BEPS\* بقيادة مجموعة العشرين، قدمت المنظمة 15 اقتراحا يهدف إلى الإجابة عن مشاكل **تآكل الأساس الضريبي وتحويل الأرباح**. فقد تمثل الهدف الرئيسي لهذا المشروع في وضع مجموعة من القواعد الخاصة والموحدة بالإجماع وذلك لحماية الوعاء الخاضع مع توفير بيئة ضريبية واضحة وقابلة للتنبؤ. فقد كان الموضوع الأول المعالج يخص مواجهة التحديات الضريبية المطروحة في إطار الاقتصاد الرقمي.

في جانفي 2019، شاركت 129 دولة في المشروع BEPS للمنظمة وللمجموعة العشرين بهدف تكثيف الجهود لإيجاد حل طويل المدى بإجماع واتفاق دولي من خلال رسم برنامج عمل صودق عليه من طرف المجموعة 20.

كما أصدرت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية في هذا التاريخ، تقريرا حول دور المنصات الرقمية في جمع الرسم على القيمة المضافة TVA والضريبة على السلع والخدمات GST في المبيعات عبر الأنترنت، تضمن هذا التقرير إرشادات عملية موجهة للإدارات الضريبية لتصميم وتنفيذ الحلول المتاحة لإشراك المنصات الرقمية في جمع وتحصيل الضرائب على المبيعات بكفاءة وفعالية، فيما يخص التجارة الالكترونية للسلع والخدمات والسلع الغير مادية. وبالتالي تصبح هذه المنصات هي المسؤولة على الضريبتين المذكورتين سابقا المطبقتين على المبيعات التي قام بها موردون عبر هذه المنصات. كما جاء في هذا التقرير مجموعة من القواعد المتعلقة بمشاركة المعلومات وتحسين التنسيق بين الإدارات الضريبية والمنصات الرقمية<sup>1</sup>.

كما قامت المنظمة بالبحث عن الحلول الممكنة للتحديات الضريبية المسجلة جراء رقمنة الاقتصاد، تتمحور هذه الحلول حول إعادة مراجعة القواعد الجبائية المتعلقة بمقاربة الرابط *approche du lien* وتخصيص الأرباح *attribution des bénéfices*. كما تعلقت الأعمال بمدى مشاركة مستعملي الأنترنت، السلع الغير ملموسة والوزن الاقتصادي المعتبر<sup>2</sup>.

في نفس السياق، قدمت OCDE مجموعة من الاقتراحات لإصلاح الجباية الدولية للمؤسسات الرقمية، فقامت بإعطاء تعريف جديد للرابط الذي يصل بين المؤسسات والدولة التي تقتطع الضريبة. ما ينتج عنه تطبيق

\* Base Erosion and Profit Shifting,

<sup>1</sup> OECD, 'The Role of Digital Platforms in the Collection of VAT/GST on Online Sales', 2019, P:2.

<sup>2</sup> Nation unis, **rapport sur l'économie numérisée 2019, création et capitation de valeur : incidences pour les pays en développement**, 2019, P165.



## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

ضريبة على الشركات المتعددة الجنسيات التي تمارس نشاط عن بعد داخل عدة دولة أخرى، فهذه الأخيرة لها الحق في فرض ضريبة على هذا النشاط. اقترحت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التمييز بين الأرباح الروتينية الناتجة عن الأنشطة التقليدية والأرباح "المتبقية" الناتجة عن عائدات الترخيص أو العلامة التجارية. سيتأثر الدخل المتبقي فقط بهذه الضريبة الجديدة<sup>1</sup>.

اعتبارًا من 9 جويلية 2021، وقعت 132 دولة وسلطة قضائية على خطة جديدة ذات ركيزتين، تهدف إلى إصلاح القواعد الضريبية الدولية وتضمن أن الشركات المتعددة الجنسيات تدفع حصة عادلة من الضرائب أينما تمارس نشاطها. تجسدت هذه الأعمال والجهود في أعمال الإطار الشامل لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والمجموعة العشرين<sup>2</sup>. الذي سوف نتطرق له بالتفصيل من خلال عناصر البحث اللاحقة.

**ثانيا: التوجه الأمريكي:** بادرت الولايات المتحدة الأمريكية في إطار توجيهه استراتيجية التجارة الالكترونية، بتقديم مجموعة من التوجيهات الأساسية<sup>3</sup>:

- القطاع الخاص يجب أن يقود التجارة الالكترونية؛
  - يجب أن تتجنب الحكومة فرض قيود مفرطة على التجارة الالكترونية؛
  - إن تدخل الحكومة يكون إلا من أجل ضمان ودعم بيئة قانونية بسيطة، ومتسقة للتجارة الالكترونية؛
  - يجب أن تعترف الحكومة بخصائص الانترنت؛
  - التجارة الالكترونية عبر الانترنت يجب أن تلقى تسهيلات على المستوى العالمي.
- في سنة 1998 سنت أمريكا قانون الحرية الضريبية على الإنترنت internet Tax freedom Act أمضاه الرئيس بيل كلينتون، في إطار تشجيع والحفاظ على الإمكانيات التجارية، التعليمية والمعلوماتية للإنترنت. هذا القانون منع الفدراليات والولايات والحكومات من فرض ضرائب على الولوج للإنترنت internet access ويحظر القانون أيضا تطبيق ضرائب متعددة على التجارة الالكترونية. فالهدف الأساسي من هذا القانون هو ضمان

<sup>1</sup> La rédaction, **les enjeux soulevés par l'économie numérique**, <https://www.vie-publique.fr/eclairage/271118-fiscalite-les-enjeux-soulevés-par-leconomie-numerique>, publié le 25/10/2019.

<sup>2</sup> OCDE, **Relever les défis fiscaux soulevés par la numérisation de l'économie, Projet OCDE/G20 sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices**, juillet 2021, p : 3.

<sup>3</sup> Dale Pinto, **Taxation Issues in A World of Electronic Commerce**, Journal of Australian Taxation, July/August 1999, P:5.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

النمو المستمر للأنترنت ومنع الضرائب المتعددة أو التمييزية\* التي قد تعيق نمو المعاملات الالكترونية. وتم إنشاء لجنة استشارية تهتم بالتجارة الالكترونية<sup>1</sup>.

تم تطبيق هذا الحظر مبدئياً لمدة ثلاث سنوات وتم تجديد أو إعادة تطبيق قانون 1998 مرتين من طرف الرئيسين بوش وأوباما. لكن ومع التراجع الذي شهده الاقتصاد، زادت الحاجة إلى تحصيل إيرادات ما تطلب من الولايات إجبار تجار التجزئة على الأنترنت بتحصيل الضرائب على المبيعات.

أما فيما يخص فرض الضريبة على التجارة الالكترونية، فقد فرضت دول أمريكا اللاتينية كالبيرو والأروغواي ضرائب على المنتجات الرقمية. ففي سنة 2003 قام البيرو بتوسيع نطاق التعريف القانوني للأرباح التي مصدرها البيرو بإدراج التسديدات إلى الخارج المتعلقة بالخدمات الرقمية. أما الأروغواي فقد سن في 2017 قانون يحدد حصة أرباح المنصات الرقمية التي مصدرها الأروغواي.<sup>2</sup>

**ثالثاً: التوجه الأوروبي:** في مارس 2018 اقترح الاتحاد الأوروبي مجموعة من القواعد لجباية عادلة للتجارة الالكترونية، يفرض على المدى القصير، ضريبة 3% على الخدمات الرقمية، مقطوعة من رقم أعمال المؤسسات التكنولوجية الكبرى. أما على المدى الطويل، يتم التركيز على مفهوم "الحضور الرقمي المعترف" significant digital presence.

سنة بعد ذلك، في مارس 2019، الدول الأعضاء لم تكن متفقة بالإجماع على تطبيق ضريبة على الخدمات الرقمية. وتم الاتفاق على العمل على إيجاد حل شامل في 2020 تحت إشراف OCDE فغياب الاتفاق الدولي جعل بعض الدول تتبنى قواعد وإجراءات وتنظيمات خاصة بها، كالمجر، اسبانيا، إيطاليا، المملكة المتحدة وفرنسا.<sup>3</sup>

إلى جانب الجهود السابقة، دول أخرى في كل من آسيا وإفريقيا انتهجت نفس المسار، إذ تعد ماليزيا ثاني دولة بعد سنغافورا ضمن دول جنوب شرق آسيا التي طبقت قواعد جبائية على المنتجات الرقمية التابعة لموردين الأجانب. كما تقوم بعض الدول الافريقية بفرض ضرائب على التطبيقات والخدمات عبر الأنترنت مثل كينيا، تنزانيا وزامبيا....

\* الضرائب التمييزية يقصد بها تطبيق ضرائب حسب نوع السلعة أو مبلغها فقد يتم إعفاء بعض المعاملات الالكترونية من الضريبة، بينما يحدد سقف لاختصاص بعض المعاملات الأخرى وتفرض ضرائب على معاملات التجارة الالكترونية.

<sup>1</sup> Khalil Jarrar, **Tax implication of E-commerce Developments, Latest Actions of Leading Agencies and Tax Authorities**, Mid-Term Paper, Thomas Jefferson School of law, San Diego, 2012, p4.

<sup>2</sup> Nation unis, **rapport sur l'économie numérisée 2019, création et capitation de valeur : incidences pour les pays en développement**, op.cit, p165.

<sup>3</sup> Nation unis, **rapport sur l'économie numérisée 2019, création et capitation de valeur : incidences pour les pays en développement**, op.cit., p165.

حاولت العديد من الدول وتحاول سن قوانين وقواعد جبائية لتنظيم جباية التجارة الالكترونية فبعض الدول أدرجت قواعد تنظيمية لمحاولة تكييف أنظمتها الجبائية مع خصائص التجارة الالكترونية وأخرى أدرجت ضرائب جديدة خاصة بهذا النوع من المعاملات وهذا في غياب نظام جبائي عالمي شامل وفعال. فهذه المحاولات الفردية غالبا تعاني من صعوبات التطبيق وعدم التأكد.

### المبحث الثاني: مشاكل جباية التجارة الالكترونية

تواجه جباية النشاط التجاري الالكتروني والمعاملات الالكترونية في حد ذاتها مشاكل وتحديات عديدة خاصة وأن هذا المجال في تطور مستمر، إذ تجد التشريعات الجبائية صعوبات في مواكبة التطور السريع والمستمر للتكنولوجيا. من خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى أهم المشاكل المطروحة التي تعيق فرض ضرائب على التجارة الالكترونية وتبني أنظمة فعالة للجباية للتجارة الالكترونية.

### المطلب الأول: مشاكل وتحديات جباية التجارة الالكترونية

تثير معاملات التجارة الالكترونية العديد من المشاكل والتحديات وخاصة تلك التي تخضع جبايتها، سواء من حيث الجانب المفاهيمي والمبادئ الجبائية أو من حيث الجانب العملي في تطبيق القوانين الجبائية على التجارة الالكترونية. إذ يمكن حصر أهم هذه التحديات فيما يلي:

#### أولا: مشكلة الحصر الضريبي:

يظهر هذا المشكل انطلاقا من صعوبة تحديد المكلفين بالضريبة في المعاملات الالكترونية بسبب غياب الجانب المنظور من المعاملة وإنما يغلب عليها الطابع الافتراضي أو الرقمي. تأخذ التجارة الالكترونية أشكال مختلفة كما تمت الإشارة لها في الفصل السابق، حيث قد تتم التجارة الالكترونية بين المؤسسات التجارية، بين المؤسسات والمستهلكين أو بين المؤسسات والحكومة وتكون هذه الأشكال بين أطراف داخل الدولة أو بين دولتين مختلفتين.

- ففي حالة الشكل B to B تتم المعاملة عادة الكترونيا دون تبادل الوثائق، انطلاقا من تقديم الطلبات إلى الموردين وتسليم الفواتير وحتى تسديد العملية عن طريق الدفع الالكتروني. يطرح المشكل في هذا الشكل من المعاملات التجارية في صعوبة جمع وثائق الإثبات والمستندات وخاصة في حالة عدم تسجيلها بالدفاتر. كما قد لا تخضع هذه المعاملات للضريبة إذا كانت بين الباعين ولا يمثل أحد الطرفين مستهلكا.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

هذا ما يعرف بالتجارة الالكترونية المحلية، الذي يمكن تطبيق مبدأ الإقليمية عليه دون حدوث ازدواج ضريبي دولي.<sup>1</sup>

- حالة تجارة الكترونية بين مؤسستين من دولتين مختلفتين، إذ يتم التعامل بين المؤسستين عبر شبكة الأنترنت من عرض السلعة حتى عملية الدفع التي هي أيضا تتم الكترونيا. يعتبر هذا النوع كثير الانتشار. فقد يكون هذا النوع سهل الحصر في حالة كون السلعة تمر عبر المنافذ الجمركية، إذ يتم الحجز عن السلعة لحين فرض الرسوم الجمركية والضريبية عليها وبالتالي قد تكمن الصعوبة في أن معظم الوثائق والمستندات تم التعامل بها الكترونيا؛

- التجارة الالكترونية بين المؤسسة والمستهلكين، يشهد هذا الشكل انتشارا واسعا وسريعا بظهور المنصات الرقمية والمواقع الإلكترونية التجارية التي يتم من خلالها عرض السلع والقيام بإجراءات الشراء الكترونيا وحتى الدفع. فسهولة هذا النوع من المعاملات باعتبار أنه لا يتطلب التنقل لمكان البيع ويسمح بريح الوقت، جعل حجم المعاملات يتزايد بسرعة ما أدى إلى صعوبة حصرها والرقابة عليها من الناحية الضريبية. أما كون أحد أطراف المعاملة أجنبي يصعب تطبيق مبدأ الإقليمية ومعظم القواعد الجبائية التقليدية.<sup>2</sup>

- أما بالنسبة للتجارة الالكترونية بين المستهلكين أي C to C فلا تخضع للضريبة أيضا. من جهة أخرى يؤثر نوع السلعة في مدى إمكانية الحصر الضريبي للمعاملات، من حيث ما إذا كانت السلعة ملموسة أو غير ملموسة أو كانت خدمة (كالخدمات الاستشارية الالكترونية التي يقوم بها المهنيون كالأطباء والمحامون والمهندسون أو الخبراء). فالخدمات أو السلع الغير ملموسة لا تحتاج إلى كيان مادي لممارستها فتتم المعاملة الكترونيا بدون إجراء أي تسجيل على الدفاتر ودون ترك أي أثر مادي، وبالتالي يمثل هذا النوع من المعاملات أكبر تحد تواجهه جباية المعاملات الالكترونية.

### ثانيا: لتطور التكنولوجي السريع:<sup>3</sup>

تعتبر التجارة الالكترونية من أكثر مجالات التجارة تنوعا وديناميكية، فكبر حجم وتعدد المنتجات والخدمات

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص85.

<sup>2</sup> قندوز فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 86.

<sup>3</sup> علاو شهرزاد، شلابي عمار، مشاكل وتحديات جباية التجارة الالكترونية، الملتقى الوطني العلمي حول التجارة الالكترونية وسبل حماية المستهلك

الإلكتروني، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، يوم 16 و 17 ديسمبر 2019، ص: 7.

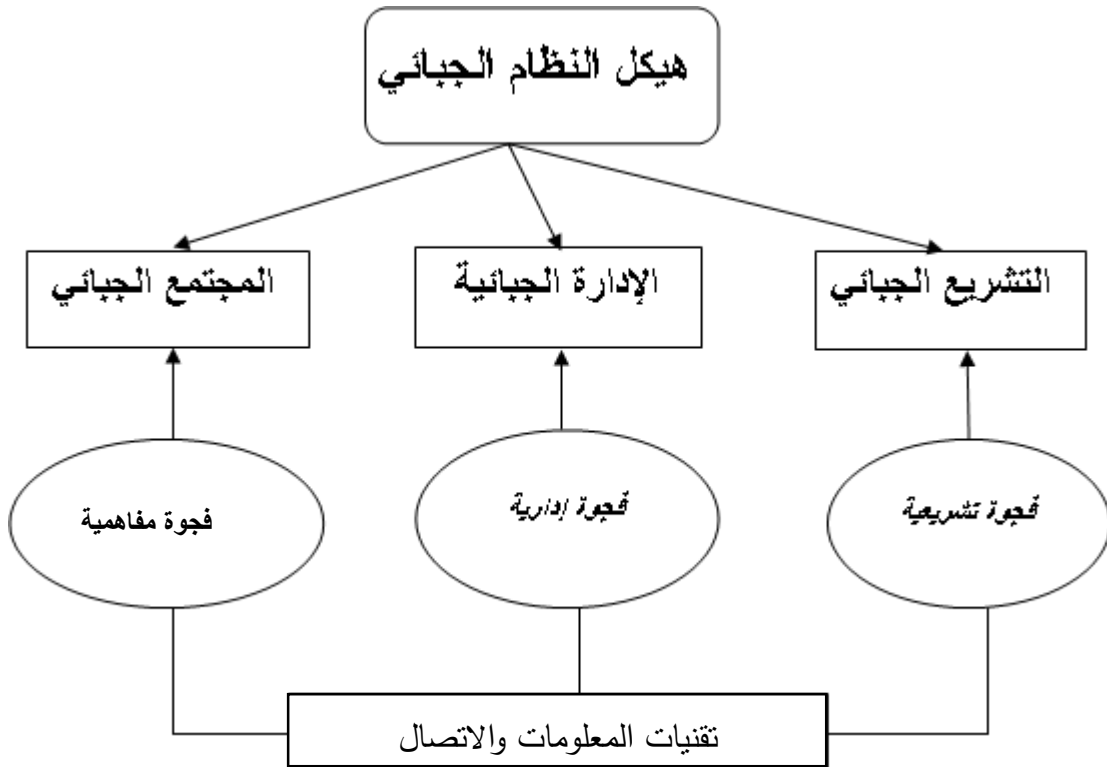
## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

أدى إلى صعوبة المعالجة الجبائية. هذه الخصائص التي تميز التجارة الالكترونية جعلت من مهمة جباية التجارة الالكترونية مهمة معقدة.

ثالثاً: نقص القواعد الجبائية المنظمة للتجارة الالكترونية:<sup>1</sup>

رغم الأعمال والجهود المستمرة من طرف الهيئات الدولية كالاتحاد الأوروبي، هيئة الأمم المتحدة ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، في مجال جباية التجارة الالكترونية من خلال تقديم اقتراحات تضمن الحفاظ على حقوق المتعاملين من جهة واحترام المبادئ الجبائية من جهة أخرى إلا أنه لم يتم الاتفاق على إطار دولي موحد، بل لازالت كل دولة تحاول تكييف نظامها الجبائي بصفة مستقلة. وهذا ما نتج عنه صعوبة تطبيق هذه القواعد وعدم كفاءتها. فعدم مرونة الجهاز الضريبي (اتجاه هذه المعاملات الالكترونية) وقصوره مقارنة مع مستجدات تقنيات المعلومات، يظهر القصور من خلال ثلاث (03) فجوات رئيسية هذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (1.2) : العلاقة بين هيكل النظام الجبائي وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات.



المصدر: رأفت رضوان وآخرون، الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، العدد02، الكويت، جويلية

2002، ص14.

<sup>1</sup> علاو شهرزاد، شلابي عمار، المرجع السابق، ص: 7.

**الفجوة التشريعية:** ظهرت هذه الفجوة نتيجة لقصور قواعد التشريع الضريبي التقليدية في معالجة المعاملات التجارية الالكترونية من مختلف جوانبها، ما استدعى إجراء تعديلات على هذه القواعد أو في حالات توجب صياغة تشريعات جديدة تتوافق مع المعطيات الجديدة التي جاءت بها التجارة الالكترونية.

**الفجوة الإدارية:** ظهرت هذه الفجوة في قصور الإدارة الضريبية أمام التجارة الالكترونية وأصبحت مهامها غير قابلة للتنفيذ كحصر المجتمع الضريبي وتحصيل الضرائب، خاصة في حالة عدم تطوير الكفاءات العاملة في الإدارة الضريبية وعدم تطوير أساليب العمل بإدراج الوسائل التكنولوجية الحديثة. **الفجوة المفاهيمية:** لقد جاء التعامل التجاري الإلكتروني بالعديد من المفاهيم الجديدة التي لم تكن في واردة من قبل ونرى أن هذه المفاهيم والمصطلحات تتغير وتتعدد باستمرار مع التقدم التكنولوجي فمن هذا المنطلق أصبح المحيط غير قادر على التحكم السليم في هذه المفاهيم ما أحدث خلافا في فهمها وأثر ذلك على صياغة وفهم القوانين الجبائية الخاصة بهذا النوع من المعاملات وغياب العدالة الضريبية.

#### رابعاً: الازدواج الضريبي ومشكلة من له حق الاخضاع:<sup>1</sup>

كما تظهر إشكالية مصدر الدخل ومن الدولة التي لها الحق في الاخضاع وما هو مقدار الاخضاع، في حالة ما إذا تمت المعاملة مع طرف أجنبي، ففي هذه الحالة يتم الاستناد إلى تعريف ومحددات المنشأة الدائمة، فالمنشأة أصبحت بإمكانها ممارسة نشاطها دون الحاجة لوجود كيان مادي وممثل مقيم يعرض السلعة أو الخدمة في دولة مصدر الدخل. ما جعل مفهوم المنشأة الدائمة يصبح فاشلاً في حصر الكثير من المعاملات، ما استدعى ادراج معايير أخرى تتلاءم مع مميزات المعاملات الالكترونية لكن هذه المعايير الجديدة مازالت محل جدل.

فنظراً لطبيعة المعاملات التجارية الالكترونية وخصائصها، وجدت الإدارات الضريبية صعوبات في تحديد الدولة التي تقع فيها عملية انتاج المعلومات أو السلعة ففي حالة قيام أحد مستعملي الأنترنت بنشر اهتماماته أو ميولاته في شبكة التواصل الاجتماعي، بالاشتراك في صفحة معينة فهو يساهم في خلق قيمة حيث أن معلوماته تستخدم في توجيه الإشهار، لكن الأرباح الناتجة لا يتم إخضاعها للضريبة في بلد المستعمل.

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 87.

ففي غياب قواعد دولية متفق عليها، ترى دولة مصدر الدخل أن لها الحق في إخضاع المتعامل الذي ينشط في التجارة الالكترونية، فتفرض عليه ضرائب على الدخل، كما ترى دولة موطن المنشأة أن لها الحق في إخضاع نفس المتعامل للضريبة، فتفرض عليه الضريبة مرتين، في دولة المصدر ومن طرف دولة الموطن، هذا ما يؤدي إلى حدوث ازدواج ضريبي الذي قد يؤثر سلبا في نمو التجارة الالكترونية.

**خامسا: صعوبة الرقابة الجبائية على المعاملات الالكترونية وعلى المكلفين بالضريبة:**

إن الرقابة الجبائية على نشاط التجارة الالكترونية يواجه عدة عوائق ومشاكل من أهمها: <sup>1</sup>

- إشكالية غياب الرقابة على كل التعاملات التجارية عبر الانترنت نظرا لكون هذه الشبكة غير خاضعة لسلطة مركزية؛

- سهولة إخفاء أو تغيير البيانات في الملفات الالكترونية يؤدي إلى تضليل الرقابة الجبائية وعدم مصداقيتها عكس التسجيل الورقي؛

- صعوبة الرقابة الجبائية للمنتجات الغير مادية (البرامج، المجالات الالكترونية،...الخ) التي لا تمر عبر الحواجز الجمركية للدول مما يصعب مراقبتها وفرض ضرائب عليها كما أن غياب التسجيل ووثائق الاثبات ومختلف الأدلة الورقية لحدوث الصفقة بين الأطراف كالفواتير ووصول التوريد أنقص من حجيتها كأساس لفرض الضريبة. كما أن استعمال الكمبيوتر الشخصي قد يزيد من صعوبة مراجعة كل المعاملات جبائيا من طرف الإدارات الضريبية.

- غياب تصور للقواعد الجبائية المنظمة للتعاملات التجارية الالكترونية؛

- تمتاز تكنولوجيا المعلومات الحديثة بإمكانية تشفير المعلومات بدقة عالية ( السرية) وهو أمر مفيد للعمليات التجارية، في حين أنه يعد عائقا أمام الرقابة الجبائية للتعاملات التجارية ( صعوبة تحديد اسم الخاضع للضريبة).

- ارتفاع تكاليف الأنظمة المعلوماتية systèmes de marquage التي تعتمد على الوسائل التقنية الضرورية والتي تسمح بتهيئة بيئة رقابة جبائية.

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

<sup>1</sup> M. Stephen Crow, opcit , p29.

سادسا: التهرب الضريبي: <sup>1</sup>

يفتح مجال التعامل في التجارة الالكترونية فرص عديدة للتهرب والغش الضريبي. فكما أشير إليه سابقا، غياب وثائق الاثبات والتسجيلات في المعاملات الالكترونية شجع من هذين الجريمتين. بالإضافة إلى إمكانية التهرب الضريبي في حالة استعمال شبكات خاصة intranet في الاقتصاد الرقمي. من جهة أخرى ومع انتشار الشركات المتعددة الجنسيات وتوزيعها في عدة دول قد يجعل المؤسسات تختار ممارسة نشاطها في الأنظمة الجبائية التي لا تطبق ضرائب على التجارة الالكترونية أو تطبق ضرائب ورسوم ضعيفة أو ما يعرف ب Tax optimization.

سابعا: صعوب توفير الحماية للهوية أو للخصوصية الفردية وكذا حماية العمليات المالية: <sup>2</sup>

إن تطبيق جباية التجارة الالكترونية يستدعي حماية المعلومات الشخصية المتداولة في النظام الجبائي المعتمد لضمان توفير نظام يحمي هوية المتعاملين يعتبر تحد من تحديات جباية التجارة الالكترونية. كما يلزم هذا النظام بضمان حماية العمليات المالية الجبائية من دفع للالتزامات أو تحصيلها من محاولات القرصنة الالكترونية.

فقد اقترحت الكثير من الدول فرض ضرائب على الخدمات أو السلع الرقمية بناء على موقع مستعمل الخدمة أو السلعة ما يتطلب الكشف عن العنوان الخاص بهذا المستعمل (IP address) ما يؤدي بالكشف عن أحد العناصر المتعلقة بخصوصية المستخدمين ما سيخلق مخاوف ومشاكل في تطبيق الضريبة.

المطلب الثاني: التهرب والغش الضريبي في التجارة الإلكترونية وطرق مكافحتها

يعتبر الغش والتهرب الضريبي من بين أكثر المسائل المتداولة في مجال جباية التجارة الالكترونية وخاصة مع تنامي المعاملات الالكترونية مقابل التأخر الكبير الذي تشهده التشريعات الجبائية لتأطير هذا النوع من التجارة. ما أدى بالكثير من الدول لرفع جهودها لحماية الأساس الضريبي من التآكل وبالتالي حماية إيرادات الخزينة.

<sup>1</sup> Pascal Perez, Internet, l'évasion fiscale à très haut débit, revue après demain, N°29, 2014, p :38.

<sup>2</sup> لعرويي عبد الرزاق، محمد حيمران، مرجع سبق ذكره، ص:12.



أولاً: مفهوم الغش والتهرب الضريبي: إن التهرب الضريبي قد يحدث باستغلال غموض أو ثغرات قانونية في قواعد لم يتم وضعها بإحكام ودقة<sup>1</sup>. ففي هذه الحالة لا يرتكب المتهرب مخالفة قانونية، فقد فتحت المنتجات الرقمية للمؤسسات منافذ سهلة تسمح لها بالتهرب من الضريبة. فالمؤسسات الناشطة عبر شبكة الأنترنت تعمل على خلق فضاء افتراضي بدون حدود أو قيود. إذ أن الشركات الناشئات start-up تعمل على البحث على أفضل الفرص في الدول الأضعف إخضاعاً لوكسمبورغ، إيرلندا، المجر، مالطا أو ضمن الجنات الضريبية. فأصبحت التجارة الالكترونية سبباً في خلق منافسة غير عادلة فمثلاً تدفع شركة Apple 2 سنتيم أورو عن كل قطعة موسيقية محملة كرسوم على القيمة المضافة في لوكسمبرغ، بينما يدفع منافسها 19 سنتيم أورو في دولة أخرى<sup>2</sup>.

أما بالنسبة للغش الضريبي هو تهرب مقصود أي يقوم المكلف بتقديم تصريح كاذب أو يمتنع عن التصريح كلياً وذلك باعتماده على سجلات وتقارير خاطئة في تحديد الوعاء الضريبي. إذ يعتبر مخالف للقانون ويعاقب عليه في حالة كشفه.

ساعدت العولمة في انتشار هذه الجريمة التي تلحق بخزينة الدول خسائر كبيرة فتتوعد الأشكال والأساليب المستخدمة في تجنب دفع الضريبة، ما أثار قلق واهتمام السلطات الضريبية وجعلها تعيد النظر في المبادئ الجبائية ومعايير الإخضاع التقليدية وفقاً لما تقتضيه التحديات الراهنة للتجارة الالكترونية.

ثانياً: أسباب التهرب الضريبي في التجارة الالكترونية : إن محيط التجارة الالكترونية يعد محيطاً مشجعاً للتهرب الضريبي وذلك لعدة عوامل من أهمها:<sup>3</sup>

- تزايد حجم المبيعات عبر الأنترنت دون فرض ضرائب مع غياب وثائق الإثبات يعيق السلطات في الرقابة على المعاملات الالكترونية ويمثل خسارة في إيرادات الدول ؛
- وجود الجنات الضريبية، حيث تتخذ العديد من الشركات هذه الدول (موناكو، أندورا، سويسرا، هونج كونغ،.....) موطناً لها للهروب من الأنظمة الجبائية الأكثر تعقيداً وإخضاعاً، فقد أثبتت الدراسات أن اللجوء إلى لوكسمبورغ وإيرلندا جعل الدول الأوروبية الكبرى تخسر ما يقدر بـ 5 مليار أورو من عوائد الرسم على القيمة المضافة في 2012؛

<sup>1</sup> بورنيسة عبد النور، حيمران محمد، تعقيدات النظام الضريبي وأثرها على التهرب الضريبي -دراسة حالة الجزائر-، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 06، العدد 01، جوان 2021، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، ص: 412.

<sup>2</sup> Pascal Perez, op-cit, p 37.

<sup>3</sup> Pascal Perez, op-cit, p38.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

- خدمة البنوك للتهرب الضريبي؛
  - نشر الوعي ضد التحصيل الضريبي للدولة وأثره على سلوك المكلفين؛
  - السرعة الفائقة لانتقال الأموال عبر الشبكات الالكترونية يجعل الرقابة على هذه الأموال جد صعبة؛
  - غياب برامج ودروس حول السلوك وأخلاقيات المهنة جعلت الأفراد لا يقبلون ضياع ولا سنتيم من أموالهم؛
  - غياب تشريع ضريبي متكامل يخص التجارة الالكترونية، فالثغرات القانونية التي تميز القوانين الجبائية تفتح لهم باب التهرب الضريبي بكل سهولة وأريحية وعدم التفكير في العواقب من عقوبات وغرامات، وهذا ما يؤثر سلبا على الموارد المالية لخزينة الدولة.
- بالإضافة إلى ما سبق قد تكون أسباب أخرى للتهرب الضريبي أكثر عموما كالوضع الاقتصادي للبلد من كساد أو رواج، الذي قد يكون له أثر على سلوك المكلفين اتجاه التزامهم بدفع الضرائب ودرجة تحملهم للعبء الجبائي.

**ثالثا: مجهودات الدول اتجاه التهرب الضريبي:** رغم الصعوبات والتحديات التي تواجهها جباية التجارة

الالكترونية إلا أن العديد من الدول اهتمت بمحاربة التهرب الضريبي في مجال الأعمال الرقمي عامة فمن بين المجهودات نجد:

- قامت اللجنة الأوروبية بتكليف فوج عمل مكون من خبراء ذوي كفاءات ومستوى عال في هذا المجال لمعالجة أهم الأسئلة المرتبطة بموضوع جباية الاقتصاد الرقمي. وقد قدم الفوج تقريرا نهائيا حول عمله بعد خمسة أشهر من العمل، في 28 ماي 2014 فقد تمثل هدف هذا العمل في المساهمة في رسم سياسة ضريبية على المستوى العالمي لمحاربة التهرب الضريبي وتوفير بيئة جبائية ملائمة للمؤسسات<sup>1</sup>.
- اهتمام منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي بموضوع جباية التجارة الالكترونية، فمن خلال أعمالها تحاول المنظمة إعادة تكييف المفاهيم الجبائية مع المميزات التي تفرضها التجارة الالكترونية كمفهوم المنشأة الدائمة. وتسعى لإيجاد حلول تسمح لكل دولة بوضع نظام ضريبي منسجم ومرتبطة وخال من التعقيد.
- القانون الذي سنه القانون الأمريكي FACTA (2014) الذي سمح للخزينة بطلب معلومات من البنوك حول العمليات المالية التي يقوم بها عملائهم خارج الولايات المتحدة الأمريكية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Commission européenne, **Fiscalité de l'économie numérique : le groupe d'experts de haut niveau présente son rapport final**, Communiqué de presse, Bruxelles, 2014, p :1.

<sup>2</sup> Pascal Perez, op-cit, p 38.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

هذه المحاولات لم تعطي نتائج واضحة وجباية عادلة فالمؤسسات الناشطة عبر الأنترنت وخاصة الكبرى منها مثل **GAF** مازالت تستفيد من فراغ الاتفاق الدولي في مجال جباية الاقتصاد الرقمي.

تواصلت جهود كل من منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والمجموعة العشرين إلى غاية سنة 2021 في وضع حلول دولية شاملة وباتفاق دولي، والتي سوف نتطرق إليها بالتفصيل من خلال العناصر اللاحقة.

إن من بين أهم وسائل الحد من التهرب الضريبي هو تطوير الوسائل التقنية وضرورة تحديث أجهزة الضرائب لكي تواكب التطور التكنولوجي أو البحث عن شكل آخر للإخضاع مختلف عن الضرائب التقليدية يكون سهل التحصيل ويحقق العدالة الضريبية في المجتمع.

### المبحث الثالث: أثر التجارة الالكترونية على الضرائب على الدخل وعلى الضرائب على الاستهلاك وأهم الحلول المقترحة

العديد من الإشكاليات والتساؤلات طرحت ولازالت تطرح في مجال جباية التجارة الالكترونية سواء المتعلقة بالضرائب على الدخل أو الضرائب على الانفاق، فقد حاولت العديد من الأعمال والجهود الدولية تقديم اقتراحات فيما يخص الحدود الجغرافية لأي معاملة الكترونية التي كانت واضحة في السابق في حالة التجارة التقليدية. في البداية قامت منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي بوضع المبادئ الأساسية لجباية التجارة الإلكترونية. استمر الجدل قائما حول فرض الضرائب الغير المباشرة فيما يخص كيفية وطرق تحصيل الرسم على القيمة المضافة المتعلقة بالمعاملات الالكترونية. أما بالنسبة للضرائب المباشرة فتطرح إشكالية ماهي المداخل التي يحق للدولة إخضاعها للضريبة (ماهي معايير الإخضاع) وما هو مقدار الإخضاع.

#### المطلب الأول: أثر التجارة الالكترونية على الضرائب على الدخل

كما تمت الإشارة إليه سابقا فإن أهم التحديات التي تواجه إخضاع المداخل تتمثل في مدى إمكانية تحديد الدولة التي لها حق الإخضاع من جهة وتحديد مقدار الدخل الخاضع للضريبة. يعتبر مفهوم المنشأة الدائمة stable establishment هو الدليل الوحيد فيما إذا كان نشاط معين له وجود تجاري كاف في دولة ما لتبرير إخضاعه للضريبة. لقد أصبح هذا المفهوم صعب التطبيق في إطار التجارة الالكترونية بظهور اختلافات في المعايير التي تحدده.

كما تناقش إشكالية إخضاع المداخل المتأتية من المعاملات الالكترونية من حيث المبدأ الذي تفرض على أساسه الضرائب، إذ نجد مبدئين هما مبدأ إقليمية الضريبة أو مبدأ عالمية الإيراد:<sup>1</sup> فاعتماد مبدأ إقليمية الضريبة يعني أن للدولة الحق في فرض الضريبة على كل الأشخاص والأموال التي تقع داخل حدودها الإقليمية بما فيها الأموال التابعة لأشخاص أو مؤسسات متواجدة في الخارج وفقا لسيادتها الضريبية.

#### أما عالمية الإيراد World Wide Income

فتعتمد الدولة التي تأخذ بمبدأ عالمية الإيراد على جنسية الشخص، بحيث يتم احتساب الدخل المكتسب من الخارج في الأساس الضريبي المحلي. فهو يمنح الدولة الحق في فرض الضريبة على جميع الدخل التي

<sup>1</sup> طواهر محمد التهامي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص: 8-9.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

يحققها الشخص من مصادر داخل دولته أو خارجها وتأخذ بهذا المبدأ معظم الدول الصناعية ومن أهمها الولايات المتحدة الأمريكية. أما الدول التي تأخذ بمبدأ الإقليمية فتعتمد على مصدر الدخل كأساس لفرض الضريبة، حيث لا تفرض الضريبة على الدخل التي تحقق من مصادر خارج حدود الدولة.

أولاً: مفهوم المنشأة الدائمة (الكيان الثابت) :<sup>1</sup> إن التحكم في مفهوم المنشأة الدائمة وكافة العناصر المرتبطة بها أمر ضروري لتحديد الأنشطة التي للدولة الحق في إخضاعها أو تخفيض الإخضاع وفقاً للاتفاقيات الجبائية أو إعفاؤها كلياً. فمفهوم المنشأة الدائمة يسمح بالفصل بشأن إخضاع مداخيل محققة من ممارسة نشاط صناعي أو تجاري من طرف البلد الذي يمارس فيه النشاط أو من طرف مقر المؤسسة.

فاستناداً للتعريف الذي جاء في الاتفاقيات الجبائية النموذجية لمنظمة التنمية والتعاون الاقتصادي، يتجسد مفهوم المنشأة الدائمة بوجود منشأة عمل ثابتة، والتي من خلالها تمارس المؤسسة كل أو جزء من نشاطها. من تحليل هذا التعريف، تم استنتاج مجموعة من الشروط لاعتبار نشاط معين كمنشأة دائمة. يمكن إيجازها فيما يلي:<sup>2</sup>

- وجود منشأة أعمال يعني ضرورة وجود محل مادي تملكه المؤسسة وتستخدمه لممارسة نشاطها. إذا قامت مؤسسة لدولة ما باستعمال منشأة أعمال في دولة أخرى لتأجير أصول عينية كالثبائيات والمعدات الصناعية، التجارية أو العلمية وكذا مباني أو أصول معنوية كبراءات الاختراع... هذه النشاطات تمنح للمنشأة صفة الكيان الثابت. أما في حالة ما إذا قامت المؤسسة بنفس النشاط لكن تقوم باستئجار منشأة أعمال في الدولة الأخرى، في هذه الحالة، هذه الثبائيات والمعدات لا تمثل في حد ذاتها منشأة دائمة للمؤسسة المؤجرة، إلا في حالة ما إذا وظفت هذه الأخيرة عمال مكلفين ليس فقط بتشغيل المعدات وصيانتها وإنما تفوق ذلك كاتخاذ القرارات بشأن عمل الثبائيات وتشغيلها، صيانتها تحت مسؤولية المؤسسة المؤجرة، في هذه الحالات يمكن أن يعتبر النشاط ليس بعملية تأجير بسيط وإنما هو نشاط للمؤسسة يمكن إعطاؤه صفة الكيان الثابت إذا كان شرط الدوام محقق.

- مصطلح ثابت permanent، يرتبط الثبات هنا حسب بعض المحللين بعنصرين، الأول مدى اتخاذ منشأة العمل لنفس الرقعة الجغرافية ولمدة كافية أي درجة معينة من الدوام والانتظام في ممارسة

<sup>1</sup> M. Stephen Crow, op-cit, p24.

<sup>2</sup> Nations unies, **Modèles de convention des Nations unies concernant les doubles impositions entre pays développés et pays en développement, Révision 2011**, Département des affaires économiques et sociales, New York, 2015, P.105.

النشاط مع مراعاة طبيعة نشاط منشأة الأعمال الذي قد يكون في بعض الأحيان موسمياً أو يتطلب وقت محدود ورغم ذلك فهذا النشاط يتعبر كياناً ثابتاً.

- الشرط الثالث لوجود المنشأة الدائمة الذي يشير إليه التعريف، هو مستوى وطبيعة نشاط المؤسسة (نشاط ذو طبيعة إنتاجية أو نشاط مساعد) فيكفي أن يكون النشاط مساهماً في طبيعة النشاط الرئيسي. فهذا الشرط هو غير محقق في حالة النشاطات التحضيرية أو المساعدة.<sup>1</sup>

أما بالنسبة للاتفاقية النموذجية لهيئة الأمم المتحدة فقد تطرقت إلا شرط آخر في الفقرة 14 يتعلق باستقلالية النشاط أين تم إلغاء هذا البند ضمن الاتفاقية النموذجية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إذ قامت الهيئة بإعطاء تعليمات للدول التي تريد إبقاء هذا الشرط ضمن اتفاقياتها الجبائية الثنائية. عامة يمكن الحديث عن منشأة دائمة حسب الاتفاقيات النموذجية، ليس على سبيل الحصر، في الحالات التالية:

- **مكان للإدارة أو مكتب فرعي:** يعبر مكان الإدارة عن المركز الفعال للحياة القانونية للشركة، وهذا قد لا يتطابق مع المكتب المسجل، كما يختلف عن مركز الاستغلال أين يتم تنفيذ العمليات التقنية التي تدخل ضمن موضوع الشركة. فمثلاً شركة من دولة لوكسمبورغ، لها مقر في فرنسا يمثل الإدارة التنفيذية والموظف الوحيد يقوم بتنفيذ جميع أعمال الإدارة للشركة كإنشاء المراسلات التجارية، تنفيذ العمليات البنكية، تتبع المدفوعات والمقبوضات والإدارة المالية والمحاسبية وبالتالي فهي تملك منشأة دائمة في فرنسا. يدخل في هذا الصدد مفهوم المقرات العامة والمكاتب الجهوية للمجموعات الدولية.<sup>2</sup>
- أما بالنسبة للمكاتب التي تقوم بنشاطات ذات طبيعة تحضيرية أو مساعدة وهي بعيدة عن الطابع الإنتاجي فهي لا تصنف ضمن مفهوم الكيان الثابت وإنما يتم استثنائها في معظم الاتفاقيات الجبائية.
- **مصنع أو منجم:** وردت المصانع والمناجم ضمن الاتفاقية النموذجية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بإعطائها صفة الكيان الثابت.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> M. Stephen Crow, op-cit, p24.

<sup>2</sup> بن حمدوش كريمة، الاضطلاع الضريبي لأرباح المنشآت الدائمة وفقاً لأحكام الاتفاقيات الجبائية الخاصة بمنع الازدواج الضريبي، مجلة دراسات جبائية، العدد 12، جوان 2018، ص150.

<sup>3</sup> Khalil Jarrar, op-cit, p6.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

- الفروع: تعتبر الاتفاقيات النموذجية الفروع أنها تشكل منشأة دائمة. بالإضافة إلى ذلك وبالرجوع إلى الاجتهاد القضائي الفرنسي فإنه يعتبر الفرع كيانا ثابتا إذا كان يملك درجة من الاستمرارية ودرجة من الاستقلالية وينفذ عادة عمليات تجارية<sup>1</sup>.
- موقع البناء أو التركيب حسب الاتفاقية النموذجية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فإن موقع البناء والتركيب يعتبر منشأة دائمة في حالة ما إذا تجاوزت مدته 12 شهرا. أما نموذج هيئة الأمم المتحدة فإنها أضافت تفاصيل أخرى حول هذا البند واعتمدت فترة 06 أشهر أو 03 أشهر عوض 12 شهرا<sup>2</sup>.
- وكل نشاط غير بعيد عن التحقيق الفعلي للأرباح<sup>3</sup>.
- في المقابل، بعض النشاطات تأخذ صفات منشأة الأعمال الدائمة لكن تم أقصاؤها من قائمة الكيان وهي:<sup>4</sup>
  - المنشآت التي تستعملها المؤسسة لتخزين أو عرض أو تسليم بضاعتها؛
  - مخزون البضائع الذي تملكه المؤسسة والموجه فقط للتخزين، الاستغلال أو للتسليم؛
  - مخزون البضائع الموجه للتحويل لحساب مؤسسة أخرى؛
  - المنشأة التي تستعمل فقط لممارسة أنشطة مساعدة أو تحضيرية.
- في حين أنشطة أخرى لا تتوفر على الشروط المادية لوجود الكيان الثابت لكنها تصنف ضمن قائمة الكيان الثابت كمؤسسات التامين.

**ثانيا: المنشأة الدائمة والتجارة الالكترونية:** كما رأينا سابقا فإن المنشأة الدائمة تمثل المعيار الذي يسمح للدولة بإخضاع أرباح مؤسسة أو متعامل ما للضريبة عند ممارستها لنشاط تجاري داخل حدودها وتتوفر فيها شروط نشوء المنشأة الدائمة. لكن التجارة الالكترونية لا تستدعي الوجود المادي الذي كان مرتبطا بمفهوم المنشأة الدائمة في التجارة التقليدية وبالتالي أصبحت شروط نشوء المنشأة الدائمة ليست كلها محققة في التجارة

<sup>1</sup> بن حمدوش كريمة، مرجع سبق ذكره، ص151.

<sup>2</sup> Nations unies **Modèles de convention des Nations unies concernant les doubles impositions entre pays développés et pays en développement, Révision 2011**, op.cit, p :108.

<sup>3</sup> Khalil jarrar, op-it, p06.

<sup>4</sup> Imane, K. **L'inadaptation des principes de la fiscalité au commerce électronique The inappropriateness of the principles of taxation to electronic commerce**. Revue Algérienne des Sciences Juridiques , Politiques et Economiques , N°02, 2019, P18.

الالكترونية فأصبحت الدول غير قادرة على إخضاع بعض الأرباح المتأتية من هذه المعاملات الالكترونية للضريبة.

ففي غياب التشريع الضريبي المسير للتطور الحاصل في الاقتصاد الرقمي وانتشار المعاملات التجارية الالكترونية الذي أدى إلى نمو حجم الأرباح المحققة، استدعت الحاجة إلى مراجعة القواعد الجبائية التقليدية والتأكد من مدى توافقها مع الأوضاع الجديدة وكيف يمكن تحديد ما إذا كانت هذه الأنشطة قابلة للإخضاع الضريبي.

فمن بين أهم المفاهيم والعناصر التي جاءت بها التجارة الالكترونية، والتي هي محل للنقاش من جانب التشريع الجبائي، القيام بعمليات البيع والشراء ومختلف المعاملات التجارية من خلال مواقع إلكترونية وباستعمال خوادم des serveurs. فالسؤال المطروح هل يمكن لهذه العناصر أن تشكل كيانا ثابتا خاضعا للضريبة؟ قبل مناقشة هذا السؤال انطلقا من أعمال المنظمات الدولية ومبادرات دولية أخرى، سنستعرض مفهوم كل عنصر والفرق بينهما.

**1. الموقع الإلكتروني:** الموقع الإلكتروني هو تشكيلة من البرامج والمعلومات الالكترونية أين يتم من خلاله عرض المنتجات المبيعة وتسيير المخزون والطلبات (من استقبل الطلبات ارسال الفاتورة وعرض مختلف وسائل الدفع) فهو يمثل همزة وصل بين المؤسسة والزيون.<sup>1</sup> الموقع الإلكتروني هو عنصر غير مادي يضمن تسيير عملية الشراء أو البيع انطلقا من عرض المنتجات والتقديم الإلكتروني للطلبية حتى ارسال الفاتورة واختيار طريقة الدفع. إذ أنه متاح ويمكن الولوج إليه في أي مكان. يخزن الموقع الإلكتروني بما فيه من معلومات داخل خادم أو مجموعة من الخوادم.

**2. الخادم un serveur** أو السيرفر عبارة عن جهاز كمبيوتر له مواصفات خاصة وحجم خاص قادر على العمل لمدة تصل إلى عام دون الحاجة إلى إيقافه والخادم له مواصفات جبارة لكي يقوم بعمل المهام المطلوبة منه والقدرة الخاصة على تحمل العمل لفترة طويلة ويتم تخصيص هذا الجهاز للقيام بمهام محددة لخدمة باقي الأجهزة المتصلة بنفس الشبكة او الاتصال به عن بعد وإن كانت ليست على نفس الشبكة المتصل بها الخادم.<sup>2</sup> تتمثل مهمته في استضافة hébergement مواقع الأنترنت بالإضافة إلى إدارة الموارد المعلوماتية الموجودة في الشبكة مثل أجهزة الحاسوب والآلات الطابعة والهواتف. فالخادم هو شيء

<sup>1</sup> Kheider iman, op.cit., p18,19.

<sup>2</sup> <https://afdlhost.com/what-is-server/> consulté le 21/03/2021, 15 :12.



## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

مادي يستعمل لتخزين البيانات والمعلومات ويسمح بالاطلاع عليها. حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، الخادم يمكن أن يشكل كيانا ثابتا باعتبار أنه يتميز بالثبات، ما يعطي الحق لدولة ما إخضاع الأرباح المحققة من طرف مؤسسة تمارس نشاط من خلال هذا الخادم.

في سنة 2001 توصلت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إلى التفريق بين معدات الاعلام الالي (serveur) وكل من المعلومات والبرامج المخزنة والمستعملة لتشغيل هذه المعدات. وانطلاقا من تعريف الكيان الثابت، تم وضع مجموعة من القواعد تسمح بتحديد مفهوم الكيان الثابت في المعاملات التي تحدث عبر الأنترنت:<sup>1</sup>

- موقع الأنترنت لوحده لا يمكن أن يمثل كيانا ثابتا؛
  - عموما، لا تؤدي اتفاقية استضافة موقع الكتروني إلى نشوء منشأة دائمة للمؤسسة التي تمارس نشاطات تجارية عبر هذا الموقع؛
  - لا تعتبر المؤسسات التي تقدم خدمات عبر الأنترنت كمنشأة دائمة بالنسبة للمؤسسات التي تقدم لها خدماتها؛
  - يمكن لموقع يتضمن معدات الاعلام الالي كالخادم serveur، في البعض الحالات، أن يشكل كيانا ثابتا، بشرط أن لا تكون الأنشطة الممارسة ذات طبيعة مساعدة أو تحضيرية.
- فمن خلال هذه التوجيهات المقدمة من طرف المنظمة يمكن للخادم أن يشكل منشأة دائمة باعتبار أنه يتميز بالثبات، ما قد يعطي الحق لدولة ما أن تخضع أرباح المؤسسات التي تمتلك خادما على ترابها للضريبة والتي تمارس من خلاله نشاطا تجاريا.

ومن بين النتائج التي خلص لها التقرير، أن معظم الأرباح المتحققة من استخدام البرامج الجاهزة والأصول الغير ملموسة، يجب أن تنسب إلى المالك الاقتصادي Economic owner لا المالك القانوني لهذه الأصول.

يعاب حل التعامل مع موقع الأنترنت كمنشأة دائمة بأمر سلبي وحيد باعتبار أن يمكن الوصول إليه في أي مكان في العالم طالما أن هناك بنية تحتية للاتصالات في بلد العميل. سيتم الاعتراف بالمنشأة الدائمة في كل

<sup>1</sup> Centre de politique et d'administration fiscales CPAF, OCDE, **Les règles actuelles d'imposition des bénéficiaires industriels ou commerciaux prévus par les conventions conviennent-elles au commerce électronique ?** Rapport final, 2004, p :25.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

بلد، فيصبح للشركات عدة التزامات ضريبية ، وهذا ما قد يخل بمفهوم المنشأة الدائمة الذي يهدف إلى تجنب الضرائب العالمية غير المتكافئة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: أثر التجارة الالكترونية على الضرائب على الاستهلاك

في نفس سياق المطلب السابق، نواصل دراسة أثر التجارة الالكترونية على الإخضاع الضريبي ونخص هنا الرسم على القيمة المضافة والضرائب على الاستهلاك الأخرى من خلال دراسة أهم التساؤلات والاشكاليات المطروحة وعرض بعض الحلول المقترحة.

في الفكر التقليدي، تطبيق الرسم على القيمة المضافة مرتبط أساساً بمبدأ الإقليمية فالمكلف بهذا الرسم هو المستهلك النهائي المتواجد داخل حدود دولة ما والتي يتم تحصيلها من طرف بائعي السلع والخدمات، ويمثل مبلغ هذه الضرائب والرسوم الغير مباشرة جزءاً من سعر بيع السلعة أو الخدمة المشتراة. بصفة عامة هناك صنفين من الضرائب على الاستهلاك:<sup>2</sup>

- الضرائب على السلع والخدمات التي تتمثل في الرسم على القيمة المضافة وما شابهها من رسوم في مختلف الدول أو الضرائب على المبيعات؛
- الضرائب المفروضة على السلع والخدمات من رسوم جمركية ورسوم الاستيراد والرسوم المطبقة على سلع وخدمات معينة (كالضرائب على خدمات التأمين والخدمات المالية).

فمع ظهور التجارة الالكترونية طرحت إشكاليات عديدة في هذا المجال وهذا باختلاف طبيعة كل من الأصول التي يقوم عليها الاقتصاد الرقمي واختلاف طبيعة السلع والخدمات المتداولة عن تلك التي يقوم عليها الاقتصاد التقليدي، فهذه الاختلافات ينتج عنها حتماً اختلاف في طبيعة الثروة وسوف تكون لها انعكاسات مهمة على القيمة المضافة وبالتحديد عوامل خلق القيمة المضافة. من جهة أخرى نلاحظ اختلافات أخرى في طبيعة التكاليف وحجمها في الأنشطة الرقمية فغالبا ما تكون تركيبة التكاليف تغلب عليها التكاليف الثابتة وانخفاض التكاليف مقارنة بالأنشطة التقليدية. فهذه المفاهيم الجديدة التي جاء بها الاقتصاد الرقمي لها أثر على القواعد والقوانين الضريبية ومن ثم الإيرادات الضريبية للدول.

<sup>1</sup> Frédéric Huet : **la fiscalité du commerce électronique**, édition : LITEC fiscal 2000, page 31.

<sup>2</sup> OCDE, **Relever les défis fiscaux posé par l'économie numérique, Chapitre2 : principes fondamentaux en matière de fiscalité**, 2014, P 44.

فضلا عن ذلك، يمثل التمركز السوقي للمنصات الرقمية، عاملا مهما في توزيع القيمة المضافة ومن ثم الأوعية الضريبية بين الدول<sup>1</sup> وتظهر على هذا المستوى الإشكاليتين التالية: ما هي الدولة التي لها الحق في فرض هذه الضريبة؟ ما هي طرق تحصيلها؟.

أولا: إشكالية الدولة التي لها حق الإخضاع ومختلف الاقتراحات: قبل الحديث عن إشكالية تطبيق الرسم على القيمة المضافة، تجدر الإشارة إلى حصر طبيعة معاملات التجارة الالكترونية التي تطرح هذه الإشكالية، ففي حالة المعاملات التي تتم داخل الدولة سواء كانت بتبادل سلع مادية أو سلع وخدمات رقمية يعطي لها الحق في فرض الضريبة ولا تطرح الإشكالية. أما في حالة التجارة الالكترونية على المستوى الدولي فيجب التمييز بين نوعين من السلع:

- سلع مادية، كثيرة التداول في إطار التجارة الدولية أين أصبح بإمكان البائعين تسويق سلعهم في مختلف أسواق العالم دون الحاجة للتنقل وتحمل تكاليف إضافية لدخول أسواق جديدة. نتيجة لذلك تعين على السلطات الجمركية التعامل مع تدفقات هائلة من السلع وبشحنات صغيرة. عموما السلع الملموسة، لا تثير إشكالية الإخضاع بحيث أنها تتعدى الحواجز الجمركية فيمكن فرض الضريبة عليها وتحصيلها أثناء عبور تلك السلع الحدود الإقليمية للدول، كما أنه عمدت بعض الدول لإعفاء الإرساليات الصغيرة من الضريبة، إلا انها تطرح بعض الإشكاليات في التسيير الجبائي باعتبار أن تداول السلع الملموسة عبر الأنترنت أدى إلى تقليل عدد الوسطاء من جهة وظهور وسطاء من نوع جديد من جهة أخرى كمزودي الخدمات، خدمات استضافة مواقع الويب وخدمات المصادقة....

- سلع وخدمات رقمية لا تظهر في صورة مادية فلا تمر عبر الحواجز الإقليمية للدول، حيث تسلم الكترونيا مما يصعب تسجيلها أو مراقبتها على الحدود، فهذا النوع يطرح إشكاليات عديدة وهي:

- إشكالية تصنيف المعاملات : ففي إطار التجارة الالكترونية قد نجد خدمات غير ملموسة و سلع تطلب وتحمل عبر شبكة الأنترنت ولها محتوى ذو قيمة مثل البرامج، الكتب، الجرائد، التسجيلات الموسيقية فهي عبارة عن سلع افتراضية تختلف عن طبيعة السلع التقليدية.

- إشكالية تحديد مكان الاستهلاك: ان الاختلاف في طبيعة السلع والخدمات المتداولة عبر الأنترنت من الخدمات التي قد تأخذ الطابع الغير مادي كالخدمات التعليمية، الثقافية أو التسلية، عندما

<sup>1</sup> محمود محمد الدمرداش، مكافحة التجنب الضريبي لأنشطة الاقتصاد الرقمي في النظام الضريبي المصري والسعودي بالتركيز على ضريبة الدخل والقيمة المضافة، كلية الشريعة والقانون بدمهور، جامعة الأزهر، ص : 19.

تقدم عبر الأنترنت وخدمات أخرى ظهرت مع ظهور التجارة الالكترونية كخدمات الاشتراك في شبكات الأنترنت، خدمات استضافة المواقع الالكترونية وخدمات تحميل البرامج...، هذا الاختلاف مقارنة بالتجارة التقليدية قد يصعب فيه تحديد مكان الاستهلاك بدقة وهذا راجع لطبيعة هذه الخدمات.

- إشكالية تحديد مكان أطراف المعاملة : الذي يسمح بمعرفة مكان اخضاع الخدمات الالكترونية أو الغير مادية وتحديد الدولة التي لها حق الإخضاع.
  - الفوترة الإلكترونية: الفاتورة الإلكترونية هي فاتورة ترسل، تستلم وتحفظ في شكل الكتروني فاستعمال هذه الوثيقة يتطلب وجود نظام يضمن مصداقية الفاتورة l'authentification، مفهوميتها وسلامة محتواها. ورغم الأهمية المزدوجة للفاتورة، فهي تمثل وسيلة إثبات تبرر حق المؤسسة في الخصم من جهة ووثيقة تعتمد عليها الإدارة الضريبية في ممارستها للرقابة الجبائية من جهة أخرى، لم يتم بعد إعطائها شكلا قانونيا في العديد من التشريعات.
- كما يطرح مشكل كيفية تحصيل الضريبة في هذه الأوضاع.

من ناحية أخرى، يظهر شكلين للضرائب على المبيعات، عموما يتم فرض ضرائب على المبيعات في موطن الزبون (دولة المقصد)، لكن بعض الدول الأخرى تفرض الضريبة في موطن مزود الخدمة (دولة المنشأ). فغياب الاتفاق الدولي في هذا الشأن قد ينشأ عنه العديد من المشاكل والتجاوزات أهمها الازدواج الضريبي والتهرب الضريبي فكل دولة تعد حرة في تطبيق الضرائب على حدودها حسب مبادئ قانونها الجبائي.

ثانيا: معيار دولة المقصد (دولة المستهلك) : يتفق هذا المعيار مع القواعد الضريبية التقليدية إذ يتحمل المستهلك العبء الضريبي، فتكون دولة المقصد هي من تملك حق الاخضاع للضريبة أي الدولة التي تم فيها الاستهلاك النهائي للمنتوج أو الخدمة ويتم إخضاع المعاملة إلى الضرائب والرسوم حسب قانون دولة المقصد مهما كانت تلك المتعلقة ببلد المصدر.

فطبيقا لهذا المعيار، دولة المقصد في حالة الخدمات والسلع الغير مادية هي الدولة التي استهلك فيها الزبون الخدمة أو السلعة بغض النظر عن مكان إبرام أو إمضاء العقد، مكان الدفع او موقع المورد أو مزود الخدمة أو مكان الزبون في وقت التسليم<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Kheider Iman , op.cit., P20,21.

- اتفقت العديد من الدول على هذا المبدأ، كما أيده العديد من الباحثين من بينهم Melure الذي قدم اقتراحا لمراجعة نظام ضريبة المبيعات الأمريكي، تضمن اقتراحه العناصر التالية:<sup>1</sup>
- قاعدة ضريبية متماثلة لجميع الأعمال بما فيها التجارة الالكترونية والتقليدية؛
  - اغاء جميع المشتريات والتجار الذين لا تتجاوز مبيعاتهم مبلغا معيناً؛
  - الطلب من البائعين على شبكة الأنترنت تسجيل أسماءهم ومبيعاتهم لدى الولايات التي يقيمون فيها؛
  - وجود إطار قانوني متماثل.

في المقابل ورغم قبول العديد من الأنظمة لهذا المبدأ إلا انه يعاني من صعوبات التطبيق أهمها:<sup>2</sup>

- صعوبة حصول البائعين على معلومات حول هوية وموطن الزبون أو المستهلك في حالة التجارة الالكترونية فاستعمال الأنترنت والوسائل التكنولوجية يسمح للمشتري بإخفاء مكانه الحقيقي إما بداعي الخصوصية أو تجنباً للضريبة.
- احتمال تصريح الزبون أنه ينتمي إلى دولة تعفي المبيعات من الاخضاع الضريبي؛
- تطبيق هذا المعيار يحمل البائعين عند أدائهم لالتزاماتهم الضريبية، أعباء مرتفعة وذلك عند قيامهم بتحديد دولة المقصد بدقة وتقييم مقدار الاستهلاك في مختلف الدول والتشريعات. كما يضع الإدارة الضريبية أمام صعوبات في تحديدها للعمليات الخاضعة والرقابة عليها.<sup>3</sup>
- قد تواجه المؤسسات العالمية أنظمة مختلفة للرسم على القيمة المضافة في مختلف التشريعات.

كما يصعب تطبيق هذا المعيار في حالة التوسع الجغرافي للمؤسسات التي تنشط في التجارة الالكترونية وبالأخص في تحديد موطن المستهلك فمثلا في حالة ما إذا كانت مؤسسة جزائرية تبرم عقد بيع مع مؤسسة فرنسية لتقديم خدمات استشارية لفروعها بتونس، فالإشكالية المطروحة ما هو بلد المقصد؟ هل هو فرنسا التي تمثل الدولة التي يوجد فيها موقع إدارة المؤسسة الزبون، أو هو تونس مكان تواجد الفروع أين تم الاستهلاك الفعلي للخدمات؟

نستخلص مما سبق أن نجاح هذا المعيار يستلزم وضع نظام الكتروني يسمح للبائع الغير مقيم من التحقق من صحة أرقام التسجيل الضريبي لضريبة القيمة المضافة للمشتريين. كما يجب أن توفر أنظمة الاخضاع

<sup>1</sup> إبراهيم كامل الشوابكه، مرجع سبق ذكره، ص 520.

<sup>2</sup> إبراهيم كامل الشوابكه، المرجع السابق، ص 521.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

لرسم على القيمة المضافة إمكانية تحديد دولة الاخضاع للسلع والخدمات والمنتجات الغير ملموسة المتبادلة دوليا بين المؤسسات أو بين المؤسسات والمستهلك النهائي. فرغم اتفاق العديد من الدول على تطبيق هذا المبدأ إلا أنه صعب التطبيق في شروطه هذه وتستمر محاولات إضافة تعديلات لهذا المعيار.

في نفس الإطار، قامت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بوضع مجموعة من المبادئ والتوجيهات فيما يخص الرسم على القيمة المضافة في المعاملات الدولية وتطرت إلى حالة الخدمات والسلع الغير ملموسة. وخصت هذه التوجيهات معيار دولة المقصد والتي نلخصها في النقاط التالية:<sup>1</sup>

- عموماً، بالنسبة للخدمات بين المؤسسات، الدولة التي لها حق إخضاع السلع الغير ملموسة والخدمات المتبادلة دولياً هي الدولة موطن الزبون الذي يعتبر مكان الاستعمال المهني ويملك الزبون في هذا البلد تواجد تجاري دائم.

- يتم تحديد هوية الزبون انطلاقاً من الاتفاق أو العقد التجاري l'accord commercial المبرم بين المؤسستين فهو يساعد كل من المورد أو مزود الخدمة، الزبون والإدارة الضريبية في التعرف على طبيعة المعاملة وعلى هوية الأطراف المتدخلة بالإضافة إلى حقوق والتزامات كل طرف. كما يختلف مضمون العقد التجاري من دولة إلى أخرى لكنه يمثل مصدر هام للمعلومات بالنسبة للإدارات الضريبية والمؤسسات. لا ينحصر شكل العقد التجاري في الوثائق الورقية، بل يمكن أن تأخذ المعلومات شكلاً إلكترونياً كالبريد الإلكتروني، طلبات الكترونية، دفع الكتروني.... كما قد تكون في أشكال أخرى مختلفة.

- في حالة ما إذا تواجدت المؤسسة الزبون في عدة دول *entreprise à implantations multiples*، يعود حق الاخضاع إلى الدولة أو الدول التي استعملت أو استهلكت فيها الخدمة أو المنتج الغير ملموس. كما تطرق تقرير المنظمة إلى ثلاث طرق ممكنة لتحديد مستعمل الخدمة أو المنتج الغير ملموس والمتمثلة في: طريقة الاستعمال المباشر، طريقة الخدمة المباشرة، طريقة إعادة الفوترة؛

<sup>1</sup> OCDE, **Principes directeurs internationaux pour la TVA/TPS**, Editions OCDE, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264272958-fr>, 2017, p54-57.

\* وفق طريقة الاستعمال المباشر يعود حق الاخضاع إلى منشأة الزبون التي استعملت الخدمة. في حالة توفر هذه المعلومة ضمن العقد التجاري تعتبر هذه الطريقة سهلة التطبيق، أما في حالة ما إذا كان المورد لا يعلم أين تقع المنشأة التي تستعمل الخدمة أو المنتج وغياب ذلك ضمن العقد التجاري، تصبح هذه الطريقة صعبة التطبيق. وفق طريقة الخدمة المباشرة، الدولة التي لها حق الاخضاع هي الدولة التي تقع فيها منشأة الزبون التي قدم فيها المورد الخدمة أو المنتج الغير ملموس. هذه الطريقة سهلة التطبيق في حالة التسليم الفيزيائي كخدمات التكوين أو الاطعام. أما بالنسبة لطريقة إعادة الفوترة، فنفرض على المؤسسة الزبون إعادة فوترة تكلفة حصولها على الخدمة أو المنتج الغير ملموس من طرف المورد الأجنبي، وفق اتفاقيات إعادة الفوترة الداخلية، هذه الطريقة ينصح بها في حالة الاستعمال المتعدد للخدمة بالاعتماد على القواعد الضريبية والمحاسبية السارية.

ثالثاً: معيار دولة المصدر (المنشأ):<sup>1</sup> هذا المعيار لا يلقى اهتمام العديد من الدول. يعتمد أساساً على تحصيل الضريبة على مستوى مختلف التشريعات التي تم فيها خلق للقيمة المضافة. فقد تم اقتراح فرض الضريبة على أساس المصدر حيث نقطة البيع الأولى نظراً للصعوبات التي لاقها معيار الاخضاع وفق دولة المقصد. وفق هذا المعيار يقوم البائع بتحديد مقدار الضريبة، يحصلها ويحولها للإدارة الضريبية المحلية. تكمن ميزة هذا النظام في بساطته الإدارية، فالبائعون يتعاملون مع إدارة ضريبية ومع نظام ضريبي واحد.

تتمثل نواقص هذا المبدأ فيما يلي:

- يتعارض هذا المعيار مع أن الضرائب على المبيعات تمثل ضرائباً تفرض على الانفاق أي تقع على عاتق دولة الاستهلاك للسلع والخدمات ولا تفرض من قبل دولة الإنتاج؛
- يخلق تطبيق هذا المعيار على معاملات التجارة الالكترونية منافسة ضريبية، فيختار تجار التجزئة الدولة التي لا تفرض ضرائب من هذا النوع ما قد ينشأ عنه تنافس عدواني وسرعة حركة رأس المال المستثمر في التجارة الالكترونية مقارنة مع ذلك في التجارة التقليدية.

#### المطلب الثالث: أهم الحلول المقترحة

لقد تعددت واختلفت الحلول والاقتراحات فيما يخص جباية التجارة الإلكترونية، سواء من حيث إجراءات وأساليب الاخضاع، تحديد الدولة التي لها حق الاخضاع، معدلات الاخضاع، طرق التحصيل وكذا الاستثناءات الواردة. فقد تولدت عن هذا الاختلاف والجدل العديد من الأنظمة والممارسات في مجال الأعمال. فيما يلي نذكر أهم اقتراحات المنظمات الدولية إلى جانب أبرز أساليب فرض الضريبة:

#### أولاً: المنشأة الدائمة الإلكترونية (الافتراضية):<sup>2</sup>

هذا المفهوم الذي اقترح من طرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية كبديل يطبق على معاملات التجارة الالكترونية. هدفه تقديم معيار جديد، يقتضي أن مؤسسة ما لها وجود اقتصادي معتبر ومستمر داخل دولة ما يسمح بالحكم عن مستوى مساهمة هذه المؤسسة في اقتصاد الدولة يكفي لتبرير إخضاعها للضريبة في دولة المصدر وهذا رغم أن هذه المؤسسة ليس لها وجود مادي أو لها وجود مادي ضعيف داخل هذه الدولة. يمكن تطوير مفهوم المنشأة الدائمة الافتراضية اعتماداً على مايلي:

<sup>1</sup> إبراهيم كامل الشوابكة، مرجع سبق ذكره، ص 522.

<sup>2</sup> OCDE, Les règles actuelles d'imposition des bénéficiaires industriels ou commerciaux prévus par les conventions conviennent-elles au commerce électronique, op-cit, P :71.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

- إعطاء تعريف منشأة الأعمال الثابتة الافتراضية، التي تستعملها المؤسسة في القيام بعملياتها الافتراضية؛
- إعطاء تعريف لما يسمى بالوكالة الافتراضية Agence virtuelle كمفهوم معادل للوكيل المعتمد Agent dépendant الذي يمثل منشأة دائمة في الفكر التقليدي؛
- إعطاء تعريف للوجود المهني في الموقع l'ES présence professionnelle sur place وذلك لدمج والاعتراف بالوجود الافتراضي Présence virtuelle.

ثانيا: تعزيز مساهمة الدول السائرة في طريق النمو ضمن نقاشات الضرائب على المعاملات الرقمية: <sup>1</sup> العديد من التساؤلات والنقاشات طرحت وفتحت من طرف الدول النامية في منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية حتى وإن لم تكن ضمن أعضاء المنظمة، ضمن الإطار الشامل الذي ضم 129 دولة في مارس 2019. في حين كان برنامج BEPS في سير التنفيذ الذي يشرف عليه أعضاء من الدول المتقدمة. ولضمان مساهمة أوسع للدول السارية في طريق النمو في الأعمال والنقاشات الدولية حول جباية المعاملات الرقمية، من المهم تعزيز دور لجنة خبراء التعاون الدولية في الجانب الجبائي لهيئة الأمم المتحدة. ففي أكتوبر 2017 تم تشكيل لجنة فرعية مكلفة بالمسائل الجبائية المرتبطة بالاقتصاد الرقمي والتي تهدف مخطط عملها إلى مايلي:

- إيجاد حلول تسمح بتقادي الازدواج الضريبي وعدم الاخضاع الضريبي؛
- تفضيل وإعطاء الأولوية للضرائب على الأرباح على الضرائب على رقم الأعمال، مع تبسيط العملية وجعلها أسهل من حيث التسيير.

ثالثا: ضريبة الرسم على القيمة المضافة الأوروبية<sup>2</sup> : كان الهدف من هذه الضريبة إيجاد طريقة لتتبع المبيعات عبر الأنترنت. تلعب البنوك دور أساسي في تطبيق هذه الضريبة، إذ أنها تقوم بمعالجة المعاملات، مع خصم الضريبة من المبيعات وتحويل الإيرادات إلى الحكومة المناسبة، بحيث يمكن أن تقدم البنوك هذه الخدمة مقابل رسوم للعملاء، وتقوم الحكومات بمساعدة البنوك بتحمل جزء من تكاليف التحصيل. مزايا هذه الضريبة:

- تحافظ على مبدأ الحياد الضريبي؛
- هي ضريبة تتلاءم مع مبدأ الرسم على القيمة المضافة التقليدي؛

<sup>1</sup> Nation unis, **rapport sur l'économie numérisée 2019, création et capitation de valeur : incidences pour les pays en développement**, op-cit, P166.

<sup>2</sup> لعرويي عبد الرزاق، حيران محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 14.



## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

- يمكن بسهولة للبنوك القيام بمهمة جمع ودفع الضريبة.

رابعاً: **ضريبة الوحدة الرقمية Bit tax**:<sup>1</sup> هي ضريبة اقترحت كبديل لإخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضرائب نظراً للصعوبات المتكررة التي تواجهها جباية هذه المعاملات. تطبق على حجم تدفق البت وعدد الوحدات الرقمية (عدد وحدات ال bit) التي يتم نقلها عبر الأنترنت. تقترح ضريبة الوحدة الرقمية مبلغ ضئيل جداً لكل بت، والتي تمثل 0.0000001 سنت/بت (حوالي 1 سنت لكل 1 ميجابت).

يتم تحصيلها من طرف شركات الاتصالات وشبكات الأقمار الصناعية، وأنظمة الكابلات التي ترسلها مباشرة للحكومات. أعيبت هذه الضريبة بعدة انتقادات منها:<sup>2</sup>

- هي ضريبة غير عادلة لعدم اعتمادها على وعاء ضريبي مالي فقد يتم استخدام عدد كبير من البت في حين مبلغ البيع يكون صغير كما لا تأخذ بعين الاعتبار قيمة المنتج أو السلعة الخاضعة للضريبة فقد يكون مبلغ إخضاع برنامج معلوماتي أقل من مبلغ إخضاع عملية ارسال صورة ما؛
- ارتفاع تكلفة تحصيل وقياس ضريبة البت لصعوبة توفير أجهزة قياس البت وارتفاع تكلفتها؛
- تفتح المجال للتهرب الضريبي، إذ يمكن لمستخدمي الأنترنت وباستعمال تقنيات متطورة كالضغط والتشفير من إخفاء وحدات البت وبالتالي تقليل العبء الضريبي؛
- إمكانية حدوث ازدواج ضريبي.

خامساً: **الاقتراحات المبنية على التكنولوجيا**:<sup>3</sup> تهدف هذه الحلول أساساً لإيجاد أساليب للإخضاع الضريبي بسيطة وغير مكلفة على البائعين أو على الإدارة الضريبية من حيث الجهد أو المال. تتمثل في وضع برنامج متكامل في مكان الشراء يقوم بتطبيق معدل الضريبة الخاص ببلد المقصد، كما يقوم بحساب المبلغ الواجب دفعه الذي يخصم من بطاقة ائتمان العميل ويحول المبلغ الواجب الدفع في حساب السلطة الضريبية التي سيتم فيها الاستهلاك النهائي.

إن تطبيق التطورات والابتكارات التكنولوجية سمح بتجاوز بعض تحديات جباية التجارة الالكترونية، فالتوقيع والتصديق الالكترونيين يمثلان أحداً أهم الحلول لمشكل الهوية. إلى جانب ذلك استعمال البطاقات الذكية carte à puce التي تقوم بتخزين كل من المعلومات التي تخص العميل وتلك المتعلقة ببلد المقصد، رقم التعريف

<sup>1</sup> لعريوي عبد الرزاق، حيمران محمد، المرجع السابق، ص: 12.

<sup>2</sup>Chan, Clayton W., "Taxation of Global E-Commerce on the Internet: The Underlying Issues and Proposed Plans" Minnesota Journal of International Law. N°140. Vol 9:233, 2000, P:256.

<sup>3</sup>J.E. Lighthart, op-cit, p16-17.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

الجبائية وكذا عمليات التجارة التي تحدث على شبكة الأنترنت جعلت من هذه البطاقات مصدرا للمعلومات الضرورية للمعالجة الجبائية لمعاملة ما.

في هذا الصدد تعتبر البطاقة الالكترونية لإدارة كلينتون The Clinton administration's e-card تجسيدا للحلول التكنولوجية. فهي عبارة عن نظام عالي التقنية لمعالجة ضريبة القيمة المضافة على معاملات التجارة الالكترونية باستعمال البطاقات الالكترونية أو ما يسمى البطاقات الذكية والصادرة عن البنوك في كل دولة، بحيث تسمح للبائع تحديد هوية البلد الذي تم الشراء منه. يتم احتساب ضريبة القيمة المضافة على أساس دولة الاستهلاك، ويتم اقتطاعها على الفور عند البيع، ثم يقوم البائع بوضع الأموال المجمعة من الضريبة لدى وكيل ضمان (طرف ثالث)، الذي بدوره يتكفل بتحويل الأموال إلى الحكومة المختصة.

مزايا هذه الطريقة: <sup>1</sup>

- تحصيل أموال ضريبة القيمة المضافة خلال وقت وجيز مقارنة بالطرق الأخرى، إذ يفترض أن تحصل الحكومات على الأموال خلال أسبوع فقط ؛
  - العدالة في فرض الضريبة، بحيث تركز على نفس الأسس التقليدية لضريبة القيمة المضافة ولم تأتي بمبدأ فريد؛
  - تحمي خصوصية المتعاملين مقارنة بالضريبة الأوروبية.
- إضافة إلى ما سبق، اختلفت أساليب المعالجة الجبائية للمعاملات الالكترونية من دولة لأخرى كل حسب وجهة نظر الحكومات وأهدافها الاستراتيجية والتوجيهية بشأن التجارة الالكترونية. في الفصل الموالي سوف نستعرض المزيد من التجارب والجهود الدولية.
- سادسا: الحلول المقترحة والمتفق عليها من طرف الإطار الشامل OCDE/G20 حول تآكل الأساس الضريبي وتحويل الأرباح، جويلية 2021 : <sup>2</sup>

### Cadre inclusif sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices

اجتمعت واتفقت مجموعة من الدول على ضرورة التعاون لوضع قواعد ضريبية دولية لحل المشاكل والتحديات الضريبية الناتجة عن رقمنة الاقتصاد، فبعد سنوات عديدة من التحاور والنقاش تجسد ذلك في رسم خطة متكاملة بإجماع دولي تسمح بتكثيف القواعد الضريبية الدولية مع مستجدات القرن XXI وتقليل المنافسة

<sup>1</sup> Chan, Clayton W, op-cit, p:263.

<sup>2</sup> OCDE, Projet OCDE/G20 sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices, **Relever les défis fiscaux soulevés par la numérisation de l'économie**, juillet, 2021, p : 5.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

الضريبية بين الدول. تضمن العمل مجموعة من القواعد لتحديد القاعدة الضريبية وهذا بهدف تحديد الربح (أو الخسارة) لمؤسسة متعددة الجنسيات وحساب جزء من أرباحها الذي سيوزع على دول سوقها أو ترحيل الخسارة. كما نصت القواعد على أنه سيتم احتساب الربح أو الخسارة على أساس الحسابات المالية المجمعة للمجمع بعد إجراء تعديلات ومقاربات بين البيانات المحاسبية والضريبية.

تتشكل المجموعة التي أمضت على الحل من 130 عضو، في حين لم تعطي دول أخرى موافقتها بعد على الحلول المقترحة كما وضحه الشكل أدناه:

الشكل رقم (2.2): الأعضاء المشاركة في الإطار الشامل



أوروبا الغربية ■ أمريكا الشمالية، اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي ■ أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى ■ آسيا والمحيط الهادئ ■ إفريقيا

Source : OCDE, Projet OCDE/G20 sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices, **Relever les défis fiscaux soulevés par la numérisation de l'économie**, juillet, 2021, P :6

حسب ما جاء في تقرير OCDE الصادر في جويلية 2021 أن الحلول المقترحة من طرف الإطار الشامل ستنتج البرنامج الزمني التالي:

- أكتوبر 2021: إنهاء العمل والحلول المقترحة؛
  - 2022: إتمام الأعمال التكميلية لضبط النقاط العالقة، إعداد نموذج للتشريع، نظام متعدد الأطراف وتوجيهات حول التطبيق؛
  - 2023: دخول الاتفاقية حيز التنفيذ وبداية إخضاع الأرباح المحققة للضريبة.
- يلخص الجدول أدناه عناصر القاعدتين الأساسيتين اللتان بنيت عليهما الحلول المقترحة :

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

الجدول رقم (2.2) : عناصر القاعدة الأولى التي جاء بها حل الاطار الشامل لمعالجة التحديات الضريبية الناجمة عن التحول إلى الاقتصاد الرقمي.

العناصر	القاعدة الأولى
الهدف	توزيع عادل للأرباح ولحقوق الاخضاع الضريبي للمؤسسات المتعددة الجنسيات بين الدول.
الآثار المترتبة	إخضاع ما يقارب 100 مليار دولار من الرباح المحققة للضريبة
مجال التطبيق	الشركات المتعددة الجنسيات التي يتجاوز رقم أعمالها 20مليار أورو ونسبة مردوديتها (معدل الربحية قبل الضريبة/ رقم الأعمال) أقل من 10% (يمكن تخفيض العتبة إلى 10 مليار أورو)
Nexus*	- تحقيق 1 مليون أورو على الأقل من الإيرادات داخل دولة ما - تحقيق 250 000 أورو من الإيرادات داخل دولة ما، بالنسبة للدول الضعيفة الناتج المحلي الإجمالي ( > PIB 40 مليار أوروور ) .
الاستثناء	الشركات الاستخراجية والخدمات المالية المنظمة
نسبة الضريبة	بين 20 و 30 % من الأرباح المتبقية (الربح المتبقي = الربح المسند للدولة التي يكون لها حق الاخضاع الضريبي بتوفر شرط الارتباط الضريبي nexus )
معياري الاخضاع	يسند رقم الأعمال للدولة التي تم فيها الاستعمال أو الاستهلاك النهائي للسلع أو الخدمات ( الدولة مصدر الدخل)

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير OCDE.

الجدول رقم (3.2): عناصر القاعدة الثانية التي جاء بها حل الاطار الشامل لمعالجة التحديات الضريبية الناجمة عن التحول إلى الاقتصاد الرقمي.

العناصر	القاعدة الثانية
الهدف	تقليل وتأطير المنافسة الضريبية فيما يخص الضرائب على الأرباح
الآثار المترتبة	تحقيق ما يقارب 150 مليار دولار أمريكي سنويا من الإيرادات الضريبية على المستوى العالمي
نسبة الضريبة	15% على الأقل
مجال التطبيق	المؤسسات التي تحقق رقم أعمال يقدر ب 750 مليون أورو على الأقل
محتوى القاعدة	- قاعدة إدراج الدخل - قاعدة خاصة بمدفوعات طبقت عليها ضرائب منخفضة (رفض بعض حالات قابلية الخصم) - قاعدة تعطي لدولة المصدر حقا للإخضاع محدودا على بعض المدفوعات بنسبة أقل من المعدل الأدنى.

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير OCDE.

\* قاعدة خاصة تسمح بإسناد جزء من الأرباح المحققة من طرف مؤسسة ما لدولة ما، فهي تمثل معيار يحدد ما إذا تسند الأرباح للإخضاع الضريبي أم لا فهو شرط يحدد مدى الارتباط الضريبي.

## الفصل الثاني: تحديات جباية التجارة الالكترونية وأهم الأعمال الدولية.

صدر في أكتوبر 2021 تقرير آخر لبرنامج BEBS وتضمن عرض لما تم الاتفاق عليه من عناصر في كل ركيزة من الركائز ورد فيه خطة تنفيذ مفصلة لأهم هذه الحلول. تضمنت الخطة العناصر التالية:<sup>1</sup>

- تطبيق المبلغ A بإبرام اتفاقية متعددة الأطراف وإلغاء كل الضرائب المفروضة على الخدمات الرقمية وألاً يتم فرض ضرائب جديدة مماثلة، إلى جانب إجراء تغييرات بالقوانين المحلية إذا استدعى الأمر بهدف تسهيل تطبيق الاتفاقية.
- تتضمن الاتفاقية المتعددة الأطراف إجراءات عمل الإدارة وتبادل المعلومات إلى جانب عمليات منع النزاعات وتسويتها وكذا تطبيق المبلغ A بعد الموافقة والتوقيع عليه؛
- كما أشار الإطار الشامل إلى أنه يتم مناقشة الترتيبات الانتقالية.

<sup>1</sup> منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، مشروع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية /المجموعة العشرين بشأن مكافحة تآكل الوعاء الضريبي ونقل الأرباح، بيان حول حل ثنائي الركائز لمعالجة التحديات الضريبية الناشئة عن التحول إلى الاقتصاد الرقمي، أكتوبر 2021، ص: 6-7.

## خلاصة الفصل الثاني:

تشهد المعاملات الالكترونية تطورا كبيرا عبر مختلف أنحاء العالم، ما زاد من تداخل وتقارب الأنظمة الاقتصادية. ففي ظل هذه الأوضاع أصبحت الاختلافات في الأساليب والأنظمة الجبائية تشكل عائقا على المتعاملين الاقتصاديين من بائعين ومشتريين وكذلك على الإدارات الضريبية. هذا ما استعدى تكاثف الجهود المحلية والدولية لإيجاد الحلول المناسبة لإخضاع التجارة الالكترونية. فتباينت الآراء الفكرية والعملية كل حسب وجهة نظره. حاولت معظم هذه الاقتراحات والجهود ضمان العدالة الضريبية وبحثت عن الأساليب الأكثر بساطة في التطبيق على أرض الواقع والأقل تكلفة.

من أهم ما توصلت إليه الأعمال والجهود الدولية والنقاشات العديدة خلال السنوات السابقة، تمكنت مجموعة من الدول من المجموعة 20 بالتعاون مع منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية من رسم إطار شامل حول تآكل الأساس الضريبي وتحويل الأرباح في إطار إصلاح النظام الضريبي الدولي حيث قدم هذا الإطار حلول تضمن الحد من التهرب الضريبي الذي نتج عن استغلال ثغرات النظام الضريبي الدولي ووجود الفوارق بين الأنظمة الضريبية الدولية. فالقواعد الضريبية التي جاء بها هذا العمل تلزم المؤسسات الكبرى والأكثر ربحا بدفع الضرائب في المكان الذي يتواجد فيه زبائنهم والمستعملون لخدماتها الرقمية، كما يصبو إلى التقليل من المنافسة الضريبية بتوحيد الضريبة العالمية.

من خلال هذا الفصل قمنا باستخلاص مايلي:

- اختلاف الآراء ووجهات النظر بشأن تطبيق جباية التجارة الالكترونية؛
- التطور التكنولوجي السريع وتعقيد بيئة التجارة الالكترونية أدى إلى فشل العديد من المفاوضات الدولية وتأخر اعتماد معايير دولية متفق عليها لجباية التجارة الالكترونية؛
- غياب التنسيق بين مختلف الأنظمة الجبائية نتج عنه عدة آثار كظهور الضريبة الشرسة والنزاعات الدولية خاصة مع الفراغ الذي يعاني منه التشريع الضريبي الدولي من حيث تبيين حق كل دولة أو من حيث حماية البيانات الشخصية للمكلفين وخصوصياتهم؛
- ضرورة وضع وتبني سياسة ضريبية دولية شاملة ومتناسقة تسمح بالتسيير الأمثل لإجراءات الإخضاع الضريبي وتضمن الإيرادات الضريبية. فقد التمسنا بداية تبلور الأفكار الدولية والتنسيق بين الجهود في توحيد وتنظيم المعايير والمبادئ لإخضاع التجارة الالكترونية.

# الفصل الثالث: تجارب دولية في جباية التجارة الإلكترونية

### تمهيد:

تعد الضرائب بمختلف أنواعها من أهم مصادر تمويل الخزينة العامة الموجهة لتغطية النفقات العامة التي تسعى الدول من خلالها إلى تحقيق السياسات الاقتصادية والاجتماعية المرسومة. من هذا المنطلق تتجلى أهمية السياسة الضريبية لكل دولة وتختلف من بلد لآخر حسب مدى تنوع الإيرادات المالية وتعددتها في مقابل السياسات والأهداف المرجوة. كما أن الأنظمة الضريبية المطبقة في كل دولة تركز على أسس واضحة. فتصدر أحكام مختلفة حول هذه الأنظمة من طرف المكلفين بالضريبة من حيث مدى ملاءمتها أو مدى احترامها للعدالة والمساواة، فوجهات نظر المكلفين تدفعهم لاتخاذ سلوكيات قد تخل بالسياسة الضريبية على المدى القريب وحتى البعيد. وترتبط المنظومة الضريبية ارتباطا مباشرا بالإيرادات الضريبية لذا يجب أن تتسم بالكفاءة والفعالية لتساهم في إعادة توزيع الدخل وتحقيق العدالة<sup>1</sup>. فنظرا للآثار التي تتكبدتها خزائن الدول من جراء استبعاد تضريب التجارة الإلكترونية لجأت العديد من الدول لانتهاج سياسات ضريبية متفاوتة الشمول والأهمية إذ نذكر على سبيل المثال لا الحصر الدول السباقة لفرض ضرائب على التجارة الإلكترونية عامة والمنتجات الرقمية خاصة: أستراليا الأردن فرنسا ألمانيا.....

من خلال هذا الفصل نحاول عرض تجارب دولية في مجال جباية التجارة الإلكترونية، حيث في المبحث الأول سوف نعرض تجارب مجموعة من الدول الرائدة والتي لها تجربة طويلة في مجال التجارة الإلكترونية أما المبحث الثاني فيتضمن تجارب لدول حديثة في مجال التجارة الإلكترونية وفي الأخير نقوم بتقييم هذه التجارب.

<sup>1</sup> صالح محمد عبد الفتاح، العوامل المساهمة في زيادة حجم عائدات السلطة الفلسطينية من ضريبة القيمة المضافة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين، 2007، ص: 14.



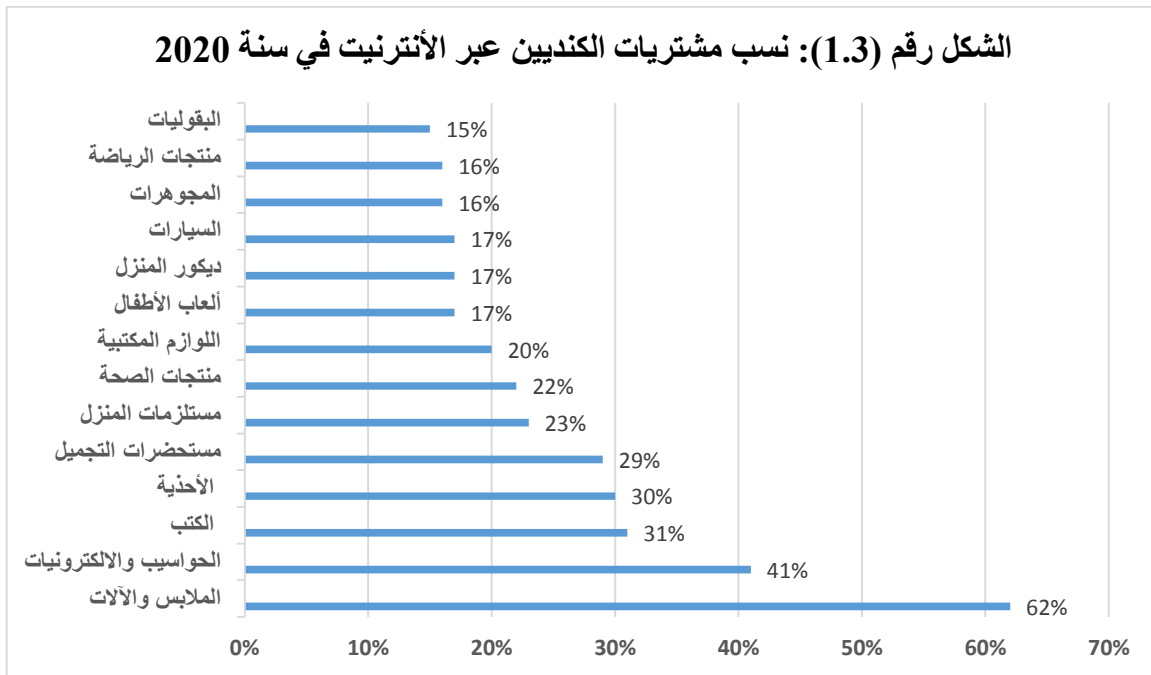
### المبحث الأول: تجارب دول رائدة في مجال التجارة الإلكترونية

من خلال هذا الفصل سوف نعرض تجارب لدول رائدة في مجال التجارة الإلكترونية ومرت على تجارب مختلفة في جباية التجارة الإلكترونية كتجربة كل من كندا، الولايات المتحدة الأمريكية، جنوب إفريقيا وفرنسا.

#### المطلب الأول: التجربة الكندية

ان انتشار ثقافة التعامل الإلكتروني في كندا والاهتمام المتزايد للأفراد والمؤسسات بالتجارة الإلكترونية، جعل العديد من المؤسسات العالمية تستهدف السوق الكندية وتحقق أرباحا طائلة داخلها. السؤال المطروح هل هذه الأرباح يتم اخضاعها للضريبة من طرف الدولة الكندية أم لا ؟

**أولاً: التجارة الإلكترونية في كندا:** تمثل نسبة التجارة الإلكترونية بالتجزئة نسبة معتبرة من نسبة المعاملات التجارية الإلكترونية، فقد زاد اللجوء للبيع بالتجزئة عبر شبكة الأنترنت بصفة كبيرة جدا في فترة تطبيق الحجر الصحي المنزلي في الموجة الأولى من وباء كورونا والموجة الثانية في الخريف فكان المستهلكون يتسوقون عبر الأنترنت بدرجة لم يسبق لها مثيل من قبل. من جهتهم تكيف تجار التجزئة في كندا مع هذه الظروف الجديدة بسرعة وأبدوا استعدادهم لأعداد كبيرة من الطلبات عبر الأنترنت في السنوات المقبلة. حسب دراسة أقيمت على 5000 كندي، تختلف أصناف المنتجات التي يشتريها الكنديون عبر الأنترنت حسب الشكل التالي:



Source: SBH CANADA, E-commerce Guide, Canada 2020, Switzerland trade and investment Promotion, 2020, p9.

ثانياً: خصوصيات النظام الضريبي الكندي: يعتبر النظام الضريبي الكندي مختلفاً عن الأنظمة الضريبية الأخرى في العالم. فهو نظام تصريحي، إذ يتوجب على كل فرد تقديم تصريح ضريبي عن إجمالي المداخل التي يحصل عليها. يتضمن هذا النظام عدة أصناف من الضرائب كالضرائب على الدخل وعلى المبيعات، الضرائب على الملكية والضريبة على الشركات. كما يدفع الأشخاص والمؤسسات ضرائب فدرالية وأخرى إقليمية تدفع للمقاطعات. حيث تشكل ضريبة الدخل في كندا الجزء الأكبر من إيرادات الحكومة الفدرالية.

اعتمد التشريع الجبائي الكندي في الإخضاع الضريبي على مفهوم المقيم، بمعنى آخر يتم إخضاع شخص أو مؤسسة ما للضريبة إذا كان فقط شخص أو مؤسسة مقيمة. ويمكن القول أن مؤسسة ما هي مقيمة في قانون الضرائب على الدخل LIR في الحالات التالية:<sup>1</sup>

- حالة مؤسسة أسست في كندا؛
- حالة ما إذا قامت مؤسسة مقيمة كندية بالرقابة عليها (تسيطر عليها)؛
- حالة ما إذا قامت مؤسسة ما باستغلال مؤسسة في كندا؛
- في حالة مؤسسة دفعت للمساهمين المقيمين بكندا أرباح أسهم، وقام هؤلاء المساهمين بدفع الضرائب للحكومة.

تختلف الضرائب المطبق من مقاطعة إلى أخرى، لكن لا يتم احتساب الضرائب على الواردات ويتم إعفاء التجار غير المقيمين، طالما ليس لديهم وجود مادي أو منشأة دائمة في كندا. قد يتغير هذا، حيث تتعرض الحكومات الإقليمية لخسائر في الإيرادات نتيجة لنمو مشتريات التجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

ثالثاً: الضرائب على الأرباح في التجارة الإلكترونية: مساندة للاهتمامات الدولية في مجال إيجاد حلول مثلى لجباية التجارة الإلكترونية وخاصة تطبيقها على الشركات المتعددة الجنسيات الكبرى وتضييق مجال التهرب الضريبي، حاولت كندا وضع تشريع جبائي اعتماداً على أسس ومفاهيم جديدة من بينها:

### 1. الوجود الاقتصادي المعتبر La présence économique significative

ظهر هذا المفهوم مع نمو أرباح المؤسسات الناشطة في مجال المعاملات الرقمية الدولية أو عبر الحدود، بحيث يتم الاعتماد على الوجود الاقتصادي رغم غياب الوجود المادي للمؤسسة داخل دولة ما. تتمثل حجة

<sup>1</sup> Ministre de la justice, Article 250 (4) « Société réputée résider au Canada », La loi de l'impôt sur le revenu, Ajour le 19 mai 2021, p :3108,

<sup>2</sup> SBH CANADA, E-commerce Guide, Canada 2020, Switzerland trade and investment Promotion, 2020, P11-12.

الاخضاع وفق هذا المفهوم في أن المؤسسات التي تحقق أرباحاً من جراء تسويق منتجاتها الرقمية في سوق ما تستفيد من البنى التحتية لهذه السوق، هي في الواقع تحصلت على ميزة (تستوجب دفع ضريبة)، باعتبار أن هذه المؤسسة لا يمكن أن تدخل لسوق في دولة لا تتوفر على بنى تحتية للاتصالات وغياب الولوج والتحكم في الحواسيب.<sup>1</sup>

يفتضي فرض ضرائب على مؤسسة ما لها وجود اقتصادي التأكيد من الشروط التالية:

- حسب BEPS، يجب تحديد المؤشرات التي تثبت أن المؤسسة لها تفاعل أو نشاط دائم ولا بأس به في البلد؛
- إدراج الإيرادات المحققة المرتبطة مباشرة بالنشاط الاقتصادي الرقمي؛
- يمكن أن يكون لمؤسسة ما وجود اقتصادي دون أن يكون لها وجود مادي في ثلاث حالات من المعاملات وهي : المعاملات التي تتم عبر الهاتف، معاملات البيع بالمراسلات كالشراء من المجالات وكذلك المعاملات الرقمية عن بعد.<sup>2</sup>

في إطار آخر، وفي سنة 2017 تم تشكيل لجنة استشارية تهتم بالعمل السينمائي والإنتاج التلفزيوني، أين رافع رئيس مونتيريال Dennis Coderre، بأن يتم إخضاع كل من Netflix و Amazon وخاصة مع التداخل المسجل في قطاع الصناعات الثقافية نتيجة أن أغلب المتفرجين الكنديين يتوجهون نحو الأنترنت والمنصات الأجنبية مثل Amazon و Netflix للوصول إلى الأعمال التلفزيونية والسينماتوغرافية. هذا ما سوف يؤدي إلى انخفاض نسب المداخيل المرجعة reversé في إطار الضرائب على الدخل وبالتالي التأثير على تمويل الإنتاج التلفزيوني الكندي كما اشتمت المؤسسات المنتجة الكندية للحكومة الكندية من التهديدات التكنولوجية التي تواجهها جراء المنافسة العالمية الغير منصفة. فحسب معهد كيبك أن الخسائر الضريبية السنوية من جراء عدم تطبيق الضرائب على التجارة الإلكترونية يتراوح بين 250 و 400 مليون دولار<sup>3</sup>. فرغم العديد من الجهود المتتالية للجنة الاستشارية والمؤسسات الكندية الناشطة في مجال الإنتاج الفني والتلفزيوني والتكنولوجي إلا أن الحكومة لم تراجع بعد قانون حق النشر.

<sup>1</sup> Pascal Emmanuel Mécéjour M.Fisc, **Les défis que pose le commerce électronique dans un contexte international**, p12.

<sup>2</sup> Pascal Emmanuel, op-cit, p 13.

<sup>3</sup> Gilbert Gagné, Destiny Tchéhouali, **Taxer le commerce électronique transfrontalier et faire contribuer les GAFA à la création et à la production culturelle locale : une équation complexe**, culture, commerce et numérique, centre d'études sur l'intégration et la mondialisation , N 7, V 12, 2017, p : 3.

### رابعاً: الضرائب على المبيعات في التجارة الإلكترونية:

يفرض النظام الضريبي الكندي ضرائب على استهلاك معظم السلع والخدمات، إذ تطبق ضريبة السلع والخدمات TPS التابعة للحكومة الفدرالية على معظم السلع والخدمات المعروضة والمصنوعة في كندا. وضريبة TVH التي تضم الضريبة الفدرالية بالإضافة إلى الضريبة الإقليمية. أما ضريبة المبيعات الإقليمية TVP فهي التي تفرض من طرف المقاطعات على معظم السلع والخدمات. بالنسبة لمقاطعة الكيبك تفرض ضريبة خاصة بالمقاطعة هي ضريبة TVQ بحيث يجب على الزبون دفع ضرائب المعاملات على مستوى المقاطعة على السلع أو الخدمات الخاضعة للضريبة المكتسبة في كندا من موردها عندما يكون البيع في إحدى المقاطعات الأربع المعمول بها.

تخضع المبيعات في قانون الضرائب الغير مباشرة الكندية للضرائب السالفة الذكر، ما يعرف بالنظام العادي le régime régulier.

**1. القواعد الجديدة للضريبة على المبيعات في الكيبك (النظام الجديد TVQ)** في ظل النظام العادي، أي شخص غير مقيم أو مؤسسة غير مقيمة بالكيبك تقدم منتجات أو خدمات داخل الكيبك ولا تقوم باستغلال مؤسسة بالكيبك، هي غير خاضعة للضرائب والرسوم وبالتالي فهي غير ملزمة بالتسجيل ضمن نظام الضريبة على المبيعات للكيبك TVQ.

فنتيجة للخسائر الجبائية المرتبطة بـضريبة TVQ والمقدرة بـ 270 مليون دولار في سنة 2017 من جراء شراء سلع وخدمات عبر الأنترنت، قررت حكومة الكيبك إجراء تعديلات على قوانين الضرائب على المبيعات وقوانين الإدارة الضريبية من خلال مشروع قانون<sup>1</sup>.

اعتمدت الجمعية الوطنية للكيبك في 12 جوان 2018 نظاماً جديداً للضريبة على المبيعات TVQ، دخل حيز التطبيق في الفاتح من جانفي 2019 بالنسبة للموردين الغير مقيمين بكندا وفي الأول من سبتمبر 2019 بالنسبة للموردين الكنديين الغير مقيمين بالكيبك. تضمن النظام مجموعة من القواعد والأحكام المتعلقة بالموردين الذين ليس لديهم تواجد مادي أو مهم في الكيبك، وبشكل خاص أولئك الذين يعملون في مجال التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Pascal Emmanuel , op-cit, P16.

<sup>2</sup> Deloitte , **Taxes indirectes canadiennes, Le nouveau régime de TVQ pour les non-résidents effectuant des fournitures au Québec : précisions importantes**, Deloitte,04/10/2018, canada, p :2.

هدف هذا القانون إلى معالجة حالة الموردين الغير مقيمين والذين ليس لهم منشأة دائمة في الكبيك. فهم غير مسجلون في النظام العادي. كما تطرق إلى نشاط المنصات الرقمية الذي شاع في مختلف دول العالم وبالتحديد في كندا. بحيث يتم الاعتماد على المنصة الرقمية لتوزيع منتجات منقولة غير مادية أو تقديم خدمات بتدخل غالبا طرفين، الأول صاحب المنصة الذي يمكن أن يكون من خارج الكبيك والذي يشرف على تسيير ومتابعة المنصة والاشراف على الفوترة، تحديد طرق الدفع وطرق التسليم والثاني، مورد داخل الكبيك يتولى توفير المنتج أو الخدمة.

عرف القانون مفهوما جديدا ظهر مع التجارة الالكترونية وهو le fournisseur désigné، والذي يمثل عامة المورد الغير مقيم بالكبيك وليس له منشأة دائمة بالكبيك وليس مسجلا في النظام العادي. كما تتيح الإدارة الضريبية للموردين المعنيين اختيار النظام الذين يريدون التسجيل فيه (العادي أو الجديد). يحصل الموردون على امتيازات في حالة ما إذا سجلوا أنفسهم في النظام العادي فهذا يسمح لهم بالمطالبة بحق استرداد الضريبة المدفوعة على نفقات المؤسسة.

### عتبة التسجيل في النظام الجديد TVQ

يتوجب على مورد المنتجات أو الخدمات أن يسجل في النظام الجديد TVQ في بداية الشهر، إذا كانت قيمة المنتجات المنقولة الغير مادية أو الخدمات المقدمة في الكبيك تفوق \$ 30000 خلال الاثنا عشر 12 شهرا السابقة مع طرف يعتبر مستهلكا.

يتعين على المورد جمع المعلومات المتعلقة بالمستحوذ المستهلك سواء كان متعاملا خاص أو مؤسسة. وهذا لإثبات أنه تم تقديم المنتج أو الخدمة في الكبيك، تتمثل المعلومات فيما يلي:<sup>1</sup>

- عنوان فوترة المستحوذ؛
- عنوان سكن أو مقر عمل المستحوذ؛
- عنوان IP للآلة التي استعملها المستحوذ أو الزبون عند الاتفاق، أو أي معلومة مماثلة يتم الحصول عليها بطريقة أخرى لتحديد الموقع ( فحسب الإدارة الضريبية هذه المعلومة هي الأكثر موثوقية)
- المعلومات البنكية للزبون المستعملة في الدفع أو عنوان الفاتورة الذي استعمله البنك؛
- معلومات حول شريحة هاتف الزبون carte SIM التي استعملها؛

<sup>1</sup> Deloitte, op-cit, p3.

- مكان الذي قدمت فيه خدمة الهاتف الثابت الخاص بالزبون؛
  - وكل معلومة مهمة أخرى.
- فلا يتوجب على المورد الحصول على كل المعلومات بل يمكنه ان يكتفي بمعلومة واحدة، شرط أن لا تكون هناك معلومتين متناقضتين.
- في حالة ما إذا كان المستهلك مسجل في النظام TVQ العادي فهو غير ملزم بالتسجيل في النظام TVQ الجديد.
- في نفس السياق، يتوجب على أصحاب المنصات الرقمية les exploitants de plateformes numériques التسجيل والخضوع للنظام الجديد TVQ. يتم عرض قائمة أصحاب المنصات الرقمية المسجلين في النظام الجديد للعامة ما يتيح للموردين المعنيين بالضريبة الجديدة والذين يتعاملون مع تلك المنصات الرقمية من التحقق مما إذا هم ملزمين بالتسجيل في النظام الجديد أو هم معفون من ذلك.

الجدول رقم (1.3): ملخص للضرائب على المبيعات في مقاطعة الكيبك

طريقة التحصيل	العتبة un seuil	المعدل	طبيعة السلع والخدمات الخاضعة	المكلفين		
يقوم المورد بفوترة وتحصيل ضريبة السلع والخدمات من العميل، وبعد ذلك، يقوم بتحويل الضريبة المجمعة إلى الحكومة		5%	كل السلع والخدمات بما فيها الإيرادات	Fournisseur désigné canadien	ضريبة السلع والخدمات (TPS)	الضرائب على المبيعات
			الأصول الخاضعة المنقولة المادية BMC		TVQ (نظام عادي) régime régulier	
يقوم المورد بإصدار الفواتير وتحصيل الضرائب من العميل، وبعد ذلك يقوم المورد بتحويل الضرائب المحصلة إلى الوكالة الحكومية التي تشرف على الضريبة		British Columbia 7%; Manitoba 7%; Quebec 9.975% Saskatchewan 6%			TVP الضريبة على المبيعات الإقليمية	
	30 000 \$ من قيمة المنتجات أو الخدمات الخاضعة	9.975%	أصول خاضعة منقولة غير مادية BMI وخدمات بالكيبك	Fournisseur désigné Exploitants de Plateformes désignées	TVQ الضريبة على المبيعات للكيبك (نظام جديد)	

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير مكتب التدقيق Deloitte.

تعتبر الكيبك أولى المقاطعات التي قامت بتطبيق ضرائب على المبيعات على المؤسسات التي تسوق منتجات رقمية في كندا فكانت من بين المؤسسات التي خضعت لضريبة TVQ، مؤسسة Netflix التي بدأت بجمع ضريبة TVQ ابتداءً من جانفي 2019 ودفعها للحكومة. نتيجة لذلك حصل الكيبك 15.5 مليون دولار من المؤسسات الرقمية الأجنبية التي قبلت جمع ضريبة المبيعات TVQ، ما يقارب ضعف التقديرات المنتظرة من فرض هذه الضريبة.

المطلب الثاني : تجربة الولايات المتحدة الأمريكية

اتخذت الولايات المتحدة الأمريكية في البداية خيار عدم التدخل والابتعاد عن اخضاع التجارة الإلكترونية ولم تضع أي قانون في هذا الصدد<sup>1</sup>. والتي عبرت عن سياستها هذه من خلال US Internet Tax Freedom Act الذي تم الإشارة إليه سابقا. كما يرى العديد من الأكاديميين في الولايات المتحدة الأمريكية أن التجارة الإلكترونية جاءت بتغيرات جذرية تحتاج إلى وقت من أجل تفادي التعقيدات الإدارية والازدواج الضريبي اللذان قد ينتجان عن الاختلافات في الأنظمة الضريبية.

أولا: الضرائب على المبيعات في الولايات المتحدة الأمريكية في مجال التجارة الإلكترونية

في النظام الجبائي للولايات المتحدة الأمريكية لا نتحدث عن الرسم على القيمة المضافة بل الضرائب على المبيعات. بحيث يتم الحديث عن الضرائب أو المسؤولية الضريبية على المبيعات بتحديد ثلاث عناصر رئيسية وهي:

- نوع السلعة المباعة؛

- مكان ابرام المعاملة؛

- مدى تواجد مبيعات المؤسسة في الولايات.

تعتبر الضريبة على المبيعات في الولايات المتحدة الأمريكية ضريبة تابعة للولاية فهي لا تفرض ولا تنظم فدراليا. يتم تطبيق الضرائب على المبيعات بأن يقوم المستهلك بدفع الضريبة أثناء الشراء ويكون للبائع دور إضافي كعون لدى الإدارة الضريبية بجمع الضريبة ثم تحويلها للولاية المناسبة<sup>2</sup>. فالضريبة على المبيعات لا تفرض إلا في عملية البيع النهائية لمعظم السلع وعلى بعض الخدمات كخدمات الاتصال والخدمات المالية.

تمثل الضرائب على المبيعات في بعض الولايات الأمريكية موردا ماليا مهما مثل فلوردا، نيفادا، جنوب داكوتا، واشنطن وايومين التي لا تملك ضرائب على الدخل بالإضافة إلى New hampshire و Tennessee التي تحصل ضرائب على الدخل محدودة. كما تتشكل الولايات المتحدة الأمريكية من تركيبة ضريبية متنوعة باعتبار أنها اتحاد فدرالي، فلكون الضريبة على المبيعات هي ضريبة ولائية يحق لكل ولاية داخل الولايات المتحدة فرض معدلات ضريبة بيع مختلفة واعتماد مفاهيم وقواعد جبائية مختلفة. وبالتالي فإن الاختلاف في السياسات الضريبية بين الولايات فيما يتعلق بالضرائب على المبيعات يعد عائقا في فرض ضرائب على التجارة

<sup>1</sup> Konstantinos Siliadis, **CONSUMPTION TAXATION & ELECTRONIC COMMERCE: ISSUES, APPROACHES AND A WAY FORWARD**, Thesis submitted for the Degree of Doctor of Philosophy in Law at the University of Aberystwyth, Department of Law & Criminology, united Kingdom, June 2015, P5.

<sup>2</sup> Konstantinos Siliadis, op-cit, P175.



الإلكترونية. لأن درجة معينة من الانسجام تعد أمرًا بالغ الأهمية لربط أنظمة ضريبة القيمة المضافة وضريبة المبيعات.<sup>1</sup>

إضافة إلى الضريبة على المبيعات، تطبق الولايات المتحدة الأمريكية ضريبة أخرى تعرف بـ **ضريبة الاستخدام** فهي تفرض عندما يتم شراء البضائع من خارج حدود الولاية ولكن يتم استخدامها واستهلاكها داخلها. ويتم دفع ضريبة الاستخدام مباشرة من قبل العميل.

بشكل عام، يتم فرض ضريبة المبيعات على بيع السلع والخدمات داخل حدود الدولة، بينما يتم فرض ضريبة الاستخدام على المشتريات التي تتم بواسطة سكان الولاية من البائعين خارج الدولة (عن بُعد). والغرض من ضريبة الاستخدام عدم تشجيع السكان من شراء السلع والخدمات من التجار خارج الدولة من أجل تجنب ضريبة المبيعات.<sup>2</sup>

**ثانياً: تطور السياسة الضريبية على التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية :** تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية، الرائدة في المجال التكنولوجي وخاصة الأنترنت ما ساعد في نمو التجارة الإلكترونية نموًا سريعًا من فترة لأخرى وبالتالي كانت السبابة في تطوير الجوانب التكنولوجية، الإدارية والتشريعية للتجارة الإلكترونية. فمع الارتفاع الكبير للمبيعات عبر الأنترنت لاحظت الولايات تسجيل خسائر معتبر في الإيرادات الضريبية ما أدى بالحكومة والمشرع لإعادة النظر في القوانين السابقة واستحداثها بما يتلاءم مع الوقائع الاقتصادية الحديثة، رغم أنه كان تأييد خيار الإعفاء هو السائد في البداية.

منذ 1990 بدأ الحديث عن إمكانية تطبيق ضرائب على خدمات الأنترنت، بعد ذلك قامت إدارة كلينتون بتناول الموضوع على المستوى الفدرالي أين تم إعداد الوثيقة المعنونة ب: **تطبيقات السياسات الضريبية في التجارة الإلكترونية العالمية في سنة 1996** التي تضمنت توضيحات بشأن بعض السياسات الفدرالية في الضرائب على الدخل والتحديات الناتجة عن التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الاتصال والتجارة الإلكترونية.<sup>3</sup> بحيث تضمن أهم المسائل والتحديات المتعلقة بالبيع عبر الأنترنت، التفرقة بين السلع والخدمات، مفهوم المنشأة الدائمة... وتحدثت الوثيقة على أن معايير تحديد المنشأة الدائمة يجب تغييرها وتطرت إلى ما إذا كان من الممكن أن يشكل خادم الكمبيوتر المتواجد في الولايات المتحدة الأمريكية منشأة دائمة بها.

<sup>1</sup> Konstantinos Siliadis , op-cit, p 178.

<sup>2</sup> Erika K.Lunder, Carol A.Pettit, “**Amazon Laws” and Taxation of Internet Sales: Constitutional Analysis**, CRS Report Prepared for Members and Committees of Congress, Congressional Research Service, 2015, p :1.

<sup>3</sup> <https://home.treasury.gov/system/files/131/Report-Global-Electronic-Commerce-1996.pdf>, consulté 29/07/2021 à 00 :18.

في سنة 1997، قام البيت الأبيض بإعداد إطار للتجارة الإلكترونية العالمية Framework for global Electronic Commerce الذي تضمن فصلا خاصا بجباية التجارة الإلكترونية بحيث اتخذ قرار عدم خلق أي ضريبة جديدة خاصة بالتجارة الإلكترونية وإعفاء الأنترنت من الرسوم الجمركية عند تسليم أي سلعة أو خدمة<sup>1</sup>.

### 1. قانون الحرية الضريبية على الأنترنت ITFA

يعتبر هذا القانون الصادر عام 1998 من بين أشهر القوانين المتعلقة بجباية التجارة الإلكترونية، هو حكم فدرالي صدر عن الكونجرس الأمريكي والذي يرفض ويمنع أي قانون من شأنه أن يفرض ضريبة على المعاملات التي تتم عبر الأنترنت بما فيها الضرائب على المبيعات، كما أن الغرض من هذا القانون منع فرض ضرائب جديدة خاصة بخدمات الولوج للأنترنت، وكذلك تعدد الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية أو حتى فرض ضرائب تمييزية وهذا لتشجيع تطوير الأنترنت والتجارة الإلكترونية على حد سواء<sup>2</sup>. في البداية حددت فترة تطبيقه ب3 سنوات فقد كان الغرض من هذه المدة المؤقتة هو دراسة التغيرات الجديدة التي جاء بها الاقتصاد الرقمي وبالأخص التجارة الإلكترونية والآثار المترتبة عنها سواء الاجتماعية أو الاقتصادية وغيرها<sup>3</sup>، ثم وفي عهد الرئيس بوش، تم تمديد القانون إلى سنتين أخريتين حتى نوفمبر 2003. ثم إلى أربع سنوات إضافية أخرى إلى غاية نوفمبر 2007<sup>4</sup>. يتعلق الإعفاء في إطار هذا القانون بالسلع والخدمات الغير الملموسة، ولا يخص السلع الملموسة التي تباع عبر الأنترنت.

سنوات قليلة بعد ذلك، وبعد تمديده حتى سنة 2014، انتقد هذا القانون مع الانتشار السريع للمعاملات التي تتم عبر الأنترنت. وأصبح الحديث عن خسارة موارد مالية ضريبية كبيرة متداولاً بين الولايات بسبب حظر تحصيل الضرائب، أبدت بعض الدول اهتمامها بتطبيق ضرائب على الاستهلاك في التجارة الإلكترونية. كما صرحت بعض الحكومات الولائية أن هذا الحظر يعتبر منفذاً للتهرب الضريبي أو اختيار التعامل بالأنترنت لتفادي الضريبة على حساب التجارة التقليدية. من هذا المنطلق استدعت الحاجة إلى المبادرة في تطبيق نظام يضمن التوحيد في جميع أنحاء الولايات المتحدة، دون ترك فجوات في البيع عبر الأنترنت.

<sup>1</sup> Konstantinos Siliadis , op-cit, P181 .

<sup>2</sup> Maguire S, Noto A. N, Congressional Research Service, Report for Congress RL33261, **Internet Taxation: Issues and Legislation in the 109th Congress** ,Feb, 2006, p:1

<sup>3</sup> Konstantinos Siliadis , op-cit, p :183.

<sup>4</sup> Maguire S, Noto A. N, op-cit, p :1.

لقد كان لاتفاقية ITFA دور في حماية التجارة الإلكترونية من تعدد فرض ضرائب عليها وحماية حرية الولوج للأنترنيت من فرض الضرائب. لكن نتج عن هذا القانون سوء في الفهم، فيما يخص قابلية فرض الولايات ضرائب على المبيعات والاستخدام على المبيعات عبر الإنترنت. فبالتالي يظل جائزا لكل ولاية أن تفرض ضريبة المبيعات أو الاستخدام التي تُدار بالتساوي بغض النظر عما إذا كان البيع وجهاً لوجه أو طلب بالبريد أو بالإنترنت<sup>1</sup>.

2. مشروع ضريبة المبيعات المبسطة **Streamlined Sales Tax** : في سنة 2000، قامت مجموعة من الولايات الأمريكية بتبني مشروع ضريبة المبيعات المبسطة من أجل إنشاء إطار عمل لإقناع البائعين خارج الولاية بتحصيل ضرائب المبيعات.<sup>2</sup> نشأت ضريبة المبيعات المبسطة نتيجة لثلاث عوامل: جهود الولايات لفرض ضرائب على المبيعات عن بعد، صعوبات تطبيق الضريبة على المبيعات الحكومية والمحلية على الشركات التي تقع خارج الولاية أو الدولة وظهور التجارة الإلكترونية. فقد كان الهدف من هذا الاتفاق هو تسهيل تحصيل الضرائب على المبيعات بين الولايات 44 المشاركة وهذا يجعل إدارة المبيعات في الولايات المشاركة أقل تكلفة وبأقل جهد للشركات وجميع أنواع التجارة<sup>3</sup>. تتضمن مقترحات هذا المشروع:<sup>4</sup>

- تسيير كل من الضرائب على المبيعات وضرائب الاستخدام وتحصيلهما؛
- توحيد القواعد الضريبية بين الولايات؛
- اعتماد نظام تسجيل إلكتروني مركزي وحماية خصوصية المستهلكين؛
- تسهيل جمع الضرائب باستعمال التكنولوجيا لمؤسسات التجارة الإلكترونية.

كل الولايات المشاركة تسمح للشركات بالتسجيل من خلال نظام التسجيل الضريبي المبسط. هذا النظام يمكن الشركات من التسجيل لتحصيل وتحويل ضريبة المبيعات إلى الإدارة التابعة للولاية المناسبة. كما يتم تسيير المعاملة من مختلف الجوانب الضريبية.

حتى أكتوبر 2019، كان عدد الولايات من الأعضاء المشاركة والتي تمتثل بالكامل للأحكام هو 23 ولاية.

تعتبر مبادرة ضريبة المبيعات المبسطة، خطوة مهمة في النظام الضريبي للولايات المتحدة الأمريكية فقد حاول الجمع بين نظام ضريبة المبيعات والخصائص التكنولوجية للتجارة الإلكترونية، من خلال تقديم قواعد بسيطة

<sup>1</sup> Erika K.Lunder, Carol A.Pettit, op-cit, p:1.

<sup>2</sup> Konstantinos Siliadis , op-cit, p :188.

<sup>3</sup> Avalara, **How the Streamlined Sales and Use Tax Agreement Affects Ecommerce Shops**, <https://www.shipbob.com/blog/streamlined-sales-tax/>, 2019, consulté le 03/08/2021 à 16:30.

<sup>4</sup> Konstantinos Siliadis , op-cit, p: 189.

وموحدة متعلقة بالسلع والخدمات الخاضعة للضريبة بما فيها السلع الرقمية واعتماد نظام مركزي موحد لجميع الأعضاء.

**3. قانون MFA:** هو قانون مقترح ضمن جهود الكونجرس الأمريكي، يمنح الولايات الحق في إلزام تجار التجزئة ( البائعين عبر الأنترنت) تحصيل ضرائب المبيعات والاستخدام أثناء إجراء المعاملة، بغض النظر عن مكان تواجدهم، تماما كما يقوم به تجار التجزئة المحليون. كما أنه لا يمنح هذا الحق إلا بعد قيام الولاية بتبسيط قوانين ضريبة المبيعات الخاصة بها، إما بالانضمام إلى الدول التي تبنت اتفاقية تبسيط ضرائب المبيعات وضرائب الاستخدام التي تحدثنا عليها سابقا أو الموافقة على تطبيق 5 تدابير أو إجراءات خاصة بالتبسيط المدرجة في القانون<sup>1</sup>، المتمثلة فيما يلي:<sup>2</sup>

- اخطار تجار التجزئة مسبقاً بأي تغييرات في الأسعار داخل الولاية؛
- تعيين مؤسسة واحدة داخل الولاية للتعامل مع تسجيلات ضريبة المبيعات وعمليات الإيداع والتدقيق؛
- انشاء قاعدة ضريبة مبيعات موحدة تستخدم في جميع أنحاء الولاية؛
- استخدام مصادر ولاية المقصد لتحديد معدلات ضريبة المبيعات للمشتريات خارج الولاية (تخضع عملية الشراء التي يقوم بها المستهلك في كاليفورنيا من بائع تجزئة في أوهايو للضريبة وفقاً لمعدل كاليفورنيا، ويتم تحويل ضريبة المبيعات المحصلة إلى كاليفورنيا لتمويل المشاريع والخدمات هناك)؛
- توفير برنامج مجاني لتسيير الامتثال لضريبة المبيعات وحماية تجار التجزئة من أي أخطاء قد تنتج من استعمال هذا النظام أو المعلومات المقدمة من طرف الولاية.

**4. قانون أمازون:** نتجت العديد من القضايا المطروحة أمام المحكمة العليا في الولايات المتحدة الأمريكية، مع ارتفاع حجم مبيعات من خارج الولاية. فمنذ قضية Quill لم يكن هناك تجديد في شأن فرض ضرائب على المبيعات عن بعد وكان معيار الوجود المادي هو الفاصل فيما يخص فرض الضرائب من عدمه وبقي الفراغ القانوني لعدة سنوات.

مع ارتفاع حجم التجارة الإلكترونية وقلة امتثال البائعين وعدم التزامهم بجمع ضرائب الاستخدام بحجة أن البائع في هذه الحالة ليس لديه علاقة كافية بالولاية «Nexus\*»، بدأت الولايات تعيد التفكير في معيار الوجود المادي فهذا ما حفزه للبحث عن طرق جديدة لضمان تحصيل ضريبة الاستخدام والامتثال لقوانين

<sup>1</sup> <http://revenue.louisiana.gov/Miscellaneous/what-is-the-MFA.pdf>, consulté 08/08/2021 à 16.17

<sup>2</sup> Konstantinos Siliadis , op-cit ,P194.

\* constitutionally sufficient connection.

وقواعد الولايات المتحدة الأمريكية. ما الذي استوجب تبني قوانين أمازون وإجراء تعديلات تشريعية مهمة دستورية.<sup>1</sup>

ضريبة أمازون هي ضريبة تفرض على مبيعات تجار التجزئة<sup>2</sup>، بحيث تفرض على فاتورة البيع ويتحملها المستهلك، وهي ضريبة استهلاك يقوم بتحصيلها بائع التجزئة لفائدة الدولة، فقبل فرض المسؤولية الضريبية على البائعين خارج الولاية، يجب توفر علاقة كافية بين المؤسسة البائعة والولاية Nexus. تتحقق هذه العلاقة في حالة ما إذا:

- قدمت الولاية ميزات التي قد تجعلها تطلب مقابلا عن ذلك؛

- وأن البائع يعلم بأن نشاطه قد يكون خاضعا لقوانين وتشريعات الولاية.

قامت عدة ولايات بسن تشريعات تهدف إلى فرض ضرائب على المبيعات التي تتم من طرف البائعين خارج الولاية إلى عملاء داخلها. يشار إلى هذه القوانين عادة باسم "قوانين أمازون"، إشارة إلى بائع التجزئة على الإنترنت Amazon .

**5. التغييرات الحديثة للاستراتيجيات الضريبية ( قرار Wayfair ) :** في السابق كان الوجود المادي لمؤسسة ما داخل ولاية ما هو السبب الوحيد الذي يلزمها بجمع الضرائب على المبيعات، أما المؤسسات التي لم يكن لها وجود مادي فهي غير مجبرة على تحصيل الضرائب على المبيعات.

في 2016 رأت داكوتا أن قرار Quill كان غير عادل طرحت القضية فوجد المشرع أن عدم القدرة على تحصيل ضريبة المبيعات من البائعين خارج الولاية "أدى إلى تآكل خطير في أساس ضريبة المبيعات" و"يتسبب في خسائر في الإيرادات وضرر وشيك. ففي غياب الوجود المادي يتعين على داكوتا الجنوبية الاعتماد على المقيمين لدفع ضريبة الاستخدام الواجبة الدفع من جراء مشترياتهم من طرف بائعين خارج الولاية . حيث تم الغاء كيل بقانون تاريخي الذي سمح لولاية جنوب داكوتا بفرض ضرائب المبيعات على البائعين من خارج الولاية الذين يقدمون سلعا إلى سكان الولاية. في يونيو 2018، حكمت المحكمة العليا للولايات المتحدة لصالح الولاية في قضية جنوب داكوتا ضد Wayfair.Inc، وهي قضية طعن في قاعدة الوجود المادي طويلة الأمد التي تمنع الولايات من إلزام تحصيل ضريبة المبيعات على الباعة خارج الولاية (قضية Quill corporation)<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Erika K.Lunder, Carol A.Pettit, op-cit, p:1.

<sup>2</sup> لعريوي عبد الرزاق، محمد حيران، مرجع سبق ذكره، ص: 07.

<sup>3</sup> Avalara, op-cit.

حيث رأت أن الوجود الاقتصادي أو الافتراضي *présence économique* (الرقمي أو عبر الأنترنت) الذي يمكن تحديده عادة من خلال عنصرين هما حجم الإيرادات المحققة عن المبيعات أو حجم المعاملات داخل الولاية أو هما معا، يعتبر كاف للسماح للولايات بفرض التزامات ضريبية فيما يتعلق بالضرائب على المبيعات أو ضريبة الاستخدام، على المؤسسات المتواجدة خارج حدود الولايات<sup>1</sup>.

تجسد هذا القرار ضمن قانون داكوتا الجنوبية الذي يلزم المؤسسات الأجنبية بما فيها التي تنشط عبر الأنترنت، التسجيل في النظام الضريبي، إذا حققت مبيعات إجمالية تفوق \$ 100000 أو أنها أجرت أكثر من 200 معاملة بيع منفصلة بداكوتا الجنوبية حتى وإن لم يكن لهذه المؤسسات وجود مادي *présence physique*. وبالتالي فإن هذا القانون يعفي المؤسسات الأجنبية الصغيرة التي ليس لها وجود مادي بداكوتا لكن تقوم بعمليات بيع داخلها. في المقابل تتعرض المؤسسات لغرامات وعقوبات كبيرة إذا لم تمتثل لهذه التغييرات<sup>2</sup>.

اعتمدت معظم الولايات قواعد Wayfair واتخذت مفهوم الوجود الاقتصادي معيارا لفرض الضريبة على المبيعات على المؤسسات التي تقع خارج الولاية ولها حصة من سوقها. لكن اختلفت بعض الولايات عن الأخرى في مدى إعفاء المؤسسات الصغير أو لا.

كما أنه، استحسننت معظم الولايات قانون Wayfair والضريبة المبسطة وتم اعتمادهما بشكل واسع.

من بين أشهر المنصات التي تنشط في مجال إدارة ضريبة المبيعات نذكر : شركة Exactor، avalara... وكنيجة لذلك أي مؤسسة أجنبية تنشط في بيئة الأعمال الأمريكية تقع عليها التزامات ضريبية تفرض عليها ضريبة المبيعات انطلاقا من كون لها وجود اقتصادي *Nexus économique* حسب حجم مبيعاتها أو حجم المعاملات بصفة عامة، بحيث تختلف معايير وعتبات الاخضاع من ولاية لأخرى حسب الجدول أدناه:

الجدول رقم (2.3): معايير وعتبات فرض ضرائب على المبيعات في كل ولاية من الولايات المتحدة الأمريكية

الولاية	معايير الوجود الاقتصادي	تاريخ الدخول حيز التطبيق
Alabama	\$ 250 000 من المبيعات المحققة خلال السنة السابقة	1 أكتوبر 2018

<sup>1</sup> Raymond Chabot, Grant Thornton, **Taxes de vente et d'utilisation américaines : quelle incidence l'affaire South Dakota v. Wayfair, Inc. pourrait-elle avoir sur les ventes de votre entreprise aux États-Unis?**, l'instinct de la croissance, 2018, p:1.

<sup>2</sup> Raymond Chabot, Grant Thotnton, op-cit, p :1,2.

## الفصل الثالث: تجارب دولية في جباية التجارة الإلكترونية

1 نوفمبر 2018	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Caroline du nord
-	\$ 100 000 من المبيعات خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Caroline du sud
1 نوفمبر 2018	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Colorado
1 ديسمبر 2018	\$ 250 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال الاثنا عشر شهرا الماضية والتي تنتهي يوم 30 سبتمبر	Connecticut
1 أكتوبر 2018 أو 60 يوم بعد ما يتوقّر في البائع معيّار Nexus	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Dakota du nord
1 نوفمبر 2018	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Dakota du sud
1 جانفي 2019	\$ 250 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Géorgie
1 جويلية 2018	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Hawaii
1 أكتوبر 2018	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة	Illinois
1 أكتوبر 2018	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Indiana
1 جانفي 2019	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Lowa
1 أكتوبر 2018	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Kentcky
1 جانفي 2019	\$ 100 000 من المبيعات أو 200 معاملة خلال السنة السابقة أو السنة الحالية	Louisiane

Source : Pascal Emmanuel Mécéjour M.Fisc, **Les défis que pose le commerce électronique dans un contexte**

**international**, 2019, p 30.

يرتبط معيار الوجود الاقتصادي بقيمة المبيعات أو بعدد عمليات البيع التي تتم داخل كل ولاية فلقد كان الغرض من وضع عتبات للإخضاع هو إعفاء المؤسسات الصغيرة التي يكون حجم أو قيمة مبيعاتها ضعيف نسبيا داخل ولاية ما، فلا يمكن القول عنها أن لها وجود اقتصادي داخل الولاية. كما أن هذا الاجراء يسمح باستمرار نشاط هذه المؤسسات وعدم تعطيله.

### المطلب الثالث: تجربة جنوب إفريقيا

اعتمدت جنوب إفريقيا على ضريبة المبيعات العامة في البداية ثم استبدلت هذه الضريبة ابتداء من سبتمبر 1991 بالرسم على القيمة المضافة الذي يمثل ضريبة على الاستهلاك وهذا بصدور قانون الرسم على القيمة المضافة 89 المؤرخ في 12 جوان 1991. وذلك بمعدل قانوني 10 %، وتم رفعه في عام 1993 إلى 14%<sup>1</sup>. طبقت هذه النسبة حتى 31 مارس 2018، ثم تغير المعدل إلى 15 % ابتداء من 1 أبريل 2018. شهدت المعاملات الالكترونية في جنوب إفريقيا تطورا سريعا منذ إدراج الأنترنت في الخدمات التجارية فقد تضاعفت نسبة الأفراد المستعملين للأنترنت من سنة إلى أخرى وعرفت نسبة التسوق عبر الأنترنت ارتفاعا معتبرا هي الأخرى.

إن النمو السريع للتجارة الالكترونية في جنوب إفريقيا وأثره على الاقتصاد، دفع بالحكومة إلى اتخاذ إجراءات حول إخضاع ما يدخل من سلع وخدمات عبر التجارة الالكترونية إلى جنوب إفريقيا خاصة وأن الرسم على القيمة المضافة يساهم بنسبة كبيرة في مجموع الإيرادات الضريبية للبلاد. فالقوانين الضريبية المتعلقة بالرسم على القيمة المضافة كانت تخص السلع المادية والخدمات الشخصية.

### أولا: تطبيق ضريبة الرسم على القيمة المضافة TVA على معاملات التجارة الإلكترونية

يعتمد نظام الرسم على القيمة المضافة في جنوب إفريقيا على مبدأ دولة المقصد أو استهلاك السلع والخدمات. فتخضع السلع والخدمات المستهلكة في جنوب إفريقيا للضريبة بغض النظر عن مكان انتاج السلع أو تقديم الخدمة.

<sup>1</sup> Elani Fryer, **The VAT implication of e-commerce goods and services imported to South Africa**, degree magister commerce in South Africa and International Taxation, Potchefstroom Campus of the North-West University, 2014, P89.



1. اعتماد آلية التكلفة العكسي **Reverse charge**: بموجب هذا المبدأ ينتقل الالتزام الضريبي من على عاتق المورد إلى المشتري، لمواجهة حالة التجنب الضريبي عندما تستورد منشأة مسجلة لأغراض الضريبة خدمة خاضعة للضريبة<sup>1</sup>. فيصبح البائع غير مسؤول عن جمع الضريبة، بل الشخص الذي يقوم باستيراد السلع والخدمات لجنوب إفريقيا، باعتبار أن البائع لا ينتمي إلى إقليم جنوب إفريقيا فلا يخضع لقانون الرسم على القيمة المضافة للبلد. تطبق آلية التكلفة العكسي على كلا من المعاملات BtoB أو BtoC.

فبالنسبة للحصول على سلع أو خدمات الكترونية من طرف مورد أجنبي، يتوجب على المستهلك حساب الرسم على القيمة المضافة بصفة عادية على الخدمات المستوردة إذا كان المستهلك بائعا للرسم على القيمة المضافة، أما إذا لم يكن المستهلك بائعا لـ TVA فعليه التصريح ودفع الرسم على القيمة المضافة على الخدمات المستوردة في حدود 30 يوم لدى الخدمة الضريبية لجنوب إفريقيا SARS.

فشل تطبيق مبدأ التكلفة العكسي في إلزام المستهلكين دفع الرسم على القيمة المضافة بسبب صعوبة مراقبة عمليات الشراء عبر الأنترنت من طرف الحكومة. فنجاح هذا المبدأ يرتبط بمدى إخلاص وأمانة المستهلك حيث من الصعب إجبار هذا الأخير دفع الرسم في أوضاع التجارة الإلكترونية فمعظم المستهلكين في جنوب إفريقيا غالبا يشترون منتجات وخدمات رقمية بدون دفع الرسم على القيمة المضافة.

2. فرض الرسم على القيمة المضافة على موردي الخدمات الإلكترونية الغير مقيمين: <sup>2</sup> قامت وزارة المالية لجنوب إفريقيا باقتراح إلزام المؤسسات الأجنبية التي تعرض سلع رقمية على التسجيل في الرسم على القيمة المضافة فقد تم تعديل قانون الرسم على القيمة المضافة بإضافة مفهوم الخدمات الإلكترونية وإعطاء تعريف لها. دخل هذا القانون التعديلي حيز التطبيق ابتداء من 1 أبريل 2019.

وكان الهدف منه تحديد نطاق الخدمات الإلكترونية وتوسيعه وإدراج معظم الخدمات الإلكترونية المقدمة بمقابل، والتي يتم توفيرها عن طريق وكيل الكتروني أو فرع لشركة أجنبية أو عن طريق الأنترنت فهذه الخدمات يجب أن يفرض عليها رسم على القيمة المضافة. كما لم يتم التفريق بين أشكال التعامل الإلكتروني BtoB و BtoC. كما أن هذا القانون جاء لإزالة الغموض الذي كان يظهر حول المكان الفعلي لاستعمال أو استهلاك الخدمات الإلكترونية في ظل مبدأ "مكان تزويد الخدمة" وغياب القواعد القانونية الملائمة.

<sup>1</sup> محمود محمد الدمرداش، مرجع سابق، ص 86.

<sup>2</sup> Legal Counsel , **South African Revenue Service**, report Frequently Asked questions Supplies of Electronic Services, 2019, p : 3.

يتوجب على البائعين وبائعي الخدمات الرقمية الأجانب جمع الرسم على القيمة المضافة وكذلك الوسيط\* المكلف بالبيع (الذي قد يكون مقيما أو غير مقيم بجنوب إفريقيا) كما يتعين على البائعين والوسطاء تقديم التصريحات الضرورية وتسديد الالتزامات الضريبية في الوقت المحدد.

يتعين على موردي الخدمات الإلكترونية الأجانب التسجيل في الرسم على القيمة المضافة إذا كانت الخدمات المقدمة لأشخاص في جنوب إفريقيا تتجاوز عتبة التسجيل \* \* البالغة 1000000 راند<sup>1</sup>. أما الوسيط فيتوجب عليه، بصفته بائعاً، حساب وتسجيل ضريبة القيمة المضافة على الخدمات التي يقوم بها مورد الخدمات الإلكترونية الأجنبي الذي لم يكن مسجلاً باسمه. بحيث يتوجب التسجيل سواء من طرف المورد أو الوسيط كبائع، في نهاية أي شهر تجاوزت فيه القيمة الاجمالية للخدمات المقدمة الخاضعة للضريبة والتي قام بها المورد مليون راند خلال أي فترة 12 شهرا متتالية<sup>2</sup>. كما يتم التسجيل بتحميل نموذج طلب الرسم على القيمة المضافة VAT 101 ثم يتم ارسال النموذج المملوء والموقع بالبريد الإلكتروني مع ارفاقه بوثائق الاثبات ذات الصلة إلى البريد التالي: [eCommerceRegistration@sars.gov.za](mailto:eCommerceRegistration@sars.gov.za).

### المطلب الرابع: التجربة الفرنسية

يشهد الاقتصاد الفرنسي على غرار العديد من الاقتصاديات العالمية غزو ما يعرف بالاقتصاد الرقمي الذي يتضمن المؤسسات التي يكون نشاطها أساسا رقميا كالمنصات الرقمية والمضيفين عبر الأنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة للتجارة الإلكترونية سواءا للسلع المادية والرقمية أو الخدمات الرقمية. كما مس هذا الاقتصاد وتداخل مع العديد من القطاعات الأخرى كالتوزيع والنقل، الإعلام والاقتصاد وغيرها.

فحسب احصائيات التجارة الإلكترونية لسنة 2020، وصلت المبيعات عبر الأنترنت إلى 112 مليار أورو بنسبة ارتفاع تقدر بـ 8.5% مقارنة بالسنة السابقة وهذا راجع إلى الرقمنة السريعة لتجارة التجزئة، كما لعبت جائحة كورونا دورا في زيادة حجم المبيعات عبر الأنترنت خاصة في فترات الحجر التي طبقتها فرنسا وأغلب الدول. كما تمثل التجارة الإلكترونية من الشكل B2B النسبة الأهم (90% تقريبا) من إجمالي التجارة الإلكترونية

\* يقصد بالوسيط في إطار الخدمات الإلكترونية كل شخص أو مؤسسة (مقيم أو غير مقيم) تسهل عرض الخدمات الإلكترونية لمزود خدمة أجنبي فقد يقوم هذا الوسيط بإعداد وتسليم الفواتير، تحصيل التسديدات من الزبائن. كما قد يكون عبارة عن منصة رقمية تربط بين البائع والمشتري.

\* \* تقدر عتبة تسجيل الرسم على القيمة المضافة عند مليون 1000000 راند، أما عتبة التسجيل الطوعي فحددت عند 50000 راند. بالنسبة لعتبة تسجيل الرسم على القيمة المضافة للخدمات الإلكترونية فحددت بـ 50000 راند إلى غاية 3 مارس 2019 وتم رفعها إلى 100000 راند ابتداء من 1 أبريل 2019.

<sup>1</sup> KPMG, **Building a digital future**, Budget 2019/20 Tax Guide, 2019, p:14.

<sup>2</sup> Legal Counsel South African Revenue Service, op-cit, p : 14.

في فرنسا. كما ينتج هذا الشكل 150 مليون أورو من الأرباح، 80 مليون أورو معاملات عبر الأنترنت و70 مليون أورو تمثل التبادل الإلكتروني للبيانات EDI<sup>1</sup>.

يتصف كل من التجارة الإلكترونية خاصة والاقتصاد الرقمي عامة بخصائص تميزهما عن المعاملات التقليدية والاقتصاد التقليدي، خاصة فيما يتعلق باختلاف سلاسل خلق القيمة وهذا راجع إلى تبني مفاهيم وعناصر جديدة في المعاملات التجارية المنصات الرقمية، شبكات رقمية، أنشطة غير محددة الموقع، سلع وخدمات رقمية....

كما جاء في تقرير عن France stratégie\* أن التجارة الإلكترونية لها ثلاث نتائج رئيسية من الناحية الجبائية والتي تتمثل في:<sup>2</sup>

- التحسين الضريبي l'optimisation fiscale أي تخفيض الضريبة بالاستفادة من ثغرات القوانين والاتفاقيات الثنائية وعدم فعالية النظام الجبائي فيما يخص الأنشطة الرقمية؛
- تدني الإيرادات الضريبية الذي قد يحدث بالاستحواذ على حصص السوق في القطاعات التقليدية وبالتالي انخفاض المداخل الضريبية التي تنتجها هذه القطاعات. كما أن قلة الوسائط وانخفاض هوامش الربح في التجارة الإلكترونية يقلل من الإيرادات الضريبية.
- المنافسة الغير عادلة: فعدم إخضاع الأنشطة الرقمية يمنحها ميزة أو فرصة في السوق مقارنة بالأنشطة الأكثر إخضاعا.

### أولا: جباية التجارة الإلكترونية في فرنسا: فرض الضرائب الغير مباشرة

ترتكز الضرائب الغير مباشرة في فرنسا أساسا على نظام الرسم على القيمة المضافة، الذي يطبق عند كل مراحل البيع بحيث يتم استرجاع قيمة الرسم على الاستهلاكات الوسيطة من طرف المؤسسات فهذه الأخيرة هي المكلفة بجمعها عند القيام بعمليات البيع، وبذلك يكون المستهلك النهائي هو الذي يتحمل فعلا قيمة الرسم.

<sup>1</sup> Fédération e-commerce et vente à distance, **Bilan du e-commerce en 2020 : les ventes sur internet atteignent 112 milliards d'euros grâce à la digitalisation accélérée du commerce de détail**, Communiqué de presse, paris, 04/02/2021.

\* مؤسسة مستقلة تابعة للوزير الأول تهتم بتنظيم الأعمال والنقاشات العامة من خلال التحليل وتقديم اقتراحات، كما تسلط الضوء على الخيارات الجماعية فيما يخص التحديات الاجتماعية، الاقتصادية وتحديات المحيط.

<sup>2</sup> La rédaction, les enjeux soulevés par l'économie numérique, <https://www.vie-publique.fr/eclairage/271118-fiscalite-les-enjeux-souleves-par-leconomie-numerique>, 25/10/2019 , consulté le 23/07/2021.

1. حالة سلع مادية منقولة: بالنسبة للسلع الملموسة أي السلع المادية المنقولة التي تم شراؤها في إطار التجارة الإلكترونية (إجراءات تقديم الطلبية والدفع يتم الكترونياً) فعملية تسليم السلعة تبقى خاضعة للقواعد المعتادة فيما يخص الرسم على القيمة المضافة.

حالة مبيعات عبر الأنترنت داخل الاتحاد الأوروبي:<sup>1</sup> في الحالة العامة يتم اعتماد معيار دولة المصدر (بلد المورد). أما إذا كان مستوى المبيعات التي حققها مورد ما داخل فرنسا يفوق العتبة السنوية، يتم تطبيق معيار دولة المقصد وبالتالي يقوم المورد بالتسجيل في الدولة التي يحقق فيها مبيعاته ويطبق الرسم على القيمة المضافة حسب المعدل المطبق داخل تلك الدولة. تطبق هذه القاعدة في حالة المشتري شخص طبيعي أي نوع التجارة B2C فقط. كما لا يخص هذا النظام مبيعات الخدمات الإلكترونية ولا مبيعات الخدمات بصفة عامة. في البداية اختلفت العتبات المطبقة من بلد لآخر وتراوحت بين 35 000 و 100 000 أورو سنوياً. لكن ابتداء من جويلية 2021 طبقت عتبة موحدة في كل دول الاتحاد الأوروبي والمقدرة بقيمة 10 000 أورو من المبيعات خارج الرسم. كما تم وضع عتبات لإعفاء المؤسسات الصغيرة.

ففي حالة ما تجاوز مبلغ المبيعات خارج الرسم، عبر الأنترنت، العتبة المحددة وهذا خلال السنة السابقة أو خلال السنة الجارية، تخضع المبيعات في هذه الحالة للرسم على القيمة المضافة لدولة المقصد ويتوجب على البائع الفرنسي إتمام الاجراءات التالية:

- التسجيل في الرسم على القيمة المضافة في دولة المقصد وتقديم التصريحات المتعلقة بالرسم،
- إظهار المبلغ الإجمالي خارج الرسم للمبيعات عبر الأنترنت الغير خاضعة في فرنسا، ضمن تصريحاته في فرنسا للرسم على القيمة المضافة؛
- إعداد فواتير للزبائن المعنيين.

فبالنسبة للعمليات التي تتجاوز العتبة والتي يتم تطبيق معدل الرسم على القيمة المضافة لدولة المقصد، يمكن للبائع أن يسجل ويصرح بالرسم على القيمة المضافة ودفع قيمته للدولة المناسبة عبر نظام الشباك الوحيد MOSS والذي يتمثل في منصة موحدة لدول الاتحاد الأوروبي التي تم تطبيقها ابتداء من 1 جانفي 2015 على خدمات الاتصال والخدمات الرقمية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.pole-sud.com/le-regime-des-ventes-a-distance/>, Le régime des ventes à distance,

<sup>2</sup> Régimes spécifiques : les PBRD et les ventes à distance, <https://www.legifiscal.fr/>, consulté le 08/10/2021.

يلقي هذا النظام عدة صعوبات في تطبيقه من حيث الرقابة على مدى تجاوز العتبة أم لا، إلا في حالة ما إذا قامت المؤسسة بالتصريح عن رقم أعمالها المحقق في دولة ما بملء إرادتها.

**حالة مبادلات السلع خارج الاتحاد الأوروبي:** تعتبر عمليات البيع عبر الأنترنت التي تتم خارج الاتحاد الأوروبي، صادرات معفية من الرسم على القيمة المضافة، أما بالنسبة للواردات فيدخل نظام الشباك الوحيد في تنظيم التجارة الإلكترونية ودخول السلع في إطار البيع عبر الأنترنت من خارج الاتحاد الأوروبي.

بحيث تم إلغاء الاعفاء من الرسم على القيمة المضافة الذي كان مطبقا على واردات السلع ضعيفة القيمة (أقل من 22 أورو) وتعويضه بإعفاء السلع التي لا تتجاوز قيمتها 150 أورو. وبالتسجيل في نظام الشباك الواحد الخاص بالاستيراد IOSS الذي تم تطبيقه ابتداء من 1 جويلية 2021.

يمكن للبائع أن يسجل في نظام IOSS عن طريق وسيط (يمكن للمنصات الرقمية أن تسجل بنفسها دون الاستعانة بوسيط)، ويحمل بذلك رقما خاصا يسمح له بالتصريح بالسلع لدى إدارة الجمارك. فيتوجب على الوسيط التكفل بالتصريح بالمبيعات وتسديد مبلغ الرسم على القيمة المضافة على هذه المبيعات حسب المعدل المطبق في دولة المشتري (فرنسا في حالتنا هذه). (يطبق هذا النظام في كل الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي).

**2. حالة خدمات إلكترونية:** تعتبر فرنسا من أولى الدول التي اهتمت بإدراج الخدمات الإلكترونية ضمن نصوصها الضريبية، حيث صنفت المادة B 259 المتعلقة بالإقليمية، في البند رقم 12 الخدمات المقدمة إلكترونيا ضمن قائمة الخدمات التي يعتبر مكانها في فرنسا عندما تكون مقدمة من طرف مزود خدمة من خارج فرنسا ويكون المستأجر خاضعا للرسم على القيمة المضافة وله منشأة دائمة في فرنسا. كما حددت المادة C 98 للملحق 3 المتمم بالمادة 7 المؤرخة في 15 مارس 2011 من القانون العام للضرائب أمثلة عن الخدمات الإلكترونية والتي نذكر منها: تقديم برامج عبر الأنترنت، استضافة مواقع إلكترونية، تقديم معلومات، تحميل برامج.

**حالة مزود خدمة خارج الاتحاد الأوروبي:** في 12 فيفري 2002، صدر قرار يلزم مواقع التجارة الإلكترونية التي تقع خارج دول الاتحاد الأوروبي بتطبيق الرسم على القيمة المضافة على مبيعاتهم للمستهلكين الأوروبيين.

يطبق هذا القرار على مبيعات الخدمات الإلكترونية (برامج، ألعاب، أفلام...) إلى مشترين خواص أي BtoC ولا تطبق على التجارة بين المؤسسات BtoB<sup>1</sup>.

كما يتوجب على كل المؤسسات خارج الاتحاد الأوروبي والتي تعرض خدمات الكترونية التسجيل في الرسم على القيمة المضافة مع تحديد مكان ووضعية زبائنهم ثم جمع مبلغ الضريبة بتطبيق المعدل المناسب والذي يختلف حسب الدولة العضو التي تم التسجيل فيها وفق نظام معين الذي يسمح بالتسجيل في دولة واحدة فقط لضمان أن كل دولة عضو تتحصل على المبلغ المناسب من الضريبة المستحق لها. وتقادي حدوث فوضى لوجستية مع الشركات التي تقدم الإمدادات ذات الصلة في جميع الدول الأعضاء البالغ عددها 25 دولة، وستكون هناك حاجة لتقديم 25 عملية إرجاع (تسديد قيمة الرسم)؛ يعد Vat MOSS أداة مفيدة للغاية وعامل عملي في إجراء ضريبة القيمة المضافة<sup>2</sup>.

**حالة مزود الخدمة داخل الاتحاد الأوروبي:** ابتداء من 1 جانفي 2015، اتفقت دول الاتحاد الأوروبي على اعتماد معيار دولة المقصد Principe de destination في فرض الرسم على القيمة المضافة على الخدمات الرقمية التي يقدمها موردون من الاتحاد الأوروبي وبالتالي فإن معدل الضريبة المطبق هو معدل بلد المشتري أين تم الاستهلاك الفعلي للخدمة. فقد جاء هذا القرار لغرض تقليل المنافسة الضريبة بين الدول الأعضاء أين كانت المؤسسات تختار الدول التي تطبق نسبا أضعف موطنها لها قبل تبني هذا الإصلاح. فابتداء من 1 جانفي 2015، عمم هذا المعيار على كل الدول الأعضاء وهذا بإلزام البائع بالتسجيل في الشباك الواحد لأي دولة عضو، حسب اختياره، ويقوم بسداد قيمة الرسم على القيمة المضافة لدولة المشتري.

**ثانيا: جباية التجارة الإلكترونية في فرنسا:** أهم الإصلاحات في الضرائب على أرباح المؤسسات

ارتأت لجنة الاتحاد الأوروبي بضرورة إخضاع المؤسسات الرقمية مساواة مع المؤسسات التي لها وجود مادي بصفة صحيحة وعادلة، أين قامت دول الاتحاد الأوروبي بتبني إصلاح مشترك على قواعد الضرائب على الأرباح المطبقة على الأنشطة الرقمية.

ونتيجة لذلك قامت اللجنة الأوروبية في 21 مارس 2018 ببروكسل باقتراح قواعد ضريبية جديدة تضمن أن كل المؤسسات تدفع حصتها من الضريبة وخاصة مع التحديات الحديثة التي جاءت بها المؤسسات الرقمية كمؤسسات مواقع التواصل الاجتماعي، المنصات الرقمية وصانعي المحتوى عبر الأنترنت.

<sup>1</sup> Philippe Barbet, op cit, p : 15.

<sup>2</sup> Konstantinos Siliadis, Op-cit, P :40.

يقتضي الاقتراح الأول بأن الأرباح تسجل وتخضع للضريبة عندما يمكن التأكد من أن للمؤسسات تفاعل مهم مع المستعملين، عن طريق قنوات رقمية كالمنصات الرقمية في بلد ما. يضمن الاقتراح الأول للدول فرض ضرائب على أرباح المؤسسات المحققة داخل حدودها حتى وإن لم يكن لهذه المؤسسات وجود مادي<sup>1</sup>.

" تعتبر المنصة الرقمية ذات وجود رقمي، خاضع أو منشأة دائمة افتراضية داخل دولة عضو إذا توفّر فيها أحد العناصر التالية:

- تحقق أكثر من 7 ملايين أورو من النواتج السنوية في دولة عضو؛
- لديها أكثر من 100000 مستعمل داخل دولة عضو خلال السنة المالية؛
- أن يتم إنشاء أكثر من 3000 عقد تجاري للخدمات الرقمية بين المؤسسة والمستعملين الناشطين خلال السنة المالية<sup>2</sup>.

أما الاقتراح الثاني، فتمثل في وضع ضريبة مؤقتة تطبق على الأنشطة الرقمية التي تتهرب من الإخضاع الضريبي. فكان الهدف من هذه الضريبة هو عدم اهدار جزء مهم من الإيرادات الضريبية للدول الأعضاء وكذلك تحقيق العدالة الضريبية بين المتعاملين، خاصة وأن اللجنة كانت على يقين من أن الاتفاق الدولي سيأخذ وقت أطول.

تخص هذه الضريبة بعض الأنشطة الرقمية التي لم تكن خاضعة للضريبة وخارجة عن الإطار الضريبي المطبق والتي يمكن أن تنتج عنها إيرادات ضريبية مهمة، نذكر على سبيل المثال<sup>3</sup>:

- النواتج المتأتية من بيع مساحات إعلانية عبر الأنترنت؛
- النواتج أو الأرباح الناتجة عن الأنشطة الرقمية الوسيطة التي تسمح للمستعملين بالتفاعل مع مستعملين آخرين ما يسهل عملية بيع السلع والخدمات بينهم؛
- نواتج من بيع بيانات عن المعلومات المقدمة من قبل المستخدمين.

المؤسسات المعنية بهذه الضريبة هي التي تحقق رقم أعمال سنوي إجمالي يبلغ على الأقل<sup>4</sup>:

- 750 مليون أورو على المستوى العالمي؛
- و 50 مليون أورو في الاتحاد الأوروبي.

<sup>1</sup> Commission européenne, **Imposition de l'économie numérique : la Commission propose de nouvelles mesures pour garantir que toutes les entreprises paient leur juste part d'impôt dans l'UE**, communiqué de presse, Bruxelles, 21 mars 2018, p : 1.

<sup>2</sup> Commission européenne, op-cit, p : 2.

<sup>3</sup> Pascal Emmanuel, p : 25.

<sup>4</sup> Commission européenne, op-cit, p :2.

### ثالثاً: تطبيق ضريبة الـGAFAs في فرنسا

فرضت فرنسا ضريبة المبيعات الـGAFAs في جويلية 2019. فقد ارتأت الحكومة الفرنسية بالزامية تطبيق هذه الضريبة كضرورة حتمية لضمان العدالة الضريبية ومحااربة التهرب الضريبي. وخاصة مع غزو الـGAFAs للاقتصاد الفرنسي .

يرى بعض الخبراء الفرنسيون أن مبادئ وأسس اخضاع مجال الاعمال الرقمية تختلف عن تلك الأحداث المنشأة للضرائب التي اعتمد عليها في السابق. فيعد ترويج منتج أو خدمة عبر الأنترنت لأفراد يتواجدون في دولة ما، حصول الشركات والمؤسسات الناشطة في هذا المجال على امتيازات يجب اخضاعها للضريبة. إذ تمثل مجموعة الـGAFAs أكبر المؤسسات العالمية والتي تحقق أرباح معتبرة من جراء المعاملات الرقمية. فحسب تقرير المديرية العامة للمالية العمومية DGFP direction générale des finances، أن قيمة ضريبة الـGAFAs التي حصلتها فرنسا خلال سنتي 2019 و2020، بلغت 277 مليون أورو و375 مليون أورو على التوالي<sup>1</sup>. بنسبة زيادة تقدر بـ35% خلال سنة واحدة. تمثل هذه القيمة مجموع الإيرادات المحققة من تطبيق ضريبة الـ3% على مبيعات المؤسسات الرقمية التي أرباحها 750 مليون أورو و25 مليون أورو على الأقل داخل الاتحاد الأوروبي.

<sup>1</sup> Direction générale des Finances Publiques, **Rapport d'activité**, Finances Publiques, République Française, 2020, P : 51.



### المبحث الثاني: تجارب لدول حديثة في مجال التجارة الإلكترونية

بعد عرض تجارب في جباية التجارة الإلكترونية لمجموعة من الدول الرائدة سوف نحاول التطرق لتجارب دول حديثة في مجال التجارة الإلكترونية لكن بيئتها تعرف نموا مهما في السنوات الأخيرة لهذا النوع من المعاملات. وذلك بغية التعرف على أهم العقبات والصعوبات التي واجهتها من خلال هذه التجارب والاستفادة منها.

#### المطلب الأول: التجربة التونسية

لقد أولت الحكومة التونسية اهتماما خاصا للتجارة الإلكترونية، وكانت السبابة لذلك مقارنة بدول المغرب العربي، حيث وفي إطار تنظيم التجارة الإلكترونية انتهجت الحكومة التونسية سياسة خاصة تمثلت أهم بنودها في النقاط التالية:<sup>1</sup>

- إنشاء لجنة وطنية للتجارة الإلكترونية وتبادل البيانات الرقمية EDI في نوفمبر 1997، مكلفة بوضع استراتيجية والبنية التحتية للتجارة الإلكترونية في تونس. تتكون هذه اللجنة من عدة أفواج عمل تقوم بدراسة التجارة الإلكترونية من مختلف جوانبها (الجانب القانوني، التجاري، الضريبي، أمن وحماية البيانات...);
- إنشاء اللجنة الوطنية للتجارة الإلكترونية في سنة 1999: كان الهدف من إنشاء هذه اللجنة هو وضع استراتيجية لتطوير التجارة الإلكترونية ومتابعة واقتراح حلول للمشاكل التي يواجهها هذا النشاط الجديد.
- صدور قانون 83-2000 المؤرخ في 9 أوت 2000، يمثل هذا القانون إطار تنظيمي لمبادلات التجارة الإلكترونية استنادا لأهم التجارب الدولية والذي اعترف فيه بالإمضاء الإلكتروني وإعطائه نفس القيمة القانونية للإمضاء الخطي. فالإمضاء الإلكتروني يوفر مناخ من الثقة عبر الأنترنت للقيام بالمبادلات والمراسلات الإلكترونية، إذ أصبح من المستحيل إنكار وثيقة إلكترونية (طلب بضاعة، إذن بالدفع...);
- انشاء الوكالة الوطنية للتصديق الإلكتروني ANCE في سنة 2008: تقوم هذه الهيئة بالإشراف على نظام التشفير لضمان أمن وسلامة المبادلات الإلكترونية عامة بما فيها معاملات التجارة الإلكترونية، الإدارة الإلكترونية، المعاملات الإلكترونية الحكومية ( التصريحات الضريبية، ... )، المعاملات البنكية عن بعد، نظام الشراء الإلكتروني tunepe، المراسلة الإلكترونية...<sup>2</sup> كما توفر خدمات الإمضاء الإلكتروني؛
- في جانفي 2012، قامت وزارة التجارة والحرف بتشكيل وحدة مبنية على أساس شراكة بين القطاع الخاص والقطاع الحكومي، مكلفة بتنشيط قطاع التجارة الإلكترونية في تونس؛

<sup>1</sup> Chaib Walid, **Impact du commerce électronique sur la fiscalité, Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme de troisième cycle spécialisé en Finances publiques**, Institut d'Economie Douanière et Fiscale, P: 52.

<sup>2</sup> الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية، <https://www.tuntrust.tn/fr/content/nos-missions>، تاريخ الاطلاع 2021/11/06.

- كما وضعت تونس برنامج Easy Export نموذجي لدعم الصادرات التونسية عبر التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمستهلك.

أولاً: مؤشرات نمو التجارة الإلكترونية في تونس:<sup>1</sup>

- تزايد عدد مواقع التجارة الإلكترونية في سنة 2020 بنسبة 17 % مقارنة بسنة 2019 ليلعب 2182 موقع الكتروني؛

- تزايد في عدد المعاملات الإلكترونية في سنة 2020 بنسبة 67 % مقارنة بسنة 2019 لتبلغ 6.4 مليون معاملة؛

- تزايد القيمة الاجمالية للمعاملات التجارية والخدماتية عبر الأنترنت في سنة 2020، بنسبة 28 %، مقارنة بسنة 2019 إذ بلغت قرابة 346.7 مليون دينار؛

- تحتل تونس المرتبة الثالثة إفريقيا حسب مؤشر التجارة الإلكترونية لسنة 2020 الذي جاء في تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، المرتبة الأولى في دول المغرب العربي.

ثانياً: مدى ملائمة القواعد الضريبية في تطبيق الرسم على القيمة المضافة وتطبيق الضرائب على الدخل مع التجارة الإلكترونية:

1. قاعدة إقليمية الرسم على القيمة المضافة في تونس: تنص المادة 3 من قانون الضريبة على الرسم على القيمة المضافة ضمن قواعد إقليمية الضريبة أنه تخضع مبيعات السلع أو البضائع إلى TVA حسب قواعد تسليم السلع داخل تونس، أما بالنسبة للخدمات فتعد أي معاملة داخل الإقليم التونسي وتخضع للرسم على القيمة المضافة في حالة ما إذا استعملت أو استغلت الخدمة داخل تونس.<sup>2</sup> وبالتالي فإنه تخضع الخدمات ل TVA إذا ما تم استهلاك الخدمة في تونس، حتى وإن كانت الخدمات مقدمة من طرف مؤسسة من خارج تونس. في حين لا تخضع الخدمات ل TVA عندما تستهلك في الخارج حتى وإن كانت مقدمة من طرف مؤسسة من داخل تونس.

يبقى اخضاع الخدمات الرقمية للضريبة يواجه مجموعة المشاكل والتحديات، حسب ما تطرقنا إليه في الفصل السابق.

<sup>1</sup> وزارة التجارة وتنمية الصادرات، الجمهورية التونسية، التقديم العام لبرنامج التجارة الإلكترونية في تونس، <http://www.commerce.gov.tn>

<sup>2</sup> Article 3 du code de la taxe sur la valeur ajoutée, juristetunisie.com.

### ثالثاً: فرض ضرائب على الخدمات الرقمية

قامت تونس بتطبيق ضريبة على الخدمات الرقمية وهي الضريبة المعروفة بضريبة GAFa، وهذا لإخضاع الشركات الأجنبية التي تقدم خدمات رقمية تستهلك داخل تونس، للضريبة.

فقد تضمن قانون المالية لسنة 2020 بندا يخص فرض ضريبة على الخدمات الرقمية كما يلي:

" إرساء أتاوة على بيوعات التطبيقات الإعلامية والخدمات المسداة من الخارج عبر شبكة الأنترنت

**الفصل 27:** تخضع بيوعات التطبيقات الإعلامية والخدمات المسداة عبر شبكة الأنترنت من قبل المؤسسات غير المقيمة بالبلاد التونسية لأتاوة بنسبة 3 بالمائة على رقم المعاملات المحقق مع الأشخاص الطبيعيين والمعنويين المقيمين. تقوم المؤسسات غير المقيمة المعنية بالتصريح برقم أعمالها المذكور أعلاه كل ثلاثية وتضبط إجراءات التصريح والخلاص بأمر حكومي.<sup>1</sup>

فهذه الضريبة تخص الشركات الغير مقيمة، التي تتعامل مع أشخاص طبيعيين أو معنويين مقيمين في تونس وحققت هذه الشركات رقم أعمال من ذلك.

لم يتم التفصيل في هذا القانون فيما يخص تطبيق هذه الضريبة، فقد كان هذا الموضوع محلاً للعديد من النقاشات وخاصة بالنسبة لصعوبات تطبيق الضريبة وأثرها على المستثمرين أو المتعاملين داخل تونس.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: التجربة الأردنية

من خلال ما يلي سوف نتطرق إلى استراتيجية الأردن في التجارة الإلكترونية وكيفية تعاملها الضريبي معها:

**أولاً: النظام الضريبي الأردني:** حددت الحكومة الأردنية ضمن الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية مجموعة من المتطلبات التي يجب توفيرها في السوق الوطنية لتوفير مناخ ملائم يسمح بالنهوض بالتجارة الإلكترونية، بحيث صنفت هذه المتطلبات في مجموعة من العوامل المتمثلة فيما يلي:<sup>3</sup>

- **العامل القانوني:** الذي يسمح بالتأكد من صحة التوقيعات الرقمية بموجب قانون المعاملات الإلكترونية وتوفير إطار قانوني فعال لتطوير التجارة الإلكترونية؛

<sup>1</sup> الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، قانون عدد 78 لسنة 2019 مؤرخ في 23 ديسمبر 2019 يتعلق بقانون المالية لسنة 2020، العدد 104، 27 ديسمبر 2019، صفحة 4705.

<sup>2</sup> Mongi Djellouli, Jean Bernaridini, **Taxe GAFa : la Tunisie suit l'initiative de taxe sur les services numérique**, <https://taj-strategie.fr/taxe-gafa-la-tunisie-suit-linitiative-de-taxe-sur-les-services-numeriques>, 17/11/2020, consulté le 24/10/2021 à 23 :20.

<sup>3</sup> Policies and Strategies Directorate, **NATIONAL E-COMMERCE STRATEGY**, Ministry of Information and Communications Technology, 2008, p, p : 34- 52.

- الأمن والحماية: التي تسمح بنشر الوعي بضرورة تبادل المعلومات الشخصية بين الشركات التي تتاجر إلكترونياً مع ضمان حماية هذه المعلومات؛
- الدفع الإلكتروني: بحيث يمكن معظم الأفراد والشركات من القيام بعمليات الدفع إلكترونياً عبر الأنترنت مثل في حالة الشراء عبر الهاتف، دون دفع أعباء إضافية قد ترفع من سعر السلعة أو الخدمة المتبادلة؛
- الضرائب : بحيث تضمن إجراءات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية احترام متطلبات الحياد، الكفاءة، اليقين والبساطة، الفعالية، المساواة والمرونة. كما يضمن نظام الضريبة على التجارة الإلكترونية:
  - التحسين المستمر للخدمات اتجاه المكلفين بفضل استعمال التكنولوجيا المتوفرة وأحدث التطورات في الإدارة الضريبية؛
  - القدرة على الحصول على معلومات موثوقة، يمكن التحقق منها وتسمح بتحديد المكلفين بالضريبة والحصول على المعلومات الكافية واللائمة لتسيير ومتابعة وضعيتهم الضريبية؛
  - وضع قواعد لضريبة الاستهلاك خارج الحدود التي تأخذ طابع عالمي فيما يخص جباية المنتجات والخدمات الرقمية والغير ملموسة.
- الجمارك : **Costums** ضمان القيام بعمليات الصادرات والواردات بأقل جهد وخلال أقل وقت.
- نشر الوعي: من خلال خلق وعي عام حول مفاهيم وأنظمة التجارة الإلكترونية إلى جانب المزايا والفرص التي تتيحها في السوق الأردنية وبين مواطنيها، وهذا لتشجيع اللجوء للتجارة الإلكترونية. بالإضافة إلى نشر الوعي بشأن أثر التجارة الإلكترونية على المبادئ والممارسات الضريبية. وأثرها على الدولة ككل بما فيها الأنشطة الحكومية والقطاع البنكي.
- تنمية المهارات: رفع قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تبني أنظمة التجارة الإلكترونية وخدماتها. وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تقدم إرشادات ونصائح للمؤسسات لاستعمال التجارة الإلكترونية.
- إمكانية وزارة المالية تدقيق ومراجعة التجارة الإلكترونية والمؤسسات التي تنشط عبر الأنترنت.
- التوظيف
- البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والبنى التحتية اللوجستية وضع البنية التحتية اللازمة لتوفير خدمات الاستضافة الدولية ومراكز الاتصال الدولية. تطوير مرافق التخزين والتعبئة ووسائل النقل والتسليم، مع ترقية وتنظيم عناوين الشوارع في الأردن لتسهيل التسليم إلى المنزل.
- تطوير ثقافة الكتلوجات تطوير القدرات والموارد في الأردن من أجل إنشاء كتلوجات بتكلفة معقولة.

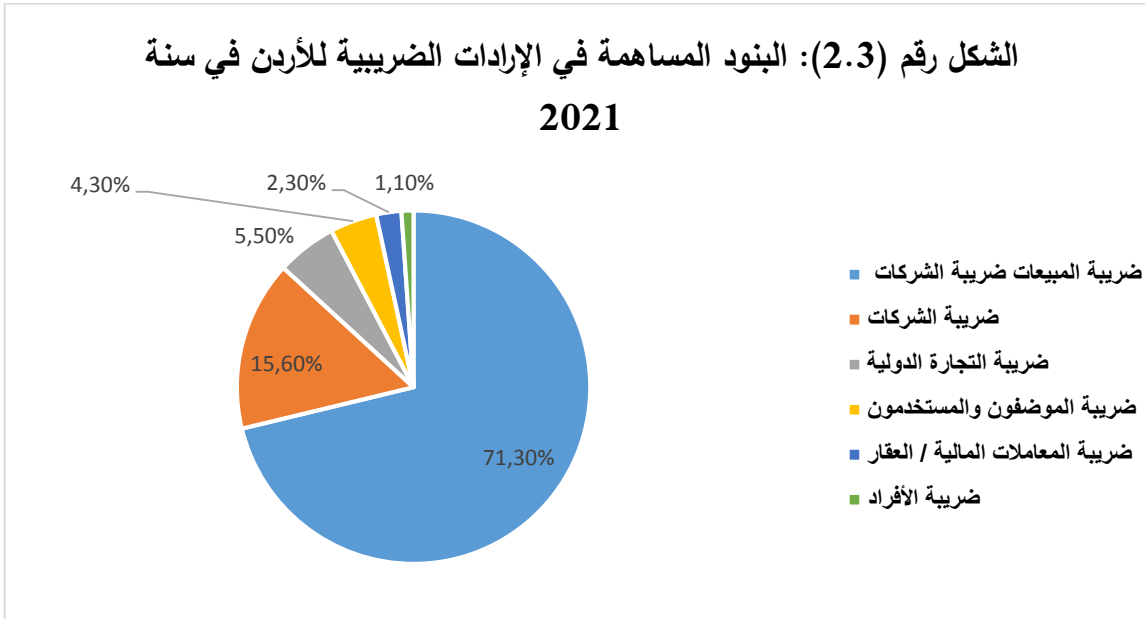
## الفصل الثالث: تجارب دولية في جباية التجارة الإلكترونية

- **التمويل والاستثمار:** توفير الموارد المالية المخصصة للاستثمار في التجارة الإلكترونية بتشجيع وتطوير الروابط بين رجال الأعمال والمستثمرين المحتملين؛

- **الحكومة:** وهذا بخصوص تحفيز التجارة الإلكترونية في القطاع الخاص من خلال القيام بمشتريات بين الموردين والحكومة.

تسعى الحكومة الأردنية إلى تخفيض العجز الكبير والمتزايد في ميزانيتها وذلك من خلال رفع الإيرادات بما فيها الإيرادات الضريبية بإصلاح النظام الضريبي وتحسينه بهدف التحصيل الأمثل للضرائب، تحقيق العدالة الضريبية والعمل على التقليل من التهرب الضريبي. فقد تم إصدار قانون معدل للضريبة على المبيعات سنة 2009 كما أجريت تعديلات عديدة على قانون ضريبة الدخل آخرها كانت في سنة 2018.

تعتبر الضرائب مصدرا رئيسيا ضمن الإيرادات العامة في دولة الأردن، كما تلعب دورا هاما في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية. إذ يعتمد الأردن بشكل كبير على الإيرادات الضريبية السنوية خاصة الضرائب الغير مباشرة منها والتي تمثل أهمها ضريبة المبيعات.



المصدر: منتدى الاستراتيجيات الأردني، تقرير: 71% نسبة ضريبة المبيعات من إجمالي الإيرادات الضريبية في الأردن،  
https://www.almamlakatv.com/news، 24/08/2021، 23:16.

يتشكل النظام الضريبي في الأردن من ضرائب مباشرة وأخرى ضرائب غير مباشرة، حيث تمثل ضريبة المبيعات (ضريبة غير مباشرة) المصدر الرئيسي للإيرادات الحكومية تليها من حيث الأهمية، الضرائب على الشركات ثم الضرائب على التجارة الدولية من رسوم جمركية وغيرها.

تتكون الإيرادات الضريبية من ثلاثة مصادر رئيسية، حيث تشكل ضريبة المبيعات النسبة الكبرى من إجمالي الإيرادات الضريبية (71.3%)، تليها ضريبة على دخل الشركات (15.6%)، ومن ثم ضريبة التجارة الدولية (5.5%) في عام 2020<sup>1</sup>.

يرى الكثير من الخبراء أن النظام الاقتصادي الأردني هو نظام منقل بالضرائب خاصة الضرائب الغير مباشرة وهذا راجع إلى عدم قدرة الحكومات المتعاقبة على إثراء الخزينة من مصادر متنوعة وفشلها في تحصيل حق الخزينة والمجتمع من ضريبة الدخل من أصحاب النفوذ الاقتصادي. هذا ما نتج عنه اختلالات في النظام الضريبي وزيادة العبء الضريبي على أفراد المجتمع وعدم توانه<sup>2</sup>.

### ثانياً: فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في الأردن

لقد أدى الانخفاض في العوائد المالية بالحكومة الأردنية إلى التفكير في البحث عن مصادر جديدة لتمويل خزينة الدولة. فمع بداية انتشار التجارة الإلكترونية بسبب الاقبال الكبير على استخدام الأنترنت والهواتف الذكية وتطبيقاتها وبروز أثرها على الاقتصاد الأردني، تم تشكيل لجنة حكومية مشتركة بين وزارة الصناعة، وزارة التجارة، الجمارك وغرفة التجارة هدفها تنظيم التجارة الإلكترونية، ومكلفة بوضع تعليمات وخطط لضبط التجارة الإلكترونية.

كما أشارت غرفة تجارة عمان أن انتشار ظاهرة البيع الإلكتروني الذي تشهده السوق الأردنية بتسارع ملحوظ وازدياد مستمر، يؤدي إلى دخول تلك السلع والبضائع إلى السوق المحلية بشكل معفى من الجمارك وقيام البعض بممارسات غير قانونية للتهرب الجمركي والضريبي من خلال المتاجرة بالبضائع المعفاة التي ترد بتلك الطرود.<sup>3</sup> كما قدر حجم التجارة الإلكترونية بـ 16% من حجم التجارة الكلي في الأردن الذي أدى إلى ضرورة التفكير في فرض رسوم جمركية على التجارة الإلكترونية أسوة بالتجارة العادية.<sup>4</sup>

**1. إجراءات جباية التجارة الإلكترونية والتسجيل في المنصة الإلكترونية:** وضعت إدارة الجمارك إجراءات جديدة للتعامل مع عمليات الشراء التي تتم عبر التجارة الإلكترونية. وهذا بهدف الرقابة على التجارة الإلكترونية وحماية المنتجات الأردنية، بحيث تم تحديد سقف سنوي يقدر بـ 500 دينار أردني بعدما كان 2400 دينار

<sup>1</sup> منتدى الاستراتيجيات الأردني، تقرير: 71% نسبة ضريبة المبيعات من إجمالي الإيرادات الضريبية في الأردن، <https://www.almamlakatv.com/news>، 24/08/2021، 23:16.

<sup>2</sup> أحمد عوض، الضرائب على التجارة الإلكترونية، <https://alghad.com>، 2019، تاريخ الاطلاع على الموقع 2021/08/26،

<sup>3</sup> الحكومة تفرض ضرائب على " التجارة الإلكترونية لجنة من الصناعة والجمارك تضع التعليمات - تفاصيل،

<https://ifranews.com.jo/article/23829>، تاريخ الاطلاع 2021/08/28.

<sup>4</sup> رايح مرار، سامي الخالدي، آفاق تنظيم التجارة الإلكترونية في فلسطين، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، فلسطين، 2020، ص30.

أردني سابقاً.<sup>1</sup> كما أعلنت دائرة الجمارك العامة رسمياً عن إجراءات جديدة تنظيمية للشراء عبر التجارة الإلكترونية للاستفادة من إعفاء البضائع التي تقل قيمتها عن 100 دينار للفرد الواحد، على أن لا تزيد قيمتها عن 200 دينار شهرياً.<sup>2</sup>

أطلقت دائرة الجمارك الأردنية منصة إلكترونية كقاعدة بيانات لتنظيم وتوثيق قطاع التجارة الإلكترونية، من خلال التصريح عن البضائع الواردة عن طريق عمليات الشراء عبر المواقع الإلكترونية التي تشمل المواد الغذائية، وألعاب الأطفال، والأحذية، والألبسة الشخصية والهدف من إنشاء هذه المنصة هو إيجاد التوازن بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، ولحماية المنتجات المحلية والتجارة الداخلية من غزو المنتجات المستوردة من الخارج.<sup>3</sup>

يتم التسجيل في المنصة، بإدخال مجموعة من المعلومات واستخدام اسم تجاري في عمليات الشراء. كما تضمنت الإجراءات الجديدة عمليات التسجيل بالمنصة، بالإضافة لمسؤولية شركات الشحن والبريد، للتأكد من هوية الأشخاص عند التسليم.

في 2019/8/7 قرر مجلس الوزراء، إلغاء قرار مجلس الوزراء رقم 13924 الصادر بتاريخ 2016/2/10 المتعلق بإعفاءات الطرود البريدية (ذات الاستخدام الشخصي)<sup>4</sup> وتطبيق ضرائب على الشحنات القادمة بالتجارة الإلكترونية كما يلي:<sup>5</sup>

- ضريبة جمركية مقدارها 5 دنانير، على الشحنة التي لا تزيد قيمتها على 50 ديناراً بحيث يتم استيفاؤها بموجب تصريح مختصر على المنصة الإلكترونية للجمارك المعدة لهذه الغاية. وفي حال عدم التصريح على منصة الجمارك الإلكترونية، يستوفى عنها بدل خدمات بواقع 15 ديناراً، على أن لا تزيد قيمة الفواتير السنوية عن 500 دينار مجتمعة.
- يتوجب دفع 10 دنانير كضرائب جمركية لكل فاتورة تزيد قيمتها على 50 ديناراً ولا تتجاوز 100 دينار أردني في حالة كانت السلعة مسجلة على المنصة الإلكترونية، وفي حال عدم التصريح على المنصة

<sup>1</sup> المملكة، إطلاق منصة لتنظيم التجارة الإلكترونية الخميس، -<https://www.almamlakatv.com/news/24160>، 2019، تاريخ الاطلاع 2021/09/02 على الساعة 15:15.

<sup>2</sup> المرجع السابق، تاريخ الاطلاع 2021/09/05 على الساعة 21:59.

<sup>3</sup> ميس دويك، التجارة الإلكترونية في الأردن، <https://read.opensooq.com>، 2020، تاريخ الاطلاع 2021/09/02 على الساعة 22:30.

<sup>4</sup> وزير المالية، وزير الاقتصاد الرقمي والريادة، غرفة تجارة عمان، قرار رقم 5761 المرخ في 14 ذو الحجة 1440 الموافق لـ 2019/08/15.

<sup>5</sup> المملكة، مرجع سبق ذكره.

يستوفى عنها بدل خدمات بواقع 25 ديناراً، على ألا تزيد قيمة الفواتير السنوية عن 500 دينار أردني مجتمعة.

أما بالنسبة للسلع التي تزيد قيمتها عن 100 دينار أردني، ولا تتجاوز قيمتها 1000 دينار أردني فيصدر بها ما يسمى ببيان أمتعة مسافرين أصولي، والتي يتم دفع رسوم لها حسب قانون الجمارك. بينما السلع التي تتجاوز قيمتها 1000 دينار أردني يصدر بها ما يسمى ببيان جمركي أصولي والتي يتم دفع رسوم لها حسب قانون الجمارك<sup>1</sup>.

كما أشارت الجهات المعنية بما فيها غرفة التجارة لعمان على ضرورة مراجعة العديد من الإجراءات المطبقة والمتعلقة بالتجارة الإلكترونية كإجراءات التعامل مع الطرود البريدية والتي لا تزيد قيمتها عن 200 دينار (280 دولار) ذات الطابع الشخصي والذي كان معفى من الضريبة، ما أدى إلى تجاوز في إدخالها بأعداد كبيرة دون رقابة.

في سنة 2021 وبعد الانتقادات العديدة التي وجهت للسياسة الضريبية على التجارة الإلكترونية، أعيد النظر في بعض النسب المطبقة وإجراء بعض التعديلات للتخفيف العبء الضريبي على المواطنين وتبسيط إجراءات الدفع على المكلفين وإجراءات التحصيل على الإدارة الضريبية. فتم تخفيض الرسوم الجمركية على الطرود البريدية الموجهة للاستخدام الشخصي والشحنات المشار إليها سابقاً، بتطبيق رسم موحد بنسبة 10 % من القيمة، ويحد أدنى مقدر ب 5 دنانير. كما تضمن القرار إعفاء الطرود التي تقل قيمتها عن 150 ديناراً، من الرسوم والضرائب الأخرى بما فيها الضريبة العامة على المبيعات ومن جميع بدلات الخدمات المتحققة، ودون الحاجة إلى تنظيم بيان جمركي. ينطبق هذا القرار على جميع محتويات الطرود البريدية الشخصية وجميع أنواع البضائع القادمة عبر التجارة الإلكترونية باستثناء التبغ ومنتجاته بما فيها السجائر والسيجار والسجائر الإلكترونية ولوازمها ومكوناتها والمشروبات الكحولية والبضائع الواردة بكميات تجارية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ميس دويك، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> العربي الجديد، الأردن يخفض الرسوم على الطرود البريدية لتشجيع التجارة الإلكترونية، <https://www.alaraby.co.uk/eco> نظام الجبائي /nomy/ مارس 2021 ، 2021/09/10 على الساعة 20:00.



### المبحث الثالث: تقييم التجارب الدولية في ظل الاقتراحات الحديثة

من عرض التجارب السابقة تم استخلاص مجموعة من الملاحظات وتحديد بعض النقاط السلبية والإيجابية.

#### المطلب الأول: تحليل وتقييم التجارب الدولية

لمواجهة التحديات الضريبية للتجارة الإلكترونية، بدأ المشرعون في الكثير من دول العالم بالتركيز على كيفية تحسين آليات الإخضاع الضريبي وتكييفها مع متطلبات التجارة الإلكترونية، وخاصة مع النمو الذي تشهده هذه الأخيرة وتزايد المبيعات عبر الأنترنت بما فيها الخدمات الرقمية والسلع المستوردة ذات القيم الضعيفة.

كما كان لفشل وتأخر الجهود الدولية في وضع إطار عام لجباية التجارة الإلكترونية دور في تبني أنظمة أو آليات فردية خاصة من طرف العديد من الدول، كل حسب خصوصيات نظامه الضريبي، أهداف السياسات الضريبية ومدى تطور التجارة الإلكترونية بالبلد. كما اختلفت الضرائب المستهدفة في كل من هذه التجارب، فهناك من ركز على الضرائب على المبيعات أو الرسم على القيمة المضافة وكيفية إلزام المنصات الإلكترونية بجمعه ودفعه للدولة والبعض الآخر استهدف الضرائب على الدخل وكيفية إثبات الوجود الاقتصادي للمؤسسات العالمية العملاقة داخل إقليم ما، من جهة أخرى اقتصت بعض التشريعات بفرض ضرائب على الخدمات الرقمية وإعطائها جانبا قانونيا مفصلا. في حين ارتأت بعض الدول إلى فرض ضرائب على الطرود الشخصية التي غالبا ما تكون ذات قيم ضعيفة وهذا لحماية الأسواق المحلية وضمان تكافؤ الفرص بين السلع المحلية والسلع المستوردة.. رغم هذه التباينات، إلا أن الغايات الأساسية من فرض ضرائب على المعاملات الإلكترونية كان تتمحور في نفس السياق تقريبا والمتمثلة في تحقيق العدالة الضريبية وحماية الإيرادات الضريبية من التآكل.

فالاختلافات بين هذه الأنظمة أظهرت العديد من النقائص والتحديات على المستوى الجزئي أو على المستوى الكلي.

#### أولا: أهم المشاكل التي صادفها تطبيق أنظمة منفردة لجباية التجارة الإلكترونية على المستوى الجزئي

على المستوى الجزئي صادفت الدول مجموعة من الصعوبات في تطبيق الأنظمة أو الآليات التي تبنتها كما تم تسجيل عدة نقائص في هذه التجارب، تتمثل أهم هذه المشاكل فيما يلي:

**1. عدم كفاءة وفعالية طرق تحصيل الضرائب على التجارة الإلكترونية:** يرتبط هذا العنصر بطرق فرض وتحصيل الضريبة وكذلك مدى تحقيق إيرادات مقارنة بتكاليف التحصيل بحيث يعود هذا المشكل إلى ما يلي:

- مشاكل متعلقة بمدى امتثال المتعاملين للقواعد الضريبية: يتعلق هذا المشكل بمدى التزام الأفراد أو المؤسسات الذين يبيعون أو يشترون سلعاً أو خدمات عبر الأنترنت بالقواعد والقوانين الضريبية المطبقة. علاوة على ذلك، قد لا تلتزم المنصات الإلكترونية بالقوانين التي تفرض فيما يخص جمع الرسم على القيمة المضافة وتحويله للدولة المناسبة.

كما قد تتجاهل المنصات الإلكترونية مسؤوليتها في تسجيل الشركات التي تبيع منتجاتها داخل دولة ما عبر تلك المنصات، في الضريبة على القيمة المضافة. فقد أشركت بعض التشريعات المنصات الإلكترونية في إبلاغ الشركات الأجنبية بالتزاماتها المتعلقة بالضريبة على القيمة المضافة مثل حالة المملكة المتحدة، حيث طلب قانون المالية 2017-2018 من المنصات التحقق من أرقام ضريبة القيمة المضافة المعروضة على مواقعها الإلكترونية ومن مدى صحتها، وعلاقتها بالبائع<sup>1</sup>.

- صعوبة فرض القوانين الضريبية على متعاملين متواجدين خارج الحدود الإقليمية وهذا نظراً لأن الأسس الضريبية التقليدية مبنية على إقليمية الضريبة، وكذلك صعوبة نشر تلك القواعد والإعلام بها.

- ارتفاع الأعباء الإدارية على البائعين وعلى الإدارة الضريبية حيث ترتبط فعالية الأنظمة المطبقة في قيمة الإيرادات المحققة من إخضاع الضريبي مقارنة بحجم التكاليف المخصصة لذلك، فإذا كان حجم التكاليف يمثل نسبة معتبرة من الإيرادات الضريبية المحصلة فيصبح ذلك غير مهماً. فقد يرجع ارتفاع حجم التكاليف إلى عدم التحكم في النظام المطبق أو وجود خلل في التقنية المطبقة بحد ذاتها.

كما قد تتحمل المنصات الإلكترونية أعباء بيروقراطية في حالة تحميلها مسؤولية الإخضاع الضريبي أين تصبح مجبرة على تحليل كل عمليات البيع بدقة والامام بكل المعلومات المتعلقة بالمورد (البائع) وكذلك المشتري والتأكد من صدق وصحة المعلومات الشخصية أو الضريبية التي صرح بها كل طرف.

2. صعوبة تسيير والتحكم في المعالجة الضريبية للمعاملات والرقابة عليها يحدث ذلك في حالة التزايد الكبير لحجم المعاملات الإلكترونية واختلاف طبيعة السلع والخدمات المتداولة فتصبح الإدارات الضريبية غير قادرة على الإشراف ومراقبة هذا الكم الهائل من المعاملات. كما تطرح المنصات الإلكترونية التي تنشط في مجالات عدة وتخضع لعدة قوانين ونسب ضريبية مشكل التسيير الجبائي للمعاملات.

3. التأثير السلبي على نمو التجارة الإلكترونية وتطورها إن تطبيق ضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية قد يكون له أثر سلبي، فقد يعيق ذلك نمو التجارة الإلكترونية، إما من جهة المشتري واثقاله بالضرائب على

<sup>1</sup> Luisa Scarcella, **E-commerce and effective VAT/GST enforcement: Can online platforms play a valuable role?** ScienceDirect, Computer Law and Security Review, N°36, 2020, P: 10.

السلع المستوردة (خاصة بالنسبة للسلع ذات قيم ضعيفة وفرض الضرائب على الطرود الشخصية)، أو من جهة البائع وثقل الالتزامات الضريبية خاصة في تعدد واختلاف القواعد الجبائية وصعوبة تسييرها. فلهذه الأسباب لجأت معظم التشريعات إلى تعديل القواعد المطبقة على عدة مراحل لعدم ملاءمتها، خاصة وأن جباية التجارة الإلكترونية تواجه تحديات كثيرة.

**4. عدم توفر المعلومات وخاصة مع نمو حجم معاملات البيع والشراء عبر الأنترنت ولو كانت بقيم ضعيفة:** في هذا السياق اتخذت بعض التشريعات (مثل بعض دول الاتحاد الأوروبي في إطار تطبيق التوجيه الصادر في 2017) قوانين متعلقة بحفظ السجلات، بموجب هذه القوانين، يتوجب على مشغلي المنصات الإلكترونية الاحتفاظ بسجلات تتعلق بالبائع نفسه والمعاملات التي يجريها من خلال السوق Marketplace انطلاقاً من شهادة الضريبة على القيمة المضافة التي سجل بها البائع. كما ألزمت هذه التشريعات على السوق أو المنصة الإلكترونية الاحتفاظ بالمعلومات الخاصة بالتجار (الاسم، العنوان، الرقم الضريبي للتاجر، معلومات حول تسجيل الضريبة على القيمة المضافة، معلومات حول المبيعات: مقدارها، مكان المصدر ومكان المقصد، تاريخ التسليم..)، انتقدت هذه السياسة من طرف العديد من الخبراء وكذلك من طرف إدارة الاتحاد الأوروبي بحجة أن ذلك قد يثقل الأسواق ويؤثر على نمو التجارة الإلكترونية.

**ثانياً: أهم المشاكل التي صادفها تطبيق أنظمة منفردة لجباية التجارة الإلكترونية على المستوى الكلي أو الدولي**

**1. تفاقم مشكلة التهرب الضريبي الناتج عن المنافسة الشرسة بين الأنظمة المطبقة:** ينتج ذلك من تطبيق نسب ضريبية ضعيفة من طرف الدول ما يعرف بالجنات الضريبية، أين تختار بعض الشركات هذه الدول موطناً لها للتهرب من الضريبة. بالإضافة إلى ذلك فإن اعتماد بعض التشريعات على مفهوم الوجود الاقتصادي دون البعض الآخر أنتج شكلاً جديداً من المنافسة الضريبية.

**2. ظهور مشكلة الازدواج الضريبي:** وهذا بغياب التنسيق والتعاون بين الدول فتبني أنظمة وميكانزمات مختلفة قد يؤدي إلى تعرض المكلفين إلى ضرائب مزدوجة مثلاً في حالة اعتماد دولة لضرائب على أساس المصدر ودولة أخرى تطبق ضرائب على أساس المقصد. وخاصة في حالة غياب الاتفاقيات الجبائية الثنائية التي تأطر أنشطة التجارة الإلكترونية بين الدول.

3. ظهور نزاعات بين الدول: لقد أدى فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية إلى حدوث اختلافات ونزاعات بين بعض الدول وخاصة أنه كان هناك جدل حول إخضاع المعاملات الإلكترونية أو إعفاؤها واختلفت الآراء ووجهات النظر حول هذا الموضوع.

4. إشكالية لمن تعود مسؤولية جمع الضريبة: بالنظر إلى استخدام المنصات لإجراء عمليات البيع عن بعد عبر الإنترنت، فإن فرض قواعد ضريبة القيمة المضافة / ضريبة السلع والخدمات من خلال إخضاع المنصات الإلكترونية للضريبة أو بعبارة أخرى تحميلها مسؤولية الإخضاع بدلاً من العديد من الموردين المختلفين، يمكن أن يكون أكثر فعالية من حيث التكلفة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: ملخص لأهم الأنظمة وآليات الإخضاع الواردة في التجارب السابقة

تتمثل أهم الآليات الواردة في التجارب السابقة فيما يلي:

أولاً: ضريبة GAFAs : في 21 مارس 2018، تبنى الاتحاد الأوروبي مشروع لتطبيق ضريبة على الخدمات الرقمية، هي ضريبة بنسبة 3% طبقت على رقم أعمال المؤسسات الرقمية (وليس على أرباح الشركات) تفرض على عمالقة الرقمنة مثل Google، Facebook، Amazon و Apple والتي قد تمس ما بين 120 و 150 مؤسسة. حيث شرعت فرنسا بتطبيق هذه الضريبة ابتداء من جويلية 2019 إلى جانب كل من ألمانيا، إيطاليا وإسبانيا، جمهورية التشيك وغيرها..، بعد فشل المفاوضات الأوروبية في محاولة تطبيق ضريبة موحدة على المعاملات الإلكترونية التي لا يمكن إخضاعها للضريبة اعتماداً على الأسس الضريبية القديمة المبنية على التواجد المادي ورغم التهديدات التي تلقتها من الولايات الأمريكية بفرض رسوم جمركية مرتفعة على المنتجات الفرنسية المصدرة إلى أمريكا. كما اتسع تطبيق هذه الضريبة على مؤسسات عالمية أخرى مثل Netflix.

لقد نتج عن تبني هذه الضريبة، الآثار التالية:

- تدهور العلاقات الدبلوماسية بين الدول التي طبقت الضريبة والولايات المتحدة الأمريكية التي تعتبر الرائد العالمي في مجال التكنولوجيا وبلد أهم المؤسسات الرقمية والتكنولوجية في العالم؛
- استمرار المشاكل والتحديات الضريبية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية الدولية، راجع إلى تبني ضرائب وطنية على مستوى كل دولة Taxes unilatérales.

<sup>1</sup> Luisa Scarcella, op-cit, p : 14.

ثانيا: **التكليف العكسي Reverse charge** : يقوم هذا المبدأ على نقل عبء تحصيل الضريبة من مورد

الخدمة غير المقيم إلى المستفيد من هذه الخدمة، سواء كان مسجلا أو غير مسجل، ليقوم المستفيد من الخدمة أو مشتري السلعة بالالتزام بالضريبة على الخدمات المستوردة وتوريدها إلى مصلحة الضرائب بدلا من البائع.<sup>1</sup> طبق هذا المبدأ في العديد من الدول على غرار جنوب إفريقيا، مصر، السعودية ودول أوروبا...

فمن مزايا التكليف العكسي أنه يقلل من عبء امتثال الموردين عن طريق تحويل مسؤولية تقييم وتحويل المبلغ الصحيح للضريبة للعملاء التجاريين المسجلين ضمن ضريبة القيمة المضافة، كما يقلل من التكاليف الإدارية بالنسبة لإدارة الضريبة. في المقابل فإن هذا النظام يخل بالمفهوم الحقيقي للرسم على القيمة المضافة الذي يحمل البائع مسؤولية جمع الضريبة في مختلف مستويات القيم المضافة فهذا يحول ضريبة القيمة المضافة إلى ضريبة على المبيعات المطبقة في بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية وبعض المقاطعات الكندية.

**ثالثا: نظام مسؤولية الأسواق:** يعتمد هذا النظام أساسا على تحويل مسؤولية التحصيل الضريبي للأسواق

الإلكترونية، اقترح هذا النظام من طرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، التي نشرت تقرير لمساعدة الدول على تصميم السياسات الضريبية في اشراك المنصات الإلكترونية في جمع الرسم على القيمة المضافة ومساهمتها في توفير المعلومات المناسبة، فقد تبنت العديد من دول الاتحاد الأوروبي هذا النظام.

فتزداد أهمية هذا النظام في دور الذي تلعبه كمرشد حول أعمال المؤسسات كشريك من خلال اتفاقيات تعاونية أو كوسيط بصفة طوعية.<sup>2</sup> فمساهمة المنصات الإلكترونية يسهل عملية تحصيل الضرائب على المبيعات أحسن من تحصيلها من طرف البائعين كل على حدا. مع ذلك فإن لهذا الاجراء عيوب ونقاط سلبية، خاصة على المنصات الإلكترونية التي قد تجد نفسها مثقلة بالالتزامات الضريبية من طرف العديد من الدول.

**رابعا: الشباك الوحيد Le guichet unique** يقوم الشباك الوحيد بجمع مختلف المعلومات الوثائق

المتعلقة بكل العمليات التي تخضع للرقابة الجمركية عند التصدير أو الاستيراد وذلك من خلال واجهة مشتركة وموحدة. يوفر الشباك الوحيد المعلومات المناسبة لكل الهيئات والسلطات ذات العلاقة وهذا ما يساهم في تسهيل التبادلات التجارية.

<sup>1</sup> محمود محمد الدمرداش، مرجع سبق ذكره، ص:92.

<sup>2</sup> Louisa Scarcella, op-cit, p : 15.

### خلاصة الفصل الثالث:

لقد تم من خلال هذا الفصل دراسة بعض التجارب الدولية المتعلقة بجباية التجارة الإلكترونية، وتم اختيار مجموعة من الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية وأخرى لها تجربة حديثة في هذا المجال. تم إبراز من خلال هذه التجارب أهم القواعد والقوانين الجبائية المطبقة فيما يخص فرض ضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية، إلى جانب أهم الآليات والإجراءات التي تم وضعها.

رغم الموقف الذي كانت تؤيده الولايات المتحدة الأمريكية فيما يخص جباية التجارة الإلكترونية الذي تجلى في الاعفاء التام في البداية، تغير هذا الموقف مع التطور السريع للمعاملات التجارية الإلكترونية أين أصبحت التجارة الإلكترونية اليوم جزءاً لا يتجزأ من النشاط التجاري. وأصبح من الضروري فرض ضرائب على المبيعات التي تتم عبر الأنترنت كما تفرض على المبيعات التي تتم تقليدياً فلا يوجد سبب لعدم تطبيق نفس القواعد بالتالي استوجب التعامل مع كلتا من الصنفين بالمساواة. وبالفعل تجاوزت العديد من الشركات والتجار مع هذا التغير فقامت بجمع الضرائب والمشاركة في انجاح نظام التحصيل مع الاستمرار في نشاطها.

لقد خاضت الأردن في سياسة جباية التجارة الإلكترونية، رغم أن المعاملات التجارية كانت منحصرة على منتجات معينة وإن كانت في نمو مستمر. فقد تعرضت هذه السياسة لانتقادات البعض الذين رأوا أن هذا سيحد من تطور التجارة الإلكترونية، كما نالت تشجيع البعض الآخر الذين كانت وجهة نظرهم أن تطور التجارة الإلكترونية سيكون على حساب التجارة التقليدية فيجب حماية المنتجات المحلية. تراجعت الوزارة عن قراراتها فيما بعد وأجرت بعض التعديلات عليها.

اتخذت فرنسا على غرار دول الاتحاد الأوروبي موقفاً صارماً بشأن فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية وخاصة على عمالة سوق المعاملات الإلكترونية. وأخذت تونس نهج الدول الفرنكوفونية كفرنسا وألمانيا. فحين أن جنوب إفريقيا انتهجت مسار تطبيق الضريبة على القيمة المضافة وأعطت تعريفاً واسعاً للخدمات الرقمية وإدخالها في نطاق الضريبة على القيمة المضافة.

من خلال هذا الفصل، يمكن استخلاص ما يلي:

- ركزت معظم الدول الفرنكوفونية على فرض ضرائب على المبيعات وعلى السلع المستوردة والمشتريات عبر المنصات الإلكترونية العالمية؛

- اهتم الاتحاد الأوروبي بإيجاد صيغة أو حل لفرض ضرائب على أرباح الشركات المحققة من أنشطة التجارة الإلكترونية بإثبات وجودها داخل الاتحاد الأوروبي دون الاستناد إلى المفهوم التقليدي للمنشأة الدائمة؛
- لقد اعتمدت معظم الدول قواعد ضريبية معدلة من فترة إلى أخرى بسبب تعدد وتطور تحديات جباية التجارة الإلكترونية؛
- تحديد الوقت المناسب للتدخل الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية يعتبر من أهم عوامل نجاح النظام الضريبي على التجارة الإلكترونية وهذا لضمان عدم إعاقة نمو هذه المعاملات؛
- يرتبط نجاح أنظمة جباية التجارة الإلكترونية بتبني نظام دولي موحد، يقلل من المنافسة الضريبية الشرسة، يضمن حماية الأوعية الضريبية من التآكل ويخلق اتفاقا ورضا دوليا.
- يتطلب تعظيم الاستفادة الضريبية من التجارة الإلكترونية وأنشطة الاقتصاد الرقمي، مرونة في صياغة التشريعات الضريبية، والاستجابة للمتغيرات الجديدة وخاصة التكنولوجية، كما يتطلب تنسيقا دوليا واسع النطاق.

**الفصل الرابع: التجارة الالكترونية في بيئة  
الأعمال الجزائرية وجبايتها**



### تمهيد

تشهد بيئة الأعمال الجزائرية تغيرات وتطورات كبيرة استجابة للثورة التكنولوجية التي مست جميع الميادين في العالم، فظهرت التجارة الالكترونية حاملة معها مجموعة من المفاهيم والممارسات الجديدة التي لم نألّفها في النشاط التجاري التقليدي كاستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التبادل التجاري سواء فيما يخص السلع أو الخدمات. كما ساهمت هذه التجارة في رفع الحدود بين الدول وشجعت التجارة الخارجية حيث أصبحت الأسواق متاحة عبر شبكة الأنترنت.

على غرار الدول المتطورة قد تدر التجارة الالكترونية إيرادات معتبرة على خزينة الدولة الجزائرية وحتى مداخل من العملة الصعبة. لكن ذلك قد يتحقق بتوفير بيئة أعمال ملائمة لنمو وازدهار هذا النوع من التجارة من بنى تحتية وتأطير قانوني متكامل.

تقوم مختلف الدول المتطورة في مجال التجارة الإلكترونية إلى جانب مختلف الهيئات والمنظمات الدولية التي تهتم بالمسائل الاقتصادية بدراسة أحسن وأنسب طرق حماية وتسيير إيرادات التجارة الالكترونية وذلك لحماية حقوق الدول وحماية التجارة التقليدية. في هذا الإطار تظهر المسائل والتحديات الضريبية التي تواجهها الحكومات في التعامل مع التجارة الالكترونية فكما رأينا سابقا اختلفت المواقف الدولية حول إخضاع المعاملات الالكترونية للضريبة وخلصت النقاشات إلى ضرورة الاتفاق الدولي فيما يخص التجارة الالكترونية العابرة للحدود.

من خلال هذا الفصل سوف نعالج كيف تواجه الجزائر تحديات فرض ضرائب على التجارة الالكترونية في ظل أسس النظام الضريبي الجزائري وماهي أهم المواقف والقرارات التي اتخذتها السلطات العمومية بهذا الشأن، وفي إطار تحقيق أهداف هذه الدراسة تمكنا من وضع مجموعة من المتطلبات الأساسية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية استنادا إلى مختلف القواعد والقوانين التي تحكم التجارة الالكترونية والعناصر المتداخلة معها في الجزائر وعلى مقابلات قمنا بها مع شخصيات مكلفة بالملفات والأعمال الخاصة بالتجارة الالكترونية على مستوى كل من وزارة المالية ( المديرية العامة للضرائب ومديرية الجمارك تحديدا) ووزارة التجارة وترقية الصادرات.

### المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

بالرغم من انتشار التجارة الالكترونية في كل الدول الغربية وكذا في بعض الدول العربية كالإمارات، مصر، تونس والسعودية إلا أنها مازالت في مراحلها الأولى في الجزائر وهي تواجه العديد من التحديات.

إن واقع التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية مرتبط بعدة عناصر كالبنية التحتية من وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال ووسائل الدفع الالكترونية، البيئة التشريعية التي توطر السوق الالكترونية وغيرها من العوامل الاقتصادية الأخرى.

من جهة أخرى فإن الثقافة الالكترونية لا تقل أهمية في وسط المجتمع الجزائري حيث أن نسبة كبيرة من الأفراد يستعملون الأنترنت ويوظفونه في حياتهم اليومية الشخصية وحتى المهنية حيث بلغ عدد الجزائريين المتصلين بالأنترنت 22 مليون جزائري<sup>1</sup> وهذا ما يشير إلى إمكانية تطور المعاملات الالكترونية في المستقبل وقابلية السوق الجزائرية للخوض في التجارة الالكترونية.

في نفس السياق تشهد البيئة الجزائرية انتقالا مهما من حيث تطوير الاقتصاد الرقمي كما تولي الحكومة اهتماما كبيرا لتطوير هذا القطاع سواء من حيث تشجيع المؤسسات الرقمية الناشئة وظهور خدمات بنكية الكترونية جديدة وغير ذلك.

### المطلب الأول: تطور التجارة الالكترونية في الجزائر

يجتاح التطور التكنولوجي أوساط المجتمع الجزائري وبيئة الأعمال الجزائرية على حد سواء، حيث نلاحظ الاستعمال الواسع للهاتف النقال بين أفراد المجتمع الجزائري وتنوع التطبيقات الرقمية التي تساهم في تسهيل حياة الأفراد وتقدم لهم خدمات مختلفة قد توفّر عنهم العناء والوقت. كما أن الحكومة الجزائرية تعمل على تشجيع بيئة الأعمال الجزائرية في الخوض في الاقتصاد الرقمي بتشجيع المؤسسات الناشئة في هذا المجال وتقدم تسهيلات مختلفة لها وعلى عدة مستويات.

في ظل ذلك، تشهد بيئة الأعمال الجزائرية اهتماما كبيرا للمتعاملين الاقتصاديين للتعامل الالكتروني والتعامل عبر الأنترنت عامة، إما في عرض السلع واستقطاب عملاء جدد أو في عرض سلع وخدمات جديدة تماما ظهرت مع ظهور التجارة الالكترونية.

<sup>1</sup> حمري نجود، حمري نوال، مرجع سبق ذكره، ص: 2

فقد أدرج رمز نشاط 607074 تحت اسم "التجارة الالكترونية"، ضمن مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيود بالسجل التجاري، و تم إضافة رمز نشاط آخر وهو 511145 والذي يحمل اسم "تجارة بالتجزئة لكل أنواع المنتجات بالمراسلة أو إلى غاية المنزل". حيث قدر عدد التجار الناشطين والمسجلين في نشاط التجارة الالكترونية ما يقارب 1868 متعامل إلى غاية 31 ديسمبر 2021 موزعين على أغلب ولايات الوطن، منهم 829 تاجر يحمل صفة شخص طبيعي و1039 تاجر يحمل صفة شخص معنوي. يتمركز أغلب هؤلاء التجار في ولاية الجزائر حيث يمثل عددهم 1081 تاجر ما يقارب 58% من عدد التجار الإجمالي، تليها في الترتيب ولاية وهران بعدد إجمالي للتجار قدر ب 97 تاجر ثم قسنطينة ب 93 تاجر<sup>1</sup>. (ملحق رقم 01)

فبيئة الأعمال الجزائرية تشهد انتقالا كبيرا لا يستهان به، كما أن المتعاملين خاصة والأفراد عامة في هذه البيئة يواكبون التطور الحاصل في العالم، فإذا قارنا تطور الإدارة الجزائرية مع التطور الحاصل في بيئة الأعمال نجد أن هناك فارق كبير جدا. فالفرد الجزائري متطلع على العالم الخارجي باستمرار ويحاول تطوير أفكاره والاستثمار فيها، أما إذا ما تأملنا في مدى استجابة الإدارة للتطور الحاصل في السوق الجزائرية فنرى عدم مرونة القوانين التشريعية ونقص تطبيق التكنولوجيا على مستوى الإدارات رغم الجهود التي تسعى لها الحكومة.

تسعى السلطات الجزائرية في هذه الفترة الحالية، إلى مرافقة نشاط التجارة الالكترونية وذلك بتربق كل سلوكيات المتعاملين ومتابعة أشكال وتوجهات النشاط، ليس لغاية المراقبة بل بهدف معرفة آلية عمله في السوق الجزائرية وتحديد مختلف الفرص المتاحة والصعوبات التي يواجهها<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر

يعتبر قانون التجارة الالكترونية 18-05 المؤرخ في ماي 2018، من أهم الخطوات والجهود التي قامت بها الجزائر لتنظيم والنهوض بالاقتصاد الرقمي فهو يمثل الإطار القانوني والتشريعي الذي يحكم المعاملات التجارية الالكترونية في الجزائر خاصة وأن هذه المعاملات تثير العديد من التحديات القانونية التي ظهرت مع بداية استخدام الوسائل الالكترونية في النشاط التجاري.

<sup>1</sup> مديرية خدمات الإعلام الآلي، المركز الوطني للسجل التجاري، توزيع عدد التجار المسجلين (الناشطين) في نشاط التجارة الالكترونية حسب الولاية إلى غاية 31 ديسمبر 2021، 2022/01/18.

<sup>2</sup> بوقريط سهام، مديرة فرعية للدراسات والاستكشاف والإعلام الاقتصادي، وزارة التجارة، مقابلة 2022/03/21، 14:00.

يحدد القانون 05-18 القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع والخدمات<sup>1</sup> ويهدف أساسا قانون التجارة الالكترونية إلى ضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنت أو الموردين والمستهلكين<sup>2</sup>.

**أولا: مضمون قانون التجارة الالكترونية 05-18:** تضمن هذا القانون نشاط التجارة الالكترونية من عدة جوانب أين قام المشرع الجزائري بتقسيمه إلى ثلاث أبواب رئيسية تضمن كل باب ما يلي:

- الباب الأول: أحكام عامة

- الباب الثاني: ممارسات التجارة الالكترونية

- الباب الثالث: الجرائم والعقوبات

**1. باب الأحكام العامة:** تضمن هذا الباب في البداية، تحديد لمجال تطبيق القانون وحدود ممارسة المعاملات الالكترونية ثم أعطى تعاريف لأهم المفاهيم والمصطلحات المتداولة في أنشطة التجارة الالكترونية والتي تعد حديثة مقارنة بتلك المتعارف عليها في المعاملات التجارية التقليدية كمفهوم التجارة الالكترونية، العقد الالكتروني، المستهلك الالكتروني، المورد الالكتروني، الاشهار الالكتروني، اسم النطاق... الخ.

حيث عرف القانون 05-18 التجارة الالكترونية على أنها " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية".<sup>3</sup>

**2. باب ممارسات التجارة الالكترونية:** قام المشرع الجزائري بوضع أهم القواعد الواجب القيام بها عند ممارسة معاملات التجارة الالكترونية حيث أكد على ضرورة التسجيل في المركز الوطني للسجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية وأهم المعلومات المرفقة للعرض التجاري الالكتروني الخاصة بالمورد الالكتروني (كرقم التعريف الجبائي، العنوان، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري، معلومات حول السلع والخدمات المعروضة، طرق الدفع، موعد التسليم، شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع وغيرها). كما جاء في هذا الفصل كل من عناصر العقد الالكتروني وشروط سير عملية تقديم الطلبية بالإضافة إلى حقوق والتزامات المستهلك الالكتروني وواجبات المورد الالكتروني ومسؤولياته. كما يتوجب على المورد الالكتروني إعداد الفاتورة بمجرد

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 28، ماي 2018،، قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018، مرجع سبق ذكره، ص:05.

<sup>2</sup> حمري نجود، حمري نوال، مرجع سابق، ص17.

<sup>3</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية العدد 28، ماي 2018، قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018، مرجع سبق ذكره، ص:05.

ابرام العقد الالكتروني ويمكن للمستهلك أن يطلب الفاتورة الورقية. يتم نشر الموقع الالكتروني أو الصفحة الالكترونية على الأنترنت مستضاف في الجزائر بامتداد « .com.dz » ويودع اسم النطاق على مستوى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

تمت الإشارة للمعاملات التجارية العابرة للحدود أين تم اعفاء عمليات البيع الالكترونية التي يقوم المورد الالكتروني المقيم لمستهلك الالكتروني موجود في بلد أجنبي من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف، عندما لا تتجاوز قيمة السلعة أو الخدمة مبلغ معين. كما يتم إعفاء عمليات شراء السلع و/أو الخدمات الرقمية الموجهة للاستعمال الشخصي التي يقوم بها مستهلك الالكتروني مقيم بالجزائر لدى مورد الالكتروني موجود ببلد أجنبي، عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة مبلغ معين محدد من طرف القانون. بالإضافة لما سبق تضمن هذا الباب قواعد وإجراءات الدفع الالكتروني التي سيتم التفصيل فيها في العناصر اللاحقة من البحث.

الاشهار الالكتروني من بين أهم تقنيات ووسائل الترويج الحديثة والمنتشرة بصفة كبيرة في السنوات الأخيرة، تحدث عنها المشرع الجزائري في المادة 30 من القانون أين أوجب أن يكون واضحا وغير مظلل وألا يمس بالآداب العامة والنظام العام.<sup>1</sup>

**3. باب الجرائم والعقوبات:** تهدف القواعد والإجراءات المنصوص إليها في هذا الباب أساسا إلى حماية المستهلك الالكتروني وقمع الغش وبالتالي زرع الثقة لدى المتعاملين عبر الأنترنت وهذا من خلال فرض الرقابة على التجارة الالكترونية من طرف ضباط وأعاون الشرطة القضائية بالإضافة إلى الأعاون المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة. كما حدد المشرع الجزائري العقوبات المطبقة في حالة ارتكاب جرائم مختلفة أو مخالفة الأحكام التشريعية والتنظيمية أو الالتزامات المنصوص عليها في القانون 05-18 وذلك بفرض غرامات مالية أو تطبيق إجراءات عقابية كالشطب من السجل التجاري أو غلق الموقع الالكتروني.

لقد انتقد العديد من الخبراء قانون التجارة الالكترونية 05-18 وخاصة مع غياب النصوص التطبيقية وعدم إمامه بكل جوانب المعاملة الالكترونية. فقد استبعد الجرائم الالكترونية من اختراق المواقع وسرقة بيانات

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية العدد 28، ماي 2018، قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018، مرجع سبق ذكره، ص: 9.

البطاقات الائتمانية<sup>1</sup>، ولم يحدد المشرع كيفية الرقابة خاصة في الحالات التي تستدعي المعاينة المادية وذلك في غياب محل تجاري خاص بالمورد الالكتروني. كما رأى البعض أن القانون 18-05 ركز في معظم موادها على حماية المستهلك ومن المفروض أن تكون تسمية القانون بحماية المستهلك في المعاملات التجارية الالكترونية<sup>2</sup>.

من جهة أخرى، تجاهل القانون إجراءات الرقابة على السلع والخدمات العابرة للحدود ولم يولي أهمية للخدمات الرقمية (الغير ملموسة) والتي قد تخلق تحديات كبيرة. إلى جانب ذلك لم يتضمن قانون التجارة الالكترونية جانب المعالجة الضريبية للمعاملات التجارية الالكترونية.

**ثانيا: قوانين ونصوص أخرى تنظم التجارة الالكترونية في الجزائر:** نتطرق إلى أهم القوانين التي لها علاقة بتنظيم المعاملات الالكترونية من خلال ما يلي:

**1. كيفية حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية :** صدر المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1440 الموافق ل5 مارس 2019 الذي يحدد كيفية حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، حيث ألزم المورد الالكتروني بإعداد ملف الكتروني (سجل المعاملات الالكترونية) يتضمن عناصر المعاملة التجارية المتمثلة في العقد، الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، كل وصل استلام، أثناء التسليم أو الاستعادة أو الاسترداد ويجب أن يكون السجل سهل الولوج إليه، مفهوم، في شكله الأصلي، غير قابل للتعديل أو الإتلاف<sup>3</sup>. وتخص المعلومات المسجلة التي يتوجب إرسالها وفق مواصفات محددة من طرف المركز، كل من العناصر التالية:<sup>4</sup>

- موضوع المعاملة،
- المبلغ المحدد للمعاملة باحتساب كل الرسوم،
- تاريخ المعاملة،
- طريقة الدفع،
- رقم الفاتورة أو رقم الوثيقة التي تقوم مقامها.

<sup>1</sup> نجوى حمري ونوال حمري، مرجع سبق ذكره، ص : 22.

<sup>2</sup> بومهرز العربي (مفتش رئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية)، **يوم دراسي حول التجارة الالكترونية**، مديرية التجارة لولاية جيجل، 2019/03/06.

<sup>3</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 17، **المرسوم التنفيذي 19-89 المتضمن كيفية حفظ سجلات المعاملات**

**التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري**، مارس 2019، ص: 16، 17.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص: 17.

ويتم ارسال المعلومات السالفة الذكر من قبل المورد الإلكتروني إلى المركز قبل تاريخ العشرين (20) من الشهر بالنسبة لمعاملات الشهر السابق.

كما نص المرسوم على وضع منصة إلكترونية من طرف المركز الوطني للسجل التجاري مخصصة لحفظ المعلومات المرسله من قبل الموردين الإلكترونيين حيث يتم تسليم رمز الولوج إلى المنصة الإلكترونية للمورد الإلكتروني من طرف المركز، بعد إيداع اسم النطاق. ويتم ربط هذه المنصة بالمديرية العامة للضرائب ما يمكن هذه الأخير من الاطلاع على المعلومات السابقة.

يمكن القول أن تطبيق المرسوم التنفيذي 19-89 على أحسن وجه سيسمح بتوفير قاعدة بيانات تسهل عملية الرقابة على المعاملات الإلكترونية وقياس حجم وأهمية هذه المعاملات داخل السوق الجزائرية كما أن عملية ولوج المديرية العامة للضرائب للمعلومات التي يسلمها الموردون الإلكترونيون تساعد على ممارسة الرقابة الجبائية أو تعتبر كتصريحات جبائية.

**2. النظام الصادر عن البنك المركزي المتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج والحسابات بالعملة الصعبة:** جاء هذا النظام للتنظيم وتعديل النظام رقم 07-01 المؤرخ في 3 فبراير سنة 2007 المتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج والحسابات بالعملة الصعبة: حيث تم تعديل وتنظيم المادة 57 من النظام السابق كما يأتي:

" تطبق على التوطين المصرفي لعقود تصدير الخدمات والتحصيل وترحيل نواتجها، نفس القواعد المطبقة على الصادرات من السلع.

تعفى من إجراءات التوطين المصرفي، صادرات الخدمات الرقمية عبر الأنترنت، وخدمات المؤسسات الناشئة، وكذا صادرات الخدمات الخاصة بالمهنيين غير التجاريين. يتعين على مقدمي هذه الخدمات أن يودعوا، لدى المصارف التي قاموا بالتوطين على مستواها، تصريحا يتضمن وصفا للمشروع أو المشاريع مع الإشارة، بالإضافة إلى معلومات أخرى، إلى سعر الوحدة وتاريخ وضعها على الأنترنت. وفي إطار هذه العمليات، يجب أن يرسل كل دفع تم تحصيله كمقابل لخدمات مصدرة، لدى مصرف متواجد بالجزائر. ويسجل هذا الدفع في الجانب الدائن للحساب بالعملة الصعبة للمصدر (تاجر أو مهني غير تاجر)، ليستعمل كأولوية وبصفة حصرية لتلبية احتياجات نشاطه.

غير أنه، يتم تحصيل إيرادات الصادرات الناجمة عن المشاريع غير المصرح بها مسبقا لدى المصرف الموطن بالدينار الجزائري<sup>1</sup>.

يدخل هذا النظام ضمن تعليمات البنك المركزي فيما يخص توطين الخدمات الرقمية ونسبة التصرف في عائدات العملة الصعبة حيث تم إعفاء كل من الخدمات الرقمية المقدمة إلى الخارج عبر الأنترنت وخدمات المؤسسات الناشئة والخدمات المقدمة من طرف المهنيين الغير تجاريين من التوطين المصرفي. كما يتوجب على مقدمي هذه الخدمات التصريح بمشاريعهم والمعلومات المتعلقة بها والتصريح بالسعر الوحدوي للخدمات وتاريخ وضعها على الأنترنت وذلك على مستوى بنك التوطين. من جهة أخرى وفيما يخص عائدات العملة الصعبة الناتجة عن تصدير الخدمات، سمح المشرع باستغلالها كاملة في حالة قيامه بالتصريحات التي نص عليها النظام، أما في حالة عدم التصريح يتحصل المصدر على إيراداته بالدينار الجزائري عوض العملة الصعبة حيث يعتبر هذا الإجراء كتشجيع وتسهيل للمتعاملين في هذا المجال وكتحفيز لهم للتصريح بأعمالهم.

**3. منع التعامل بالعملة الافتراضية :** نصت المادة 117 من قانون المالية 2018 على مايلي: " يمنع شراء العملة الافتراضية وبيعها واستعمالها وحيازتها"<sup>2</sup> وبرر المنع في نفس المادة بغياب الدعامة المالية كالقطع والأوراق النقدية والعمليات بالصك أو بالبطاقة البنكية.

**4. القانون رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي :** كان الهدف من هذا القانون تحديد قواعد حماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي. فقد عرف ذات القانون المعطيات ذات الطابع الشخصي بما يلي: " كل معلومة بغض النظر عن دعامتها متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لا سيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية".

كما نص هذا القانون في المادة السابعة 7 منه على أنه تشترط الموافقة الصريحة للشخص المعني للقيام بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي. وتم توضيح آليات وشروط معالجة هذه المعطيات الشخصية والمبادئ الأساسية لحمايتها. إلى جانب حقوق الشخص المعني كالحق في الاعلام والحق في التصحيح والحق

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، البنك المركزي الجزائري، الجريدة الرسمية، العدد 30، 22 أبريل 2021، **المادة 02 من النظام رقم 21-01 المؤرخ في 28 مارس 2021، المتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج والحسابات بالعملة الصعبة**، 2021، ص ص: 22، 23.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 76، 28 ديسمبر 2017م، **قانون المالية 2018**، 2017، ص: 54.



في الاعتراض كما جاء في القانون عرض للالتزامات المسؤول عن المعالجة اتجاه المعطيات الشخصية أين أزم هذا الأخير بضمان سرية وسلامة المعالجة وضرورة حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في مجال الاتصالات الالكترونية وفي الأخير تضمن القانون مختلف الأحكام الجزائية المترتبة عن مخالفة أحكام هذا القانون.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: الدفع الالكتروني في الجزائر

لقد عرف القطاع المصرفي تطورا كبيرا في الآونة الأخيرة وخاصة مع التطور التكنولوجي الذي مس كل القطاعات فتتوعدت الخدمات المصرفية بما فيها وسائل الدفع وهذا من أجل السعي في إرضاء حاجات العملاء والاستجابة لمتطلباتهم المتجددة في عصر الرقمنة إلى جانب تسهيل التعاملات التجارية وضمان اتمامها على أحسن وجه. ففي إطار الجهود التي تقوم بها الجزائر لمواكبة التطورات التكنولوجية ودعم وتطوير التجارة الالكترونية، يتجه النظام المصرفي الجزائري إلى اعتماد وسائل الدفع الالكتروني وتحسين الخدمات المصرفية. إن للدفع الالكتروني أهمية كبيرة، تكمن أساسا في تسهيل العمليات التجارية الالكترونية وسرعة تسويتها كما يتلاءم وطبيعة التجارة الالكترونية التي تتم في بيئة غير مادية.<sup>2</sup> من هذا المنطلق تسعى البنوك الجزائرية إلى تحديث نظامها المصرفي لمواجهة المنافسة مع البنوك الأجنبية المتواجدة في السوق الجزائرية ومواكبة التطورات الدولية في الصناعة المصرفية. تتجسد هذه الجهود في صدور نصوص قانونية تعترف بالدفع الالكتروني وتبين أهم القواعد التي تحكمه لتوفير بيئة تنظيمية وقانونية ملائمة.

**أولا: مراحل اعتماد الدفع الالكتروني وتنظيمه في الجزائر:** مر تبني وتنظيم الدفع الالكتروني في الجزائر بعدة مراحل قام البعض بتقسيمها كما يلي:

**1. التنظيم الضمني للدفع الالكتروني:** لم يتم اعتماد الدفع الالكتروني في الجزائر إلا بعد صدور الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض أين نصت المادة 69 منه على ما يلي: "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أمواله مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل"<sup>3</sup>. فمن خلال هذه المادة يمكن إدراج مفهوم الدفع الالكتروني ضمن الأساليب التقنية لتحويل الأموال رغم عدم التصريح عنها بصريح

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 34، 10 يونيو 2018، القانون رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ص: 11، 22.

<sup>2</sup> بوعزة هداية، الدفع الالكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 06، العدد 02، 2020، ص196.

<sup>3</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 52، 27 غشت 2003م، الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، 2003،

العبارة. كما ظهر مصطلح وسائل الدفع الإلكتروني في الأمر 05-06 المؤرخ في 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب أين اعتبر المشرع وسائل الدفع الإلكتروني من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب. وزاد اهتمام التشريع الجزائري بتنظيم التداول الإلكتروني للمعلومات وتأمين الأنظمة الإلكترونية بسن مجموعة من القواعد والقوانين في هذا المجال.

**2. الاعتماد الصريح للدفع الإلكتروني :** صرح المشرع الجزائري بالاعتراف بالوسائل الإلكترونية لأول مرة عند تعديله للقانون التجاري بإصداره للقانون رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للقانون التجاري حيث أضاف فقرة في المادة 414 المتعلقة بوفاء السفتجة وتم إدراج الوسائل الإلكترونية<sup>1</sup> بعدها وضمن القانون التجاري تم إضافة كلتا بطاقات السحب والدفع ضمن قائمة الأوراق التجارية.

ازداد اهتمام المشرع الجزائري بتنظيم المعاملات الإلكترونية باختلاف أنواعها حيث تم إصدار أحد أهم القوانين في هذا المجال التي تهدف إلى إعطاء مصداقية للمعاملات وخلق جو من الثقة بين المتعاملين وهو قانون 15-04 المؤرخ في 01 فبراير 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين حيث يعتبر التوقيع الإلكتروني أحد أهم أساليب تأمين عمليات الدفع الإلكتروني.

تطرق قانون التجارة الإلكترونية 18-05 هو الآخر إلى الدفع الإلكتروني وهذا في المادة 06 من الباب المخصص للأحكام العامة حيث عرف مفهوم **وسيلة الدفع الإلكتروني** على أنها: " كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية" وأشار المشرع، عند معالجته لوسائل الدفع في المعاملات الإلكترونية، بأن يتم الدفع الإلكتروني من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض على أن تكون هذه المنصات مستغلة من طرف بنك معتمد من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية. كما اشترط المشرع أن تكون منصة الدفع الإلكتروني مؤمنة بواسطة نظام تصديق إلكتروني وخاضعة لرقابة البنك المركزي وهذا لضمان أمن وسرية البيانات المتداولة<sup>2</sup>.

كما جاء في المادة 111 من قانون المالية لسنة 2018 إلزامية الحياة على جهاز الدفع الإلكتروني من طرف كل بائعي السلع والخدمات وهذا ليتمكن المستهلكون من دفع مقابل مشترياتهم بواسطة بطاقات الدفع الإلكتروني

<sup>1</sup> هداية بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص: 198.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية العدد 28، ماي 2018، قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، 2018،

مرجع سبق ذكره، ص: 8.

Carte CIB حيث يعاقب التجار بدفع غرامة مالية تقدر بـ 50000 دج في حالة عدم احترامهم للقانون خلال 1 سنة من تطبيقه<sup>1</sup>.

ولغرض تحديث وعصرنة النظام البنكي الجزائري وبالأخص تفعيل الدفع الإلكتروني، قامت الحكومة الجزائرية بوضع هيئات تختص بالإشراف وتنظيم الدفع الإلكتروني في الجزائر إلى جانب العديد من البنوك التجارية الجزائرية والبنوك الأجنبية التي تنشط في الجزائر وكذلك بريد الجزائر. **تجمع النقد الآلي** GIE Monétique الذي تم إنشاؤه سنة 2014 عبارة عن هيئة جماعية تتدخل في إطار مهامها القانونية في تنظيم النظام النقدي ما بين البنوك وهو مكلف بضمان العلاقة ما بين البنوك في المنظومة النقدية وتوافقها مع الشبكات النقدية المحلية أو الدولية. حيث يتكون هذا التجمع من 19 عضو منخرط منهم 18 بنك و بريد الجزائر ويمثل بنك الجزائر عضو غير منخرط يضمن تأمين أنظمة ووسائل الدفع إلى جانب سلامة ومدى ملائمة المعايير المطبقة<sup>2</sup>.

هيئة أخرى لا تقل أهمية وهي **شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك SATIM** التي تم تأسيسها عام 1995 بمبادرة من مجموعة من البنوك ومؤسسات التأمين وهي : بنك الوطني الجزائري BNA، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الخارجي الجزائري BEA، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP، القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك التنمية المحلية BDL، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA، بنك البركة الجزائري ALBARAKA Bank.

يهدف نشاط ساتيم أساسا لدعم برنامج تطوير وتحديث البنوك وخاصة تعزيز وسائل الدفع عن طريق البطاقة. تجمع ساتيم 19 عضوا في شبكة الدفع الإلكترونية بين البنوك الخاصة به والتي تتكون من 18 بنكا بما في ذلك 06 بنوك عامة و 12 بنكا خاصا بالإضافة إلى بريد الجزائر. شهدت ساتيم تطورا كبيرا ونموا مستداما في خدماتها في السنوات الأخيرة. إلى يومنا هذا، تم توصيل أكثر من 1351 جهاز صراف آلي و 36000 محطة دفع إلكترونية متصلة بخوادمها، إضافة إلى هذا أكثر من 108 موقعا تجاريا على الويب يعمل على منصته. ويرجع هذا النمو بشكل أساسي إلى تأثير بطاقة البنك التجاري الدولي على العادات الشرائية للمواطنين الجزائريين<sup>3</sup>. كما تشرف شركة ساتيم على مركز المعالجة النقدية بين المصارف الذي يتولى ربط الموزع الآلي بمقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية ومركز للاعتراض على البطاقات الضائعة، المسروقة أو

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 76، 28 ديسمبر 2017م، **قانون المالية 2018**، مرجع سبق ذكره، ص ص:46، 47.

<sup>2</sup> مجمع النقد الآلي <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous>، تاريخ الاطلاع 2022/01/07، على الساعة 15:38.

<sup>3</sup> <https://www.satim.dz>، الموقع الرسمي للشركة، تاريخ الاطلاع 2022/01/01، على الساعة 16:14.

## الفصل الرابع: التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وجبايتها

المزورة. فبعد قبول طلب السحب يقوم المركز بالتأكد من السقف المسموح به لكل زبون ويراقب الإشارة السرية. فعلى الساعة الصفر يقوم المركز بمعالجة كل الصفقات التي أقيمت في ذلك اليوم وتنظمها حسب كل بنك موجود في الشبكة بين المراكز وجميع البنوك المشاركة وتسجل العمليات لدى جميع البنوك ويتم إجراء عملية المقاصة في مركز الصكوك البريدية التي لها كل حسابات البنوك<sup>1</sup>.

### ثانيا: وسائل الدفع الالكتروني المعتمدة في الجزائر

تعرف شبكة النقد في الجزائر تقدما مهما في السنوات الأخيرة رغم التأخر الذي سجل مقارنة بالدول المجاورة حيث سجل بريد الجزائر خلال الأزمة الصحية التي سببها فيروس كوفيد 19 ارتفاعا ملحوظا في رقم المعاملات البريدية الرقمية بمعدل سبع مرات أكثر مقارنة بالسنوات السابقة<sup>2</sup>، وهذه المؤشرات تدل على اعتماد المواطنين على الدفع الإلكتروني نظرا للمزايا المتعددة التي يتيحها، فبعد الشروع في استعمال الموزعات الآلية بدأ استعمال البطاقات البنكية في دفع ثمن المشتريات وارتفع عدد تجار الويب المعتمدين الذين يمكن القيام بعمليات الدفع مباشرة من خلال مواقعهم الالكترونية أين اقتصر في البداية على عدد قليل من المتعاملين كالخطوط الجوية الجزائرية، طاسيلي للطيران، مؤسسة جيزي، اتصالات الجزائر، مؤسسة موبيليس، مؤسسة أوريدو، سونلغاز، الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي. أما حاليا فيوجد 153 تاجر ويب منخرط في نظام الدفع الالكتروني البيبنكي في مختلف الأنشطة الإدارية والتجارية أو الخدمية.

### الجدول رقم (1.4): تطور عدد وقيم معاملات الدفع الالكتروني في مختلف الأنشطة التجارية في

#### الجزائر الفترة 2016-2021

السنة	هاتف/اتصالات	نقل	تأمين	كهرباء/ماء	خدمة إدارية	خدمات	بيع البضائع	العدد الإجمالي	المبلغ الإجمالي
2016	6536	388	51	391	0	0	0	7366	15009842.02
2017	87286	5677	2467	12414	0	0	0	107844	267993423.40
2018	138495	871	6439	29722	1455	0	0	176982	332592583.28
2019	141552	6292	8342	38806	2432	5056	0	202480	503870361.61
2020	4210284	11350	4845	85676	68395	213175	235	4593960	5423727074.80
2021	6993135	72164	8372	120841	155640	457726	13468	7821346	11176475535.68

source: <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-interne> consulté le 10/02/2022 à 18:00.

<sup>1</sup> هداية بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص: 200.

<sup>2</sup> شهرزاد عبيدي، سليمة عبد الله، واقع وآفاق الخدمات المالية البريدية الرقمية المبتكرة بمؤسسة بريد الجزائر في ظل جائحة كورونا، الملتقى الوطني الأول حول: الخدمات المالية الرقمية والابتكار ودورها في تحقيق الشمول المالي، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2021، ص: 14.

## الفصل الرابع: التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وجبايتها

بين الجدول ارتفاع عدد معاملات الدفع الإلكتروني من سنة لأخرى حيث سجلت سنة 2021 ارتفاعا مهما يقدر بنسبة 70.25 % مقارنة بسنة 2020 وفي المقابل قدرت نسبة الارتفاع في المبلغ الإجمالي للمعاملات بأكثر من 106 % وهذا ما يوضح الإقبال الكبير للجزائريين على الدفع الإلكتروني وارتفاع عدد التجار المعتمدين ضمن نظام الدفع الإلكتروني أي الذي يقدمون خدمة الدفع الإلكتروني عبر مواقعهم ومنصاتهم الإلكترونية.

من جهة أخرى يعرف الدفع عبر الأنترنت تقدما معتبرا في الفترة الأخيرة، حيث يشرف كل من تجمع النقد الآلي وشركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك على إجراءات الانخراط في شبكة الدفع عبر الأنترنت حيث يقوم الأول باستقبال ملفات الشركات التي تريد استعمال النقد الآلي وتقديم التراخيص ثم تقوم الثانية بإتمام الإجراءات التقنية والقيام بالاختبارات الضرورية.

**جدول رقم (2.4): عدد تجار الويب المعتمدين في نظام الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت حسب قطاع**

### نشاطهم في الجزائر

النشاط	عدد التجار
الإدارات العمومية	02
الاتصالات	01
شركات التأمين	13
شركات النقل الجوي	02
شركات النقل	03
شركات خدمية	01
المدارس، التدريب	05
إقامة	01
الضيافة والسفر السياحي	08
الكتب والدوريات والصحف	04
مواد البناء	01
منصة الأطباء	02
مبيعات الأثاث	01
بيع قطع غيار السيارات وخدمات ما بعد البيع	01
بيع المنتجات	11
بيع المستحضرات الطبية ومستحضرات التجميل	03

## الفصل الرابع: التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وجبايتها

09	بيع الطول البرمجية وخدمات الإعلام الآلي
08	بيع الهواتف المحمولة وملحقاتها وأجهزة الكمبيوتر
05	بيع الملابس والإكسسوارت
08	خدمات الكهرباء والغاز والمياه
04	خدمات الاتصالات
01	خدمات التأشيرات
01	نقل الطرود والبريد السريع
01	خدمات التأشيرة
96	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على موقع SATIM، تاريخ الاطلاع 2022/08/01.

الجدول أعلاه يمثل المتعاملين المعتمدين في نظام الدفع الالكتروني أي الذين تتوفر مواقعهم الالكترونية على خدمة الدفع الالكتروني وهذا إلى غاية 2022/08/01.

**1. البطاقات البنكية:** لقد كانت بداية التعامل بالبطاقات المصرفية في الجزائر في سنة 1989 من طرف البنك الخارجي الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، البنك الوطني الجزائري<sup>1</sup>. ومع تأسيس ساتيم دخلت بطاقات السحب حيز الخدمة وقامت هذه الشركة بصنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب وفق المقاييس الدولية وربطها بالموزعات الآلية DAB وتسيير العمليات المصرفية بين البنوك. ثم تم تطوير بطاقات السحب التي لم تلقى اقبالا كبيرا من طرف الزبائن وتعويضها بالبطاقة المحلية بين البنوك CIB.

بطاقة CIB هي بطاقة بينبنكية متصلة مباشرة بالحساب البنكي والتي تسمح بالقيام بعمليات السحب على مستوى الموزعات الآلية كما تمكن العملاء من دفع ثمن مشترياتهم من السلع والخدمات بدون دفع عمولة عن طريق محطات الدفع الالكترونية TPE أو عن بعد في حالة التجار التابعين لشبكة الخدمات المصرفية فمن مزايا هذه البطاقة أن الدفع يكون مؤمنا كما يمكن للمشتري دفع مبلغ أكبر من السيولة المتوفرة لديه.

<sup>1</sup> هداية بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص:200.

بالإضافة إلى بطاقة CIB، البطاقة الذهبية الصادرة عن بريد الجزائر هي أيضا تقدم خدمات السحب والدفع بين البنوك والسحب والدفع النقدي وتوفّر ميزات إضافية وحدود سحب ودفع أعلى من البطاقة الكلاسيكية.



المصدر: من إعداد الباحثة حسب معطيات تجمع النقد الآلي.

من خلال الشكل السابق يمكن أنلاحظ أن أغلب الجزائريين يستعملون البطاقات البنكية في عمليات السحب، كما أنه سجلت زيادة كل من عمليات السحب بالبطاقة وعمليات الدفع بواسطة TPE وعمليات الدفع عبر الأنترنت بين سنة 2021 و2022 خلال الشهرين جانفي وفيفري.

أما بالنسبة للعملاء الذين لديهم حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة فيمكنهم طلب بطاقات مصرفية دولية يمكن استعمالها خارج الوطن في عمليات السحب والدفع حيث يعرف هذا النوع من البطاقات إقبالا كبيرا من طرف المتعاملين الجزائريين وهذا مع انتشار التجارة الالكترونية وازدياد الحاجة لدفع المعاملات في الخارج. ومن بين البطاقات الدولية الأكثر تداولاً في الجزائر بطاقة VISA، بطاقة MasterCard، Paysera Card، ...

2. الموزع الأوتوماتيكي DAB: في سنة 2008 وفي إطار عصرنة القطاع المصرفي، تم تهيئة عدد من البنوك الوطنية الجزائرية و بريد الجزائر ب 940 موزع آلي، وهذا لتسهيل عمليات السحب وتخفيف الضغط

على شبائيك البريد. الشباك الأوتوماتيكي للبنك **GAB** هو عبارة عن آلة أوتوماتيكية توفر خدمات متنوعة مقارنة بالموزع الأوتوماتيكي وتكون مربوطة بشبكة تشغل بالبطاقات الالكترونية. فبالإضافة إلى خدمة سحب الأموال يمكن استعمال الشباك الأوتوماتيكي في طلب دفاتر شيكات، قبول إيداع، تحويل مالي من حساب إلى حساب... الشباك الأوتوماتيكي للبنك هو متصل مباشرة بالحاسوب الرئيسي للبنك وهو من الخدمات البنكية الالكترونية الأساسية للنظام البنكي<sup>1</sup>.

**3. نظام المقاصة الالكترونية عن بعد** : يعرف هذا النظام باسم **ATCI** هو نظام وضعه بنك الجزائر ودخل حيز التطبيق في 15 ماي 2006، يختص في عمليات المقاصة الالكترونية بين البنوك للشيكات، الكمبيالات، التحويلات، السحب الأوتوماتيكي والدفع بالبطاقة. حيث لا يقبل هذا النظام سوى التحويلات التي تقل قيمتها عن 1.000.000 دج<sup>2</sup>.

**4. تطبيقات الدفع الالكترونية**: نشير في هذا الصدد إلى خدمة التي تتيحها البنوك الجزائرية لدفع قيمة الضرائب والرسوم في أي وقت ودون التنقل عبر خدمة الصيرفة الالكترونية e-Banking واستعمال تطبيق جبايتك jibayatic الذي وضعته المديرية العامة للضرائب للقيام بالتصريحات الجبائية عن بعد. في نفس السياق يوفر الموقع الالكتروني للضمان الاجتماعي خدمة التصريح عن اشتراكات الضمان الاجتماعي عن بعد ودفع اقتطاعات الضمان الاجتماعي عبر الأنترنت.

عززت مؤسسة بريد الجزائر خدماتها بوضع خدمة **بريدي موب** التي هي عبارة عن تطبيق يحمل على الهواتف النقالة يسمح بإجراء العديد من العمليات كالاطلاع على الرصيد، تحويل الأموال من حساب إلى حساب... دون التنقل إلى مكاتب البريد.

### ثالثا: التوقيع الالكتروني والتصديق الالكتروني في الجزائر

ان الاستعمال الواسع لوسائل الدفع الالكترونية ارتبط بمخاطر ظهرت مع ظهور الممارسات الجديدة ذات الطبيعة الرقمية أو الافتراضية والتي اختلفت عن الطبيعة المادية أو التقليدية للمعاملات. قبل اعتماد الدفع الالكتروني في الجزائر فكر المشرع الجزائري بضمان تأمين الخدمات والمعاملات البنكية وتقليل الأخطار التي قد تواجهها البنوك والعملاء على حد سواء أين تم انشاء سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية ARPCE

<sup>1</sup> Ghouzi Mohamed Larbi, **Le rôle de la télé-compensation dans le développment et la modernisation des moyens de paiement dans les banques commerciales algériennes**, Revue des Sciences économiques, de gestion et sciences commerciales, volume 13, numéro 02, 2020, P :429.

<sup>2</sup> Ghouzi Mohamed Larbi, Ibid, P :427.



في إطار القانون رقم 03-2000 المؤرخ 05 جمادى الأولى عام 1421 الموافق ل 05 أوت سنة 2000، المعدل والمتمم والمتعلق بالقواعد العامة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية. ألغى هذا القانون بالقانون 18-04 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو 2018 والذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية حيث جدد هذا القانون إنشاء سلطة ضبط سوقي البريد والاتصالات الالكترونية. في حين أنه تم تكليف سلطة الضبط بمهمة السلطة الاقتصادية للتصديق الالكتروني من خلال المادة 30 من القانون رقم 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 هـ الموافق ل 1 فبراير سنة 2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين. وتمثلت أهم المهام التي أوكلت للسلطة في منح التراخيص لمؤدبي خدمات التصديق الالكتروني وتنظيم ومتابعة نشاطهم، نشر شهادة التصديق الالكترونية للمفتاح العمومي للسلطة الوطنية للتصديق الالكتروني كما تقوم السلطة بإعداد دفتر الشروط الذي يحدد شروط وكيفيات تأدية خدمات التصديق الالكتروني وعرضه على السلطة الوطنية للتصديق الالكتروني لموافقة عليه<sup>1</sup>. كما حدد القانون 15-04 مختلف السلطات (السلطة حكومية AGCE، السلطة وطنية ANCE والسلطة الاقتصادية للتصديق الالكتروني AECE) المكلفة بمتابعة نشاط التصديق الالكتروني ومقدمي خدمة التصديق الالكتروني. كما تطرق القانون إلى إجراءات الرقابة على مقدمي خدمات التصديق الالكتروني والعقوبات الإدارية والجزائية المطبقة في حالة عدم احترام هؤلاء لدفاتر الشروط أو سياسة التصديق الالكتروني المصادق عليها من طرف السلطة الاقتصادية.

إن تهيئة المناخ الملائم لنمو التجارة الالكترونية والنهوض بها من خلال توفير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اللازمة وضمان أمن وموثوقية أنظمة الدفع الالكترونية يجب أن يشكل أولوية ضمن برامج الحكومة الجزائرية.

من هذا المنطلق تظهر أهمية وجود سلطة تصديق إلكتروني ذات مستوى أعلى تضمن تأمين معاملات التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني من خلال توثيق هذه المعاملات التي تتم في بيئة رقمية مليئة بالمخاطر، حيث تسمح آليات التصديق الالكتروني بالتعرف على هوية الموقع المحدد في الشهادة الالكترونية عن طريق التوقيع الالكتروني وضمان الارتباط الوثيق بين صاحب التوقيع والمستند الالكتروني الموقع من طرفه، كما أن استخدام شهادات التصديق الالكتروني لا تتعلق فقط بأغراض توثيق هوية الأفراد بل تستعمل كذلك لإثبات أو توثيق

<sup>1</sup> <https://www.arpce.dz/ar/about>، تاريخ الاطلاع 2022/01/01، على الساعة 00:22.

هوية مكونات الحاسوب ومواردها، بما فيها الخوادم أو المواقع الإلكترونية وبرامج الحاسوب أو أية بيانات رقمية أخرى تستدعي الحماية بموجبها<sup>1</sup>.

تم الاطلاق الرسمي لخدمات التصديق والتوقيع الإلكترونيين من طرف السيد الوزير الأول عبد العزيز جراد وأعضاء من الحكومة وممثلين عن هيئات ومؤسسات الدولة يوم 13 مارس 2021، وتمت الإشارة في هذا الملتقى أن هذه الخدمات تضمن رقمنة وتأمين التعاملات بين مختلف الأطراف الفاعلة من هيئات رسمية وإدارات عمومية ومؤسسات اقتصادية حيث تمثل أحد عوامل الثقة التي تساهم في جذب الاستثمار وتشجيع الرقمنة وخلق فرص عمل في مجال يعرف بالوظائف الجديدة للابتكار<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> دحمانى سمير، التصديق الإلكتروني كوسيلة أمان لآليات الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 04، العدد 01، 2018، ص:42.

<sup>2</sup> شهرزاد عبيدي، سليمة عبد الله، مرجع سبق ذكره، 2021، ص:13.

### المبحث الثاني: جباية التجارة الالكترونية في الجزائر.

تطرح مسألة جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية عدة تساؤلات وإشكاليات سواء من طرف المتعاملين الاقتصاديين أو من طرف السلطات العمومية وبالأخص السلطات الضريبية، فيلجأ بعض المتعاملين إلى الإدارة الضريبية لطرح تساؤلاته حول إجراءات إخضاع بعض الأنشطة الجديدة التي ظهرت مع ظهور التجارة الالكترونية وهذا لتفادي أي عقوبات أو غرامات قد تفرض عليهم فانطلاقاً من هذه التساؤلات تقوم السلطات الضريبية بإيجاد الصيغة الضريبية الملائمة. في حين يعتمد البعض الآخر من المتعاملين الفراغ الموجود في القوانين الضريبية للتهرب من الضريبة هذا ما أدى إلى ارتفاع حجم التجارة الموازية تحت إطار التجار الالكترونية. كما تواجه السلطات الضريبية عدة تساؤلات حول كيفية تطبيق ضرائب وممارسة الرقابة على مختلفة الأنشطة الجديدة التي ظهرت في إطار التعامل الالكتروني والتي تخرج تماماً عن نطاق ورقابة الإدارة الضريبية.

في هذا الصدد تقوم مختلف الجهات المعنية بمجموعة من الجهود والأعمال التنسيقية لتأطير جباية التجارة الالكترونية حيث قامت الجزائر بالانخراط في منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وتتعاون الجزائر مع مركز الجنوب The south centre الذي يقوم بدراسة الأعمال والقواعد التي تحكم فرض ضرائب على الأرباح ومدى ملاءمة هذه القواعد والاقترحات التي تقوم الدول المتقدمة بتقديمها مع مصالح الدول النامية<sup>1</sup>.

**المطلب الأول: أهم خصوصيات النظام الجبائي الجزائري فيما يخص الضرائب على رقم الأعمال والضرائب على الدخل.**

يتميز النظام الجبائي الجزائري بخصائص ومبادئ ضريبية تميزه عن الأنظمة الجبائية الأخرى فكل دولة قد تعتمد مبادئ وقواعد جبائية خاصة بها، كما قد تتأثر القوانين الجبائية بعدة عوامل كالعوامل التاريخية، الاقتصادية، السياسية أو حتى الانتماء والموقع الجغرافيين للبلد.

كان النظام الضريبي قبل الاستعمار الفرنسي يعتمد على الزكاة بمعدل 2.5 % إلى جانب الخراج والجزية والعشور وخلال الاحتلال الفرنسي للجزائر تم اعتماد نظام جديد يحل محل النظام الإسلامي وهذا ابتداء من سنة 1950 وأدرجت كل من الضرائب على الدخل والضرائب على رأس المال. وطبق القانون (62-157، 1962) واستمر تطبيقه حتى بعد الاستقلال مع إجراء تعديلات أخرى بإضافة أو إلغاء ضرائب ورسوم. في

<sup>1</sup> غنية منصور، مديرة عامة للجباية الدولية، المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية، مقابلة يوم 2022/03/27، على الساعة 11:00

سنة 1973، تم إلغاء القانون (62-157) الذي يقتضي باستمرار العمل بالقوانين الفرنسية وهذا بموجب الأمر (73-29، 1973)

فانطلاقاً من سنة 1976 تم استحداث وسن قوانين ضريبية أين أصبح النظام الضريبي الجزائري مكون من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، قانون الرسم على رقم الأعمال، قانون الطابع بموجب الأمر، قانون الضرائب الغير مباشرة، قانون التسجيل<sup>1</sup>.

طرأت عدة تعديلات على القواعد والقوانين الجبائية الجزائرية من سنة لأخرى، فقد جاءت إصلاحات 1991 لهدف تحسين النظام الضريبي القديم من حيث التعقيد وثقل الإجراءات وجعله يتلاءم والتطورات الاقتصادية. فمن أهم الضرائب التي تم إدراجها في إطار هذا الإصلاح نذكر الضريبة على الدخل الإجمالي IRG، الضريبة على أرباح الشركات IBS والرسم على القيمة المضافة TVA.<sup>2</sup>

فالمنهج الضريبي هو في الجزائر وهو امتداد للنظام الضريبي الفرنسي، حيث في كل سنة تعد ميزانية الدولة من طرف وزارة المالية لتصبح قانون للمالية بعد المصادقة عليها من طرف البرلمان بغرفتيه وترافق هذا القانون مراسيم تنفيذية ونصوص تنظيمية توضيحية تنظم العمل الضريبي<sup>3</sup>.

وإذا رأينا في النظام الضريبي الجزائري نجده يأخذ بنظام الضرائب المتعددة وعلى ذلك هناك العديد من الضرائب التي يشتمل عليها الهيكل الضريبي.<sup>4</sup> فالنظام الضريبي الجزائري يتكون من الضرائب التالية:

- الضرائب على الأرباح؛
- الضرائب على الدخل؛
- الضرائب على الانفاق: الرسم على القيمة المضافة، الرسوم الجمركية، الضريبة على المنتجات البترولية،.....

<sup>1</sup> بورنيسة عبد النور، حيرمان محمد، تعقيدات النظام الضريبي وأثرها على التهرب الضريبي -دراسة حالة الجزائر-، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 06، العدد 01، 2021، ص413.

<sup>2</sup> Redha Khelassi, Précis d'audit fiscal de l'entreprise, BERTI Editions, Alger, 2013, P :01.

<sup>3</sup> لعريوي عبد الرزاق، حمران محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 15.

<sup>4</sup> يوسف قاشي، إشكالية تحقيق العدالة في النظم الضريبية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد 10، ص100.

- الضرائب الأخرى والتي أهمها: الرسم على النشاط المهني، الرسم العقاري، رسم التطهير، الضريبة على الثروة بالنسبة للأشخاص الطبيعيين<sup>1</sup>.

ترتكز الضرائب على رقم الأعمال والضرائب على الدخل على مبادئ أساسية ضمن النظام الجبائي الجزائري وتبنى على أساسها القوانين والقواعد الجبائية، الاتفاقيات الجبائية الثنائية المبرمة مع مختلف الدول في العالم والتي تهدف تحقيق التنسيق الضريبي من خلال حماية الإيرادات الضريبية من التآكل وتقليل كل من الازدواج الضريبي والتهرب الضريبي. سوف نتطرق من خلال هذا المطلب إلى كل من مفهوم معيار الإقامة، مبدأ المنشأة الدائمة ومكان الاختصاص وفق الاتفاقيات الجبائية وكذا مبدأ الإقليمية وهذا في التشريع الجبائي الجزائري.

**أولاً: معيار الإقامة:** يعتبر مفهوم الإقامة من بين أهم المفاهيم في القوانين الضريبية لأي دولة حيث يتم إخضاع العمليات التجارية حسب مقر إقامة المكلف. كما يختلف مفهوم هذا المعيار من بلد لآخر أي من تشريع ضريبي إلى آخر.

مع ظهور وتطور التجارة الالكترونية، تغيرت محددات معيار الإقامة ودخلت مفاهيم جديدة كالإقامة الافتراضية على خوادم الإعلام الآلي والأنشطة الرقمية على المواقع الالكترونية.

**1. الشخص الطبيعي المقيم:** فحسب واحدة من أحدث الاتفاقيات الجبائية الثنائية التي أبرمتها الجزائر تعني عبارة "المقيم" أي شخص يخضع للضريبة وفقاً لقوانين تلك الدولة، بحكم سكنه أو إقامته أو مكان إدارته، أو أي معيار آخر ذي طبيعة مماثلة<sup>2</sup>.

كما تطرقت الاتفاقية إلى حالة كون الشخص الطبيعي مقيماً في كلتا من الدولتين المتعاقبتين فإن وضعه يحدد كالتالي<sup>3</sup>:

- يعد مقيماً في الدولة التي يمتلك فيها سكناً دائماً، أما إذا كان يمتلك سكناً دائماً في كلتا الدولتين فيعد مقيماً فقط في الدولة التي تربطه بها علاقات شخصية واقتصادية أوثق (مركز المصالح الحيوية)؛

<sup>1</sup> Redha Khelassi, op-cit, P :01.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 37، 27 يونيو سنة 2020 م، مرسوم رئاسي رقم 20-150 مؤرخ في 16 شوال عام 1441 الموافق لـ 8 يونيو سنة 2020، يتضمن التصديق على الاتفاقية بين الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ومملكة هولندا لإلغاء الازدواج الضريبي فيما يتعلق بالضرائب على الدخل وعلى رأس المال ولمنع التهرب من الضرائب وتجنبها، وكذا بروتوكولها، الموقعين بالجزائر بتاريخ 9 مايو سنة 2018، اتفاقيات دولية، 2020، ص 5.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 6.

- إذا لم يكن بإمكان تحديد الدولة التي يملك فيها مركز مصالحه الحيوية، أو إذا كان لا يملك سكناً دائماً في أي دولتين، فيعد مقيماً فقط في الدولة التي يملك فيها سكنه المعتاد؛
- إذا كان له سكن معتاد في كلتا الدولتين المتعاقدتين أو لم يكن له سكن معتاد في أي منهما؛ فيعد مقيماً فقط في الدولة التي يكون مواطناً فيها؛
- إذا كان مواطناً في كلتا الدولتين المتعاقدتين أو لم يكن مواطناً في أي منهما، فيمت تسوية المسألة باتفاق مشترك.

حسب المادة 8 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة التي حددت مكان فرض الضريبة، يعتبر الشخص الطبيعي مقيم بالجزائر حسب مايلي:<sup>1</sup>

- في حالة ما إذا كان للمكلف بالضريبة محل إقامة وحيد، تنشأ الضريبة في مكان وجود محل الإقامة هذا؛
- في حالة ما إذا كان للمكلف بالضريبة عدة محلات إقامة في الجزائر، فإنه يخضع للضريبة في المكان الذي توجد فيه مؤسسته الرئيسية. غير أنه تخضع المداخل المحققة من طرف شركاء في شركات الأشخاص وشركات المساهمة بمفهوم القانون التجاري وأعضاء الشركات المدنية، للضريبة على الدخل الإجمالي في مكان ممارسة النشاط أو المهنة، أو عند الاقتضاء، في المؤسسة الرئيسية؛
- كما يخضع للضريبة على الدخل الإجمالي، في المكان الذي توجد فيه على مستوى الجزائر مصالحهم الرئيسية، الأشخاص الطبيعيون الذين يتوفرون على إيرادات صادرة عن ممتلكات أو مستثمرات أو مهن موجودة أو ممارسة في الجزائر دون أن يوجد بها موطن تكليفهم.

**2. بالنسبة للأشخاص المعنويين:** تضمنت المادة 137 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة تحديد المجال الإقليمي للضريبة على الأرباح. حيث تعتبر أرباحاً محققة بالجزائر:

- " - أرباح المحققة في شكل شركات، والعائد من الممارسة العادية لنشاط ذي طابع صناعي أو تجاري أو فلاحي عند عدم وجود منشأة دائمة؛
- أرباح المؤسسات التي تستعين في الجزائر بممثلين ليست لهم شخصية مهنية متميزة عن هذه المؤسسات؛

<sup>1</sup> المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية، قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، المادة 8، 2021، ص: 11.

- أرباح المؤسسات، وإن كانت لا تملك إقامة أو ممثلين معينين، إلا أنها تمارس بصفة مباشرة أو غير مباشرة، نشاطا يتمثل في إنجاز حلقة كاملة من العمليات التجارية.

إذا كانت مؤسسة ما تمارس في آن واحد نشاطها بالجزائر وخارج التراب الوطني، فإن الربح الذي تحققه من عمليات الإنتاج أو عند الاقتضاء من عمليات البيع المنجزة بالجزائر يعد محققا فيها، ماعدا في حالة إثبات العكس من خلال مسك محاسبتين متباينتين.<sup>1</sup>

كما تطرقت المادة 156 من نفس القانون إلى إجراءات الاخضاع الضريبي لمداخل المؤسسات الأجنبية التي ليست لها إقامة مهنية دائمة بالجزائر بل لها إقامة مؤقتة في إطار صفقات، حيث تخضع هذه المداخل **لاقتطاع من المصدر** في إطار الضريبة على أرباح الشركات. كما يطبق الاقتطاع من المصدر عندما يدفع مدين مقيم بالجزائر لشركات تخضع للضريبة على أرباح الشركات التي ليست لها منشآت مهنية دائمة في الجزائر:

- المبالغ التي تدفع مقابل خدمات من كل نوع تؤدي أو تستعمل في الجزائر؛
- الحواصل التي يقبضها المخترعون إما بعنوان امتياز رخصة استغلال براءتهم، وإما بعنوان التنازل عن علامة الصنع أو أسلوبه أو صيغته أو منح امتياز ذلك.

كما تخضع للاقتطاع من المصدر في مجال الضريبة على أرباح الشركات، المبالغ المدفوعة للشركات الأجنبية للنقل البحري، باستثناء تلك المشار إليها في اتفاق جبائي دولي مبرم بين الجزائر والبلد الأصلي لهذه الشركات من أجل تقادي كلتا الجهتين ازدواجية فرض الضريبة.

**ثانيا: مفهوم المنشأة الدائمة:** بالإضافة لمعيار الإقامة، تخضع أرباح الأعمال للضريبة في الجزائر استنادا لمعيار المنشأة الدائمة، حيث يجوز فرض الضريبة بقدر الأرباح التي يمكن أن تنسب إلى تلك المنشأة الدائمة. فقد تضمنت الاتفاقيات الجبائية الثنائية تعريفا لمفهوم المنشأة الدائمة.

" تعني عبارة المنشأة الدائمة مقرا ثابتا للعمل يمارس من خلاله نشاط المؤسسة بصفة كلية أو جزئية، وتشمل عبارة المنشأة الدائمة بصفة خاصة: مقر الإدارة، فرع، مكتب، مصنع، ورشة، منجم أو بئر نفط أو غاز أو محجر أو أي مكان آخر لاستخراج الموارد الطبيعية أو استغلالها. كما يشكل موقع بناء أو إنشاء أو مشروع

<sup>1</sup> المديرية العامة للضرائب، المرجع السابق، ص: 36.

تجميع أو تركيب أو نشاط إشرافي ذو صلة بهذا الموقع أو المشروع، يشكل منشأة دائمة فقط إذا دامت مدته أكثر من 6 أشهر<sup>1</sup>.

كما حددت الاتفاقيات الجبائية الثنائية الأنشطة التي لا تشكل منشآت دائمة والمتمثلة أساسا في مايلي:

- أماكن لغرض تخزين أو عرض أو تسليم السلع أو البضائع؛
- الاحتفاظ بمخزون لغرض التحويل من قبل مؤسسة أخرى؛
- الاحتفاظ بمقر ثابت للعمل فقط لغرض شراء سلع أو بضائع أو جمع معلومات للمؤسسة؛
- اعتماد مقر ثابت لممارسة نشاط ذو طابع تحضيرى أو ثانوي<sup>2</sup>.

فالواضح مما سبق أن الشركات الغير مقيمة بالجزائر والتي تقوم بتسويق منتوجات باستغلال أماكن تخزين وعرض البضائع والسلع وتجميع المعلومات والتسليم إلى جانب الأنشطة المساعدة، لا تخضع للضريبة على الدخل (الضريبة على أرباح الشركات) وبالتالي فإن مفهوم المنشأة الدائمة على النحو الوارد في القوانين الضريبية والاتفاقيات الثنائية، يقلص فرص الجزائر في فرض السيادة الضريبية الكاملة على أنشطة التجارة الالكترونية رغم مزاوله الشركات لأنشطة خالقة للقيمة.

من جهة أخرى، تباينت مواقف الحكومة الجزائرية اتجاه فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية أو إعفاؤها من الضريبة وذلك حسب نوع المنتج أو الخدمة فلقد أخضعت بعض المعاملات وأعفيت أخرى من الضريبة في حين لم يتم الإشارة إلى البعض الآخر منها كالسلع والخدمات الرقمية التي يتم تداولها عبر شبكة الأنترنت والتي لا تمر عبر الحواجز الجمركية.

في نفس الوقت، تعمل المديرية العامة للضرائب على تهيئة وفتح مكتب جديد خاص بالتجارة الالكترونية على مستوى مديرية التشريع الجبائي ووضع مديرية مخصصة للرقابة على التجارة الالكترونية وذلك في إطار إعادة تنظيم المديرية العامة .

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 37، 27 يونيو سنة 2020 م، مرسوم رئاسي رقم 20-150 مؤرخ في 16 شوال عام 1441 الموافق لـ 8 يونيو سنة 2020، يتضمن التصديق على الاتفاقية بين الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ومملكة هولندا لإلغاء الازدواج الضريبي فيما يتعلق بالضرائب على الدخل وعلى رأس المال ولمنع التهرب من الضرائب وتجنبها، وكذا بروتوكولها، مرجع سبق ذكره، ص : 6.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص: 06.



### المطلب الثاني: الإعفاء الضريبي للمعاملات الالكترونية

إن لجوء السلطات الضريبية للإعفاء الضريبي يكون في معظم الأحيان مرتبطا بغاية واضحة تدخل ضمن السياسة الضريبية للحكومة، حيث تنتهج هذه الأخيرة سياسة الإعفاء الضريبي إما بهدف تشجيع نشاط معين أو دعم منتج معين أو في حالة صعوبة تطبيق الإجراءات الضريبية وارتفاع تكلفة الاخضاع الضريبي مقارنة بالإيرادات الضريبية المحصلة.

أشار قانون التجارة الالكترونية 18-05 كما رأينا سابقا إلى المعاملات الالكترونية الخارجية التي تحدث بين مورد الكتروني مقيم بالجزائر ومستهلك موجود في بلد أجنبي لتجارة هي معفاة من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية وتعتبر عملية تصدير تطبق عليها القوانين الجبائية المتعلقة بالإعفاءات الموجهة لعملية التصدير. كما تعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية بما فيها الرسوم الجمركية والضرائب، السلع والخدمات الرقمية الموجهة للاستعمال الشخصي والتي يقوم بشرائها مستهلك جزائري مقيم من طرف مورد متواجد في بلد أجنبي في إطار التجارة الالكترونية، شرط الا تتجاوز هذه السلعة أو الخدمة قيمة معينة.

كما أعفيت من الضريبة كل من العمليات التالية:

- **النشاطات والخدمات المتعلقة بالإنترنت وصناعة المحتوى التي أعفيت من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر 2020:** والمتمثلة فيما يلي المصاريف والأتاوى المتصلة بخدمات الاقبال الثابت على الأنترنت، المصاريف المرتبطة باستضافة خوادم الويب على مستوى مراكز المعلومات المتواجدة في الجزائر وبنقطة.dz، المصاريف المرتبطة بتصميم مواقع الويب وتطويرها، والمصاريف المرتبطة بالصيانة والمساعدة التي تخص أنشطة استعمال واستضافة مواقع الويب في الجزائر<sup>1</sup>، المصاريف والأتاوى المتصلة بخدمات النفاذ الثابت لشبكة الإنترنت، وكذا التكاليف المتعلقة بتأجير النطاق الترددي المخصص حصريا لتوفير خدمة الإنترنت الثابت.
- **إعفاء الأجهزة الالكترونية من الضريبة:** بناء على اجتماع مجلس الوزراء الذي انعقد يوم 13 فيفري 2022، تم إلغاء الضرائب والرسوم على المعدات والأجهزة الالكترونية القادمة من الخارج لا سيما على الهواتف النقالة وأجهزة الاعلام الآلي. وبهذا فقد تم الغاء الرسوم الجديدة التي قد نص عليها قانون

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون المالية التكميلي لسنة 2010، المادة 32 من الأمر رقم 10-01، المؤرخ في 26 أوت 2010، الجريدة الرسمية، عدد 49، الصادرة بتاريخ 29 غشت 2010م، ص: 11.

المالية لسنة 2022 إذا تعلق الأمر بالشراء في إطار التجارة الالكترونية أو شراء الهواتف النقالة وأجهزة الاعلام الآلي. كما أن هذا الاعفاء من الضرائب والرسوم يخص المشتريات الموجهة للاستعمال الشخصي ومشتريات المؤسسات الناشئة Startup فقط.

### المطلب الثالث: الاخضاع الضريبي للمعاملات الالكترونية

نصت المادة 03 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 على أن تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما<sup>1</sup>. من خلال هذه المادة يمكن أخذ فكرة عن نية المشرع الجزائري اتجاه فرض ضرائب على المعاملات الالكترونية أين كانت نية الاخضاع واضحة في قانون التجارة الالكترونية فالتأخر الذي يشهده الاخضاع الضريبي للمعاملات الالكترونية وغياب التأطير الشامل لها يعود لأسباب عدم استعداد وجاهزية النظام الضريبي الجزائري باعتبار أن ذلك يتطلب مجموعة من العناصر الخاصة بهذا النشاط والتي يجب إدراجها ضمن النظام الضريبي لضمان الوصول إلى تحقيق إيرادات ضريبية بفعالية.

تتمثل أهم الضرائب المفروضة على نشاط التجارة الالكترونية في مايلي:

**أولاً: الضريبة الجزائرية الوحيدة:** أدرجت هذه الضريبة في قانون المالية لسنة 2019 (المادة 10) حيث تم إضافة المادة 282 مكرر 4 ضمن قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة حيث نصت هذه المادة على تطبيق ضريبة اقتطاع من المصدر بنسبة 5% ضريبة محررة بموجب الضريبة الجزائرية الوحيدة IFU على الأشخاص الطبيعيين الذين ينشطون في مجال توزيع السلع والخدمات عبر المنصات الرقمية أو الذين يلجؤون إلى البيع المباشر عبر الشبكة حيث تطبق هذه الضريبة على مبلغ الفاتورة بكل الرسوم<sup>2</sup>.

تم التفصيل في كيفية تطبيق هذه المادة في المذكرة رقم MF/DGI/DLRF/LF19 03 الصادرة في 30 مارس 2019 عن المديرية العامة للضرائب. فقد حددت هذه المذكرة مجال تطبيق هذه الضريبة كما يلي<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> قانون التجارة الالكترونية 18-05، مرجع سبق ذكره، ص: 05.

<sup>2</sup> Ouali Ramzi et autres, KPMG Newsletter, **Loi de finances 2019 : Mesures phares**, 2019, p :4.

<sup>3</sup> Direction des relations publiques et de la Communication, Ministère des finances, Direction Générale des Impôts, **Recueil des circulaires fiscales**, 2019, p :22.

- تطبق الضريبة بمعدل 5 % بعنوان الضريبة الجزائرية الوحيدة على الأشخاص الطبيعيين الذين يعملون كوسطاء لتوزيع البضائع والخدمات عبر المنصات الرقمية أو كوسطاء للمبيعات المباشرة إلى المستهلك عن طريق الشبكة؛
- يتم استبعاد من مجال تطبيق هذه المادة، نفس العمليات المنجزة من قبل الأشخاص المعنويين ( EURL، SARL، SPA....الخ)
- كما يطبق هذا الاقتطاع على كلا من الأشخاص الطبيعيين المسجلين لدى الإدارة الضريبية والأشخاص الطبيعيين الغير مسجلين الذين يمارسون نشاطا مناسباتيا أو إضافيا.
- إن عمليات البيع التي تتم مباشرة بين البائع والمشتري، لا تندرج ضمن مجال تطبيق هذه الضريبة بسبب خضوعها إلى أحكام أخرى ينص عليها القانون.
- عمليا يتم تطبيق الاقتطاع من المصدر بأن يقوم مسيرو المنصات الرقمية ومالكو السلع بما في ذلك الوسطاء الذين يعملون كموزعين مستقلين باقتطاع 5 % باسم الضريبة الوحيدة الجزائرية IFU على الأجور (العمولات) الواجب دفعها للوسطاء المسؤولين ن بيع البضائع وتقديم الخدمات. ويطبق هذا الاقتطاع على المبلغ الشامل لجميع الرسوم المتضمن في الفاتورة المعدة للعميل، كما لا يظهر هذا الاقتطاع في الفواتير المقدمة للعملاء<sup>1</sup>.
- ثانيا: الضرائب على رقم الأعمال:** تطبيق الرسم على القيمة المضافة على عمليات البيع المنجزة إلكترونيا حيث تم تطبيق المعدل المخفض بنسبة 9 % على هذه العمليات<sup>2</sup>، ثم وفي قانون المالية 2022 تم إلغاء البند (31) المتعلق بعمليات البيع المنجزة إلكترونيا من قائمة المنتجات والمواد والأشغال والخدمات من المادة 23 من قانون الرسوم على رقم الأعمال، التي يطبق عليها المعدل المخفض للرسم على القيمة المضافة<sup>3</sup>.
- بالإضافة إلى ما سبق نص المرسوم التنفيذي رقم 19-89 في المادة 06 على دور المنصة الإلكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري في توفير مصدر هام للتسيير الضريبي للمعاملات الإلكترونية وهي منصة مخصصة لحفظ المعلومات المرسله من قبل الموردين الإلكترونيين<sup>4</sup>. وركز المرسوم على ربط هذه المنصة بالمديرية العامة للضرائب.

<sup>1</sup> رابحي بن عبد الله وآخرون، مدى فعالية التشريع الجبائي في تحقيق متطلبات التجارة الإلكترونية (حالة الجزائر انمونجا)، الملتقى الوطني حول التجارة الإلكترونية مشروع صاعد ومستقبل واعد لخريجي الجامعات، معهد العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريس، تبسميلت، 2019، ص12.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 18، قانون المالية 2020، المادة 41، ص: 14.

<sup>3</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 18، قانون المالية 2020، المادة 94، ص: 37، 38.

<sup>4</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 17 المرسوم التنفيذي 19-89، 2019، ص: 17.

ثالثا: إدراج أنشطة الأفراد التي تتم عبر الأنترنت والتي تحقق مداخيل للضرائب والرسوم: نصت المادة 115 من قانون المالية 2022 على مايلي: " يخضع الأفراد الذين يقومون بشكل اعتيادي ومنكرر بمعاملات بشتى أنواعها، قصد تحقيق الربح، والتي تعتبر أعمالا تجارية بمفهوم أحكام القانون التجاري، للضرائب والرسوم المنصوص عليها في التشريع الجبائي الساري المفعول، فيما يخص رقم الأعمال والأرباح، مع مراعاة طبيعة العمليات المحققة.

يتم تقدير الطابع الاعتيادي والمتكرر، بالنظر إلى حجم وعدد المعاملات التي تمت معاينتها من قبل مصالح الإدارة الجبائية. يحدد معيار تقدير الطبيعة الاعتيادية والمتكررة وطرق تطبيق هذه المادة، بموجب قرار مشترك بين الوزيرين المكلفين بالمالية والتجارة.<sup>1</sup>

تدخل الأنشطة التجارية التي يمارسها الأفراد عبر الأنترنت والتي يحققون من خلالها دخلا في شكل رقم أعمال أو ربح، ضمن إطار تطبيق هذه المادة. وبالتالي يخضع الدخل الذي يحققه كل من البائعين الغير مصرحين بنشاطهم والذين اعتادوا عرض وبيع سلعا أو خدمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة متكررة، للضريبة وفقا لأحكام القوانين الجبائية. كما قد يدخل في هذا الإطار الدخل الذي يحققه صناع المحتوى من جراء الأعمال التي يقومون بها عبر الأنترنت كعمل المؤثرين وكل من الدورات التكوينية عبر الأنترنت وغيرها. أما فيما يخص كيفية تحديد الطابع الاعتيادي والمتكرر للنشاط فلم يتم بعد التفصيل في المادة والذي سوف يحدد، حسب ما جاء في المادة، وفقا لمعيارين هما حجم المعاملات وعددها.

### رابعا: القوانين الجمركية وإخضاع البضائع ومشتريات التجارة الالكترونية

تخضع البضائع واللوازم المشتريات عبر التجارة الالكترونية من خلال المواقع أو المنصات الالكترونية الأجنبية والتي يتم إرسالها للزبون المتواجد في الجزائر عبر البريد أو مؤسسات خاصة بالشحن والتسليم، لقانون الجمارك، حيث جاء في المادة 231 من ذات القانون في الفقرة - ط - ما يلي: "تعفى من الحقوق والرسوم الارساليات التي تصل، عرضيا، إلى المرسل إليهم عن طريق البريد أو الشحن السريع، التي تحتوي على بضائع لا تكتسي طابعا تجاريا ولا تتجاوز قيمتها الحد المرخص به" حيث يقدر سقف قيمة الإعفاء المنصوص عليه في المادة السابقة مائتا ألف دينار (200.000 دج). تخضع البضائع المستوردة في هذا الإطار لرسم جزافي حسب

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 100، قانون المالية 2022، 25 جمادى الأول 1443، 30 ديسمبر 2021، ص: 42.

معدلات تتراوح بين 70 % و 160 %. وتم تجميد تطبيق مواد قانون المالية 2022 فيما يخص الأجهزة والمعدات الالكترونية من الرسوم السابقة بقرار من رئيس الجمهورية.

### خامسا: أهم المشاكل والتحديات المتعلقة بجباية التجارة الالكترونية في الجزائر

إضافة إلى تحديات جباية التجارة الالكترونية التي تمت الإشارة إليها سابقا ومن خلال المقابلات التي قمنا بها مع مختلف الهيئات، تمت الإشارة إلى مجموعة من المشاكل والتحديات التي يصادفها تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية والمتمثلة أساسا فيما يلي:

- صعوبة التعرف على المتعاملين في نشاط التجارة الالكترونية وتحديد هويتهم وخاصة في حالة عدم تصريحهم بالنشاط أو عدم تسجيل نشاطهم في المركز الوطني للسجل التجاري، حالة استضافة مواقع الأنترنت خارج الجزائر أو فتح حسابات بنكية لوضع مداخيلهم في بنوك خارج الجزائر.
- صعوبة تحديد نظام الاخضاع المناسب في حالة ممارسة المكلف بالضريبة لأنشطة مختلفة (مثلا حالة منصة تقوم من جهة بشراء وإعادة بيع سلعة ما كما تقوم المنصة في نفس الوقت بتقديم خدمات عرض سلعا أين تحصل المنصة من هذه الخدمة على عمولة متفق عليها مسبقا قد تكون مبلغا ثابتا أو نسبة من رقم الأعمال المحقق) في الحالات المماثلة يصعب الفصل بين النشاطين.
- اقتصار الجباية الالكترونية على مديرية كبيريات المؤسسات وليس على كل هياكل الإدارة الجبائية. فرقمنة هذه الأخيرة لا يزال في مراحله الأولى وخاصة على مستوى القباضات والمراكز الضريبية الأخرى والتي تقوم بتسيير ومتابعة عدد كبير من الملفات بطرق تقليدية.
- ضعف تأهيل العامل البشري في التعامل مع المؤسسات الناشطة في التجارة الالكترونية وعدم تحكمه في القواعد الضريبية المطبقة في هذا المجال.
- صعوبة تتبع المعاملات التجارية الالكترونية خاصة وأن معظمها لا تتم بواسطة طرق الدفع الالكترونية، وأن الدفع الالكتروني ما زال يشهد تأخرا كبيرا مقارنة بالدول المجاورة أو بما وصلت إليه الخدمات المصرفية العالمية، فتطبيق TPE مثلا لم يعمم بعد على كل المحلات التجارية رغم القوانين التي سنت والعقوبات التي تضمنتها النصوص القانونية.
- تطرح مشاكل الاخضاع الضريبي فيما يخص الأفراد (الخواص) المتعاملين الذين ينشطون في التجارة الالكترونية أكثر منه في حالة المؤسسات لأن الخواص يستعملون بطاقات دفع بنكية شخصية لا يمكن

- مراقبتها، كما أن وسائل الرقابة التي تعتمد على القوانين الضريبية على الأفراد لا يمكن تطبيقها على نطاق واسع كتطبيق التحقيق المعمق في الوضعية الجبائية الشاملة.
- عدم التحكم في أساليب فرض ضرائب على الأشخاص الذين ينشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي كصناع المحتوى وهذا من حيث كيفية فرض ضرائب عليهم، ماهي طرق التصريح، متابعة والرقابة على مداخيلهم وخاصة في حالة ما إذا قاموا بفتح حسابات بنكية بالخارج.
  - عدم شفافية النشاط التجاري الالكتروني في بيئة الأعمال الجزائرية؛
  - عدم شفافية المهام بين سلطات التصديق الالكتروني ما أدى إلى تأخر مشروع التصديق الالكتروني.

### المبحث الثالث: متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

في هذا المبحث سنحاول عرض أهم متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية استنادا للتجارب الدولية التي تمت دراستها واقتراحات المنظمات الدولية التي تم تناولها فيما سبق بالإضافة إلى ما تم استخلاصه من الحوارات والنقاشات التي قمنا بها خلال المقابلات التي أجريناها مع خبراء مختصين في المجال.

#### المطلب الأول: المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية

يرتكز النظام الضريبي عامة على مجموعة من القواعد والقوانين التي يضعها المشرع الجزائري في إطار السياسة الضريبية والاقتصادية التي تسطرها الحكومة تبعا للتغيرات الحاصلة في بيئة الأعمال الجزائرية، فإن درجة استجابة النظام الضريبي لهذه التغيرات تعتبر من بين أهم مؤشرات قياس كفاءة هذا النظام وبالتالي كفاءة السياسات المسطرة. ولتحقيق ذلك يتطلب تبني استراتيجية خاصة لوضع قوانين تنظم التجارة الالكترونية وتأطر فرض الضريبة عليها وخاصة مع النمو الذي تشهده المعاملات الالكترونية من سنة لأخرى دون أن ننسى الأوضاع والتحديات التي فرضها وباء كورونا والذي ساهم في تغيير السلوك الشرائي والاعتماد أكثر على التسوق والتعامل الالكتروني على حساب التعامل التجاري التقليدي. تتمثل أهم متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية من جانب الإطار التشريعي فيما يلي:

**أولاً: التأطير القانوني لجباية التجارة الالكترونية:** يرتدي البعض بعدم إخضاع التجارة الإلكترونية للضرائب في بداية مراحل نموها بحجة عدم تثبيط هذا النمو، فإذا ما تأملنا في حالة بيئة الأعمال الجزائرية وبالأخص السوق الجزائرية رأينا أن حجم المعاملات الالكترونية لا يقل أهمية بل أن عدد المعاملات التجارية التي تتم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي عبر Facebook و Instagram وغيرها وباستعمال صفحات ومواقع الويب تمثل تدفقات أموال ضخمة خارج مجال الرقابة ويمكن اعتبارها كأسواق موازية، فمن هذا المنطلق يمكن القول أن الجزائر انتقلت إلى مرحلة تتجاوز المراحل الأولية وأصبح من الضروري الأخذ بعين الاعتبار التطورات الحاصلة في البيئة الرقمية فإذا ما تجاهلت الحكومة ذلك سوف يؤدي إلى حرمان الخزينة العمومية من مصدر رئيسي للإيرادات العامة.

إن فرض ضرائب على التجارة الالكترونية سواء على المستوى المحلي أو الدولي يتطلب كمرحلة أولى تحضير قواعد وقوانين واضحة تعطي تعاريف شاملة عن كل المفاهيم الجديدة التي جاء بها الاقتصاد الرقمي وتقوم بعرض كل الحالات الممكنة للتعامل التجاري الالكتروني مع الإشارة إلى وضعية وطبيعة الأطراف

الداخليين في المعاملة، طبيعة السلع والخدمات المتداولة، الفصل بين المعاملات المحلية والدولية....، تتبعها نصوص تطبيقية مفصلة وواضحة. كما يتوجب أن يؤكد القانون على وضع مبادئ أساسية تحقق العدالة في تطبيق جباية التجارة الالكترونية.

إن أكبر تحدي تواجهه جباية التجارة الالكترونية هو فرض ضرائب على المنتجات والخدمات الرقمية فهو بالضرورة تحد كبير تواجهه السلطات الضريبية في الجزائر كما هو الحال في معظم الدول. يجب إعطاء تعريف للملكية الغير ملموسة وإعطاء تصنيف لبرامج الكمبيوتر والخدمات الرقمية.

**ثانيا: تفعيل الفوترة الالكترونية:** تمثل الفاتورة وسيلة إثبات أساسية في نظام ضريبة القيمة المضافة حيث أنها تؤدي وظيفتين، من جهة تسمح للزبون بتبرير حقه في الخصم ومن جهة أخرى هي أداة تعتمد عليها الإدارة الضريبية في ممارستها للرقابة. فانتشار التجارة الالكترونية حتما سيتبعه توظيف الفاتورة الالكترونية، من هذا المنطلق تبرز الحاجة إلى الاعتراف القانوني بالفاتورة الالكترونية وإدراجها ضمن قوانين الرسم على القيمة المضافة. من منظور آخر، لاقت الفاتورة الالكترونية تحديا جديدا مرتبطا أساسا بقانون الجباية الدولية، لكون تطبيقها يتعارض إلى حد ما مع مبدأ إقليمية التشريع الضريبي (ارتباط الضريبة بقطر الدولة)، ومبدأ سلطة فرض الضريبة على كل نشاط تجاري أو مدني يتم ممارسته على مستوى إقليم الدولة<sup>1</sup>.

إن الاعتراف بالفاتورة الالكترونية يرتبط بمجموعة من الشروط التي يجب أن تتوفر فيها لكي تكون مقبولة في الاثبات، نذكر أهم هذه الشروط:

- توفر القيود الشكلية في الفاتورة الالكترونية بعد الالتزام بالتصريح المسبق أمام إدارة الضرائب باستعمال الوسائل الالكترونية بما فيها الفاتورة الإلكترونية. وضرورة التقيد بأن تلم الفاتورة الالكترونية بكل البيانات الضرورية والمعلومات التي يجب أن تتوفر في الفاتورة التقليدية التي نص عليها المرسوم التنفيذي رقم 05-468. كما تزداد الحجية القانونية للفاتورة الالكترونية إذا تضمنت توقيعها الكترونيا موثوقا\* ويسمح بتحديد هوية الشخص الموقع واعتبارها سندا تجاريا؛

<sup>1</sup>قارة مولود بن عيسى، النظام القانوني للفاتورة الالكترونية، مجلة معارف، المجلد 11، العدد 21، 2016، ص: 81.

\* ألزم قانون الاتحاد الأوروبي الدول الأعضاء بإعفاء الفواتير الالكترونية من التوقيع بحجة أن الفاتورة الالكترونية مستند قانوني في حد ذاته، فهي ليست بحاجة للتوقيع، بمعنى آخر أن الفاتورة ليست بحاجة للتوقيع، لكون الرسم على القيمة المضافة لا يحتاج إلى توقيع من أجل تثبيت وتكريس الحق عليها، ثم إن اشتراط التوقيع الالكتروني كآلية الكترونية قد يتقل من إجراءات تحرير الفاتورة الالكترونية.



- توفير الفاتورة عند طلبها أو عند الحاجة لها، ويجب حفظ الفاتورة الأصلية بأي طريقة كانت لمدة معينة ينص عليها القانون تتلاءم مع المتطلبات المحاسبية والضريبية، مع التأكيد على عدم قابليتها للتعديل؛<sup>1</sup>
- بالنسبة للفاتورة الالكترونية العابرة للحدود، فإن أهميتها تظهر حسب السياسة الضريبية للدولة فإذا اعتمدت الجزائر فرض الرسم على القيمة المضافة في مكان استهلاك المنتج أو الخدمة فهنا الفاتورة تمثل وسيلة إثبات مهمة للحصول الضريبي في حالة الاستيراد وخاصة من ناحية تقادي الازدواج الضريبي. من جهة أخرى وفي حالة اعتراف الجزائر بالوجود الاقتصادي والوجود الافتراضي للنشاط التجاري أو المنشأة التي تنشط في التجارة الالكترونية بمعايير محددة، ينشأ في هذه الحالة حق الدولة في تنظيم ومراقبة الفاتورة الالكترونية أين ينشئ الحق في التحصيل الضريبي.

**ثالثا: مراجعة وتعديل الاتفاقيات الجبائية:** لم يقم المشرع الجزائري بتعديل محتوى الاتفاقيات الجبائية الثنائية حسب ما يتلاءم مع معطيات وخصائص التجارة الالكترونية حيث يجب تكييف وإعداد الاتفاقيات الجبائية مع إدراج الحالات الممكنة للتجارة الالكترونية وهذا بغية التقليل من الازدواج الضريبي والتهرب الضريبي مع الاعتماد على النموذج المقترح من طرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فيما يخص الاتفاقيات الجبائية متعددة الأطراف. تتعلق أهم النقاط التي يجب أخذها بعين الاعتبار فيما يلي:

- إعادة النظر في مفهوم المنشأة الدائمة مع التفصيل في الحالات التي يمكن أن يمثل فيها الخادم والموقع الالكتروني وحتى بائع أو موزع السلع وخدمات عبر الأنترنت، منشأة دائمة. كما يمكن اعتبار أماكن تخزين أو عرض أو تسليم السلع أو البضائع كمنشآت دائمة في إطار التجارة الالكترونية بحيث أنه يمكن أن تنسب لها أرباح معتبرة وبالتالي الاعتراف بالوجود الاقتصادي للمؤسسة الأصلية التي ليس لها مقر دائم أو إقامة في الجزائر (ليس لها وجود مادي) ويمكن إخضاع هذه الأرباح للضريبة.

**رابعا: دراسة الاتفاق الدولي المقترح في BEPS:** تمت الإشارة في الفصل الثاني من هذه الدراسة إلى آخر ما وصلت إليه الجهود الدولية فيما يخص فرض ضرائب على المؤسسات العالمية العملاقة (المؤسسات المتعددة الجنسيات) والتي تنشط في مجال التجارة الالكترونية من خلال الركيزتين التي تم اقتراحهما وهذا للتقليل من التهرب الضريبي وحماية الوعاء الضريبي من التآكل في ظل المعاملات الرقمية والتجارة الالكترونية، فعلى الجزائر متابعة ودراسة التطورات التشريعية التي تقترحها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والدول الأعضاء

<sup>1</sup> قارة مولود بن عيسى، مرجع سبق ذكره، ص: 94.

المشاركة في الاتفاق وهذا لإعادة النظر في القوانين الضريبية الحالية مع التركيز على مدى ملائمة هذه القرارات الدولية وأثرها على الاقتصاد الجزائري.

**خامسا: مواجهة تحديات التصديق الالكتروني وذلك من خلال ترقية خدمات التصديق الالكتروني التي تقترحها السلطة الاقتصادية للتصديق الالكتروني لفائدة الأفراد والمؤسسات، من خدمات التوقيع الالكتروني، التشفير، خدمة ختم الوقت، وغيرها ومتابعة هذا النشاط من طرف السلطات المكلفة بذلك.**

ضرورة دراسة اللجوء لاعتماد التوقيعات الالكترونية كإجراء لتسهيل المعاملات الالكترونية، مع إعداد جميع المتطلبات الأساسية لضمان خدمة رقمية موثوقة وآمنة لمستخدمي طرق الدفع الالكترونية. كما تظهر أهمية التصديق الالكتروني بالنسبة لإجراءات الاخضاع الضريبي في توفير المعلومة للتأكد من المكان الفعلي للاستهلاك ما يسمح في الفصل في مكان الاخضاع.

### **المطلب الثاني: المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية**

تعتبر المتطلبات التنظيمية أهم العناصر للخوض في تطبيق جباية التجارة الالكترونية تتمثل أساسا المتطلبات التنظيمية فيما يلي:

**أولا: توفير المعلومات:** من خلال هذه الدراسة لاحظنا أن أول تحد تواجهه الجزائر فيما يخص تطبيق التجارة الالكترونية هو عدم توفر المعلومات الملائمة لاتخاذ قرار الاخضاع من عدمه أو قرارات تخص سبل الاخضاع، فغياب إحصائيات دقيقة عن حجم وقيمة معاملات التجارة الالكترونية المحلية والدولية، طبيعة المنتجات والسلع والخدمات المتبادلة وكل المعلومات التي تخص المتعاملين أو المنصات الالكترونية وحتى عدد الوسطاء.... وهذا لأخذ فكرة حول حجم الأموال المتداولة في السوق الجزائرية ومن وإلى الخارج، فمن خلال هذه المعلومات يمكن للحكومة الجزائري أن تعرف مدى تطور التجارة الالكترونية في الجزائر وهل هي في مراحل النمو أو تجاوزت هذه المرحلة ويجب إخضاعها للضريبة وتطبيق الرقابة عليها. فمن هذا المنطلق، يتوجب وضع نظام معلومات فعال وأنظمة ذات تكنولوجيا متطورة تسمح بحصر المجتمع الضريبي في مجال التجارة الالكترونية وتوفر كل المعلومات السابقة لاتخاذ القرارات المناسبة. تخص المتطلبات التنظيمية أساسا إدارة الجمارك، الإدارة الضريبية، وزارة التجارة وكيف يتم التنسيق بين مختلف الجهات المعنية.

**ثانيا: رقمنة الإدارة الضريبية:** رغم الإصلاحات الضريبية المسطرة ضمن استراتيجية رقمنة العمل الضريبي إلا أن الأهداف الأساسية لهذه الاستراتيجية لم يتم تحقيقها بصفة كلية، بل مازالت الإدارة الضريبية تعتمد على

طرق عمل تقليدية بعيدة عن الرقمنة إلا فيما يخص مديرية كبريات المؤسسات التي شرعت في التعامل الإلكتروني مع المكلفين فيما يخص التصريح أو الوفاء بالالتزامات الضريبية.

تعد رقمنة العمل الضريبي من بين أهم متطلبات تطبيق جباية التجارة الإلكترونية فبالإضافة إلى تحسين الخدمة مع المكلفين والشركاء، تساعد الجباية الإلكترونية في نشر ثقافة التعامل الإلكتروني لدى المكلفين بالضريبة وعمال الإدارة الضريبية، كما تساهم في الرفع من شفافية العمل الضريبي، تسهيل الرقابة الجبائية وتوفر المعلومة بأقل جهد وتكلفة.

**ثالثا: الإجراءات التنظيمية:** تتمثل الإجراءات التنظيمية في تحديد آليات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية بعد اختيار المبادئ الضريبية الأنسب والتي تتوافق والقواعد الضريبية الجزائرية، حيث تخص هذه الآليات كل المعاملات التجارية التي تختلف حسب طبيعة السلع المتبادلة (سلع مادية سلع أو خدمات رقمية) وحسب نوع التجارة (تجارة محلية أو عابرة للحدود).

بالإضافة إلى ذلك فإن توفير البنى التحتية المختلفة يعد من أهم الخطوات التي تسبق مرحلة الاخضاع الضريبي فذلك سوف يهيئ بيئة ملائمة للعمل الجبائي وتنظيمه، كالتوجه نحو رقمنة الاقتصاد لنشر ثقافة التعامل عن بعد ونشر الثقة بين المتعاملين فذلك يساعد على قيام المكلفين بالتصريح عن أعمالهم ودفع التزاماتهم الضريبية إلكترونيا.

من بين الإجراءات التنظيمية الأخرى التي ستسهل عملية تطبيق جباية التجارة الإلكترونية وتطبيق الآليات المعتمدة، هي ضمان تنسيق الجهود بين الجهات ذات العلاقة والتي هي أساسا: المديرية العامة للضرائب والمديرية العامة للجمارك التابعين لوزارة المالية، وزارة التجارة، القطاع البنكي هيئات تنظيم الدفع الإلكترونية في الجزائر ومؤسسة بريد الجزائر بالإضافة إلى وزارة الاتصال ووزارة الرقمنة والاحصائيات وهذا لتسهيل تبادل المعلومات وتوفير المعلومة الملائمة لاتخاذ القرار الأنسب. فقد يتجسد هذا التنسيق من خلال تشكيل لجنة حكومية تشرف على ذلك تقوم هذه اللجنة بتحديد المسؤوليات وخطط العمل اللازمة لتنفيذ السياسة الضريبية إلى جانب السهر على متابعة تنفيذ هذه الخطط.

**رابعا: كفاءة العامل البشري :** يتطلب فرض ضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وتنظيم ذلك توفّر العدد الكافي من الكوادر البشرية للقيام بمتابعة كل عمليات الشراء والبيع التي تتم عبر الأنترنت والرقابة على أنشطة المتعاملين الجدد في المجال الرقمي والمداخل التي يحققونها، مع الحاجة إلى تطوير مستوى ومهارات موظفي الإدارة الضريبية حسب المعطيات الجديدة للتجارة الإلكترونية وكيفية استعمال الأدوات المناسبة بمستوى جهد

وتكلفة مقبولين. إدارة الجمارك هي الأخرى تحتاج للعامل البشري عند قيامها بالرقابة الجمركية لمتابعة إجراءات فرز وتصنيف الطرود المستلمة من الخارج والتي هي في تزايد مستمر.

**خامسا: مقارنة النتائج بالتكلفة:** إن تطبيق أي نظام ضريبي يجب أن يكون ذو كفاءة، أي أن فرض ضرائب على أي نشاط باستعمال الوسائل المادية والبشرية والتكنولوجية الضرورية لذلك يجب أن يتم في حدود تحقيق إيرادات ضريبية تفوق تكاليف فرض تلك الضرائب وإلا يكون النظام الضريبي غير كفى فهذا السبب تقوم السلطات الضريبية بدراسة ومتابعة النشاط التجاري الالكتروني لإيجاد أحسن الأساليب الممكنة لتطبيق الضريبة وضمان الفعالية.

**سادسا: توفير خدمات استضافة المواقع الالكترونية ذات جودة وبخدمة تدفق عالية للأنترنيت:** وذلك لاستقطاب المتعاملين الذي ينشطون في الجزائر لاستضافة مواقعهم الالكترونية داخل الجزائر ما يساعد على توفير المعلومات بشأن المتعاملين لكل الهيئات الرقابية ويمكن تحقيق ذلك بتدخل وزارة البريد والاتصال التي تسهر على تقديم خدمة أنترنيت ذات جودة يمكن أن تنافس الخدمات المقدمة في الدول الأخرى.

### المطلب الثالث: المتطلبات الخاصة بأنظمة الدفع الالكتروني والبريد.

لقد استعرضنا سابقا إلى أي مدى تطورت وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر وما هي أهم الجهود التي تبذلها الدولة في هذا المجال ورأينا تطور عدد وقيمة معاملات التي تمت عن طريق الدفع الالكتروني حيث كانت أرقام جد مهمة في السنوات الأخيرة.

يمكن اعتبار الدفع الالكتروني احدى البنى التحتية لجباية التجارة الالكترونية، فعملية انخراط تجار الويب لقائمة التجار المعتمدين في نظام الدفع الالكتروني سوف يقدم للدولة قاعدة بيانات تحتوي على معطيات حول حجم الأموال المتداولة ومعلومات تخص المتعاملين وهذا ما سيساهم في تسهيل عملية الرقابة الجبائية وإتاحة وسائل الاثبات. فتعميم استعمال الدفع الالكتروني سيسمح بإدخال متعاملي سوق التجارة الالكترونية ضمن الشبكة البنكية وبالتالي تتبع أحسن لعمليات الدفع وضمان بقاء حركة الأموال داخل المسار النظامي circuit formel وهذا سوف يقلل من التهرب الضريبي. كما يمكن تحقيق ما سبق بتوفّر العناصر التالية:

**أولا: توسيع استعمال الدفع الالكتروني:** وذلك بتوفير وسائل الدفع الالكترونية ومواكبة التطورات الحاصلة في الدول المتقدمة في استخدام البطاقات بنكية والخدمات البنكية عبر الهاتف وغيرها وجعلها متاحة للجميع بالإضافة إلى تطوير الخدمات البنكية الرقمية التي تساهم في تسهيل المعاملات التجارية الالكترونية ما يشجع اقبال الزبائن على هذه الخدمات.

إن تفعيل الدفع الالكتروني يمثل أهم خطوة للخوض في تطبيق جباية التجارة الالكترونية فذلك يضمن تتبع المعاملات الالكترونية وتدفق الأموال الكترونيا فتحقيق ذلك مرتبط أساسا بتأطير المعاملات التجارية الالكترونية من خلال إلغاء الدفع عند التسليم الذي يمثل طريقة الدفع الأكثر شيوعا.

**ثانيا: توفير خدمات توطين ذات جودة:** بالإضافة إلى توفير وسائل الدفع الالكتروني، يجب أن يوفر القطاع البنكي في بيئة الأعمال الجزائرية خدمات توطين توفر للمتعاملين أحسن الخدمات البنكية وذلك لاستقطاب هؤلاء لوضع أموالهم أو توظيفها داخل البنوك الجزائرية ولا يلجؤون إلى بنوك خارج الجزائر، خاصة وأن ذلك قد يشكل مصدرا مهما للعملة الصعبة في حالة تصدير سلع أو خدمات عبر التجارة الالكترونية.

**ثالثا: التوعية والترويج للدفع الالكتروني:** فالغاية من ذلك نشر الثقة لدى المتعاملين وذلك من خلال تنظيم أيام دراسية وملتقيات تعرف بالخدمات البنكية في هذا المجال وتقدم توضيحات تخص تأمين وسائل الدفع الالكتروني وكيف يتم حماية المعلومات الشخصية للزبائن وحماية أموالهم من أي أخطار، خاصة وأن ثقافة التعامل الالكتروني في الجزائر مازالت ضعيفة مقارنة بالدول العربية الأخرى.

### المطلب الرابع: تأمين التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية

إن الحرص على مراقبة وتأمين دخول الاقتصاد الجزائري في العالم الرقمي هو من الأولويات التي يجب وضعها ضمن استراتيجية الدولة، فقبل الحديث عن جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية يرتبط نظام التجارة الالكترونية بعنصرين أساسيين لبناء نظام للتجارة الإلكترونية هما أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية.

**أولا: أمن التجارة الالكترونية:** يخص أمن التجارة الالكترونية تأمين كل من المواقع الالكترونية، تأمين التحويلات المالية والدفع الالكتروني عامة. إذ يلعب مستوى أمان تكنولوجيا المعلومات دورا مهما في أي نظام وذلك من أجل حماية المستخدمين وتفاذي تعرضهم لمحاولات القرصنة أو التلاعب التي قد تحدث في العالم الرقمي والتي قد تنقص من ثقة المتعاملين ما يؤثر سلبا على نمو التجارة الالكترونية.

فبالنسبة لأمن الدفع الالكتروني يمكن استعمال عدة أنواع من الأساليب والأنظمة منها:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> David Boubie, Marc Bourreau, **Sécurisation des paiement et développement du commerce électronique**, Revue économique, N° 04, vol 55, 2004, p :690.

- استعمال بروتوكولات تأمين المعاملات لضمان إرسال رقم البطاقة البنكية واطمام المعاملة المالية بين البائع الإلكتروني والمشتري بصفة مؤمنة وتزداد ثقة النظام في حالة تدخل وسيط قد يكون بنك أو مقدم خدمة يوفر شهادات التصديق الإلكترونية؛
- نظام التصديق الإلكتروني الذي يقوم بربط كل من حامل البطاقة الإلكترونية، البائع الإلكتروني، بنك كل من البائع والمشتري والوسيط عارض خدمة التأمين؛
- استعمال الفاتورة الإلكترونية لتسديد عمليات شراء السلع والخدمات؛
- أنظمة أخرى خاصة بالنقود الإلكترونية.

**ثانياً: حماية الخصوصية:** إن تداول المعلومات الشخصية داخل المجال الرقمي حتمي لإبرام عقود البيع والشراء وتنفيذ أي عملية إلكترونية كانت عبر شبكة الأنترنت وبالتالي فإن تطبيق جباية التجارة الإلكترونية واعتماد أساليب إلكترونية يجب أن يضمن حماية المعلومات الخاصة بالأفراد والتعاملين التي قد يقبلون ويقومون بمشاركتها من خلال منصة أو موقع الكترونيين ما لإتمام أي إجراء من الإجراءات وذلك من خلال احترام أنظمة الأمان الأكثر نجاعة.

### خلاصة الفصل الرابع:

من خلال الدراسة التي قمنا بها في هذا الفصل لمسنا جهود المشرع الجزائري في تقنين التجارة الالكترونية عامة وإعطاء إطار قانوني يحمي المتعاملين الالكترونيين وينظم التعامل الالكتروني فيما يخص السلع والخدمات المسموح تداولها وتلك التي يمنع تداولها ومن حيث طرق الاثبات ووسائل الدفع، تجسد ذلك في القانون 05-18 وقوانين أخرى، لكن تبقى بعض القوانين بعيدة عن التطبيق وتستدعي تكاثفا للجهود وصرامة أكثر. في حين تقوم كل من الوزارات المعنية بدورها لتهيئة البيئة المناسبة لتطور وتأمين التجارة الالكترونية حيث تقوم وزارة التجارة بمتابعة سلوكيات المتعاملين ومرافقة نشاطهم وأما بالنسبة للمديرية العامة للضرائب فلاحظنا مجهودات في هذا الجانب سواء على مستوى مصالح التشريع الجبائي والمصالح التي تتكفل بالاتفاقيات الجبائية الدولية حيث انخرطت الجزائر في منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية للتقرب أكثر من الجهود الدولية والاستفادة من الدورات التكوينية والمؤتمرات التي تنظمها المنظمة. تتمحور أهم الأهداف الحالية للمديرية العامة للضرائب في:

- تتبع سلوكيات المتعاملين الالكترونيين؛
- دراسة الاقتراحات والأعمال الدولية كبرنامج BEPS؛
- البحث عن أنجع وأحسن طرق الاخضاع تحت شرط مقارنة التكاليف بالنتائج.

**الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق  
جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال  
الجزائرية.**



**تمهيد:**

بعد عرض الإطار النظري لجباية التجارة الالكترونية وتحديد المتطلبات الأساسية لتطبيقها في بيئة الأعمال الجزائرية، نحاول من خلال هذا الفصل دراسة مدى توفّر هذه المتطلبات وماهي المجالات التي يجب التأكيد عليها لتهيئة بيئة ملائمة تساعد على جبايتها بشكل فعال وضمان تحقيق الأهداف التي يصبو إليها النظام الجبائي الجزائري وذلك باتباع مجموعة من أساليب وطرق البحث العلمي.

**المبحث الأول: منهجية الدراسة التطبيقية وإجراءاتها.**

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى المنهج المتبع وأنموذج الدراسة، المجتمع وعينة الدراسة، والأدوات الإحصائية المستعملة في تحليل البيانات.

**المطلب الأول: أهداف، منهج ونموذج الدراسة**

قبل الخوض في أية دراسة علمية لابد من تحديد الهدف منها، المنهج الصحيح واختيار المجتمع وعينة الدراسة المناسبين لذلك كأحد أهم شروط بناء الدراسة العلمية الجيدة.

**أولاً: أهداف الدراسة :** لقد كان الهدف من هذه الدراسة التطبيقية فهم البيئة الجزائرية من جانب موضوع الدراسة من خلال معرفة:

- مدى تطور التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية؛
- ما هي أهم القوانين والقواعد التي تحكم التجارة الالكترونية بصفة عامة في الجزائر؛
- ما هي أهم الجهود المبذولة والمشاريع التي يتم العمل عليها في هذا المجال؛
- ما هو رأي متخذي القرارات (ميدانيا) في مدى أهمية فرض ضرائب على أنشطة التجارة الالكترونية بكل أنواعها؛
- تحديد مدى تحكم موظفي القطاعات المعنية في مفاهيم التجارة الالكترونية ومدى اطلاعهم على القوانين والأنظمة التي سنها المشرع الجزائري إلى يومنا هذا؛
- تحديد مدى توفر متطلبات تطبيق فرض ضرائب على التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

ثانيا: نموذج الدراسة: من أجل تبسيط مقارنة الدراسة تم تصميم النموذج التالي:

الشكل رقم (1.5): نموذج الدراسة



المصدر : من اعداد الباحثة.

بهدف الإجابة على التساؤلات التي طرحت في بداية الدراسة واختبار الفرضيات التي تم وضعها ارتأينا الاستعانة بأداتين ألا وهما الاستبيان والمقابلة اللتين سوف يتم توظيفهما بشكل متكامل، فقد تم تحضير مجموعة من الأسئلة في شكل استبيان يهدف إلى اختبار فرضيات الدراسة وإجراء عدد من المقابلات مع مسيرين في إدارات عليا من ذوي الاختصاص والذين كان لهم دور أو علاقة بموضوع الدراسة، فقد ساعدت تلك المقابلات على فهم وتحديد أبعاد الموضوع داخل بيئة الأعمال الجزائرية بدقة أكثر وسوف تساعد على دعم نتائج الاستبيان باعتبار أن نتائج المقابلة كانت مفصلة أكثر.

### المطلب الثاني: أداة الدراسة الأولى الاستبيان وعناصرها

من خلال هذا المطلب سوف نقوم بتعريف كل من مجتمع الدراسة وعينة الدراسة وكذلك الأداة الأولى المستعملة.

#### أولاً: مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة مجموع الوحدات الإحصائية التي يهتم الباحث بدراسة ظاهرة أو صفة معينة فيها بشكل موضوعي ودقيق، والتي تتركز عليها عملية جمع البيانات وتحليلها وفهم الظواهر من خلال ذلك. يمكن أن يكون مجتمع الدراسة مجموعة من المؤسسات من الأسر من المسيرين...إلخ

في دراستنا هذه يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من المسيرين (مدراء أو مدراء فرعيون) الذين ينتمون إلى إحدى الإدارات التالية: المديرية العامة للضرائب على مستوى وزارة المالية بالجزائر العاصمة، المديرية العامة للجمارك بالجزائر العاصمة، موظفون في وزارة التجارة وترقية الصادرات بالجزائر العاصمة، موظفون في القطاع البنكي وأساتذة باحثون في المجال. ونظرا لتركيبية المجتمع لا يمكن حصر عدد أفراد المجتمع بدقة بالإضافة إلا أنه سيتم استهداف الأفراد الذين لديهم معارف حول التجارة الالكترونية ويمكنهم تقديم معلومات واقعية وصحيحة.

#### ثانياً: اختيار عينة الدراسة:

لقد كانت عينة الدراسة عبارة عن عينة قصدية أي هي العينة التي يقوم الباحث بانتقائها من أفراد المجتمع لأنه يدري مسبقا بأنهم الأنسب والأقدر على تقديم المعلومات الضرورية التي يحتاجها في بحثه، أكثر من غيرهم على اعتبار أنهم عايشوا المشكل أو هم أهل الاختصاص فيه.

وتم توزيع ما يقارب 50 استبيان على مجموعة من المسيرين حيث سمح كلا من العنصرين الأولين ضمن الاستبيان بأخذ فكرة حول مدى اكتساب المستقيمين لمعارف حول موضوع البحث وتحديد العينة.

تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من المسيرين في إدارات مختلفة كما سبق الذكر حيث استهدف المدراء والمدراء الفرعيون لأنه لاحظنا أنهم الأنسب للإجابة على الاستبيان باعتبارهم هم فقط من لديهم معارف أو خبرات في إطار موضوع الدراسة، فالهدف من الدراسة ليس الحصول على عدد كبير من الآراء بل الحصول على معلومة دقيقة عن واقع بيئة الأعمال الجزائرية، أما بالنسبة للفئات الأخرى من المسيرين فإنهم فضلوا عدم الإجابة على الاستبيان بسبب قلة معارفهم في عدة جوانب تخص الموضوع وبالتالي فقد تشكلت العينة من 30 فرد. ويمكن القول أن هذه العينة معبرة عن مجتمع الدراسة لأنها مكونة من أفراد ذوي الاختصاص والأنسب لتقديم المعلومات التي تطلبها بحثنا.

فقد كانت عينة الدراسة كما يضح الجدول أدناه:

الجدول رقم (1.5): عينة الدراسة

النسبة	عدد أفراد العينة	القطاع
40%	12	المديرية العامة للضرائب
16.7%	5	المدينة العامة للجمارك
13.3%	4	وزارة التجارة
13.3%	4	القطاع البنكي
16.7%	5	أستاذ جامعي
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات SPSS

تتشكل عينة الدراسة من 30 فردا ينتمون لموظفو المديرية العامة للضرائب النسبة الأكبر باعتبار أنهم من لهم علاقة مباشرة بموضوع الدراسة أما القطاعات الأخرى فكانت بنسب متقاربة.

#### ثالثا: أداة الدراسة وأدوات التحليل الإحصائي:

تم جمع البيانات من خلال توزيع استبيان على مجموعة من المسيرين (رتبة مدير عام أو مدير فرعي) في الإدارات المعنية، حيث تم إعداد الاستبيان بناء على ما تم التوصل إليه في الفصول السابقة وبالأخص التجارب الدولية التي تم عرضها وعلى النتائج المستخلصة من خلال المقابلات التي أجريت مسبقا أين تم تشخيص بيئة الأعمال الجزائرية بما فيها الإدارات المتدخلة وتحديد أهم المشاكل والتحديات التي يواجهها تطبيق ضرائب على التجارة الالكترونية. فقد صمم الاستبيان في شكل يمكننا من تحقيق أهداف الدراسة التطبيقية واختبار الفرضيات الموضوعية سابقا. وتم إعداد أسئلة الاستبيان لتكون سهلة واضحة ومفهومة من طرف أفراد العينة حيث تمت مناقشة هذه الأسئلة من جانبين، الأول مع أساتذة باحثين ومدراء على مستوى وزارة المالية فيما يخص محتوى المحاور ومدى إلمام الاستبيان بالموضوع (ملحق رقم 19)، أما الجانب الثاني فقد تم التأكد من مدى اتساق أسئلة الاستبيان وملائمتها من حيث إمكانية معالجة البيانات إحصائيا، وهذا ما مكننا من إعداد الاستبيان الوارد في الملحق رقم (01).

أما بالنسبة لعملية جمع البيانات فقد تمت من خلال محاولة توزيع الاستبيان على مجموعة من المسيرين كما تمت الإشارة إليه سابقا. وبعد جمع الاستبيانات الموزعة، تمت مراجعتها والتأكد من أن المستقصدون قاموا بالإجابة على كل الأسئلة ليتم الانتقال إلى تحليل هذه البيانات من خلال معالجتها بطريقة علمية باستعمال برامج إحصائية لتحليل البيانات وهذا للاستغلال الأمثل والموضوعي لها. بواسطة أشهر هذه البرامج SPSS.

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

حيث تمت عملية تحليل البيانات باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تتلاءم مع طبيعة الدراسة وأهدافها والتي تم توظيفها في الدراسات السابقة المشابهة. من بين هذه الأساليب طرق الإحصاء الوصفي من تكرارات مطلقة ونسبية والتمثيلات البيانية... وأساليب اختبار الفرضيات ودرجات الارتباط.

**1. تصميم الاستبيان:** تم إعداد الاستبيان وفق الطرق العلمية المتعارف عليها، فقد تضمن مجموعة من العبارات المنظمة في محاور تتماشى واختبار فرضيات الدراسة وتسمح بالوصول إلى أهداف الدراسة.

فيما يلي نستعرض أهم العناصر التي جاءت في الاستبيان والمنهجية المتبعة لإعداده، فبعد التعريف بالباحثة وجامعة الانتماء تم تقديم الموضوع من خلال تحديد عنوان الأطروحة والغاية من الاستبيان وتطمين المستقصين أن المعلومات الواردة ستوجه للبحث العلمي الأكاديمي فقط، تضمن الاستبيان العناصر التالية:

- **معلومات عامة حول المستقصى:** في هذا القسم يحدد المستقصى بياناته الشخصية حول الإدارة التي ينتمي إليها وعدد سنوات خبرته المهنية. بعدها تم تخصيص قائمتين الأولى لمعرفة مدى إحاطة المسيرين بالموضوع من خلال مدى تحكّمهم بأهم مفاهيم التجارة الالكترونية والتي تعتبر من الأساسيات التي يجب أن يكسبها كل مسؤول لإبداء رأيه ووضع قرار في مجال جباية التجارة الالكترونية، أما القائمة الثانية فقد تضمنت أهم القوانين والأنظمة التي تحكم التعامل الالكتروني في الجزائر.

- **متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية:** قد تضمن القسم الثاني من الاستبيان أربع محاور يمثل كل محور مجموعة من المتطلبات التي رأيناها ضرورية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية انطلاقا مما تمت دراسته سابقا في الجانب النظري والتجارب الدولية وما تم استنتاجه من المقابلات التي أجريت على مستويات مختلفة. فقد خصت هذه المحاور أساسا المتطلبات التشريعية ضمن العبارات (1-6)، محور متطلبات تنظيمية وتكنولوجية ضمن العبارات (7-20)، محور متطلبات خاصة بالدفع الالكتروني في العبارات (21-26) والمحور الأخير الخاص بأمن التجارة الإلكترونية وحماية الخصوصية الذي غطته العبارات (27-31). وتم تصميم إجابات هذه الفقرات على أساس مقياس ليكرت « likert » الخماسي المتضمن لخمس مستويات أدناها 1 وأعلىها 5. كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (2.5): سلم ليكرت الخماسي.

الدلالة	غير متوفّر تماما	غير متوفّر	محايد	متوفّر	متوفّر تماما
القيمة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحثة.

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

ومن أجل التأكد من الصدق الظاهري للاستبيان وأنه يتلاءم مع أهداف الدراسة تم تحكيمه على مجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية من ذوي الاختصاص، حيث قمنا بإجراء التعديلات المناسبة بناء على الملاحظات الموجهة وأخذ صورته النهائية على الشكل المبين في الملحق رقم (02).

وبعد عملية التوزيع والتي تميزت بصعوبة بالغة وخاصة في اختيار أفراد العينة المقصودة والتي أغلبهم لديهم التزامات كثيرة ويصعب الوصول إليهم أضف إلى ذلك حداثة المفاهيم الأساسية للموضوع، كانت نتائج عملية توزيع الاستبيان على النحو المبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (3.5): نتائج عملية توزيع الاستبيان

القطاع	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المسترجعة	عدد الاستثمارات القابلة للدراسة
المديرية العامة للضرائب	20	14	12
المديرية العامة للجمارك	10	5	5
وزارة التجارة وترقية الصادرات	5	5	4
القطاع البنكي	5	4	4
أستاذ جامعي	10	9	5
المجموع	50	37	30

المصدر: من إعداد الباحثة.

رغم أن العينة كانت مقصودة إلا أنه تم رفض بعض الاستثمارات بسبب نوعية الإجابات وعدم تمكن المستقصى من الموضوع وفقا لإجاباته على القسم الأول من الاستبيان. كما أنه لم يتمكن من استرجاع بعض الاستثمارات رغم إلحاحنا المتكرر وخاصة من طرف بعض المدراء على مستوى المديرية العامة للضرائب والمديرية العامة للجمارك. فقد كان عدد الاستثمارات القابلة للدراسة هو 30 أي أنه قد تم أخذ رأي 30 موظف من مجتمع الدراسة.

2. أدوات التحليل الإحصائي: تمت الاستعانة بمجموعة من الأدوات الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة

الدراسة وتم استخدام برنامج SPSS نسخة 25، وقد تمثلت هذه الأدوات فيما يلي:

- التكرارات: تم الاعتماد عليها في معالجة أفراد العينة وخصائصها.
- معامل الارتباط: لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة.
- معامل الثبات: الذي يبين استقرار الأداة.

- النسب المئوية: التي تمكن من معرفة اتجاه الإجابات ونسبة اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.
- الانحراف المعياري: الذي يعطي فكرة عن مدى التشتت داخل الإجابات.
- اختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي 3 أم زادت أو قلت عن ذلك، وقد تم استخدام هذا الاختبار للتأكد من دلالة المتوسط لكل فقرة من فقرات الاستبانة.
- اختبار تحليل التباين الأحادي- ذو الاتجاه الواحد **One Way Analysis of A NOVA** (variance) لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات البيانات.

#### المطلب الثالث: أداة الدراسة الثانية المقابلة وعناصرها .

المقابلة هي عملية حوار ومحادثة تتم بين الباحث وشخص آخر أ مجموعة من الأشخاص مختارين بعناية، تطرح من خلالها مجموعة من الأسئلة ويتم تسجيل اجاباتهم للحصول على كل البيانات والمعلومات المهمة ولاختبار مدى صحة فرضيات الدراسة. وتعتبر المقابلة من بين أهم أدوات البحث العلمي لمساهمتها في توفير معلومات عميقة وواسعة حول الموضوع وتمتاز بكونها أكثر الأدوات دقة. من خلال هذا المطلب سيتم التعريف بمجتمع الدراسة والأداة الثانية المستعملة التي كان الهدف من توظيفها هو الحصول على معلومات إضافية حول واقع جباية التجارة الالكترونية في الجزائر وأهم الأعمال المسطرة وتفسير نتائج الاستبيان.

#### أولاً: مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من إطارات (مدراء) بالمديريات السابقة الذكر والبالغ عددها أربعة 04 هيئات. بالاعتماد على أسلوب المقابلة لجمع المعلومات الخاصة بموضوع البحث وتحقيق أهدافه. تم تحديد مواعيد المقابلات مع الأشخاص المناسبين الذين تم انتقاؤهم بعناية حسب اهتمامات ومجال وظيفة كل موظف وتمثلت المقابلات فيما يلي:



جدول رقم (4.5): عدد ورتبة المحاورين في الهيئات المعنية بالدراسة

الرقم	الهيئة	عدد المقابلات	الرتبة
1	المديرية العامة للضرائب	3	مدراء
2	المديرية العامة للجمارك	1	مدير فرعي
3	وزارة التجارة وترقية الصادرات	2	مدراء
4	مجمع النقد الآلي	1	مدير
	المجموع	7	-

المصدر: من اعداد الباحثة

لقد تم إجراء المقابلات أعلاه مع المحاورين على مستوى الهيئات الأربعة الواقعة بالجزائر العاصمة بعد ارسال طلبات للمقابلة مسبقا (ملحق رقم 20) أين تم الرد على طلب واحد وتحديد تاريخ المقابلة وتم تحويلنا للشخص المناسب، أما بالنسبة للإدارات الأخرى فلم تتجاوب مع الطلب واضطررنا إلى الذهاب مباشرة دون أخذ موعد، الاستفسار واختيار الأشخاص المناسبين للتداول معهم مباشرة.

#### ثانيا: أداة الدراسة

بعد الدراسة النظرية تم استخلاص أن الهيئات الأربعة المختارة هي الأكثر ملائمة في توفير البيانات والمعلومات الضرورية للوصول إلى أهداف البحث، فقد تم تحضير مجموعة من الأسئلة الخاصة بكل هيئة كل حسب مجال اختصاصه لضمان موضوعية دقة الإجابات لكي يكون لدينا 04 قوائم أسئلة (ملحق رقم 03،04،05،06).

فبعد تحديد أهداف الدراسة الميدانية، مرت قائمة الأسئلة المحضرة للمقابلات بمجموعة من المراحل أين قمنا بتصميم وبناء الأسئلة بالاعتماد على الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع البحث والأخذ بأراء أساتذة ومهنيين في المجال، تم تحكيم قائمة الأسئلة من قبل بعض أساتذة وتضمنت هذه القائمة مجموعة من الأسئلة التي تنطلق من الأسئلة العامة ثم الأسئلة التي تخص إشكالية الدراسة بالتحديد. واختلفت الأسئلة عموما من هيئة إلى أخرى كل حسب مجال اختصاصه، مع أنه كانت هناك بعض الأسئلة العامة المشتركة.

تشكلت قوائم الأسئلة من مجموعة من التساؤلات العامة وتساؤلات خاصة بقطاع مهنة المحاورين وتضمنت كل قائمة عددا من الأسئلة كما يلي:

- القائمة الخاصة بالمديرية العامة للضرائب تضمنت 19 سؤال.
- القائمة الخاصة بالمديرية العامة للجمارك تضمنت 11 سؤال.
- القائمة الخاصة بوزارة التجارة وترقية الصادرات تضمنت 13 سؤال.
- القائمة الخاصة بمجمع النقد الآلي 14 سؤال.

المبحث الثاني: اختبار الاستبيان وعينة الدراسة

سيتم من خلال هذا المبحث عرض بعض مؤشرات التحليل الاحصائي الدالة على جودة وصدق عينة الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: اختبار صدق وثبات استبيان الدراسة

سيتم حساب قيمة معاملي الثبات والصدق للدراسة التطبيقية وكذلك تفسير قيمتهما. حيث يعتبر ذلك من أهم المراحل المنهجية التي يجب التأكد منها قبل الشروع في تحليل البيانات واختبار الفرضيات.

أولاً: اختبار صدق الاستبيان

1. اختبار صدق الاستبيان من طرف المحكمين : من أجل اختبار الصدق الظاهري للأداة، تم عرض الاستبيان الأولي على مجموعة من الأساتذة وموظف بالمديرية العامة للجمارك قصد تحكيم الأداة، ووفقا لآراء المحكمين قامت الباحثة بإجراء التغييرات المناسبة ثم إعداد الاستبيان في صورته النهائية.

2. الاتساق الداخلي لمحاور وعبارات الاستبيان: يتم التأكد من الصدق البنائي لأداة الدراسة من خلال حساب معاملات الارتباط Pearson بواسطة برنامج SPSS من أجل التأكد من الصدق البنائي لأداة الدراسة.

- الاتساق الداخلي لعبارات محور المتطلبات التشريعية: انطلاقا من حساب معاملات الارتباط لعبارات المحور الأول بواسطة برنامج SPSS تحصلنا على الجدول التالي:

الجدول رقم (5.5): معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الأول

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارات
0.000	0.610**	1. نصوص قانونية خاصة بجباية التجارة الالكترونية
0.000	0.628**	2. العدالة الضريبية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية
0.000	0.620**	3. ملاءمة الاتفاقيات الجبائية الدولية مع التجارة الالكترونية
0.019	0.425*	4. استناد النظام الضريبي الجزائري على التطورات والجهود الدولية (تقارير واقتراحات المنظمات الدولية)
0.000	0.728**	5. الاعتراف بالعقود والوثائق الالكترونية
0.000	0.796**	6. استعمال العقود والوثائق الالكترونية

\*له دلالة إحصائية أقل أو يساوي 0.05

\*\*له دلالة إحصائية قوية أقل أو يساوي 0.01

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS .

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

- الاتساق الداخلي لعبارات محور المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية: انطلاقا من حساب معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني بواسطة برنامج SPSS تحصلنا على الجدول التالي:

الجدول رقم (6.5): معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الثاني

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارات
0.704	0.072	7. الوسائل والأنظمة التكنولوجية الضرورية لحصر حجم المعاملات الالكترونية التي تتم داخل الوطن من حيث القيمة والعدد
0.258	-0.213	8. الوسائل والأنظمة التكنولوجية الضرورية لحصر حجم المعاملات الالكترونية التي تتم من وإلى الخارج من حيث القيمة والعدد
0.035	0.386*	9. الإمكانيات التكنولوجية من برامج وأنظمة معلومات لدى إدارة الجمارك لمراقبة ومتابعة كل مشتريات التجارة الالكترونية
0.000	0.773**	10. إمكانيات بشرية تقوم بمتابعة وفرز مشتريات التجارة الالكترونية الداخلة من الخارج
0.000	0.679**	11. الجباية الالكترونية ورقمنة الإدارة الضريبية
0.000	0.601**	12. جاهزية البنية التحتية المعلوماتية (وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال) لتفعيل النظام الضريبي الخاص بالتجارة الالكترونية
0.000	0.638**	13. متابعة السلع والخدمات الرقمية التي لا تعبر الحدود الجمركية والرقابة عليها
0.000	0.636**	14. كفاءة العامل البشري وتحكمه في مفاهيم التجارة الالكترونية
0.002	0.534**	15. ثقافة التعامل الالكتروني داخل المجتمع الجزائري
0.000	0.670**	16. خدمات استضافة المواقع الالكترونية في الجزائر
0.000	0.605**	17. آليات تحصيل الضرائب تتناسب وخصوصية التجارة الالكترونية
0.000	0.615**	18. التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب ووزارة التجارة
0.001	0.581**	19. التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب وإدارة الجمارك
0.000	0.660**	20. التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب والقطاع البنكي

\*له دلالة إحصائية أقل أو يساوي 0.05

\*\*له دلالة إحصائية قوية أقل أو يساوي 0.01

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS .

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

- الاتساق الداخلي لعبارات محور المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني: انطلاقا من حساب معاملات الارتباط لعبارات المحور الثالث بواسطة برنامج SPSS تحصلنا على الجدول التالي:

الجدول رقم (7.5): معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الثالث

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارات
0.000	0.705**	21. يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص المتاجر الالكترونية المنتشرة في الجزائر
0.000	0.705**	22. يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص عدد وقيم عمليات الدفع الالكتروني التي يقوم بها المتعاملون من وإلى الخارج عبر بطاقات الدفع المختلفة
0.000	0.666**	23. إمكانية تكليف البنوك بتحصيل tva
0.002	0.546**	24. تطور وتنوع وسائل الدفع الالكتروني
0.001	0.567**	25. يتوفر بريد الجزائر على الموارد التكنولوجية والبشرية التي تمكنه من تحصيل الضرائب (حالة الاقتطاع من المصدر)
0.000	0.661**	26. نوعية وجودة خدمات التوطين البنكي

\* له دلالة إحصائية أقل أو يساوي 0.05

\*\* له دلالة إحصائية قوية أقل أو يساوي 0.01

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS .

- الاتساق الداخلي لعبارات محور أمن التجارة الإلكترونية وحماية الخصوصية: انطلاقا من حساب معاملات الارتباط لعبارات المحور الرابع بواسطة برنامج SPSS تحصلنا على الجدول التالي:

الجدول رقم (8.5): معامل الارتباط ومستوى الدلالة لعبارات المحور الرابع

مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	العبارات
0.000	0.800**	27. كفاءات لتطوير نظام معلوماتي لجباية التجارة الالكترونية ذو فعالية داخل الجزائر
0.000	0.882**	28. ضمان حماية المعلومات الخاصة بالمتعاملين والتي تتضمنها الأنظمة المعلوماتية
0.000	0.843**	29. تأمين مواقع الأنترنيت التجارية
0.000	0.791**	30. تأمين التحويلات المالية والدفع الالكتروني عامة
0.000	0.668**	31. كفاءة وانتشار التصديق والتوقيع الالكتروني

\* له دلالة إحصائية أقل أو يساوي 0.05

\*\* له دلالة إحصائية قوية أقل أو يساوي 0.01

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS .

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

يتضح من الجداول أعلاه أن أغلب معاملات الارتباط « person » موجبة، ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05، حيث تراوحت قيمتها بين 0.38 و 0.88 وتجاوز معظمها 0.6، ما عدا العبارتين الأوليتين ضمن المحور الثاني فقد أظهرت معاملات ارتباط ضعيفة. وعليه فإن معظم العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه ما يدل على الصدق البنائي والاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان مع محاورها.

**ثانيا: اختبار ثبات الاستبيان:** من بين أكثر الطرق شيوعا لحساب معامل الارتباط هو حساب معامل الارتباط ألفا Cronpach، والذي يقيس التجانس الداخلي للمقياس، إذ أنه يشير إلى الخاصية الداخلية التي يتمتع بها المقياس والتي تنشأ من العلاقة الإحصائية بين مختلف فقرات الاستبيان. وبناء على مخرجات برنامج SPSS أعطت نتائج حساب معامل ألفا كرونباخ القيم التالية:

### الجدول رقم (9.5): نتائج اختبار الثبات

رقم المحور	اسم المحور	عدد العبارات	ألفا-كرونباخ
	الثبات الكلي لجميع الفقرات	31	0.811
1	المتطلبات التشريعية	6	0.711
2	المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية	14	0.688
3	متطلبات خاصة بالدفع الالكتروني	6	0.711
4	أمن المعلومات وحماية الخصوصية	5	0.856

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معامل الثبات الكلي بلغ 0.811 وهي نسبة مقبولة حيث تجاوزت نسبة 60 % كما يتضح أن معامل ألفا كرونباخ لمعظم المحاور الأربعة كان مقبولا عدا بالنسبة للمحور الثاني الخاص بالمتطلبات المادية والتكنولوجية فقد ظهر المؤشر ضعيفا وهذا بسبب تعدد عدد العبارات. وبالتالي فإنه تم اعداد وتصميم الأداة بشكل مقبول عموما.

### المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة

بعد إدخال إجابات أفراد العينة في برنامج SPSS والخاصة ب 30 موظف وبعد القيام بدراسة خصائص العينة انطلاقا من مجموعة من المعلومات حول أفراد العينة المتمثلة فيما يلي: معلومات شخصية (قطاع المهنة، الخبرة المهنية)، معلومات كافية حول مصطلحات التجارة الالكترونية، الاطلاع على القوانين التي تحكم التجارة الالكترونية في الجزائر، تحصلنا على النتائج التالية:

أولاً: خصائص المتغيرات الشخصية:

والتي نعني بها دراسة متغير قطاع المهنة والخبرة المهنية من خلال ما يلي:

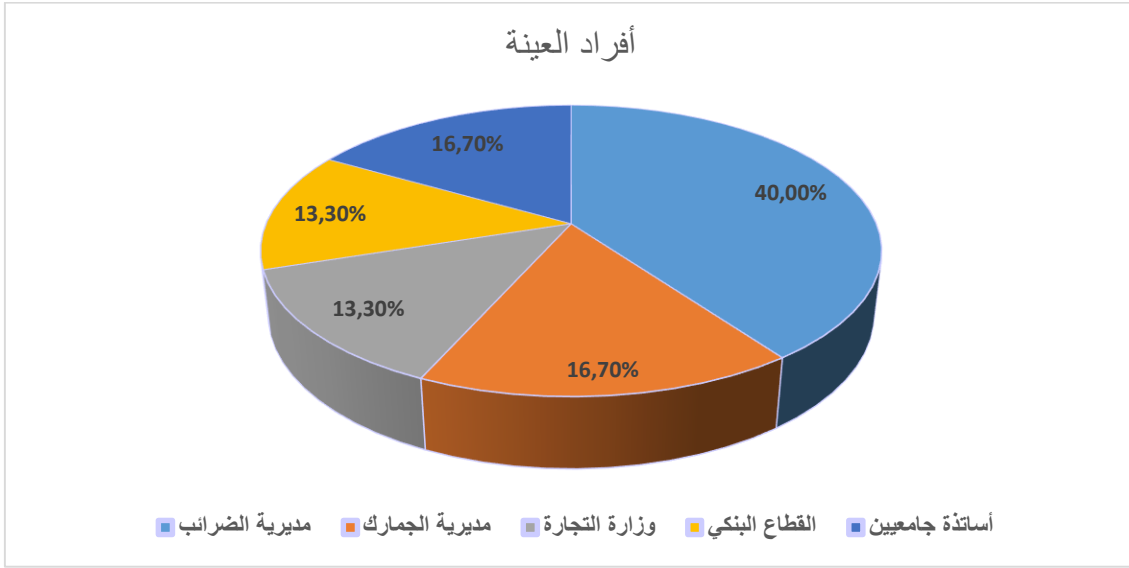
الجدول رقم (10.5): توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية

المعلومات العامة	الفئة	التعداد المطلق	التعداد النسبي %
القطاع المهنة	المديرية العامة للضرائب	12	40
	المديرية العامة للجمارك	5	16.7
	وزارة التجارة وترقية الصادرات	4	13.3
	القطاع البنكي	4	13.3
	أستاذ جامعي	5	16.7
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	3	10
	من 5 إلى 10 سنوات	1	3.3
	من 10 إلى 15 سنوات	8	26.7
	من 15 إلى 20 سنوات	7	23.3
	أكثر من 20 سنة	11	36.7

المصدر: من إعداد الباحثة استناداً لمخرجات نظام SPSS.

يظهر من خلال الجدول أن 40 % من أفراد العينة ينتمون إلى مديرية الضرائب والتي تمثل أكبر نسبة، هذا ما يعزز قدرة أفراد العينة على فهم والتحكم في أسئلة الاستبيان للإجابة عليها بكل موضوعية وبالتالي زيادة درجة مصداقية الإجابات ودعم نتائج الدراسة، فالقطاع الضريبي هو الذي له علاقة مباشرة مع الدراسة، أما الأفراد الآخرين فقد كان ترتيب نسبة مشاركتهم في الدراسة على التوالي: مديرية الجمارك والأساتذة الجامعيين بنفس النسبة ثم وزارة التجارة والقطاع البنكي بنفس النسبة. كما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (5. 2): تمثيل نسب أفراد العينة في كل قطاع



المصدر: من إعداد الباحثة.

أما بالنسبة للخبرة المهنية لأفراد العينة فإنه نلاحظ أن 86.7% تجاوزت خبرتهم 10 سنوات منهم 36.7% تجاوزت خبرتهم 20 سنة وهذا ما يفسر أن معظم أفراد العينة من المديرين العامين والمديرين الفرعيين بالإدارات المستهدفة الذين لهم خبرة في المجال واطلاع على مستجدات بيئة الأعمال الجزائرية ما يزيد من أهمية الإجابات.

2. معلومات أخرى خاصة بأفراد العينة: من أجل الاختيار الأمثل لأفراد العينة وضمان أهمية الإجابات المقدمة رأينا من الضروري توفر معلومات إضافية حول المسيرين المعنيين بالمشاركة في الدراسة وقد تمثلت هذه المعلومات في مدى تحكمهم في أهم مصطلحات التجارة الالكترونية ومدى اطلاعهم على أهم القواعد والقوانين التي تحكم التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وهذا لاختبار مدى قابليتهم للإجابة، فكانت النتائج كالتالي:



الجدول رقم (11.5): توزيع أفراد العينة حسب تحكمهم في المصطلحات

التكرار النسبي		التكرار المطلق			
غير كاف %	كاف %	غير كاف	كاف		
20	76.7	6	23	الخادم	معلومات كافية حول مصطلحات التجارة الالكترونية
33.3	66.7	10	20	استضافة موقع الكتروني	
0	100	0	30	الدفع الالكتروني	
16.7	83.3	5	25	السلع والخدمات الرقمية	
10	90	3	27	المنصات الالكترونية	
20	80	6	24	الوجود المادي	
36.7	63.3	11	19	الوجود الاقتصادي	
46.7	53.3	14	16	الوجود الرقمي	
6.7	93.3	2	28	التوقيع الالكتروني	
16.7	83.3	5	25	التصديق الالكتروني	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الأفراد (أكثر من 60 % منهم) لديهم معلومات كافية على أغلب المصطلحات الأساسية وخصت أقل نسبة تحكم (53.3 %) لمصطلح الوجود الرقمي الذي يعتبر مصطلحا جباييا بحثا، كما أنه حديث التداول والتطبيق. وحتى بالنسبة لمصطلح الوجود الاقتصادي (حيث أن 63.3% فقط من لديهم معلومات) وبالتالي يمكن القول أن أفراد العينة يمكنهم الإجابة على الاستبيان بموضوعية مقبولة.

الجدول رقم (12.5): توزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاعهم على القوانين التي تحكم التجارة الالكترونية

التكرار النسبي %		التكرار المطلق		القوانين
لا	نعم	لا	نعم	
23.3	76.7	7	23	قانون التجارة الالكترونية 05/18
40	60	12	18	المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1440 الموافق ل5 مارس 2019 الذي يحدد كفاءات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية
23.3	76.7	7	23	النظام الصادر عن البنك المركزي المتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج والحسابات بالعملة الصعبة
16.7	83.3	5	25	منع التعامل بالعملة الافتراضية المادة 117 من قانون المالية 2018

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال جزائرية

43.3	56.7	13	17	أعمال منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والمجموعة ال 20 ضمن برنامج BEPS للإطار الشامل وأهم الاقتراحات والحلول التي جاءت فيه
------	------	----	----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة (أكثر من 60 % من العينة) مطلعين على أهم القواعد والنصوص القانونية التي تحكم التجارة الالكترونية في الجزائر وكانت تقارير الإطار الشامل لبرنامج BEPS أقل القواعد اطلاعا.

وعليه وانطلاقا من النتائج المحصل عليها من خلال تحليل خصائص العينة، نقول أن اختيار العينة كان موفقا إلى حد مقبول، رغم الصعوبات التي وجدها في انتقاء هؤلاء الأفراد بسبب حداثة وخصوصية موضوع الدراسة.

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

تضمن هذا المبحث عرضاً لنتائج التحليل الإحصائي لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، بالإضافة إلى نتائج اختبار فرضيات الدراسة باستخدام اختبار T للعينة الواحدة.

المطلب الأول: تحليل إجابات عينة الدراسة بخصوص متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

تم تحديد مقاييس للإجابة عن أسئلة الاستبيان باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث تم حساب الفئات على النحو التالي: طول الفئة =  $0.8 = 5/4$  وعليه تكون الدرجات التالية لبدائل الإجابات على عبارات الاستبيان في كل فئة كما يلي:

الجدول رقم (13.5): درجة التوفر في كل فئة.

الفئة	1-1.8]	2.6-1.8]	3.4-2.6]	4.20-3.4]	5-4.20]
درجة التوفر	منخفضة جدا	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جدا

المصدر: من إعداد الباحثة.

بعد تحديد مجال كل فئة والدرجة المقابلة له سوف نقوم بتحليل مدى توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية والتي تشمل أربع متطلبات رئيسية وهي، المتطلبات التشريعية، المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية، متطلبات متعلقة بالدفع الالكتروني ومتطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية.

أولاً: تحليل عبارات محور المتطلبات التشريعية: النتائج الخاصة بالمحور الأول موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14.5): تحليل عبارات المحور الأول (المتطلبات التشريعية)

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
1. نصوص قانونية خاصة بجباية التجارة الالكترونية.	2,867	1.105	متوسطة
2. العدالة الضريبية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية	2,367	0.999	منخفضة
3. ملاءمة الاتفاقيات الجبائية الدولية مع التجارة الالكترونية	2,200	0.805	منخفضة

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

منخفضة	0.702	2,300	4. استناد النظام الضريبي الجزائري على التطورات والجهود الدولية (تقارير واقتراحات المنظمات الدولية)
منخفضة	0.958	2,333	5. الاعتراف بالعقود والوثائق الالكترونية
منخفضة	1.101	2,400	6. استعمال العقود والوثائق الالكترونية
منخفضة	0.612	2.4	المحور الأول : المتطلبات التشريعية

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 07).

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الاجمالية للمحور الأول قدرت ب 2.4 التي تدل على درجة توفّر منخفضة مع اتفاق مقبول في الإجابات ما تبينه قيمة الانحراف المعياري المقدرة ب 0.612 أما بالنسبة لقيم الانحراف المعياري لكل عبارات المحور فقد تراوحت بين 0.702 و 1.105، وسيتم تحليل فقرات هذا المحور كل على حدا كالآتي:

**العبرة رقم 01:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.8 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "متوفّر" بنسبة 40%. وبالتالي يمكن القول أن النصوص القانونية الخاصة بالتجارة الالكترونية متوفّرة بدرجة متوسطة.

**العبرة 02:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.3 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة. وبالتالي يمكن القول أن العدالة الضريبية بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية منخفضة.

**العبرة 03:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.2 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" 43.3%. وبالتالي يمكن القول أن الاتفاقيات الجبائية الدولية ملائمة مع التجارة الالكترونية بدرجة منخفضة.

**العبرة 04:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.3 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6]. والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 63.3%. وبالتالي يمكن القول أن النظام الضريبي الجزائري يستند على التقارير والاقتراحات الدولية بدرجة منخفضة.

**العبرة 05:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.3 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6]. والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 50%. وبالتالي يمكن القول أن الاعتراف بالعقود والوثائق الالكترونية متوفّر بدرجة منخفضة.

العبارة 06: قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.4 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6]. والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 36.7%. وبالتالي يمكن القول على استعمال العقود والوثائق الالكترونية متوفّر بدرجة منخفضة.

من خلال ما سبق اتضح أن المتطلبات التشريعية الخاصة بجباية التجارة الالكترونية متوفّرة بدرجة تتراوح بين المنخفضة والمتوسطة ويرجع ذلك لما يلي:

- تطور المعاملات الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية يواكبه ظهور أشكال جديدة من المعاملات باستمرار، هذه الأخيرة قد تجد ثغرات في القانون الجبائي يتم طرحها على الإدارة الضريبية لدراسة السلوكات الجديدة للمتعاملين وإيجاد الآلية المناسبة للإخضاع. تم إدراج بعض القوانين التي تخص هذه المعاملات كالضريبة الجزافية المطبقة على توزيع السلع والخدمات عبر المنصات الالكترونية والمادة 115 من قانون المالية 2022. لكن يبقى العديد منها خارج رقابة الإدارة الضريبية.
- يوجد تكامل بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية في حالة المعاملات الالكترونية (الغير عابرة للحدود) حيث ساعدت التجارة الالكترونية على توسيع أسواق التجارة التقليدية من خلال كسب زبائن جدد رغم بعد المسافات، ما صرح به السيد المدير عام للرقابة الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة وترقية الصادرات إثر المقابلة التي أجريت معه. فحجم المعاملات الالكترونية المحضة غير مهم على المستوى الداخلي؛ أما بالنسبة للمعاملات الخارجية فلا يمكن الحديث عن وجود عدالة ضريبية لأنه لا توجد رقابة على هذه المعاملات.
- أما بالنسبة لملاءمة الاتفاقيات الجبائية مع التجارة الالكترونية واستناد النظام الضريبي الجزائري على الجهود والاقتراحات الدولية فقد كانت بعض الإجابات بالإيجاب (توفّر) لوجود أعمال سارية لتحديث الاتفاقيات الجبائية ودراسة لمقترحات الإطار الشامل لبرنامج BEBS إلى جانب دراسات أخرى مع مركز الجنوب، حسب ما صرحت به السيدة المديرة المكلفة بالجباية الدولية على مستوى المديرية العامة للضرائب بوزارة المالية خلال المقابلة التي أجريت معها. وبما أنه لم يتم تجسيد هذه الاقتراحات وتطبيقها بعد فلا يمكن القول أنها متوفّرة باعتبار أننا نتحدث على ما هو متوفّر أو غير متوفّر في الوقت الحالي.
- لقد اتفق كل المستجوبين في المقابلات على تسجيل عدة نقائص في قانون التجارة الإلكترونية 18-05. كما أنه لم تصدر النصوص التطبيقية التي من المفترض أن تلي القوانين والتي تشرح وتفصل المواد الواردة في القانون وكيفية تطبيقها.

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

ثانيا: تحليل عبارات محور المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية: تم تلخيص النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم (15.5): تحليل فقرات المحور الثاني (المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية)

درجة التوفر	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
منخفضة	0.742	2,000	7. الوسائل والأنظمة التكنولوجية الضرورية لحصر حجم المعاملات الالكترونية التي تتم داخل الوطن من حيث القيمة والعدد
منخفضة	0.850	2,033	8. الوسائل والأنظمة التكنولوجية الضرورية لحصر حجم المعاملات الالكترونية التي تتم من وإلى الخارج من حيث القيمة والعدد
متوسطة	0.850	2,633	9. الإمكانيات التكنولوجية من برامج وأنظمة معلومات لدى إدارة الجمارك لمراقبة ومتابعة كل مشتريات التجارة الالكترونية
متوسطة	5.124	3,500	10. إمكانيات بشرية تقوم بمتابعة وفرز مشتريات التجارة الالكترونية الداخلة من الخارج
متوسطة	1.02	2,900	11. الجباية الالكترونية ورقمنة الإدارة الضريبية
منخفضة	0.96	2,367	12. جاهزية البنية التحتية المعلوماتية (وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال) لتفعيل النظام الضريبي الخاص بالتجارة الالكترونية
منخفضة	0.784	2,067	13. متابعة السلع والخدمات الرقمية التي لا تعبر الحدود الجمركية والرقابة عليها
منخفضة	0.868	2,267	14. كفاءة العامل البشري وتحكمه في مفاهيم التجارة الالكترونية
منخفضة	1.02	2,300	15. ثقافة التعامل الالكتروني داخل المجتمع الجزائري
متوسطة	1.04	2,933	16. خدمات استضافة المواقع الالكترونية في الجزائر
منخفضة	0.907	2,267	17. آليات تحصيل الضرائب تتناسب وخصوصية التجارة الالكترونية
متوسطة	1.006	3,233	18. التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب ووزارة التجارة
متوسطة	1.159	3,367	19. التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب وإدارة الجمارك
متوسطة	1.028	3,100	20. التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب والقطاع البنكي
متوسطة	0.732	2.641	المحور الثاني: المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 08).

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الاجمالية للمحور الأول قدرت ب 2.641 وهي قيمة أقل من القيمة الوسطية "3". مع اتفاق مقبول في الإجابات ما تبينه قيمة الانحراف المعياري المقدرة ب 0.732 أما بالنسبة لقيم الانحراف المعياري لكل عبارات المحور فقد تراوحت بين 0.784 و 1.159، وسيتم تحليل فقرات هذا المحور كل على حدا كالاتي :

**العبارة 07:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.0 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6]. والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 60%. وبالتالي يمكن القول أن الوسائل التي تمكن من حصر المعاملات الالكترونية داخل الوطن من حيث القيمة والعدد تتوفّر بدرجة منخفضة.

**العبارة 08:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.3 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6]. والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 66.7%. وبالتالي يمكن القول أن الوسائل التي تمكن من حصر المعاملات الالكترونية التي تتم من وإلى الخارج من حيث القيمة والعدد تتوفّر بدرجة منخفضة.

**العبارة 09:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.6 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة. وبالتالي يمكن القول أن الإمكانيات التكنولوجية من برامج وأنظمة لدى إدارة الجمارك لمراقبة التجارة الالكترونية متوفرة بدرجة متوسطة.

**العبارة 10:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 3.5 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 33.3%. وبالتالي يمكن القول أن الإمكانيات البشرية لمتابعة مشتريات التجارة الالكترونية الداخلة من الخارج متوفرة بدرجة متوسطة.

**العبارة 11:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.9 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "متوفّر" بنسبة 36.7%. وبالتالي يمكن القول أن الجباية الالكترونية ورقمنة الإدارة الضريبية متوفرة بدرجة متوسطة.

**العبارة 12:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.3 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 46.7%. وبالتالي يمكن القول أن البنية التحتية المعلوماتية لتفعيل النظام الضريبي الخاص بالتجارة الالكترونية متوفرة بدرجة منخفضة.

**العبارة 13:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.0 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6]. والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 50%. وبالتالي يمكن القول أن إجراءات متابعة السلع الرقمية التي لا تعبر الحدود الجمركية متوفرة بدرجة منخفضة.

**العبارة 14:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.2 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 60%. وبالتالي يمكن القول أن كفاءة العامل البشري وتحكمه في مفاهيم التجارة الالكترونية متوفّر بدرجة منخفضة.

**العبارة 15:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.3 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما كانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 56.7%. وبالتالي يمكن القول أن ثقافة التعامل الالكتروني داخل المجتمع الجزائري متوفّرة بدرجة منخفضة.

**العبارة 16:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.9 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة وكانت أعلى قيمة للتكرار النسبي في الإجابة "متوفّر" بنسبة 40%. وبالتالي يمكن القول أو خدمات استضافة المواقع الالكترونية في الجزائر متوفّرة بدرجة متوسطة.

**العبارة 17:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.2 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة وكان أعلى تكرار نسبي في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 53.3%. وبالتالي فإن آليات تحصيل الضرائب تتناسب وخصوصية التجارة الالكترونية متوفّرة بدرجة منخفضة.

**العبارة 18:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 3.2 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة وكان أعلى تكرار نسبي في الإجابة "متوفّر" بنسبة 53.3%. وبالتالي فإن التواصل والتنسيق بين الإدارة الضريبية ووزارة التجارة متوفّر بدرجة متوسطة.

**العبارة 19:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 3.3 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة وكان أعلى تكرار نسبي في الإجابة "متوفّر" بنسبة 50%. وبالتالي يمكن القول أن التواصل والتنسيق بين الإدارة الضريبية وإدارة الجمارك متوفّر بدرجة متوسطة.

**العبارة 20:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 3.1 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة وكان أعلى تكرار نسبي في الإجابة "متوفّر" بنسبة 40%. وبالتالي يمكن القول أن تواصل وتنسيق بين الإدارة الضريبية والقطاع البنكي متوفّر بدرجة متوسطة.

كانت أغلب أراء أفراد العينة حول مدى توفّر المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية في بيئة الأعمال الجزائرية ت حتجه نحو درجة توفّر منخفضة. يمكن تفسير ذلك بما يلي:



## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

- صعوبة الحصول على أرقام دقيقة لحجم المعاملات الالكترونية الداخلية والخارجية من حيث القيمة والعدد من طرف الباحثة؛
- محدودية عدد المسيرين الذين يتحكمون في المفاهيم الأساسية للتجارة الالكترونية ما يدل على قلة كفاءة العامل البشري في هذا المجال؛
- وجود تفاوت كبير بين تطور السوق الجزائرية وتطور الإدارة مما يؤدي إلى التأخر في الاستجابة وفي تحديث الآليات والأنظمة، حسب ما أفادت به السيدة المديرية الفرعية للدراسات والاستكشاف والاعلام الاقتصادي، بوزارة التجارة وترقية الصادرات خلال المقابلة التي أجريت معها ؛
- خروج كل من السلع والخدمات والأنشطة الرقمية عن نطاق الرقابة الجبائية؛
- فيما يخص التواصل والتنسيق بين كل الإدارة الضريبية والإدارة الجمارك والقطاع البنكي فلقد صرح أغلب المستجوبين في المقابلات على وجود التواصل بين هذه الإدارات سواء عن طريق التنسيق عند الطلب أو من خلال تشكيل فرق عمل لبحث موضوع ما، لكن تفعيل نظام لجباية التجارة الالكترونية يحتاج بالإضافة إلى ورشات العمل لمناقشة ودراسة القواعد التنظيمية والحلول، يحتاج، حسب ما صرح به السيد المدير الفرعي للتحقيقات الجمركية، المركز الوطني للإشارة وأنظمة المعلومات التابع للمديرية العامة للجمارك، إلى نظام معلوماتي يربط الأطراف الثلاثة يوفر المعلومة المناسبة في وقتها interconnexion immédiate.
- إن غياب المعلومات حول حجم التجارة الالكترونية في الجزائر يؤدي إلى صعوبة تقدير حجم الإيرادات الضائعة، حسب ما صرح به كل من المدير الفرعي للتحقيقات الجمركية والمدير العام للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

ثالثا: تحليل عبارات محور المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني: تم تلخيص النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم (16.5): تحليل عبارات المحور الثالث (المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني)

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
21. يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص المتاجر الالكترونية المنتشرة في الجزائر	2,767	0.773	متوسطة
22. يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص عدد وقيم عمليات الدفع الالكتروني التي يقوم بها المتعاملون من وإلى الخارج عبر بطاقات الدفع المختلفة	3,067	0.907	متوسطة
23. إمكانية تكليف البنوك بتحصيل tva	2,700	0.987	متوسطة

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

متوسطة	0.827	2,067	24. تطور وتنوع وسائل الدفع الالكتروني
منخفضة	0.937	2,467	25. يتوفر بريد الجزائر على الموارد التكنولوجية والبشرية التي تمكنه من تحصيل الضرائب (حالة الاقتراع من المصدر)
متوسطة	0.994	3,100	26. نوعية وجودة خدمات التوطين البنكي
متوسطة	0.580	2.694	المحور الثالث: متطلبات متعلقة بالدفع الالكتروني

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 09).

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الاجمالية للمحور الأول قدرت ب 2.694 وهي قيمة أقل من القيمة الوسطية "3" مع اتفاق مقبول في الإجابات ما تبينه قيمة الانحراف المعياري المقدر ب 0.732 أما بالنسبة لقيم الانحراف المعياري لكل عبارات المحور فقد تراوحت بين 0.773 و 0.994، انطلاقا من ذلك كان تحليل كل عبارة على حدا كالآتي:

**العبارة 21:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 3.06 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة. وبالتالي يمكن القول أن القطاع البنكي يوفر بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص المتاجر الالكترونية المنتشرة في الجزائر بدرجة متوسطة.

**العبارة 22:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.76 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "متوفّر" بنسبة 40%. وبالتالي يمكن القول أن القطاع البنكي يوفر بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص عدد وقيم عمليات الدفع الالكتروني التي يقوم بها المتعاملون من وإلى الخارج عبر بطاقات الدفع المختلفة بدرجة متوسطة.

**العبارة 23:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.7 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة. وبالتالي يمكن القول البنوك يمكن تساهم في تحصيل الرسم على القيمة المضافة بدرجة متوسطة.

**العبارة 24:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.06 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-2.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 63.3%. وبالتالي يمكن القول تنوع وتطور وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر متوفّر بدرجة منخفضة.

**العبارة 25:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.46 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-12.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة . وبالتالي يمكن القول أن بريد الجزائر يتوفّر على الموارد التكنولوجية والبشرية التي تمكنه من تحصيل الضرائب بدرجة منخفضة.

**العبارة 26:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 3.1 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-13.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "متوفّر" بنسبة 40 %. وبالتالي يمكن القول أن جودة خدمات التوطين البنكي متوفّرة بدرجة متوسطة.

يعرف نظام الدفع الالكتروني تأخرا كبيرا مقارنة بباقي دول العالم (كما اتفق عليه من طرف معظم المستجوبين في المقابلات) رغم المجهودات المتتالية للسلطات في تفعيله ونشر ثقافة الدفع الالكتروني في الجزائر إلا أن المجتمع الجزائري مزال يلجأ إلى الطرق التقليدية للدفع أو للسحب وتتمثل أهم أسباب تأخر نظام الدفع الالكتروني في الجزائر فيما يلي:

- تفادي الدفع الالكتروني من طرف المتعاملين راجع إلى أنه يعتبر من أهم وسائل التتبع، فرغم الارتفاع الذي سجله استعمال البطاقات البنكية ابتداء من جانفي 2020 إلا أن الأرقام تبقى بعيدة عن الأهداف حسب ما صرح به مدير تأمين المخاطر والمصدقية بمجمع النقد الآلي GIE Monéthique إثر المقابلة التي قمنا بها.
- كما أفاد نفس المصدر السابق أن أهم تحديات الدفع الالكتروني في الجزائري تتمثل في تفادي الأعطال عندما تكون كل المعلومات مضبوطة وصحيحة. لأن ذلك يقلل من ثقة المتعاملين في وسائل الدفع الالكترونية ما يشجعهم على الابتعاد عن استعمالها؛
- لجوء أغلب المتعاملين الذين يمارسون أنشطة رقمية إلى القيام بالمعاملات المالية في الخارج ولا يعتمدون على الأنظمة البنكية في الجزائر وبالتالي تحدث تحويلات غير مراقبة وهذا أمر يمس السيادة الوطنية؛
- مشاكل تحويل العملة الوطنية.

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

رابعاً: تحليل عبارات محور المتطلبات المتعلقة بأمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية: تم تلخيص النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم (17.5): تحليل عبارات المحور الرابع (متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية)

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
27. كفاءات لتطوير نظام معلوماتي لجباية التجارة الالكترونية ذو فعالية داخل الجزائر	2,900	1.155	متوسطة
28. ضمان حماية المعلومات الخاصة بالمعاملين والتي تتضمنها الأنظمة المعلوماتية	2,767	1.072	متوسطة
29. تأمين مواقع الأنترنت التجارية	2,600	0.968	متوسطة
30. تأمين التحويلات المالية والدفع الالكتروني عامة	2,933	1.112	متوسطة
31. كفاءة وانتشار التصديق والتوقيع الالكتروني	2,233	0.935	منخفضة
المحور الرابع: أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية	2,687	0.838	متوسطة

المصدر من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 10)

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الاجمالية للمحور الأول قدرت ب 2.687 وهي قيمة أقل من القيمة الوسطية "3" مع اتفاق مقبول في الإجابات ما تبينه قيمة الانحراف المعياري المقدر ب 0.838 أما بالنسبة لقيم الانحراف المعياري لكل عبارات المحور فقد تراوحت بين 0.935 و 1.155 وسيتم تحليل عبارات المحور كل واحدة على حدا من خلال ما يلي:

**العبارة 27:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.9 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] والتي تعبر عن درجة توفر متوسطة كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "متوفر" بنسبة 43.3%. وبالتالي يمكن القول أنه تتوفر كفاءات لتطوير نظام معلوماتي لجباية التجارة الالكترونية ذو فعالية في الجزائر بدرجة متوسطة.

**العبارة 28:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.6 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] والتي تعبر عن درجة توفر متوسطة. كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "متوفر" بنسبة 33% أي أن أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية متوفر بدرجة متوسطة.

**العبارة 29:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.6 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "محايد" بنسبة 43 % أي أن معظم المستجوبين ليس لديهم معلومة حول مدى تأمين مواقع الأنترنت التجارية.

**العبارة 30:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.9 وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] والتي تعبر عن درجة توفّر متوسطة كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "متوفّر" بنسبة 33.3%. وبالتالي يمكن القول أن تأمين التحويلات المالية والدفع الالكتروني متوفّر بدرجة متوسطة.

**العبارة 31:** قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.2 وهي تنتمي إلى المجال [1.8-2.6] والتي تعبر عن درجة توفّر منخفضة كما أن أعلى قيمة للتكرار النسبي كانت في الإجابة "غير متوفّر" بنسبة 50 %. وبالتالي يمكن القول أنه تتوفّر كفاءة وانتشار التوقيع الالكتروني بدرجة منخفضة.

من خلال ما سبق، نلاحظ أن المتوسطات الحسابية لم تتجاوز القيمة 3 فتراوحت درجة التوفّر بين الدرجة المنخفضة والدرجة المتوسطة ولم تكن الآراء المستجوبين واضحة ويرجع ذلك إلى ما يلي:

- أجمع معظم المستجوبين في المقابلات التي قمنا بها بأهمية تطوير أنظمة المعلومات التقنية من طرف كفاءات جزائرية لأنهم الأكثر تعودا على النظام الضريبي الجزائري والثقافة الجزائرية بالإضافة إلى أن ذلك يساعد في الاقتصاد في تكلفة تطوير هذه الأنظمة. فقد صرح البعض أن الكفاءات متوفّرة حسب تجارب سابقة ويجب وضع ثقة فيها. فيما رأى آخرون أن التطورات التكنولوجية في ميدان المعلوماتية في الجزائر بعيدة كل البعد عما هو موجود في الجزائر؛
- انتشار فكرة عدم أمان الدفع الالكتروني في الجزائر؛
- تباطؤ إجراءات تفعيل التصديق الالكتروني رغم وجود الإطار القانوني لكن هناك تأخر في تفعيل خدمات التصديق وتنظيمها.

### المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

قبل اختبار فرضيات الدراسة سنقوم باختبار مدى إتباع متغيرات الدراسة (محاور الدراسة) للتوزيع الطبيعي.

**أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي :** تشترط معظم الاختبارات المعلمية أن يكون التوزيع طبيعياً للبيانات وسنستعرض اختبار (اختبار كولمجراف - سمرنوف) لمعرفة هل البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً أم لا.

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال جزائرية

وبعد إجراء هذا الاختبار بواسطة برنامج SPSS على بيانات عينة الدراسة كانت النتائج على النحو المبين في الجدول التالي:

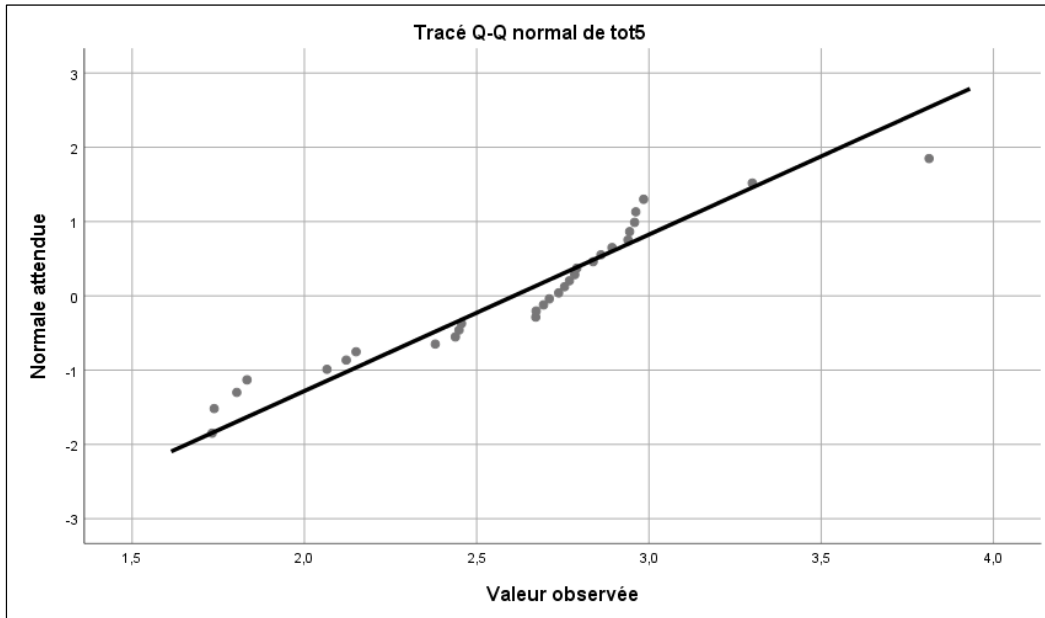
### الجدول رقم (18.5): اختبار التوزيع الطبيعي

المحاور	Z	القيمة الاحتمالية sig
جميع المحاور	0.932	0.056

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (الملحق رقم 11).

باعتبار أن العينة N=30 صغيرة أعطى اختبار Shapiro-wilk أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي لأن sig أكبر من 0.05. كما يؤكد المنحنى البياني أسفله ذلك:

### الشكل رقم (3.5): اختبار التوزيع الطبيعي.



المصدر: مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الشكل أعلاه أن البيانات متجمعة حول خط الاتجاه العام ودرجة التشتت ليست عالية، وبالتالي يمكن القول أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

وانطلاقاً من طبيعة توزيع البيانات يكون الاختبار المناسب هو T Student لعينة واحدة واختبار One

.Anova

### ثانياً: اختبار الفرضيات:

على اعتبار أن الهدف من هذه الدراسة هو التأكد من توفر متطلبات جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، وبعد التطرق إلى كافة الجوانب النظرية لموضوع الدراسة، وجمع البيانات وتحليلها، حاولت الباحثة في هذا المطلب اختبار صحة الفرضيات التي تمت صياغتها، للوصول إلى النتائج التي تحقق أهداف هذه الدراسة

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

نقوم باختبار الفرضيات باستعمال اختبار T للعينة الواحدة (T\_test) بعدما تأكدنا أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، فيما يلي:

**1. الفرضية الرئيسية الأولى:** نصت هذه الفرضية على أنه لا تتوفّر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

لاختبار هذه الفرضية نختبر صحة الفرضيات الفرعية المتعلقة بالمحاور الأربعة المتضمنة المتطلبات الرئيسية

### الفرضية الفرعية الأولى:

تنص الفرضية الفرعية العدمية الأولى على أنه لا تتوفّر المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

يوضح الجدول الموالي نتائج اختبار **Tstudent** للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الأولى والمتعلقة بالمحور الأول الخاص بالمتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية:

### الجدول رقم (19.5): نتائج اختبار T للمحور الأول

المحور	المتوسط الحسابي	T المحسوبة	T جدولية
المتطلبات التشريعية	2.411	-5.267	1.699

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 12).

يتبين من الجدول أن متوسط درجة توفّر المتطلبات التشريعية في بيئة الأعمال الجزائرية بلغ 2.411، وأظهر اختبار T أن قيمة T المحسوبة بلغت -5.267 وهي أقل من قيمة T الجدولية التي تساوي 1.699 ومنه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة، وبذلك لا تتوفّر المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

**الفرضية الفرعية الثانية:** تنص الفرضية الفرعية العدمية الثانية على أنه لا تتوفّر المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

يوضح الجدول الموالي نتائج اختبار T للعينة الواحدة لاختبار الفرضية العدمية الثانية والمتعلقة بالمحور الثاني الخاص بالمتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية:

الجدول رقم (20.5): نتائج اختبار T للمحور الثاني

المحور	المتوسط الحسابي	T المحسوبة	T الجدولية
المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية	2.641	-2.687	1.699

من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 12).

يتبين من الجدول أن متوسط درجة توفّر المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية في بيئة الأعمال الجزائرية بلغ 2.641، وأظهر اختبار T أن قيمة T المحسوبة بلغت -2.687 وهي أقل من قيمة T الجدولية التي تساوي 1.699 ومنه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة، وبذلك لا تتوفّر المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

**الفرضية الفرعية الثالثة:** تنص الفرضية الفرعية العدمية الثالثة على أنه لا تتوفّر المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

يوضح الجدول الموالي نتائج اختبار T student **للعينة الواحدة** لاختبار الفرضية الفرعية الثانية والمتعلقة بالمحور الثاني الخاص بالمتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية:

الجدول رقم (21.5): نتائج اختبار T للمحور الثالث.

المحور	المتوسط الحسابي	T المحسوبة	T الجدولية
المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني	2.694	-2.882	1.699

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 12).

يتبين من الجدول أن متوسط درجة توفّر المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني في بيئة الأعمال الجزائرية بلغ 2.694، وأظهر اختبار T أن قيمة T المحسوبة بلغت -2.882 وهي أقل من قيمة T الجدولية التي تساوي 1.699 ومنه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة، وبذلك لا تتوفّر المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكتروني لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

**الفرضية الفرعية الرابعة:** تنص الفرضية الفرعية العدمية الرابعة على أنه لا تتوفّر متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.



## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

يوضح الجدول الموالي نتائج اختبار T للعينه الواحدة لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة والمتعلقة بمحور متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية:

الجدول رقم (22.5): نتائج اختبار T للمحور الرابع

المحور	المتوسط الحسابي	T المحسوبة	T الجدولية
متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية	2.687	-2.047	1.699

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 12).

يتبين من الجدول أن متوسط درجة توفّر متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية في بيئة الأعمال الجزائرية بلغ 2.694، وأظهر اختبار T أن قيمة T المحسوبة بلغت -2.882 وهي أقل من قيمة T الجدولية التي تساوي 1.699 ومنه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة، وبذلك لا تتوفّر متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية.

2. الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الرئيسية الثانية على أن المرحلة التي وصلت إليها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية لا تستدعي جبايتها.

الجدول رقم (23.5): تكرار إجابات المستجوبين حول فرض ضرائب على التجارة الالكترونية

التكرار		السؤال
لا	نعم	
2	4	هل ترون أن المرحلة التي وصلت إليها الجزائر في المعاملات الإلكترونية تستدعي فرض ضرائب عليها، أم أن ذلك سيعيق نموها؟

المصدر: من إعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه أن أغلب المستجوبين في المقابلات (أكثر من 66 %) اتفقوا على ضرورة تطبيق جباية التجارة الالكترونية وفرض ضرائب على المعاملات الالكترونية سواء الداخلية أو العابرة للحدود وهذا بسبب ارتفاع عدد المتعاملين وحجم المداخل المعتبرة التي يحصلها المتعاملون من هذه الأنشطة وهذا ضمانا للعدالة الضريبية بين المتعاملين، حسب ما صرح به معظم المستجوبين. أما البقية الذين أجابوا بأن المرحلة التي وصلت إليها التجارة الالكترونية في الجزائر لا تستدعي فرض ضرائب عليها لأنهم ارتأوا بأن الدور الذي يمكن أن تقوم به السلطات الضريبية في الوقت الحالي هو متابعة وتتبع سلوك المتعاملين وهذا للتعرف على

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

مختلف الأنشطة وأنواع المعاملات التي تتم في إطار التجارة الالكترونية والتحكم فيها لاختيار الآليات الضريبية الأنسب والأكثر كفاءة.

من خلال ما سبق يمكن استنتاج أنه يجب تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وبالتالي نرفض صحة الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص أن المرحلة التي وصلت إليها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية لا تستدعي جبايتها.

### 3. الفرضية الرئيسية الثالثة: تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Way Analysis of ANOVA

لاختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية تعزى إلى المتغيرات الشخصية عند مستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ . وتم تلخيص النتائج كما يلي:

- متغير قطاع المهنة: نصت الفرضية الفرعية العدمية الأولى على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لقطاع المهنة.

#### الجدول رقم (24.5): نتائج تحليل التباين الأحادي لمتغير قطاع المهنة.

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
المتطلبات التشريعية	بين المجموعات	5.583	4	1.396	6.596	0.001
	داخل المجموعات	5.291	25	0.212		
	المجموع	10.874	29			
المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية	بين المجموعات	4.069	4	1.017	2.210	0.097
	داخل المجموعات	11.507	25	0.460		
	المجموع	15.576	29			
متطلبات الدفع الإلكتروني	بين المجموعات	1.387		0.374	1.032	0.410
	داخل المجموعات	8.396		0.336		
	المجموع	9.782				
متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية	بين المجموعات	4.068		1.017	1.559	0.216
	داخل المجموعات	16.307		0.652		
	المجموع	20.375				

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS. (ملحق رقم 13)

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة البحث حول المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية ومتطلبات الدفع الالكتروني ومتطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية لجباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لمتغير قطاع المهنة، حيث بلغ مستوى الدلالة لهذه المحاور قيمة أكبر من 0.05، أما بالنسبة للمتطلبات التشريعية فقد ظهرت فروق ذات مستوى دلالة أقل من 0.05.

ونظرا لوجود فروق معنوية في المحور الأول نقوم باختبارات LCD لمعرفة مصدر هذه الفروق:

الجدول رقم (5. 25): الفروقات المتوسطة ذات الدلالة

الفئة	موظف بالمديرية العامة للضرائب	موظف بالمديرية العامة للجمارك	موظف بوزارة التجارة	موظف في القطاع البنكي	أستاذ جامعي
موظف بالمديرية العامة للضرائب	-	-	-	*1.27778	
موظف بالمديرية العامة للجمارك				*1.36667	
موظف بوزارة التجارة وترقية الصادرات				*1.08333	
موظف في القطاع البنكي	*1.27778-	*1.36667-	*1.08333-	*1.16667-	*1.16667-
أستاذ جامعي				*1.16667	

\*الفرق المتوسط معنوي عند مستوى الدلالة 0.05.

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات نظام SPSS. (ملحق رقم 13).

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة البحث حول المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية بين فئة المسيرين بالمديرية العامة للضرائب وفئة المسيرين بالقطاع البنكي لصالح المسيرين بالمديرية العامة للضرائب. كما أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئة المسيرين بالمديرية العامة للجمارك وفئة المسيرين بالقطاع البنكي لصالح المسيرين بالمديرية العامة للجمارك. وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موظفي القطاع البنكي وكل الفئات الأخرى. كما أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين فئة الأساتذة الجامعيين وفئة موظفي القطاع البنكي لصالح فئة الأساتذة الجامعيين.

## الفصل الخامس: دراسة تطبيقية لمتطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية

وقد يعزى ذلك إلى أن نظرة موظفي القطاع البنكي غير متقاربة مع الفئات الأخرى حول المتطلبات التشريعية نتيجة لأن هذه الفئة ليس لها احتكاك بعناصر هذه المتطلبات باعتبارها خارجة عن نطاق عملها لأنها ذات طابع جبائي.

من خلال ما سبق نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تعزى إلى متغير قطاع المهنة ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة بالنسبة لمتغير قطاع المهنة.

- **متغير الخبرة:** نصت الفرضية الفرعية العدمية الثانية على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توفّر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لسنوات الخبرة.

### الجدول رقم (26.5): نتائج التحليل التباين الأحادي لمتغير الخبرة.

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
المتطلبات التشريعية	بين المجموعات	0.945	4	0.236	0.595	0.670
	داخل المجموعات	9.929	25	0.397		
	المجموع	10.874	29			
المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية	بين المجموعات	2.004	4	0.501	0.923	0.466
	داخل المجموعات	13.573	25	0.543		
	المجموع	15.576	29			
متطلبات الدفع الإلكتروني	بين المجموعات	0.850	4	0.212	0.595	0.670
	داخل المجموعات	8.933	25	0.357		
	المجموع	9.782	29			
متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية	بين المجموعات	4.502	4	1.125	1.773	0.166
	داخل المجموعات	15.873	25	0.635		
	المجموع	20.375	29			

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات نظام SPSS. (ملحق رقم 13).

يتضح من الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية تعزى لمتغير الخبرة حسب الفئات المختلفة. حيث بلغ مستوى الدلالة لجميع المحاور قيمة أكبر من 0.05. ويرجع ذلك إلى تقارب الآراء بين أفراد العينة.

من خلال ما سبق نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تعزى إلى متغير الخبرة ومنه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة بالنسبة لمتغير الخبرة.

### المطلب الثالث: نظرة استشرافية حول جباية التجارة الالكترونية في الجزائر

إن وضع نظام متكامل لجباية المعاملات الإلكترونية والرقمية عامة هو حتمية لا مفر منها، خاصة مع التوجه الدولي الذي يعمل بشكل متناسق لتحقيق ذلك. هذا ما أكدته معظم المحاورين في المقابلات التي قمنا بها من خلال هذه الدراسة فقد صرح هؤلاء أنه يتم تحقيق مداخل وأرباح كبيرة من جراء معاملات التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وأن قانون حركة رؤوس الأموال والذي من شأنه الحد من استنزاف العملة الصعبة لا يتلاءم مع التطورات الحاصلة في المعاملات التجارية في الجزائر وأن بعض الأنشطة هي خارج مجال الرقابة تماما. وبالتالي يجب الوقوف على النشاط التجاري الالكتروني وتنظيمه وفرض ضرائب عليه مثله مثل أي نشاط تجاري آخر. رغم أن هناك من يرى أن الوضعية الحالية للتجارة الإلكترونية تتطلب متابعة للأنشطة المختلفة والمتنوعة التي تظهر من حين لآخر كما تتطلب فهم ومراقبة سلوك المتعاملين والعمل على مراقبتهم على كل المستويات قبل الحديث عن فرض ضرائب على هذه الأنشطة وهذا لضمان اختيار الآليات الأكثر ملاءمة وعدم إعاقة نشاط المتعاملين.

من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية التي قمنا بها تمكنا من تصور إطار عام لجباية التجارة الالكترونية في الجزائر متضمنا لأهم المتطلبات الأساسية والتي تتمثل فيما يلي:

#### أولاً: تحديد الأهداف

إن وضع أي نظام يتطلب رسم الأهداف التي قد تبين معالم هذا النظام. ترتبط هذه الأهداف أساساً بمجموعة من العناصر داخل بيئة الأعمال الجزائرية والنظام الضريبي الجزائري وتضمن تطبيق جباية التجارة الالكترونية بكفاءة وفعالية. تتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

- حماية كل أطراف المعاملة؛
- تحقيق العدالة الضريبية؛
- حماية المعاملات التقليدية وتحقيق المساواة بين كل المتعاملين الاقتصاديين؛
- تفادي النزاعات الضريبية مع الدول الأخرى والازدواج الضريبي؛
- حماية القاعدة الضريبية من التآكل نتيجة لعدم تطبيق القوانين الجمركية والضريبية على السلع المشتراة من خارج الجزائر عن طريق المنصات الالكترونية ومواقع التسوق العالمية؛
- الحد من التجارة الموازية والتهرب الضريبي؛

- تحصيل إيرادات ضريبية عن أنشطة التجارة الالكترونية دون تحمل تكاليف ضخمة؛
- وضع نظام لجباية التجارة الالكترونية بسيط وسهل التطبيق.

ثانيا: آليات جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية: فيما يلي سوف نقترح مجموعة من الآليات التي نراها الأنسب لجباية التجارة الالكترونية وحماية الإيرادات الضريبية:

### 1. الآليات التشريعية

- اعتماد معيار الوجهة أو المقصد كأساس لفرض الضريبة على القيمة المضافة وذلك تماشيا مع التوجه الدولي الذي يدعو إلى فرض الضريبة على القيمة المضافة في مكان استهلاك السلعة أو أداء الخدمة كأساس لتحديد الاختصاص الضريبي.

- تنظيم الأنشطة والخدمات الرقمية التي ليس لها أثر مادي، وذلك بإعطائها إطار قانوني واضح ومفصل كأشطة صناعة المحتوى وبيع الخدمات الرقمية حيث يساهم هذا الإطار القانوني في توفير بيئة تشريعية ملائمة تشجع المتعاملين على تقنين نشاطهم. كما يساهم توفير وسائل دفع متطورة ومتعامل بها دوليا في استقطاب هؤلاء المتعاملين للتعامل مع بنوك جزائرية وبالتالي ضمان دخول العملة الصعبة. ثم يتم تحديد آلية فرض ضرائب على هذه النشاطات، سواء ضرائب على الدخل على المتعاملين الذين يحققون دخلا من جراء هذا النشاط أو تطبيق اقتطاع من المصدر عند شراء خدمة رقمية باستعمال وسيلة دفع متاحة من طرف بنوك جزائرية توفر العملة الصعبة.

- بالنسبة إلى فرض ضرائب على الأرباح في إطار الأنشطة الالكترونية والرقمية عامة فيتم فرض الضريبة على أساس الدولة مصدر الدخل (مسايرة التوجه الدولي المتضمن في حلول منظمة التعاون والتنمية والمجموعة ال 20 في إطار مشروع BEPS)، حيث يتم تحديد نسبة الأرباح التي تحققها منشأة أجنبية ما داخل الجزائر دون توفر المنشأة الدائمة، على أساس مقدار الربح المنسوب إليها. وبالتالي سوف تخضع كل دولة للضريبة حسب جزء من الدخل الذي ينتج على إقليمها. ويستدعي ذلك حتما تغيير المفهوم التقليدي للمنشأة الدائمة.

### 2. الآليات التنظيمية

- تفعيل سجل تجاري إلكتروني موجه لكل الأطراف المعنية (ضرائب، بنوك، التجارة...) للحصول على قوائم المتعاملين وتسهيل تحديد هويتهم من طرف الإدارة الضريبية وبالتالي تسهيل المعالجة والتعامل الضريبي من حيث نطاق ونوع الاختصاص؛

- وضع نظام يعمل على متابعة عدد مرات تكرار عملية الشراء من الخارج خاصة بالنسبة للتجارة الالكترونية BtoC لتحديد حجم المشتريات الصغيرة والتي قد تكون معتبرة إذا ما تم تجميعها خلال فترة معينة (خلال السنة مثلا) وخاصة إذا ما كانت متكررة. ووضع عتبة لحجم عمليات الشراء يكون عندها المشتري مكلف بالضريبة بعدما كانت المشتريات المنفردة معفية من الضرائب والرسوم الجمركية. يمكن أن يتجسد هذا النظام في تفعيل بوابة الكترونية يقوم من خلالها المشترون بالتصريح عن مشترياتهم وتقديم مختلف المعلومات كاسم المشتري، طبيعة السلعة، مصدرها.... حيث وفي المقابل تفرض عقوبات عن عدم التصريح على البوابة كدفع غرامة أو حجز السلعة أو يتم الحصول على امتيازات ضريبية في حالة التصريح كتخفيض في الضريبة مثلا.

**3. آليات متعلقة بإدارة الجمارك:** من خلال وضع نظام معلومات فعال يربط كل الجهات المعنية ويعتمد أساسا على التصريح الالكتروني، المعالجة الالكترونية، التوثيق الالكتروني للمعاملات ثم الدفع الالكتروني للالتزامات الجمركية مما سيسمح في التسيير الأمثل لإدارة الجمارك، ربح الوقت والتحكم في الكم الكبير لعمليات الاستيراد وخاصة فيما يتعلق بالطرود البريدية وكذلك العمليات ذات القيم الصغيرة والتكرار الكبير، بالإضافة إلى توفير المعلومات في الوقت المناسب لتحديد المخاطر وتصنيفها. يمكن أن يتجسد ذلك من خلال اعتماد آلية الشباك الوحيد.

يضاف إلى هذا وضع تنظيم خاص بالتجارة الالكترونية على مستوى المديرية العامة للجمارك قد يتمثل في مديرية خاصة بالتجارة الالكترونية تتكفل بالجانب التشريعي والتنظيمي وكذلك بوضع آليات الرقابة على المعاملات الالكترونية كما تكلف بتوفير قاعدة بيانات للجهات الأخرى.

في إطار الرقابة على المعاملات الالكترونية، يتم وضع نظام للجمركة على الأنترنت Cyber-douane مهمته جمع كل المعلومات على الأنترنت التي قد تهتم إدارة الجمارك: تجارة السلع المقفلة، تجارة المخدرات، الأسلحة والأعمال الفنية. تقوم هذه الهيئة بتصفح كل المواقع الالكترونية التي يلجأ إليها الجزائريون لاقتناء سلعة أو خدمة أو أي عمل رقمي من أجل التأكد من مدى سلامتها، مراقبة أمن الدفع الالكتروني وإعلام الإدارات الأخرى بالمخاطر لأخذ الإجراءات المناسبة. فقد تلجأ الإدارة الضريبية إلى المعلومات التي يقدمها هذا النظام في وضع الآليات الجبائية المناسبة.

### خلاصة الفصل الخامس:

من خلال هذا الفصل تم إعطاء صورة حقيقة عن أهم متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائري من خلال استخدام أداتين الأولى كانت أداة الاستبيان الذي وزع على مجموعة من المسيرين في أربع قطاعات مختلفة والتي رأيناها الأكثر ترابطا مع إشكالية الدراسة قصد التعرف على مدى توفر هذه المتطلبات. أما الأداة الثانية والتي كانت أداة المقابلة فقد ساعدت الباحثة في ملامسة واقع التجارة الالكترونية في الجزائر والتحدي الضريبي الذي تواجهه، بالإضافة إلى دعمها وتفسيرها لنتائج الاستبيان بأكثر واقعية.

ومن أجل ذلك تم الاعتماد أساسا على تحديد المتوسطات والتكرارات النسبية في الإجابات إلى جانب اختبار t-student في دراسة وتحليل بيانات الاستبيان. وأثبتت الدراسة أن درجة توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في الجزائر تراوحت بين الدرجة المنخفضة والمتوسطة.

وفي الأخير تم عرض لأهم الآليات التي يجب تفعيلها في بيئة الأعمال الجزائرية لجباية التجارة الالكترونية بكفاءة وفعالية.



الخاتمة

الخاتمة العامة:

تطرقت هذه الدراسة إلى موضوع بالغ الأهمية تتداوله أغلب الدول ويعتبر محل نقاش لعديد من المنظمات والهيئات الدولية، تمثل في جباية التجارة الالكترونية. فمن خلال هذه الأطروحة تمت دراسة أهم المتطلبات التي يجب أن تتوفر لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية خاصة وأن المعاملات الالكترونية والرقمية بصفة عامة تعرف تطورا ونموا سريعا، والذي سيؤثر على الاقتصاد عامة وعلى الإيرادات الحكومية خاصة وهذا ما تتخوف منه كل الدول وخاصة الدول النامية التي تعتمد في إيراداتها على الإيرادات الضريبية بشكل كبير.

فقد ركزت الدراسة من خلال السؤال الرئيسي الذي طرح التعرف على مدى توفر هذه المتطلبات في بيئة الأعمال الجزائرية انطلاقا من دراسة أهم خصوصيات التجارة الالكترونية والتحديات التي جاءت بها وخصوصيات النظام الجبائي الجزائري بكل ما يتضمنه من أسس وقواعد ضريبية تميزه عن باقي الأنظمة الأخرى وتحليل دور كل الأطراف والعناصر المتداخلة في تهيئة بيئة مناسبة لفرض ضرائب على هذا النوع من المعاملات.

. وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

أولا: النتائج النظرية للدراسة:

تتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة في جزئها النظري فيما يلي:

- إن تطور التجارة الالكترونية أدى إلى ظهور عدة مشاكل وتحديات من أهمها التحديات التشريعية والضريبية؛
- إن نجاح جباية التجارة الالكترونية الدولية يقتضي وجود اتفاق دولي لتفادي الازدواج الضريبي، تفادي المنافسة الضريبية الشرسة وحماية الحقوق الضريبية لكل الأطراف؛
- عدم وضوح السياسة الجبائية للجزائر فيما يخص فرض أو إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة؛
- يبنى قرار الاخضاع الضريبي للتجارة الالكترونية في دولة ما على توفر معلومات دقيقة وموثوقة حول حجم المعاملات وطبيعتها، طبيعة السلع والخدمات المتداولة ومدى تنوع وأهمية الأنشطة الرقمية الظاهرة في الاقتصاد وهذا لتفادي تحمل تكاليف كبيرة للإخضاع (عبء الرقابة وتكلفة التحصيل) مقابل تحصيل إيرادات ضريبية ضئيلة (مقارنة بالتكاليف بالنتائج) وعدم تثبيط نمو التعامل الالكتروني إذا كان في مراحله الأولى.

- يتطلب تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية توفّر متطلبات تشريعية، متطلبات تنظيمية وتكنولوجية، متطلبات خاصة بالدفع الالكتروني ومتطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية؛

- وجود تفاوت بين تقدم بيئة الأعمال الجزائرية وتقدم الإدارة الجزائرية مما أثر سلبا على درجة تجاوب الإدارة للتغيرات الحاصلة في بيئة الأعمال من أهمها التحول الرقمي.

- يعتبر فرض الضريبة على التجارة الالكترونية حتمية لا يمكن تجاهلها وهذا لضمان العدالة الضريبية بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية وحماية الأساس الضريبي من التآكل.

**فرض ضرائب على التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية يتطلب توفّر المتطلبات التشريعية من خلال:**

- وجود إطار تشريعي لفرض ضرائب على التجارة الالكترونية يأخذ بعين الاعتبار خصائص هذه المعاملات ويضمن العدالة الضريبية بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية؛

- تعديل المفاهيم والمبادئ الجبائية بما يتلاءم مع التغيرات الحديثة التي تحدث في بيئات الأعمال وتعديل الاتفاقيات الجبائية استجابة لهذه التغيرات؛

- الاعتراف بالعقود والوثائق الالكترونية وتفعيلها؛

**فرض ضرائب على التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية يتطلب توفّر المتطلبات التكنولوجية والتنظيمية من خلال:**

- تظافر العديد من الجهود من طرف وزارة التجارة من حيث متابعة وتأطير نشاط التجارة الالكترونية وتوفير المعلومات حول حجم هذا النشاط؛

- تظافر العديد من الجهود من طرف إدارة الجمارك لمواجهة تحديين، الأول متعلق بالرقابة على السلع التي يطلبها الجزائريون عن طريق التسوق الالكتروني وتسلم لهم في شكل طرود بريدية أو طرود شركات التوصيل والتي تتزايد قيمها وعددها بوتيرة كبيرة. أما التحدي الثاني فهو متعلق بالسلع والخدمات الرقمية (ذات الطبيعة الغير ملموسة) التي لا تعبر الحدود الجمركية والتي يصعب مراقبتها وفرض ضرائب عليها؛

- تظافر العديد من الجهود من طرف وزارة البريد والمواصلات في توفير خدمة أنترنت ذات جودة تستقطب المتعاملين وتسهل عمل الإدارة الضريبية،

- التنسيق بين مختلف القطاعات من أولويات تطبيق جباية التجارة الالكترونية.

فرض ضرائب على التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية يتطلب توفر متطلبات متعلقة بالدفع الالكتروني من خلال:

- تظافر العديد من الجهود من طرف القطاع البنكي في توفير وسائل دفع إلكترونية أكثر حداثة وعلى نطاق أوسع وبدرجة أمان عالية لضمان تتبع المعاملات الالكترونية وحركة الأموال ودخول العملة الصعبة؛

فرض ضرائب على التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية يتطلب توفر متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية من خلال:

- حماية المعلومات الشخصية المتداولة في النظام الجبائي المعتمد لضمان توفير نظام يحمي هوية المتعاملين يعتبر تحد من تحديات جباية التجارة الالكترونية. كما يلزم هذا النظام بضمان حماية العمليات المالية الجبائية كدفع للالتزامات أو تحصيلها من محاولات القرصنة الالكترونية.

#### ثانيا: النتائج التطبيقية:

تم بناء الدراسة التطبيقية على أربعة فرضيات تمحورت حول مدى توفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، ووجود فروق في الدراسة تبعا لمتغيرات قطاع المهنة والخبرة، حيث تم توزيع استبيان على عينة من المسيرين (30 فرد) في خمسة قطاعات وهي: المديرية العامة للضرائب، المديرية العامة للجمارك، وزارة التجارة وترقية الصادرات، القطاع البنكي وأسائدة جامعيين باحثين في المجال وبعد معالجة وتحليل النتائج خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج والمتمثلة فيما يلي:

- تتوفر بيئة الأعمال الجزائرية على المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية بدرجة منخفضة حسب آراء أفراد العينة، ويظهر ذلك من خلال قيمة المتوسط الحسابي الاجمالي للمحور الأول التي قدرت ب 2.411 بمستوى دلالة إحصائية 0.000 أي أقل من 0.05؛

- تتوفر بيئة الأعمال الجزائرية على المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية بدرجة متوسطة حسب آراء أفراد العينة، ويظهر ذلك من خلال قيمة المتوسط الحسابي للمحور الثاني التي قدرت ب 2.641 بمستوى دلالة إحصائية 0.012 أي أقل من 0.05؛

- تتوفر بيئة الأعمال الجزائرية على متطلبات الدفع الالكتروني لتطبيق جباية التجارة الالكترونية بدرجة متوسطة حسب آراء أفراد العينة، ويظهر ذلك من خلال قيمة المتوسط الحسابي للمحور الثالث التي قدرت ب 2.694 بمستوى دلالة إحصائية 0.007 أي أقل من 0.05؛

- تتوفّر بيئة الأعمال الجزائرية على متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية بدرجة متوسطة حسب آراء أفراد العينة، ويظهر ذلك من خلال قيمة المتوسط الحسابي للمحور الأول التي قدرت ب 2.687 بمستوى دلالة إحصائية 0.05.

ثالثاً: نتائج متعلقة بفرضيات الدراسة:

تتمثل أهم النتائج المتحصل عليها حول فرضيات الدراسة فيما يلي:

**الفرضية الرئيسية الأولى:** لا تتوفّر متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، بما أنه تم اثبات عدم توفر كل المتطلبات لتطبيق جباية التجارة الالكترونية من خلال المحاور الأربعة فإنه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة.

- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا تتوفّر المتطلبات التشريعية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، حيث أظهر اختبار Tstudent للعينة الواحدة أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمة T الجدولية بالنسبة للمحور الأول، وعليه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة.

- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا تتوفّر المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، حيث أظهر اختبار Tstudent للعينة الواحدة أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمة T الجدولية بالنسبة للمحور الثاني، وعليه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة.

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا تتوفّر المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكترونية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، حيث أظهر اختبار Tstudent للعينة الواحدة أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمة T الجدولية بالنسبة للمحور الثالث، وعليه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة.

- **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا تتوفّر متطلبات أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية، حيث أظهر اختبار Tstudent للعينة الواحدة أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمة T الجدولية بالنسبة للمحور الرابع، وعليه نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة.

- **الفرضية الرئيسية الثانية:** نصت هذه الفرضية على أن مستوى تطور التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية لا يستدعي جبايتها، حيث أثبتت المقابلات التي قمنا بها من خلال الدراسة التطبيقية وحسب إجابات المستجوبين أنه يجب فرض ضرائب على التجارة الالكترونية الداخلية والخارجية وتنظيم ذلك مساهمة للتوجه الدولي. وبالتالي تم نفي الفرضية الرئيسية الثانية وقبول الفرضية البديلة.

- الفرضية الرئيسية الثالثة: نصت هذه الفرضية على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ، تعزى لمتغيرات قطاع المهنة والخبرة، فقد تم إثبات ذلك في حالة متغير الخبرة، ونفي الفرضية بوجود فروق ذات دلالة إحصائية حول متطلبات جباية التجارة الالكترونية تعزى إلى متغير قطاع المهنة.

#### رابعاً: التوصيات:

- التنسيق والترابط الفعال بين الجانب القانوني، بنك الجزائر، هيئات الرقمنة، وزارة التجارة وترقية الصادرات، الإدارة الضريبية وإدارة الجمارك لتوفير المعلومات المناسبة وفي الوقت المناسب؛
- تطوير وتشجيع استعمال الدفع الالكتروني بوضع إجراءات تحفيزية للذهاب إلى الدفع الالكتروني؛
- تعميم وفرض استعمال الدفع الالكتروني لضمان إمكانية الرقابة على حجم وقيم المعاملات الالكترونية والتمكن من تحديد هوية المكلفين؛
- ضرورة الاعتراف بالعقود والوثائق الالكترونية وبالأخص الفاتورة الالكترونية في نظام الرسم على القيمة المضافة؛
- دراسة مقترحات كل من الإطار الشامل ضمن برنامج BEPS حول معالجة التحديات الضريبية الناشئة عن التحول إلى الاقتصاد الرقمي والتي تهدف لمكافحة تآكل الوعاء الضريبي ونقل الأرباح، واختبار مدى وملاءمتها مع الاقتصاد الجزائري والوضعية الحالية للتجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية وخاصة فيما يخص الركيزة الأولى التي يمكن أن تؤثر بالإيجاب على الإيرادات الضريبية للجزيرة الجزائرية في حالة مسايرة الاتفاق الدولي. واقتراح الأمم المتحدة الذي جاء في المادة 12B ضمن نموذج اتفاقية الأمم المتحدة. وذلك لاستنتاج أثر تبني كل مقترح واختيار النموذج الأنسب للاقتصاد الجزائري؛
- تهيئة الوسائل المادية والتكنولوجية والبشرية لتطبيق الحلول الدولية مع مراعاة تكاليف الامتثال؛
- إبرام اتفاقيات جبائية تأخذ بعين الاعتبار المفاهيم والمتغيرات الجديدة التي جاء بها الاقتصاد الرقمي عامة والتجارة الالكترونية خاصة؛
- إدراج مفهوم معيار الوجود الاقتصادي عوض الوجود المادي في فرض ضرائب على الدخل وتعديل مفهوم المنشأة الدائمة الوارد في قانون الضرائب المباشرة وفي الاتفاقيات الجبائية الثنائية والذي يعتمد عليه في القوانين الحالية؛
- وضع آليات لفرض ضرائب على السلع والخدمات الرقمية وتحديد الاختصاص الضريبي بشأنها (مكان توريد الخدمة أو مكان الاستهلاك)، إما بقيام شركات الأنترنت بفرض ضرائب على المبيعات على هذا النوع من المعاملات، أو بالاعتماد على طريقة التكلفة العكسي؛

- ضرورة تفعيل الامضاء والتصديق الالكترونيين كمتطلبين أساسيين لإثبات الهوية وإعطاء قوة قانونية ومصداقية للعقود والوثائق الالكترونية؛
- تبني سياسة ضريبية أصيلة تتلاءم مع مستجدات بيئة الأعمال الجزائرية احتياجات وتطلعاتها المستقبلية بعيدة عن الأنظمة التقليدية، التي أوجدت التهرب والغش الضريبي؛
- إعادة النظر في القواعد القانونية الخاصة بأسعار التحويل وتحويل الأرباح وهذا لمنع التهرب الضريبي؛
- مراجعة القوانين التي تحكم حركة رؤوس الأموال.

#### خامسا: آفاق البحث:

- لا تخلو أي دراسة من النقائص والبهفوات سواء على المستوى النظري أو التطبيقي، نفس الحال بالنسبة لدراستنا هذه التي صادفنا فيها العديد من العراقيل بسبب حداثة الموضوع. وهذا ما يفتح المجال أمام الباحثين من أجل تحسينها أكثر وخاصة من ناحية طرق وأدوات الدراسة، ونتيجة لما سبق يمكن اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تكون محل نقاش ذو أهمية تعود على الاقتصاد الجزائري عامة وتضيف إضافة نوعية. نذكر:
- قياس أثر تطبيق الركيزة الأولى لاقتراح الإطار الشامل على الإيرادات الضريبية في الجزائر؛
  - ظاهرة التهرب الضريبي في أنشطة التجارة الالكترونية.

# المراجع



قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب:

1. بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية، رؤية اسلامية، القاهرة، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، 2000.
2. توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية، مصر، دار النهضة العربية- دار الفكر العربي.
3. حميد بوزيدة، حياة المؤسسات، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
4. خلاصي رضا، شذرات النظرية الجبائية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
5. عبيدات لورنس محمد، إثبات المحرر الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
6. عليوة السيد، التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي، القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع، 2002.
7. لعريوي عبد الرزاق، حيمران محمد، الاتجاهات الضريبية على نشاطات التجارة الإلكترونية وموقع النام الجبائي الجزائري منها، كتاب جماعي حول واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وإشكالية إخضاعها للضرائب والرسوم -التحديات والحلول-، 2020.
8. ميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2013.

ثانياً: المقالات

9. إبراهيم كامل الشوابكة، ضريبة المبيعات على التجارة الإلكترونية، دراسات، علوم الشريعة والقانون، المجلد 34، 2007.
10. بن حمدوش كريمة، الإخضاع الضريبي لأرباح المنشآت الدائمة وفقاً لأحكام الاتفاقيات الجبائية الخاصة بمنع الازدواج الضريبي، مجلة دراسات جبائية، العدد 12، جوان 2018.
11. بودلال علي، اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية كآلية للتقليل من الكتلة النقدية غير الرسمية المتداولة في الاقتصاد الجزائري، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد: 05، 2018.
12. بورنيسة عبد النور، حيمران محمد، تعقيدات النظام الضريبي وأثرها على التهيب الضريبي -دراسة حالة الجزائر-، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 06، العدد 01، 2021.
13. بوعزة عبد القادر، حميمش نرجس، نحو حل مشاكل جبائية التجارة الإلكترونية في إطار الجهود الدولية، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، مجلد 01، عدد 02، 2017.

14. بوعزة هداية، الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 06، العدد 02، 2020.
15. حمري نجود، حمري نوال، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05 (قانون التجارة الإلكترونية)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، 2021،
16. دحماني سمير، التصديق الإلكتروني كوسيلة أمان لآليات الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 04، العدد 01، 2018.
17. رابح مرار، سامي الخالدي، آفاق تنظيم التجارة الإلكترونية في فلسطين، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، فلسطين، 2020.
18. علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الانسانية 2010، المجلد 12، العدد 01، 2010.
19. قارة مولود بن عيسى، النظام القانوني للفاتورة الإلكترونية، مجلة معارف، المجلد 11، العدد 21، 2016.
20. كردي نبيلة، الشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 02، المجلد 10، 2017.
21. محمود محمد الدمرداش، مكافحة التجنب الضريبي لأنشطة الاقتصاد الرقمي في النظام الضريبي المصري والسعودي بالتركيز على ضريبة الدخل والقيمة المضافة، كلية الشريعة والقانون بدمنهور، جامعة الأزهر.
22. مشتى أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 13.
23. نعيمة مولفوعة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، العدد 06، 2017.
24. يوسف قاشي، إشكالية تحقيق العدالة في النظم الضريبية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد 10.

### ثالثا: الأطروحات والرسائل

25. زين يونس، أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة الداخلية في المصارف - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص محاسبة، جامعة الجزائر 3، 2014.
26. صالح، محمد عبد الفتاح، العوامل المساهمة في زيادة حجم العائدات السلطة الفلسطينية من ضريبة القيمة المضافة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين. 2007.
27. قشام اسماعيل، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة بعض المؤسسات بولاية الجلفة، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم تخصص علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2015.

28. قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الالكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013.
29. محمد تقرورت، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الوطن العربي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2004-2005،
30. هبايش فوزية، دور التجارة الالكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة - حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى - مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مالية واقتصاد دولي. كلية العلوم الاقتصادية وعلاو التسيير، 2011-1012.

#### رابعا: المداخلات

31. بن عبد الله رابحي، حاج سعيد يوسف، ملال محمد، مدى فعالية التشريع الجبائي في تحقيق متطلبات التجارة الالكترونية (حالة الجزائر انموذجا)، الملتقى الوطني حول التجارة الالكترونية مشروع صاعد ومستقبل واعد لخريجي الجامعات، معهد العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريس، تيسمبيلت، 2019؛
32. سعوداوي صديق، رحال سمير، متطلبات وعوائق التجارة الالكترونية في البلدان النامية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية-، معهد العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 2011.
33. شهرزاد عبيدي، سليمة عبد الله، واقع وآفاق الخدمات المالية البريدية الرقمية المبتكرة بمؤسسة بريد الجزائر في ظل جائحة كورونا، الملتقى الوطني الأول حول: الخدمات المالية الرقمية والابتكار ودورها في تحقيق الشمول المال، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2021،
34. شهرزاد علاو، شلابي عمار، مشاكل وتحديات جباية التجارة الالكترونية، الملتقى الوطني العلمي حول التجارة الالكترونية وسبل حماية المستهلك الالكتروني، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، يوم 16 و 17 ديسمبر 2019.
35. محمد تهامي طواهر، حني شفيقة، دادن عبد الوهاب، تحديات التجارة الالكترونية للنظم الضريبية، ملتقى البحث العلمي.

#### خامسا: القوانين

36. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الجريدة الرسمية، العدد 52، 27 غشت 2003م، الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، -2003.
37. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، البنك المركزي الجزائري، الجريدة الرسمية، العدد 30، 22 أبريل 2021، المادة 02 من النظام رقم 21-01 المؤرخ في 28 مارس 2021، المتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج والحسابات بالعملة الصعبة، 2021.
38. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 76، 28 ديسمبر 2017م، قانون المالية 2018، 2018.
39. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 100، قانون المالية 2020.
40. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 37، 27 يونيو سنة 2020 م، مرسوم رئاسي رقم 20-150 مؤرخ في 16 شوال عام 1441 الموافق لـ 8 يونيو سنة 2020، يتضمن التصديق على الاتفاقية بين الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ومملكة هولندا لإلغاء الازدواج الضريبي فيما يتعلق بالضرائب على الدخل وعلى رأس المال ولمنع التهرب من الضرائب وتجنبها، وكذا بروتوكولها، الموقعين بالجزائر بتاريخ 9 مايو سنة 2018، اتفاقيات دولية، 2020.
41. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 28، ماي 2018، المادة 1، الباب الأول، قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018.
42. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 17، المرسوم التنفيذي 19-89 المتضمن كفاءات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، مارس 2019.
43. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 34، 10 يونيو 2018، القانون رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، 2018.
44. الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، قانون عدد 78 لسنة 2019 مؤرخ في 23 ديسمبر 2019 يتعلق بقانون المالية لسنة 2020، العدد 104، 27 ديسمبر 2019.
45. المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية، قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، المادة 8، 2021.
46. وزير المالية، وزير الاقتصاد الرقمي والريادة، غرفة تجارة عمان، قرار رقم 5761 المرخ في 14 ذو الحجة 1440 الموافق لـ 2019/08/15.

سادسا: التقارير

47. منتدى الاستراتيجيات الأردني، تقرير: 71% نسبة ضريبة المبيعات من إجمالي الإيرادات الضريبية في الأردن، <https://www.almamlakatv.com/news>، 24/08/2021، 23:16.

48. وزارة التجارة وتنمية الصادرات، الجمهورية التونسية، التقديم العام لمناخ التجارة الالكترونية في تونس، <http://www.commerce.gov.tn>.

سابعا: أخرى

49. المملكة، إطلاق منصة لتنظيم التجارة الإلكترونية الخميس، <https://www.almamlakatv.com/news/>، 2019، تاريخ الاطلاع 2021/09/02.

50. ميس دويك، التجارة الالكترونية في الأردن، <https://read.opensooq.com>، 2020، تاريخ الاطلاع 2021/09/02.

51. الوكالة الوطنية للمصادقة الالكترونية، <https://www.tuntrust.tn/fr/content/nos-missions>، تاريخ الاطلاع 2021/11/06.

52. مديرية خدمات الإعلام الآلي، المركز الوطني للسجل التجاري، توزيع عدد التجار المسجلين (الناشطين) في نشاط التجارة الالكترونية حسب الولاية إلى غاية 31 ديسمبر 2021، 2022/01/18.

53. بومهرز العربي (مفتش رئيسي للمنافسة والتحقيقات الاقتصادية)، يوم دراسي حول التجارة الالكترونية، مديرية التجارة لولاية جيجل، 2019/03/06.

54. مجمع النقد الآلي، <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous>، تاريخ الاطلاع 2022/01/07، على الساعة 15:38.

55. شركة <https://www.satim.dz> الشركة، الموقع الرسمي للشركة، تاريخ الاطلاع 2022/01/01، على الساعة 16:14.

56. سلطة تنظيم البريد والاتصالات الالكترونية، <https://www.arpce.dz/ar/about>، 21 تاريخ الاطلاع 2022/01/01، على الساعة 00:22.

المراجع باللغات الأجنبية:

أولاً: الكتب

57. Arnaud-F. FAUSS, **La signature électronique : transaction et confiance sur Internet**, DUNOD, Paris, 2001
58. Benjamin Faraggi, **paiement électronique et moyens de commerce**, Dunod, Paris, 1998.  
Claude Dragon et autres, **Les moyens de paiement : des espèces à la mondialisation**, .59 banque éditeur, 1997.
60. Frédéric Huet : **la fiscalité du commerce électronique**, édition : LITEC fiscal 2000.
61. Redha Khelassi, **Précis d'audit fiscal de l'entreprise**, BERTI Editions, Alger, 2013.

ثانياً: المقالات

62. Austan Goolsbee, **In a World without Borders: the Impact of Taxes on Internet Commerce**, Working Paper N° 6863, National Bureau of Economic Research, Cambridge, December 1998.
63. David Boubie, Marc Bourreau, **Sécurisation des paiement et développement du commerce électronique**, Revue économique, N° 04, vol 55, 2004.
64. Erika K.Lunder, Carol A.Pettit, "**Amazon Laws**" and **Taxation of Internet Sales: Constitutional Analysis**, CRS Report Prepared for Members and Committees of Congress, Congressional Research Service, 2015.
65. Ghouzi Mohamed Larbi, **Le rôle de la télé-compensation dans le développement et la modernisation des moyens de paiement dans les banques commerciales algériennes**, Revue des Sciences économiques, de gestion et sciences commerciales, volume 13, numéro 02, 2020.
66. Gilbert Gagné, Destiny Tchéhouali, **Taxer le commerce électronique transfrontalier et faire contribuer les GAFÀ à la création et à la production culturel locale : une équation complexe**, Culture, commerce et numérique, centre d'études sur l'intégration et la mondialisation, N 7, V 12, 2017.
67. Imane, K, **L'inadaptation des principes de la fiscalité au commerce électronique The inappropriateness of the principles of taxation to electronic commerce**. Revue Algérienne des Sciences Juridiques , Politiques et Economiques , N°02, 2019.
68. Khalil Jarrar, **Tax implication of E-commerce Developments, Latest Actions of Leading Agencies and Tax Authorities**, Mid-Term Paper, Thomas Jefferson School of law, San Diego, 2012.

69. Luisa Scarcella, **E-commerce and effective VAT/GST enforcement: Can online platforms play a valuable role?**, ScienceDirect, Computer Law and Security Review, N°36, 2020.
70. Merbouh, hadid, **le paiement électronique en algerie delits économiques et financiers**. revue nouvelle économie ,2017.
71. Pascal Perez, Internet, **l'évasion fiscale à très haut débit**, revue après demain, N°29, 2014.
72. Yasmin Ismail, **Le commerce électronique au sein de l'Organisation mondiale du commerce : Historique et dernières avancées des négociations dans le cadre de la déclaration conjointe**, L'Institut international du développement durable et CUTS International, Genève, 2020.
73. Richard wiratama, Marselinus Asri, Paulus Tangke, **Oline Business (E-commerce) in indonesia taxation**, Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Atma Jaya Makassar University, 2020.

ثالثًا: الأطروحات والرسائل

74. Chaib Walid, **Impact du commerce électronique sur la fiscalité**, Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme de troisième cycle spécialisé en Finances publiques, Institut d'Economie Douanière et Fiscale.
75. Elani Fryer, **The VAT implication of e-commerce goods and services imported to South Africa**, degree magister commerce in South Africa and International Taxation, Potchefstroom Calpus of the North-West University, 2014.
76. KHAM Tipmart, **International Taxation of Electronic Commerce**, A dissertation paper submitted for the Degree of Doctor of Laws, Graduate school of Modern Society and Culture, Niigata university, March 2015.
77. Konstantinos Siliafis, **consumption taxation & electronic commerce: issues, approaches and a way forward**, Thesis submitted for the Degree of Doctor of Philosophy in Law at the University of Aberystwyth , Department of Law & Criminology , united Kingdom, June 2015.

رابعًا: المداخلات

78. Pascal Emmanuel Mécéjour M.Fisc, **Les défis que pose le commerce électronique dans un contexte international**, 2019.

خامسًا: القوانين

79. Article 3 du code de la taxe sur la valeur ajoutée, juristetunisie.com.
80. Ministre de la justice, Article 250 (4) « **Société réputée résider au Canada**», **La loi de l'impôt sur le revenu**, Ajour le 19 mai 2021.

81. Direction des relations publiques et de la Communication, Ministère des finances, Direction Générale des Impôts, **Recueil des circulaires fiscales**, 2019.

سادسا: التقارير

82. Centre de politique et d'administration fiscales CPAF, OCDE, **Les règles actuelles d'imposition des bénéfices industriels ou commerciaux prévus par les conventions conviennent-elles au commerce électronique ?** Rapport final, 2004.

83. Chan, Clayton W., "**Taxation of Global E-Commerce on the Internet: The Underlying Issues and Proposed Plans**" Minnesota Journal of International Law. N°140. Vol 9:233, 2000.

84. Comité de la politique de l'information, de l'informatique et des communications, OCDE, **mesurer le commerce électronique**, paris, <http://www.oecd.org>.

85. Comité des affaires fiscales de l'OCDE, **Conditions cadres pour l'imposition du commerce électronique**, octobre 1998, Ottawa, paragraphe 11, disponible à l'adresse : [www.oecd.org/daf/fa/e\\_com/frameworkf.pdf](http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/frameworkf.pdf).

86. Commission européenne, **Fiscalité de l'économie numérique : le groupe d'experts de haut niveau présente son rapport final**, Communiqué de presse, Bruxelles, 2014.

87. Commission européenne, **Imposition de l'économie numérique : la Commission propose de nouvelles mesures pour garantir que toutes les entreprises paient leur juste part d'impôt dans l'UE**, communiqué de presse, Bruxelles, 21 mars 2018.

88. Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement CNUCED, **Rapport sur l'économie numérique 2019, Création et captation de valeur : incidences pour les pays en développement**, Genève, 2019.

89. Deloitte, **Taxes indirectes canadiennes, Le nouveau régime de TVQ pour les non-résidents effectuant des fournitures au Québec : précisions importantes**, Deloitte, 04/10/2018, canada

90. Direction générale des Finances Publiques, **Rapport d'activité**, Finances Publiques, République Française, 2020.

91. Fédération e-commerce et vente à distance, **Bilan du e-commerce en 2020 : les ventes sur internet atteignent 112 milliards d'euros grâce à la digitalisation accélérée du commerce de détail**, Communiqué de presse, paris, 04/02/2021.

92. KPMG, **Building a digital future**, Budget 2019/20 Tax Guide, 2019.



93. La rédaction, **les enjeux soulevés par l'économie numérique**, <https://www.vie-publique.fr/eclairage/271118-fiscalite-les-enjeux-soulevés-par-leconomie-numerique>, publié le 25/10/2019.
94. Legal Counsel , **South African Revenue Service**, report Frequently Asked questions Supplies of Electronic Services, 2019,
95. M. Stephen Crow, représentant de l'Association internationale des recteurs d'université, **Le commerce électronique : aspects de la fiscalisation internationale, Dixième session** , Nations Unies Genève, 10-14 septembre 2001.
96. Maguire S, Noto A. N, Congressional Research Service, Report for Congress RL33261, **Internet Taxation: Issues and Legislation in the 109th Congress** ,Feb, 2006.
97. Nation unies- Commission économique pour l'Afrique, Note sur le commerce électronique en Afrique, ouagadougou, 2018.
98. Nation unis, **rapport sur l'économie numérisée 2019, création et capitation de valeur : incidences pour les pays en développement**, 2019.
99. Nations unies, **Modèles de convention des Nations unies concernant les doubles impositions entre pays développés et pays en développent, Révision 2011**, Département des affaires économiques et sociales, New York, 2015.
100. OCDE, **Relever les défis fiscaux posé par l'économie numérique, Chapitre2 : principes fondamentaux en matière de fiscalité**, 2014.
101. OCDE, **Relever les défis fiscaux soulevés par la numérisation de l'économie, Projet OCDE/G20 sur l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices**, juillet 2021.
102. OECD, **'The Role of Digital Platforms in the Collection of VAT/GST on Online Sales'**, 2019.
103. Organisation Mondiale du Commerce, **Déclaration conjointe sur le commerce électronique**, 25/01/2019.
104. Policies and Strategies Directorate, **NATIONAL E-COMMERCE STRATEGY**, Ministry of Information and Communications Technology, 2008.
105. Raymond Chabot, Grant Thornton, **Taxes de vente et d'utilisation américaines : quelle incidence l'affaire South Dakota v. Wayfair, Inc. pourrait-elle avoir sur les ventes de votre entreprise aux États-Unis?**, l'instinct de la croissance, 2018.
106. SBH CANADA, **E-commerce Guide, Canada 2020, Switzerland trade and investment Promotion**, 2020.

107. Arabamerica, E-commerce/Online Shopping Platforms are Growing in the Arab World, <https://www.arabamerica.com/e-commerce-online-shopping-platforms-are-growing-in-the-arab-world/>, 11/07/2020, consulté le 06/11/2020.
108. Avalara, **How the Streamlined Sales and Use Tax Agreement Affects Ecommerce Shops**, <https://www.shipbob.com/blog/streamlined-sales-tax/>, 2019, consulté le 03/08/2021 à 16:30.
109. Directive 1999/93/CE du Parlement européen et du Conseil, du 13 décembre 1999, **sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques**. Journal officiel n° L 013 du 19/01/2000 p. 0012 – 002, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX%3A31999L0093>, consulté 23/10/2020, 23 :00.
110. eMarketer, Global Ecommerce 2020, <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020#page-report>, , consulté le 02/11/2010.
111. EMarketer, Retail Ecommerce Sales Worldwide, by Region, 2020, billion, <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020#page-report>, consulté le 04/11/2020.
112. Fawaz MOUSSOUGAN, **Etat des lieux de l'accord de Malabo sur la Cybersécurité des pays africains**, Africa cyber Security magazin, <https://cybersecuritymag.africa/accord-de-malabo-sur-la-cybers%C3%A9curit%C3%A9-des-pays-africains>, consulté le 27/11/2020 à 20 :00.
113. -htt SBH CANADA, E-commerce Guide, **Canada 2020, Switzerland trade and investment Promotion**, 2020ps://afdlhost.com/what-is-server/ consulté le 21/03/2021, 15 :12.
114. <https://home.treasury.gov/system/files/131/Report-Global-Electronic-Commerce-1996.pdf>, consulté 29/07/2021 a 00 :18.
115. <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, consulté le 24/05/2022, 17 :35.
116. ICANN, <http://archive.icann.org/tr/arabic.html>, consulté le 20/10/2020 à 21 :56.
117. Mongi Djellouli, Jean Bernaridini, **Taxe GAFA : la Tunisie suit l'initiative de taxe sur les services numérique**, <https://taj-strategie.fr/taxe-gafa-la-tunisie-suit-linitiative-de-taxe-sur-les-services-numeriques>, 17/11/2020, consulté le 24/10/2021 à 23 :20.
118. Régimes spécifiques : les PBRD et les ventes à distance, <https://www.legifiscal.fr/>, consulté le 08/10/2021.
119. statistas, Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2019, <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>.

الملاحق

ملحق رقم 01 توزيع عدد التجار المسجلين ( الناشطين ) في نشاط التجارة الإلكترونية حسب الولاية الى غاية 31 ديسمبر 2021

الرقم	الولاية	الأشخاص الطبيعيون	الأشخاص المعنويون	الإجمالي
1	أدرار	2		2
2	الشلف	2	4	6
3	الأغواط			0
4	ام البواقي	13	2	15
5	باتنة	18	11	29
6	بجاية	16	12	28
7	بسكرة	16	7	23
8	بشار	6	1	7
9	البلدية	23	16	39
10	البويرة	3	1	4
11	تامنراست			0
12	تبسة	8	3	11
13	تلمسان	15	6	21
14	تيارت	4	2	6
15	تيزي وزو	22	14	36
16	الجزائر	340	741	1 081
17	الجلفة	5	4	9
18	جيجل	3	3	6
19	سطيف	47	29	76
20	سعيدة	1		1
21	سكيكدة	4	3	7
22	سيدي بلعباس	8	5	13
23	عنابة	19	8	27
24	قالمة	1	1	2
25	قسنطينة	62	31	93
26	المدية	11	1	12
27	مستغانم	3	4	7
28	مسيلة	11	6	17
29	معسكر	1		1
30	ورقلة	6	10	16
31	وهران	43	54	97
32	البيض	1		1
33	إليزي			0
34	برج بوعريج	22	12	34
35	بومرداس	30	18	48
36	الطارف	4	1	5
37	تندوف	1		1
38	تيسمسيلت	1	1	2
39	الوادي	2	6	8
40	خنشلة	3		3
41	سوق أهراس	4		4
42	تيبازة	8	7	15
43	ميلة	4	5	9
44	عين الدفلة	8	3	11
45	النعامة	4		4
46	عين تموشنت	1		1
47	غرداية	16	5	21
48	غليزان	2		2
49	تيميمون			0
50	برج باجي مختار			0
51	أولاد جلال	2	1	3
52	بني عباس			0
53	عين صالح	1		1
54	عين قزام			0
55	توقرت	2	1	3
56	جانت			0
57	المغير			0
58	المنيعة			0
	المجموع	829	1 039	1 868

طالبة دكتوراه : علالو شهرزاد

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم المالية والمحاسبة

تخصص: محاسبة وجباية

## استبيان

في إطار التحضير لرسالة الدكتوراه في المالية والمحاسبة تخصص "محاسبة وجباية" بجامعة 20 أوت 1955 سكيكدة حول موضوع " متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية"، نضع بين أيديكم استمارة الاستبيان التي ستمكننا من إتمام دراستنا وتحقيق أهدافها فمن أجل ذلك نرجو منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة فيها. نشير أن نتائج هذا الاستبيان ستوجه أساسا لخدمة البحث العلمي فقط ، كما أن حرصكم على الإجابة بدقة وموضوعية سيعزز من أهمية ومصداقية النتائج المحصلة.

مع خالص الشكر والتقدير

القسم الأول: معلومات عامة

1. البيانات الشخصية: (يرجى الإجابة بوضع علامة X في المربع المناسب)

<u>الخبرة المهنية:</u>	<u>المهنة:</u>
أقل من 5 سنوات <input type="checkbox"/>	موظف لدى المديرية العامة للضرائب <input type="checkbox"/>
من 5 إلى 10 سنوات <input type="checkbox"/>	موظف لدى المديرية العامة للجمارك <input type="checkbox"/>
من 10 إلى 15 سنة <input type="checkbox"/>	موظف لدى وزارة التجارة وترقية الصادرات <input type="checkbox"/>
من 15 إلى 20 سنة <input type="checkbox"/>	موظف في القطاع البنكي <input type="checkbox"/>
من 20 سنة فأكثر <input type="checkbox"/>	أستاذ جامعي <input type="checkbox"/>

2. هل لديكم معلومات كافية عن المصطلحات التالية :

غير كاف

كاف

الخادم un serveur

استضافة موقع الكتروني hébergement d'un site

الدفع الالكتروني Paiement électronique

السلع والخدمات الرقمية Produits et services numériques

المنصات الالكترونية Plates formes numériques

الوجود المادي Présence physique

الوجود الاقتصادي Présence économique

الوجود الرقمي présence numérique

التوقيع الالكتروني Signature électronique

التصديق الالكتروني Certification électronique

3. هل أنتم على إطلاع على القوانين التالية : (يرجى الإجابة بوضع علامة X في المربع المناسب)

لا	نعم	القوانين
		قانون التجارة الالكترونية 05/18
		المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1440 الموافق ل5 مارس 2019 الذي يحدد كفاءات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية
		النظام الصادر عن البنك المركزي المتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج والحسابات بالعملة الصعبة
		منع التعامل بالعملة الافتراضية المادة 117 من قانون المالية 2018
		أعمال منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والمجموعة ال 20 ضمن برنامج BEPS للإطار الشامل وأهم الاقتراحات والحلول التي جاءت فيه

القسم الثاني: متطلبات وآليات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في الجزائر

1. متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية: (يرجى الإجابة بوضع علامة X في المربع المناسب)

تتضمن هذه القائمة مجموعة من المتطلبات التي نراها ضرورية لتطبيق جباية التجارة الالكترونية، ما هو رأيكم بشأن مدى توفر كل عنصر من هذه العناصر في بيئة الأعمال الجزائرية:

رقم السؤال	السؤال	غير متوفر تماما	غير متوفر	محايد	متوفر	متوفر تماما
	<b>المحور الأول: المتطلبات التشريعية</b>					
1	نصوص قانونية خاصة بجباية التجارة الالكترونية					
2	العدالة الضريبية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية					
3	ملاءمة الاتفاقيات الجبائية الدولية مع التجارة الالكترونية					
4	استناد النظام الضريبي الجزائري على التطورات والجهود الدولية (تقارير واقتراحات المنظمات الدولية)					
5	الاعتراف بالعقود والوثائق الالكترونية					
6	استعمال العقود والوثائق الالكترونية					

متوفر تماما	متوفر	محايد	غير متوفر	غير متوفر تماما	المحور الثاني: المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية	
					الوسائل والأنظمة التكنولوجية الضرورية لحصر حجم المعاملات الالكترونية التي تتم داخل الوطن من حيث القيمة والعدد	7
					الوسائل والأنظمة التكنولوجية الضرورية لحصر حجم المعاملات الالكترونية التي تتم من وإلى الخارج من حيث القيمة والعدد	8
					الإمكانيات التكنولوجية من برامج وأنظمة معلومات لدى إدارة الجمارك لمراقبة ومتابعة كل مشتريات التجارة الالكترونية	9
					إمكانيات بشرية تقوم بمتابعة وفرز مشتريات التجارة الالكترونية الداخلة من الخارج	10
					الجباية الالكترونية ورقمنة الإدارة الضريبية	11
					جاهزية البنية التحتية المعلوماتية (وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال) لتفعيل النظام الضريبي الخاص بالتجارة الالكترونية	12
					متابعة السلع والخدمات الرقمية التي لا تعبر الحدود الجمركية والرقابة عليها	13
					كفاءة العامل البشري وتحكمه في مفاهيم التجارة الالكترونية	14
					ثقافة التعامل الالكتروني داخل المجتمع الجزائري	15
					خدمات استضافة المواقع الالكترونية في الجزائر	16
					آليات تحصيل الضرائب تناسب وخصوصية التجارة الالكترونية	17
					التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب ووزارة التجارة	18
					التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب وإدارة الجمارك	19
					التواصل والتنسيق بين مديرية الضرائب والقطاع البنكي	20



متوفر تماما	متوفر	محايد	غير متوفر	غير متوفر تماما	المحور الثالث: المتطلبات المتعلقة بالدفع الالكترونية	
					يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص المتاجر الالكترونية المنتشرة في الجزائر	21
					يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص عدد وقيم عمليات الدفع الالكتروني التي يقوم بها المتعاملون من وإلى الخارج عبر بطاقات الدفع المختلفة	22
					إمكانية تكليف البنوك بتحصيل tva	23
					تطور وتنوع وسائل الدفع الالكتروني	24
					يتوفر بريد الجزائر على الموارد التكنولوجية والبشرية التي تمكنه من تحصيل الضرائب (حالة الاقتطاع من المصدر)	25
					نوعية وجودة خدمات التوطين البنكي	26
متوفر تماما	متوفر	محايد	غير متوفر	غير متوفر تماما	المحور الرابع : أمن التجارة الالكترونية وحماية الخصوصية	
					كفاءات لتطوير نظام معلوماتي لجباية التجارة الالكترونية ذو فعالية داخل الجزائر	27
					ضمان حماية المعلومات الخاصة بالمتعاملين والتي تتضمنها الأنظمة المعلوماتية	28
					تأمين مواقع الأنترنت التجارية	29
					تأمين التحويلات المالية والدفع الالكتروني عامة	30
					كفاءة وانتشار التصديق والتوقيع الالكتروني	31

## أسئلة المقابلة التي طرحت على مستجوبي المديرية العامة للضرائب

1. ما هو رأيكم حول حجم التجارة الإلكترونية الداخلية الخارجية في الجزائر؟
2. هل تتوفرون على المعلومات الكافية حول حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر ومراحل تطورها التي تسمح لكم باتخاذ القرارات المناسبة، أم تجدون صعوبة في الحصول على هذا النوع من المعلومات؟
3. ما هي أهم المشاكل والتحديات الضريبية التي تواجهها الجزائر اليوم في تطبيق الضريبة على المعاملات الإلكترونية محليا وخارجيا؟ وماهي أهم متطلبات تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
4. هل هناك إجراءات يجب اتخاذها من قبل السلطات الضريبية للمساعدة في ضبط وتنظيم التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
5. ماهي حسب رأيكم أهم عناصر الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية فيما يخص التعريف أو الضريبة الجمركية بالنسبة للتجارة الإلكترونية العابرة للحدود؟
6. ما هو رأيكم فيما يخص قرار اعفاء التجارة الإلكترونية من الضرائب الصادر عن رئيس الجمهورية؟
7. هل ترون أن المرحلة التي وصلت إليها الجزائر في المعاملات الإلكترونية تستدعي فرض ضرائب عليها، أم أن ذلك سيعيق نموها؟
8. ما هو تصوركم لشكل السياسة المفترضة من قبل الجهات ذات العلاقة، وبشكل رئيسي وزارة المالية، من أجل تضمين التجارة الإلكترونية في الغلاف الضريبي؟ وهل تمت دراسة الموضوع من قبل وزارة المالية؟ وما هي أهم الاقتراحات الموضوعية على الطاولة في حال وجودها؟ قبل قرار الاعفاء بالتأكيد؟
9. ماهي الأولويات في فرض الضريبة ، محلية دولية، سلع مادية، خدمات عبر النت ، سلع وخدمات رقمية...؟
10. ما هي أهم الأعمال والجهود في إطار الجباية الدولية؟
11. ماذا يمكنكم القول بشأن فرض ضرائب على السلع والخدمات الرقمية؟ وماهو تصوركم لآلية إخضاعها للضريبة؟ وهل ترون أن خسارة الإيرادات الحكومية كبيرة في هذا المجال؟
12. ما هي أبرز الأدوات الرقابية الحالية على التجارة الإلكترونية إن وجدت؟ وهل هناك حاجة لتفعيل هذه الأدوات وتطويرها؟

13. هل تم انشاء مديريات أو مصالح ضمن وزارة المالية مكلفة بالرقابة الجبائية على التجارة الالكترونية؟

14. كيف يتم التنسيق بين مختلف الأطراف ذات العلاقة لتنظيم التجارة الالكترونية في الجزائر مثل وزارة التجارة، والقطاع البنكي ووزارة الاتصال والرقمنة إن استدعى الأمر؟

15. ما هو دور البنوك في تطبيق جباية التجارة الالكترونية في الجزائر؟

16. هل يمكن القول أن تعميم الدفع الالكتروني يجعله إجباري ( على البائع الالكتروني توفى خدمة الدفع الالكتروني للزبون ) سوف يقلل المعاملات الغير مصرح بها أو السوق الموازية التي هي في تزايد بانتشار التجارة الالكترونية ؟

17. في حالة تطبيق الرسم على القية المضافة ما هي الآلية الأكثر ملائمة وكفاءة:

- تدخل طرف ثالث في المعاملة مثل الوسيط المالي (البنك) مباشرة عند القيام بعملية الدفع من خلال البطاقات البنكية.

- تدخل طرف ثالث في المعاملة كمزودة خدمة الأنترنت

- اعتماد منصة يتم التصريح وحساب الضريبة من خلالها آليا وتحصيلها وتحويلها للسلطات الضريبية.

- فيما يخص المشتريات المادية التي تتم عبر المنصات الالكترونية ، يتم الاعتماد على المكلف بنقل السلعة بتسديد الرسم على القيمة المضافة لدى مصلحة الجمارك مسبقا قبل تسليم السلعة . ويقوم الزبون بإرجاع مبلغ الرسم إضافة إلى مصاريف التسيير للمكلف بالنقل عند تسلمه للسلعة. وفي حالة عدم تسليم السلعة لسبب ما يسترجع المكلف بالنقل مبلغ الرسم الذي دفعه مسبقا على مستوى الجمارك.

- وضع منصة الكترونية حكومية يقوم من خلالها المشتري الجزائري بالتصريح عن مشترياته ودفع الضريبة عليها

- الاعتماد على وسطاء ( مقدمي خدمات) مكلفين بالإشراف على الإجراءات الضريبية.

18. هل المادة 6 من المرسوم التنفيذي 19-89 طبقت أو ليس بعد

"يتم ربط المركز بالمديرية العامة للضرائب التي يمكنها الولوج، عن طريق الاتصالات الالكترونية للمعلومات المذكورة في المادة 3 عند استلامها. تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة بموجب قرار مشترك بين الوزراء المكلفين بالمالية والتجارة والرقمنة."

19. هل يتم دراسة إمكانية تطبيق اقتراحات BEPS ؟

## أسئلة المقابلة التي طرحت على مستجوبي المديرية العامة للجمارك

1. هل لديكم احصائيات وتقديرات بحجم التجارة الالكترونية الخارجية؟
2. هل هناك آلية للتعامل مع التجارة الإلكترونية من قبل الجمارك في الجزائر؟ أي فيما يخص التعرفة الجمركية؟
3. هل هناك آليات لديكم للتمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية؟
4. ما هي فئات المتعاملين الغالبة في التجارة الإلكترونية، هل هم من الشركات؟ الموردن؟ الأفراد؟
5. هل تقومون بتزويد الجهات الرسمية بالبيانات ومعلومات تخص معاملات التجارة الإلكترونية؟ وماهي أهم المشاريع المسطرة في هذا المجال؟
6. هل ترون أن المرحلة التي وصلت إليها الجزائر في المعاملات الإلكترونية تستدعي فرض ضرائب عليها، أم أن ذلك سيعيق نموها؟
7. ماذا تعليقكم عن الاعفاء من الضرائب الذي صدر عن الرئيس مؤخرا بعد صدر قانون المالية 2022؟
8. ما تقديركم لحجم الإيرادات الضريبية الضائعة من جراء عدم فرض ضرائب على التجارة الالكترونية؟
9. في حال تبني نظام ضريبي خاص بالتجارة الإلكترونية في الجزائر ، ما هو دوركم في تسهيل عمل السلطات الضريبية؟
10. ما مدى جاهزية إدارة الجمارك للتعامل مع إجراءات ضريبية جديدة تخص التجارة الالكترونية؟ من حيث الإمكانيات التكنولوجية والبشرية والمادية؟
11. هل يتم التواصل والتنسيق مع مديرية الضرائب ووزارة التجارة؟ كيف ذلك ؟

## أسئلة المقابلة التي طرحت على مستجوبي وزارة التجارة وترقية الصادرات

1. ما هو رأيكم حول حجم التجارة الإلكترونية الداخلية والخارجية في الجزائر؟ هل لديكم احصائيات وتقديرات دقيقة حول ذلك؟
2. هل تقوم وزارة التجارة بمراقبة التطور والنمو في حجم التجارة الإلكترونية؟ وماهي الآليات المستعملة في ذلك؟ وما هي نظرتكم لمستقبل هذه التجارة؟
3. هل لدى وزارة التجارة استراتيجية خاصة بالتجارة الإلكترونية؟
4. نظرا للارتفاع الكبير لعدد المواقع الإلكترونية والنشاط التجاري الذي تعرفه وسائل التواصل الاجتماعي، هل تم وضع آليات من قبل وزارة التجارة لضبط ومراقبة سوق التجارة الإلكترونية؟
5. ها هو تأثير التجارة الإلكترونية على التجارة التقليدية المحلية، و ما هو تأثيرها على الصناعة المحلية؟
6. ما هو رأيكم فيما يخص فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية أو إعفائها من الضريبة؟
7. ما هو رأيكم حول الضريبة المفروضة على البضائع المستوردة والمرسلة عبر البريد أو مؤسسات الشحن في قانون المالية 2022؟ هل كان إجراء مبالغ فيه؟ ماهي الغاية من رفع فرض ضرائب على المعدات والأجهزة الإلكترونية الذي جاء في قرار الرئيس؟
8. هل برأيكم أن الوقت لا يزال مبكراً لفرض رسوم جمركية أو ضرائب على التجارة الإلكترونية أم حان الوقت لتطبيق خطوات أكثر صرامة من الناحية الضريبية إذا رجعنا إلى المرحلة التي وصلت إليها التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
9. ماذا يمكنكم القول حول السلع والخدمات الرقمية الغير مادية أي التي لا تعبر الحدود الجمركية (برامج، أفلام، كتب ومجلات قابلة للتحميل، دورات تكوينية وخدمات رقمية أخرى كخدمات الصيانة وغيرها؟ ما مدى أهمية المبادلات من هذا النوع؟
10. كيف يمكن جباية هذا النوع من السلع الرقمية وخاصة المستوردة من الخارج؟
11. هل ترون أن التجارة الإلكترونية تهدد الأسواق المحلية في هذه المرحلة؟
12. هل البنية التحتية في الجزائر جاهزة أو متطورة بما فيه الكفاية لازدهار التجارة الإلكترونية؟ من حيث النظام المصرفي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، القوانين والتشريعات، ... الخ
13. كيف يتم التنسيق بين الجهات المعنية الأخرى لتطوير الاطار القانوني العام والضريبي للتجارة الإلكترونية؟

## مقابلة تجمع النقد الآلي GIE Monétique

1. ما هي الإجراءات المتبعة من مجمع النقد لترخيص شركات المدفوعات؟ وهل هناك حاجة لتسهيل الإجراءات الخاصة بعمل هذه الشركات في ظل النمو المطرد في التجارة الإلكترونية الداخلية والخارجية وفي ظل الحاجة الماسة لوجود مثل هذه الشركات
2. كيف تتم عمليات الرقابة على عمليات الدفع؟
3. هل هناك رقابة على عمل الشركات الخاصة بالتجارة الإلكترونية، وبخاصة أن معظمها موجود على شكل مواقع إلكترونية وصفحات على وسائل التواصل؟
4. هل للقطاع البنكي معلومات حول المتاجر الإلكترونية المنتشرة في الجزائر؟ وهل توجد احصائيات مجمعة ودقيقة؟
5. هل يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص عدد وقيم عمليات الدفع الإلكتروني التي يقوم بها المتعاملون داخل الوطن و من وإلى الخارج عبر بطاقات الدفع المختلفة؟
6. هل البنية التحتية المصرفية جاهزة للتعامل مع الطلب المتزايد مع عمليات التجارة الإلكترونية؟ وما هو المطلوب من البنوك لتسهيل هذه التجارة؟
7. ما مدى تطور وتنوع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر؟ وما أثر ذلك على التجارة الإلكترونية؟
8. إلى أي مرحلة وصل إليها الدفع عبر الهاتف النقال في الجزائر وماهي أهم الإجراءات المتبعة لتفعيل وتطوير هذه الآلية؟
9. ما هو عدد الشركات الحالية التي تقدم خدمات مالية إلكترونية ماعدا البنوك؟ وهل هناك شركات تعمل خارج إطار مجمع النقد؟
10. هل هناك ثقافة استعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر؟
11. هل هناك حاجة إلى تطوير التكنولوجيا المالية من أجل مواكبة التطور في التجارة الإلكترونية؟ ما هي أبرز أشكال هذه التكنولوجيا المالية ( FinTech)؟
12. هل هناك تنسيق ما بين مجمع النقد والجهات الضريبية من أجل تنظيم عمليات التجارة الإلكترونية في توفير معلومات حول المتعاملين؟ وهل هذا ينتهك قوانين الخصوصية المصرفية للزبائن؟
13. في حال قيام الحكومة بتطوير نظام ضريبي خاص بالتجارة الإلكترونية، ما مدى جاهزية القطاع البنكي و بريد الجزائر في تفعيل هذا النظام؟
14. ما هي أهم السبل لاستقطاب المتعاملين لاستعمال الدفع الإلكتروني وخاصة الموردين والمتعاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف تؤثر خدمات التوطين وخدمات المتعلقة بالتعامل بالعملة الصعبة في ذلك والخدمات البنكية عامة؟

ملحق رقم 07 : المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لعناصر محور المتطلبات التشريعية

**Statistiques d'éléments**

	Moyenne	Ecart type	N
التجارة بجمابة خاصة قانونية نصوص الإلكترونية	2,8667	1,10589	30
الإلكترونية التجارة بين الضريبة العدالة التقليدية والتجارة	2,3667	,99943	30
مع الدولية الجبائية الاتفاقيات ملاءمة الإلكترونية التجارة	2,2000	,80516	30
على الجزائري الضريبي النظام استناد تقارير) الدولية والجهود التطورات (الدولية المنظمات واقتراحات	2,3000	,70221	30
الإلكترونية والوثائق بالعقود الاعتراف	2,3333	,95893	30
الإلكترونية والوثائق العقود استعمال	2,4000	1,10172	30

**Statistiques descriptives**

	N	Moyenne	Ecart type
tot1	30	2,4111	,61235
tot2	30	2,6405	,73288
tot3	30	2,6944	,58080
tot4	30	2,6867	,83820
tot5	30	2,6082	,47481
N valide (liste)	30		

ملحق رقم 08: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لعناصر محور المتطلبات التنظيمية والتكنولوجية

Statistiques d'éléments

	Moyenne	Ecart type	N
الضرورة التكنولوجية والأنظمة الوسائل التي الالكترونية المعاملات حجم لحصر والعدد القيمة حيث من الوطن داخل تتم	2,0000	,74278	30
التكنولوجية والأنظمة الوسائل المعاملات حجم لحصر الضرورية من الخارج وإلى من تتم التي الالكترونية والعدد القيمة حيث	2,0333	,85029	30
وأنظمة برامج من التكنولوجية الإمكانيات لمراقبة الجمارك إدارة لدى معلومات الالكترونية التجارة مشتريات كل ومتابعة	2,6333	,85029	30
وفرز بمتابعة تقوم بشرية إمكانيات من الداخلة الالكترونية التجارة مشتريات الخارج	3,5000	5,12432	30
الإدارة ورقمنة الالكترونية الجبابة الضريبية	2,9000	1,02889	30
وسائل) المعلوماتية التحتية البنية جاهزية لتفعيل (والاتصال المعلومات تكنولوجيا بالتجارة الخاص الضريبي النظام الالكترونية	2,3667	,96431	30
لا التي الرقمية والخدمات السلع متابعة عليها والرقابة الجمركية الحدود تعبر	2,0667	,78492	30
مفاهيم في وتحكمه البشري العامل كفاءة الالكترونية التجارة	2,2667	,86834	30
المجتمع داخل الالكتروني التعامل ثقافة الجزائري	2,3000	1,02217	30
في الالكترونية المواقع استضافة خدمات الجزائر	2,9333	1,04826	30
تتناسب الضرائب تحصيل آليات الالكترونية التجارة وخصوصية	2,2667	,90719	30
الضرائب مديرية بين والتنسيق التواصل التجارة ووزارة	3,2333	1,00630	30
الضرائب مديرية بين والتنسيق التواصل الجمارك إدارة و	3,3667	1,15917	30
الضرائب مديرية بين والتنسيق التواصل البنكي والقطاع	3,1000	1,02889	30



ملحق رقم 09 : المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لعناصر محور متطلبات الدفع الالكتروني

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص المتاجر الالكترونية المنتشرة في الجزائر	30	1,00	4,00	2,7667	,77385
يوفر القطاع البنكي بيانات للإدارة الضريبية فيما يخص عدد وقيم عمليات الدفع الالكتروني بالبطاقة	30	1,00	4,00	3,0667	,90719
TVA امكانية تكليق البنوك بتحصيل	30	1,00	5,00	2,7000	,98786
تطور وتنوع وسائل الدفع الالكتروني	30	1,00	4,00	2,0667	,82768
يتوفر بريد الجزائر على الموارد التكنولوجية والبشرية التي تمكنه من تحصيل الضرائب (حالة الاقطاع من المصدر)	30	1,00	4,00	2,4667	,93710
نوعية وجودة خدمات التوطين البنكي	30	1,00	5,00	3,1000	,99481
N valide (liste)	30				

الملحق رقم 10: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لعناصر محور متطلبات أمن التجارة  
الإلكترونية وحماية الخصوصية

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
كفاءات لتطوير نظام معلوماتي لجباية التجارة الإلكترونية ذو فعالية داخل الجزائر	30	1,00	4,00	2,9000	1,15520
ضمان حماية المعلومات الخاصة بالمعاملين والتي تتضمنها الأنظمة المعلوماتية	30	1,00	4,00	2,7667	1,07265
تأمين مواقع الأنترنت التجارية	30	1,00	4,00	2,6000	,96847
تأمين التحويلات المالية والدفع الإلكتروني عامة	30	1,00	5,00	2,9333	1,11211
كفاءة وانتشار التصديق والتوقيع الإلكتروني	30	1,00	4,00	2,2333	,93526
المحور الرابع	30	1,00	4,00	2,6867	,83820
N valide (liste)	30				

## ملحق رقم 11: اختبار التوزيع الطبيعي

### Récapitulatif de traitement des observations

	Valide		Observations Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
tot5	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

### Descriptives

		Statistiques	Erreur standard
tot5	Moyenne	2,6082	,08669
	Intervalle de confiance à 95		
	% pour la moyenne		
	Moyenne tronquée à 5 %	2,5993	
	Médiane	2,7244	
	Variance	,225	
	Ecart type	,47481	
	Minimum	1,73	
	Maximum	3,81	
	Plage	2,08	
	Plage interquartile	,58	
	Asymétrie	-,118	,427
	Kurtosis	,471	,833

### Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
tot5	,186	30	,009	,932	30	,056

a. Correction de signification de Lilliefors

Chaque feuille : 1 observation(s)

## ملحق رقم 12: اختبارات T student

### Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
التشريعية المتطلبات: الأول المحور	30	2,4111	,61235	,11180
تنظيمية متطلبات: الثاني المحور وتكنولوجية	30	2,6405	,73288	,13381
بالدفع خاصة متطلبات: الثالث المحور الالكتروني	30	2,6944	,58080	,10604
الرابع المحور	30	2,6867	,83820	,15303

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
التشريعية المتطلبات: الأول المحور	-5,267	29	,000	-,58889	-,8175	-,3602
تنظيمية متطلبات: الثاني المحور وتكنولوجية	-2,687	29	,012	-,35952	-,6332	-,0859
بالدفع خاصة متطلبات: الثالث المحور الالكتروني	-2,882	29	,007	-,30556	-,5224	-,0887
الرابع المحور	-2,047	29	,050	-,31333	-,6263	-,0003

ملحق رقم 13: نتائج اختبارات تحليل التباين الأحادي

ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	sig
المحور الأول: المتطلبات التشريعية	Intergruppes	5,583	4	1,396	6,596	.001
	Intragruppes	5,291	25	,212		
	Total	10,874	29			
المحور الثاني: متطلبات تنظيمية وتكنولوجية	Intergruppes	4,069	4	1,017	2,210	.097
	Intragruppes	11,507	25	,460		
	Total	15,576	29			
المحور الثالث: متطلبات خاصة بالدفع الالكتروني	Intergruppes	1,387	4	,347	1,032	.410
	Intragruppes	8,396	25	,336		
	Total	9,782	29			
المحور الرابع	Intergruppes	4,068	4	1,017	1,559	.216
	Intragruppes	16,307	25	,652		
	Total	20,375	29			

ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig
المحور الأول: المتطلبات التشريعية	Intergruppes	,945	4	,236	,595	.670
	Intragruppes	9,929	25	,397		
	Total	10,874	29			
المحور الثاني: متطلبات تنظيمية وتكنولوجية	Intergruppes	2,004	4	,501	,923	.466
	Intragruppes	13,573	25	,543		
	Total	15,576	29			
المحور الثالث: متطلبات خاصة بالدفع الالكتروني	Intergruppes	,850	4	,212	,595	.670
	Intragruppes	8,933	25	,357		
	Total	9,782	29			
المحور الرابع	Intergruppes	4,502	4	1,125	1,773	.166
	Intragruppes	15,873	25	,635		
	Total	20,375	29			

## Comparaisons multiples :

LSD

Variable dépendante	المهنة (I)	المهنة (J)	Différence moyenne (I-J)	Erreur standard	Sig.	Intervalle de confiance à 95 %		
						Borne inférieure	Borne supérieure	
المحور الأول: المتطلبات التشريعية	موظف لدى مديرية الضرائب	موظف لدى مديرية الجمارك	-,08889	,24487	,720	-,5932	,4154	
		موظف لدى وزارة التجارة	,19444	,26560	,471	-,3526	,7415	
		موظف في القطاع البنكي	1,27778*	,26560	,000	,7308	1,8248	
		استاذ جامعي	,11111	,24487	,654	-,3932	,6154	
	مديرية الجمارك	موظف لدى مديرية الضرائب	موظف لدى وزارة التجارة	,28333	,30860	,367	-,3522	,9189
			موظف في القطاع البنكي	1,36667*	,30860	,000	,7311	2,0022
			استاذ جامعي	,20000	,29095	,498	-,3992	,7992
			موظف لدى وزارة التجارة	-,19444	,26560	,471	-,7415	,3526
	موظف لدى وزارة التجارة	موظف لدى مديرية الضرائب	موظف لدى مديرية الجمارك	-,28333	,30860	,367	-,9189	,3522
			موظف في القطاع البنكي	1,08333*	,32529	,003	,4134	1,7533
			استاذ جامعي	-,08333	,30860	,789	-,7189	,5522
			موظف في القطاع البنكي	-1,27778*	,26560	,000	-1,8248	-,7308
موظف في القطاع البنكي	موظف لدى مديرية الضرائب	موظف لدى مديرية الجمارك	-1,36667*	,30860	,000	-2,0022	-,7311	
		موظف لدى وزارة التجارة	-1,08333*	,32529	,003	-1,7533	-,4134	
		استاذ جامعي	-1,16667*	,30860	,001	-1,8022	-,5311	
		استاذ جامعي	-,11111	,24487	,654	-,6154	,3932	
موظف في القطاع البنكي	موظف لدى مديرية الضرائب	موظف لدى مديرية الجمارك	-,20000	,29095	,498	-,7992	,3992	
		موظف لدى وزارة التجارة	,08333	,30860	,789	-,5522	,7189	
		موظف في القطاع البنكي	1,16667*	,30860	,001	,5311	1,8022	
		استاذ جامعي	,69643	,36113	,065	-,0473	1,4402	
المحور الثاني: متطلبات تنظيمية وتكنولوجية	موظف لدى مديرية الضرائب	موظف لدى مديرية الجمارك	,66786	,36113	,076	-,0759	1,4116	
		موظف لدى وزارة التجارة	,41071	,39170	,304	-,3960	1,2174	
		موظف في القطاع البنكي	,98214*	,39170	,019	,1754	1,7889	
		استاذ جامعي	,69643	,36113	,065	-,0473	1,4402	
موظف لدى مديرية الجمارك	موظف لدى مديرية الضرائب	-,66786	,36113	,076	-1,4116	,0759		

قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الإسم	المهنة/ الرتبة	مؤسسة الانتماء
فروم صالح	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة سكيكدة
لعريوي عبد الرزاق	أستاذ محاضر قسم ب	جامعة جيجل
علاّب رشيد	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة جيجل
هاشمي عاشوري	مدير فرعي	المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية

## ملحق رقم 15 : طلبات مواعيد للمقابلات

SENDING REPORT

7 Jan. 2000 5:42

YOUR LOGO :  
YOUR FAX NO. : 034471464

NO.	OTHER FACSIMILE	START TIME	USAGE TIME	MODE	PAGES	RESULT
01	021736118	7 Jan. 5:41	00'46	SND	01	OK

TO TURN OFF REPORT, PRESS 'MENU' #04.  
THEN SELECT OFF BY USING '+' OR '-'.

### الموضوع: طلب موعد مقابلة

لي الشرف أن أتقدم بطلب موعد لمقابلة سيادتكم، وهذا في إطار تحضير أطروحة الدكتوراه المعنونة بـ "متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية" حيث أنني اعتمدت طريقيتي المقابلة والاستبيان كوسيلتين للدراسة وهذا لغرض مناقشة بعض الأفكار والحصول على معلومات وآراء التي نراها ضرورية في دراستنا وآمل أن أحظى بما لديكم من دراية في هذا المجال باعتباركم أحد أعمدة التشريع والتنظيم الجبائي في الجزائر بغية إعطاء الدراسة بعدا تطبيقيا وميدانيا وفق معطيات السوق الجزائرية و تقلدتم بحث ذو قيمة و مصداقية يمكن أن يكون مرجعا للمشرع الجزائري لوضع لبنات النظام الجبائي للتجارة الالكترونية .

في انتظار ردكم الإيجابي تقبلوا مني سيدتي فائق الاحترام والتقدير.

الامضاء





ملحق رقم 15 : طلبات مواعيد للمقابلات

الجزائر في: 2022/02/09

السيدة / علالو شهرزاد

جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة

عنوان البريد الإلكتروني: allalouchahrazed@gmail.com

رقم الهاتف: 0555-43-79-42

إلى السيد/ المدير العام للجمارك  
وزارة المالية

٨٣٨

الموضوع: طلب موعد مقابلة

لي الشرف أن أتقدم بطلب موعد لمقابلة سيادتكم، وهذا في إطار تحضير أطروحة الدكتوراه المعنونة بـ "متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية" حيث أنني اعتمدت طريقيتي المقابلة والاستبيان كوسيلتين للدراسة وهذا لغرض مناقشة بعض الأفكار والحصول على معلومات وآراء التي نراها ضرورية في دراستنا وآمل أن أحظى بما لديكم من دراية في هذا المجال باعتباركم أحد أعمدة التشريع والتنظيم الجبائي إلى جانب كل من وزير المالية (الوزير الأول)، وزير التجارة والمدير العام للضرائب الذين سيتم مقابلتهم بغية الالمام بالموضوع من كل جوانبه و إعطاءه بعدا تطبيقيا وميدانيا وفق معطيات السوق الجزائرية.

في انتظار ردكم الإيجابي تفضلوا مني سيدتي فائق الاحترام والتقدير.

الامضاء



ملحق رقم 15 : طلبات مواعيد للمقابلات

الجزائر في: 2022/02/09

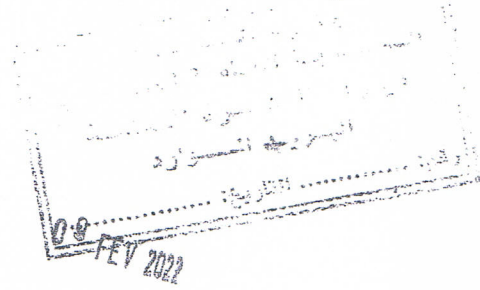
السيدة / علالو شهرزاد

جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة

عنوان البريد الإلكتروني: allalouchahrazed@gmail.com

رقم الهاتف: 0555-43-79-42

إلى السيدة/ المديرية العامة للضرائب  
وزارة المالية



الموضوع: طلب موعد مقابلة

لي الشرف أن أقدم بطلب موعد لمقابلة سيادتكم، وهذا في إطار تحضير أطروحة الدكتوراه المعنونة بـ "متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية" حيث أنني اعتمدت طريقيتي المقابلة والاستبيان كوسيلتين للدراسة وهذا لغرض مناقشة بعض الأفكار والحصول على معلومات وآراء التي تراها ضرورية في دراستنا وآمل أن أحظى بما لديكم من دراية في هذا المجال باعتباركم أحد أعمدة التشريع والتنظيم الجبائي إلى جانب كل من وزير المالية (الوزير الأول)، وزير التجارة والمدير العام للجمارك الذين سيتم مقابلتهم بغية الالمام بالموضوع من كل جوانبه و إعطاءه بعدا تطبيقيا وميدانيا وفق معطيات السوق الجزائرية.

في انتظار ردكم الإيجابي تقبلوا مني سيدي فائق الاحترام والتقدير.

الامضاء

ملحق رقم 15 : طلبات مواعيد للمقابلات

الجزائر في: 2022/02/09

السيدة / علاو شهرزاد  
جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة  
عنوان البريد الإلكتروني: allalouchahrazed@gmail.com  
رقم الهاتف: 0555-43-79-42

إلى السيد/ وزير التجارة

الموضوع: طلب موعد مقابلة

لي الشرف أن أتقدم بطلب موعد لمقابلة سيادتكم، وهذا في إطار تحضير أطروحة الدكتوراه المعنونة بـ "متطلبات تطبيق جباية التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية" حيث أنني اعتمدت طريقتي المقابلة والاستبيان كوسيلتين للدراسة وهذا لغرض مناقشة بعض الأفكار والحصول على معلومات وآراء التي نراها ضرورية في دراستنا وأمل أن أحظى بما لديكم من دراية في هذا المجال باعتباركم أحد أعمدة التشريع والتنظيم الجبائي إلى جانب كل من وزير المالية (الوزير الأول)، المدير العام للمضرائب و المدير العام للحمارك الذين سيتم مقابلتهم بغية الالمام بالموضوع من كل جوانبه و إعطاءه بعدا تطبيقيا وميدانيا وفق معطيات السوق الجزائرية.

في انتظار ردكم الإيجابي تقبلوا مني سيدتي فائق الاحترام والتقدير.

الامضاء

