المشاكل و التحديات المتعلقة بجباية التجارة الالكترونية

Problems and challenges related to e-commerce collection

مروة مويسي[1]، جامعة غرداية (الجزائر)، marouaquine@gmail.com

بوشقيفة حميد، جامعة ابن خلدون تيارت (الجزائر)، H2.bouchekifa@live.com

تاريخ الاستلام: ../../2023 تاريخ القبول: ../../2023

ملخص:

تميزت الساحة العالمية في السنوات الأخيرة بتسارع التحولات السياسية والاقتصادية بما سمح بتفتح الأسواق وإلغاء الحواجز تُعد التجارة الالكترونية أهم اختراعات العصر التي من خلالها يمكن تحقيق أرباح لا يمكن تحقيقها بالطرق التقليدية تقدم هذه الورقة البحثية التي عنوانها المشاكل والتحديات المتعلقة بجباية التجارة الالكترونية شرحا لكل من التجارة الإلكترونية، وجباية التجارة الالكترونية في الجزائر حيث تناولنا الموضوع بشكل توضيحي موضوعي من خلال التعرف على مختلف المشاكل والتحديات التي تتعرض لها جباية التجارة الالكترونية، تهدف الورقة البحثية إلى البحث في إشكالية التجارة الالكترونية وجبايتها وسبل الحد من مشاكلها، توصلنا إلى النتائج والتوصيات التالية: إقامة ملتقيات ودورات علمية في الجامعات بالتنسيق مع المديرية العامة للضرائب توضح جباية التجارة الالكترونية مشاكلها وتقديم الحلول المناسبة لها، نشر الوعي العلمي والثقافي والمعلوماتي لدى أفراد المجتمع بتحسيسهم بفوائد التجارة الالكترونية.

كلمات مفتاحية: التجارة، الالكترونية، التجارة الالكترونية، الجباية، جباية التجارة الالكترونية.

تصنيفات JEL: E26 H39 K34 L81 Q23.

Abstract:

[1] المؤلف المرسل. marouaquine@gmail.com

In recent years, the global arena has been characterized by the acceleration of political and economic transformations, which allowed the opening of markets and the abolition of barriers. Electronic commerce is considered the most important invention of the era through which profits can be achieved that cannot be achieved through traditional methods. This research paper, entitled Problems and Challenges Related to Electronic Commerce Collection, provides an explanation of each of electronic commerce. And the collection of electronic commerce in Algeria, where we addressed the issue in an objective, explanatory way by identifying the various problems and challenges faced by the collection of electronic commerce. The research paper aims to investigate the problem of electronic commerce, its collection, and ways to reduce its problems. We reached the following results and recommendations: Holding forums and courses. Scientific research in universities, in coordination with the General Directorate of Taxes, e-commerce collection explains its problems and provides appropriate solutions to them, spreading scientific, cultural and information awareness among members of society by making them aware of the benefits of e-commerce.

Keywords: Commerce, electronic, electronic commerce, collection, electronic commerce collection.

Jel Classification Codes: E26 H39 K34 L81 Q23.

1. مقدمة:

عرف العالم تطور كبير في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي أدى إلى ثورة كبيرة في مجال تقنيات الإعلام والاتصال، مما سمح ببروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج و أنماط العمل ولا سيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة في الوقت الحالي حيث شكلت هذه التكنولوجيات وخاصة الانترنت تغيير عميق في سلوك المنتجين والتجار والموردين والمستهلكين على حد سواء، أين أصبح التعامل التجاري بين المورد للمنتج أو الخدمة وبين المستهلك يحدث عبر وسائط الاتصالات الالكترونية، وبسبب

المشاكل و التحديات المتعلقة بجباية التجارة الالكترونية

الاستخدام الكبير للتجارة الالكترونية التي تعتبر عابرة للقارات، ظهر الإشكال أمام كيفية إخضاع مثل هذه الممارسات والأنشطة إلى الضرائب وكيفية جبايتها والمعايير التي من خلالها يتم تحديد نسب الضرائب المفروضة عليها.

بالرغم من كل المقومات والحوافز التي تعرفها التجارة الالكترونية تقنيا وتنظيما والتي أدت إلى تطور التجارة الإلكترونية والمبادلات الافتراضية عالميا وحتى هيمنتها على التجارة التقليدية في بعض الدول والأنشطة إلا أنها واجهت ولا تزال العديد من العقبات والصعوبات في طريق نموها وازدهارها.

جباية التجارة الالكترونية من بين أكبر تحديات نشاط التجارة الالكترونية والذي وجب التكيف معها وإيجاد حلول مناسبة وبالطريقة التي لا تعرقل نمو التجارة الالكترونية وفي نفس الوقت لا تفقد الدول إيرادا جبائيا هاما.

لا ننكر أهمية التجارة الإلكترونية، وجباية التجارة الالكترونية إلا أن صعوبة تطبيق القواعد والقوانين الجبائية عليها على غرار لا مادية المعاملات وعدم القدرة على التحكم في أطراف المعاملات لا مكانيا ولا زمانيا، أدى إلى عجز الحكومات ومنها الحكومة الجزائرية عن إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة وبالتالي الوقوع في الغش والتهرب الضريبي أضف إلى ذلك مشاكل الرقابة الجبائية.

الإشكالية:

ما لمقصود بالتجارة الالكترونية وفيما تتجلى أهم المشاكل والتحديات التي تواجه الجباية التجارة الالكترونية؟

الأسئلة الفرعية:

1) ما هو تعريف التجارة الالكترونية؟
2) كيف نُعرف جباية التجارة الالكترونية؟

الفرضيات:

1) التجارة الإلكترونية هي شكل متطور من التجارة وتشمل كل الأنشطة التجارية بمراحلها من إبرام الصفقات وغيرها وذلك باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعبر شبكة الاتصال الدولية الانترنت.
2) لا يوجد تعريف موحد للجباية التجارة الالكترونية بسبب غياب الإطار المفاهيمي للعمليات التجارية الالكترونية وغياب الوعي الضريبي باعتبار أن الضريبة عبئ مما يسهل طرق التهرب الضريبي.

الأهمية: تكمن أهمية الورقة البحثية في كونها تعرضت للتجارة الالكترونية ولأهميتها على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، وكذا أهمية الجباية الالكترونية ودورها الكبير واهم المشاكل والتحديات التي واجهها.

أهدافها:

1- تناولت الورقة البحثية أحد أهم المواضيع ألا وهي التجارة الالكترونية وجبايتها حيث تعرفنا على الإطار النظري للتجارة الالكترونية من خلال التطرق إلى نشأتها، مفهومها، وتطورها التشريعي.
2- توضيح التجارة لغة واصطلاحا والتعريف الفقهي للتجارة الالكترونية من خلال دراسة أهميتها وأهدافها.
3- دراسة تطور التجارة الالكترونية في الجزائر.
4- تسليط الضوء على الجباية الالكترونية وجباية التجارة الالكترونية في الجزائر.
5- التعرف على أهم المشاكل والتحديات المتعلقة بالجباية الالكترونية الالكترونية بالجزائر.

المنهج: للإجابة على الإشكالية المطروحة، اتبعنا المنهج الاستقرائي حيث تم عرض المفاهيم والمعلومات المتعلقة بالتجارة والتجارة الالكترونية وجباية التجارية وغيرها من المصطلحات المتعلقة بموضوع المشاكل و التحديات المتعلقة بجباية التجارة الالكترونية.

تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى المحور التالية:

✎ **المحور الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية.**

✎ **المحور الثاني: جباية التجارة الالكترونية في الجزائر.**

✎ **المحور الثالث: أهم المشاكل والتحديات المتعلقة بجباية التجارة الإلكترونية بالجزائر.**

2. الإطار النظري للتجارة الإلكترونية:

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

1.2 نشأة التجارة الالكترونية:

بدأ مُصطلح التجارة الإلكترونية في الظهور بعد عام 1994، حيث ارتبط هذا المصطلح بشكل كامل مع اختراع شبكة الانترنت والتي غزت العالم واستطاعت ربط دول العالم بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقاً حيث مرت التجارة الالكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات الاقتصادية وهي كالتالي:

- **المرحلة الأولى:** وهي تعتبر مرحلة الارتباط بين المؤسسات الرئيسية والموردين الفرعيين Supply Chain أي بين المؤسسة الأم والفروع التي تتبع لها.

- المرحلة الثاني: فقد بدأت بالتبادل الإلكتروني بين المؤسسات الرئيسية ومختلف الموردين Data Electronic Interchange وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة Value Added Networks. (مويسي، 2021، صفحة 75)

- المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت Electronic Commerce وتعتبر المرحلة الراهنة من التعامل، حققت هذه المرحلة مزايا كثيرة للمؤسسات الاقتصادية على مختلف أنواعها منها:

- تخفيض تكلفة إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج مما يسمح بزيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية، وهذا بدوره

يساعد على فتح السوق في سبيل استقطاب العملاء الجدد مع إمكانية الاحتفاظ بعملاء الحاليين، ويعزز مكانة المؤسسة في زيادة قدرتها التنافسية.

- تعزيز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض التكاليف الثابتة والمتغيرة على السواء كأجور البريد ومراسلات تجارية وبالإضافة إلى أنها عملت على الإسراع في فترة دوران المخزون والطلب عليه مما قلل من تكلفة العمليات الإجرائية المتبعة على الحاسب الآلي من إدخال وطباعة ومراجعة وغيرها من العمليات المرافقة لتنفيذ العقود وعقد الصفقات التجارية الإضافية.

- تحسين التدفقات المالية والنقدية للمؤسسة وساهم في تقليل الأخطاء وتأكيد المعاملات فيما بينها.

- تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية بين المؤسسات بالإضافة إلى زيادة حجم التبادل بين المؤسسات التجارية. (بودالية، 2021، صفحة 22)

2.2 مفهوم التجارة الإلكترونية وتطورها التشريعي:

يعد مفهوم التجارة الإلكترونية من المفاهيم المستجدة الذي عرضها عالم المال والأعمال والتي شهدت تطور كبير خلال العقد الأخير من القرن العشرين فهي أحد دعائم الاقتصاد الالكتروني ومصطلح التجارة الالكترونية من المصطلحات الغربية والتي جاءت ترجمة للمصطلح **Electronic Commerce** وهذا المصطلح يتركب من لفظين ومعرفة حقيقة المصطلح المركب يستلزم تعريف جزئية التجارة الالكترونية.

أولا: التجارة لغة: مصدر دال على المهنة وفعله تجر يتجر تجراً وتجارة، بمعنى باع وشرى.

ومن معاني التجارة لغة: المعاونية: ومنه الأجر الذي يعطيه الباري عوضاً عن الأعمال الصالحة التي هي بعض من فضله، فكل معاوضة تجارة على أي وجه كان العوض.

ثانياً: التجارة (Commerce) **اصطلاحاً** كما سبق وذكرنا فالتجارة الالكترونية مصطلح يتكون من كلمتين أو مقطعين الأول هو التجارة وهي ممارسة البيع والشراء واحتراف الأعمال التجارية، (2021، صفحة 33) حيث لم يبتعد الفقهاء عن المعنى اللغوي في تعريفهم للتجارة.

عند المالكية: هي التصرف بالبيع والشراء لتحصيل الربح.

عند الحنفية: هي كسب المال ببدل هو المال على عقود المعاوضات المقصود بها طلب الأرباح.

عند الشافعية: هي تقليب المال بالمعاوضية لغرض الربح.

عند الحنابلة: هي التصرف في البيع والشراء للربح.

تعريف التجارة في الاصطلاح القانوني حيث عرفت قانونا على أنها عملية تداول أموال وتوسيط خدمات بقصد الربح. (فتيحة، 2022، صفحة 92)

الكلمة الثانية أو المقطع الثني أي **الإلكترونية:** تدل على أن التجارة تتم عبر وسائل الاتصالات الحديثة المعالجة إلكترونياً.

الإلكترونية (Electronic) يشير إلى وصف لمجال أداء مهنة التجارة ويقصد به ذلك الأداء والنشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الالكترونية وفي مقدمتها الانترنت. (وآخرون، 2022، صفحة 48)

كما يعرف العلماء مفهوم **الالكترونية** بأنه ما يختص بدراسة حركة وسلوك الإلكترونيات المسببة للتيار سواء كان ذلك باستخدام الصمامات المفرغة أو المحتوية على غازات أو الصمامات الضوئية أو أشباه الموصلات وهكذا، أو هو فرع الكهرباء الذي يهتم بتصرفات واستعمال الأنابيب وشبه الموصلات، وسائر الدوائر التي تستعمل فيها.

أما **تعريف التجارة الالكترونية:** فهناك وجهات نظر متعددة بخصوصها نظراً للتطور السريع لها، فتعني حسب منظمة التجارة العالمية مجموعة مُتكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر وسائل الكترونية.

كما ترى منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بأنها مُصطلح يدل بصفة عامة على أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمؤسسات معتمدة على المعالجة والنقل الالكتروني للمعطيات خاصة النصوص والأصوات والصور. (حنان و قدي، 2022)

تعريف التجارة الإلكترونية وفقا للتشريعات العربية: أصدرت بعض الأنظمة العربية قوانين خاصة بالمعاملات والتجارة الإلكترونية وتعد تونس الدولة العربية الرائدة في هذا الميدان كونها من أول العربية التي

قامت بإصدار قانون مُتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية من خلال إصدارها القانون رقم 83 لسنة 2000 وقد عرف المشرع التونسي التجارة الإلكترونية بأنها العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية ثم تلتها دول عربية أخرى في إصدار قوانين أو مراسيم قانونية تخص التجارة الإلكترونية ففي المملكة الأردنية الهاشمية صدر قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001 وأصبح ساري المفعول بتاريخ 31 مارس 2002 ثم أصدرت دولة الإمارات العربية المتحدة في تاريخ 12 فبراير 2002 قانون رقم 2 لسنة 2002 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية والذي عرفها أنها المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الإلكترونية ثم في 14 سبتمبر 2002 أصدرت مملكة البحرين مرسوم بقانون رقم 28 لسنة 2002 بشأن المعاملات الإلكترونية ثم في 1428/3/8هـ أصدرت المملكة العربية السعودية المرسوم الملكي رقم 18 يتضمن نظم التعاملات الإلكترونية كذلك صدر في فلسطين قانون المعاملات الإلكترونية رقم 6 لسنة 2013 وقد عرف المشرع الفلسطيني التجارة الإلكترونية بأنها كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية وفي الكويت صدر القانون رقم 20 لسنة 2014 بشأن المعاملات الإلكترونية وهي بصدد إصدار قانون للتجارة إلكترونية ومؤخراً صدر قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05 المؤرخ بتاريخ 10 ماي 2018 وقد عرف التجارة الإلكترونية من خلال الفقرة الأولى من المادة 6 أن التجارة الإلكترونية هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية، والملاحظ عدم استخدام المشرع الفلسطيني مصطلح التجارة الإلكترونية في تسمية القانون مثلما فعل المشرع التونسي والإماراتي والجزائري واكتفى بتسمية قانون المعاملات الإلكترونية وذلك لأن القانون يعالج موضوعاً واحداً من موضوعات التجارة الإلكترونية كذلك اعتمد المشرع مُصطلح المعاملات وليس المبادلات الإلكترونية وذلك لأن كلمة المعاملات أعم وأشمل من كلمة المبادلات.

وفي مصر بالرغم من التقدم التكنولوجي وسرعة الانفتاح العالمي وتزداد عمليات البيع والشراء، إلا أن القوانين التي تحكم عملية التسويق الإلكتروني متأخرة وأن المشروع قانون المعاملات الإلكترونية لم يُصدر بعد برغم نمو التجارة الإلكترونية في مصر خلال العام 2020/2019 لنحو 3 مليارات دولار بينما كان لا

يتجاوز 560 مليون دولار خلال العام 2016/2015 وأن القانون الإلكتروني النافذ في مصر هو قانون تنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة صناعة تكنولوجيا المعلومات رقم 15 لسنة 2004 وقد أورد مشرع القانون المصري تعريفا للتجارة الإلكترونية مادته الأولى بأنها كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية، والمقصود بالوسيلة الإلكترونية في هذا التعاريف سالفة الذكر هو غالباً الانترنت الذي من خلاله يتم تقديم طلب الشراء وسداد قيمة المشتريات إلكترونيا وتسليم بعد أنواع المشتريات عن طريق الوسيط الإلكتروني مثل الكتب والمجلات والألعاب الإلكترونية وبرمجيات الكمبيوتر وبرامج المحاسبة والمقطوعات الموسيقية وأفلام الفيديو والاستشارات القانونية والطبية والصحية، وقد أخضع القانونين التونسي والفلسطيني العقود الإلكترونية لنظام العقود الكتابية من حيث التعبير عن الإرادة وأثرها القانوني وصحتها وقابليتها للتنفيذ فيما لا يتعارض وأحكام القانونين اللذين تضمنا تنظيما لأحكام الوثيقة الإلكترونية والإمضاء الإلكتروني وكيفية التعامل بهما واتخاذ الاحتياطات اللازمة لتفادي كل استعمال غير مشروع لعناصر التشفير أو المعدات الشخصية المتعلقة بالإمضاء وقد استحدث القانون التونسي الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية والتي أصبحت تمثل أعلى مستوى للتقة في مجال المصادقة الإلكترونية وسلامة المعاملات والمبادلات الإلكترونية وتتمثل مهمتها في ضمان محيط من الثقة والسلامة للمعاملات والمبادلات الإلكترونية. ويبدو أن مُعظم الدول العربية التي أصدرت قوانين مُتعلقة بالمعاملات الإلكترونية والتوقعيات الإلكترونية لم تقم بإجراء مراجعة نقدية لقوانينها النافذة والسارية المفعول مثل قوانين الإثبات والعقوبات والقوانين التجارية التي لها علاقة بقوانين المعاملات والتوقيعات الإلكترونية وذلك لبيان مدى تعارضها أو توافقها مع قوانين المبادلات والتجارة الإلكترونية وقد يؤدي ذلك إلى تعارض القوانين مع بعضها بعضاً، على الرغم من أن أغلب قوانين المعاملات تنص على أن القوانين الجديدة هي التي يعمل بها عند التعارض وهذا لا يكفي لأنه يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار النصوص والقوانين القديمة عند سن وإصدار قوانين جديدة.

التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية: عرفها جانب من الفقه بأنها: كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستعمال وسيلة إلكترونية وذلك حتى تمام العقد.

3.2 أهمية التجارة الإلكترونية:

تنبع أهمية التجارة الإلكترونية من أنها تُعد أحد نتائج اختراعات العصر التي ساعدت في تحقيق أرباح لم يكن من المتوقع تحقيقها سابقا من خلال التجارة التقليدية وذلك بسبب انخفاض تكلفة عملية تسويق المنتج وتجاوز الحدود الدولية بالإضافة إلى تحقيق إيرادات أكبر من تلك التي تحققها وأيضا تعد من أهم الاختراعات العصرية التي من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطريقة التقليدية والسبب للأمور التالية:

- **انخفاض التكلفة:** كانت عملية التسويق للمنتجات مكلفة جدا في السابق حيث أن الإعلان عن المنتج يتم بواسطة الوسائط التقليدية عبر الجرائد وغيرها، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الانترنت وبتكلفة ضئيلة جداً.
- **تجاوز حدود الدولة:** في السابق كانت المؤسسة تتعامل مع عملاء محلين فقط أما إذا رغبت في التعامل مع العملاء دوليين كان لابد من تكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد أما في الوقت الحالي فتستطيع المؤسسة أن تضمن اطلاع الجميع على منتجاتهم دون تكلفة إضافية تذكر.
- **التحرر من القيود:** في السابق كانت المؤسسة تحتاج على الحصول على ترخيص مُعين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد التكلفة إنشاء فروع جديدة أو توكيل للغير في الدول الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها أما الآن فلم يعد أي من تلك الإجراءات ضرورية.

4.2 أهداف التجارة الإلكترونية: تهدف التجارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- خلق مجتمع المعاملات اللاأورقية أي إحلال الدعائم الإلكترونية محل الدعائم الورقية وهو ما يعني الاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية التقليدية ليحل محلها المستند الإلكتروني.
- تحسين كفاءة العملية التجارية مع خفض التكاليف في توسيع الأسواق.
- توفير المعلومات عن الأسعار والأسواق فهي تعطي للمستهلك مساحة أكبر كما للاختيار وتخفيض السعر وتحسين الخدمة.
- تحقيق السرعة والكفاءة في أداء الأعمال.

- زيادة نطاق السوق وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أما السلع والخدمات.
- تقديم وتحسين الخدمة المقدمة للعملاء وتحسين صورة المؤسسة.
- تجمع البائعين والمشترين في معارض تجارية افتراضية. (مزعل و سامي شريف، 2021، الصفحات 263-264)

5.2 تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر: يجتاح التطور التكنولوجي أوساط المجتمع الجزائري وبيئة الأعمال الجزائرية على حد سواء فالملاحظ 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 كبيراً للمتعاملين الاقتصاديين للتعامل الإلكتروني والتعامل عبر الانترنيت عامة، إما في عرض السلع واستقطاب عملاء جدد أو في عرض سلع وخدمات جديدة تماما ظهرت مع ظهور التجارة الإلكترونية.

فقد أدرج رمز نشاط 607074 تحت اسم "التجارة الإلكترونية" ضمن مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيد بالسجل التجاري، كما تمت إضافة رمز نشاط آخر وهو 511145 والذي يحمل اسم "التجارة 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 و 1039 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 قُدر بـ 97 تاجر ثم قسنطينة بـ 93 تاجر، فبيئة الأعمال الجزائرية تشهد انتقالا كبيراً لا يستهان به، كما أن المتعاملين خاصة والأفراد عامةً 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 الإلكترونية وذلك بترقب 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.

6.2 تعريف الجباية الالكترونية: بشكل عام يقصد بالجباية كل القوانين والقواعد المتعلقة بتحديد وتحصيل الضرائب كما تعرف على أنها نظام من المساهمات الإلزامية المفروضة من قبل الدولة وتأتي معظمها في شكل ضرائب تفرض على الأشخاص وعلى المؤسسات والممتلكات.

كما يعرف قاموس **Larousse** الجباية كنظام لتحصيل الضرائب وهي مجموعة القوانين التي ينص عليها والوسائل التي تصل إليها أما القانون العمومي فيعرفها على أنها تتكون من مجموعة من القواعد القانونية وكذلك الأشخاص الطبيعيين والمعنونين في تمويل الدولة.

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

وعليه فإن الجباية تعتبر بمثابة مجموعة من القواعد القانونية والإدارية التي تنظم مختلف الضرائب والرسوم التي تجبى لصالح الدولة والجماعات المحلية وتعد بمثابة الوسيلة الضرورية لتحقيق السياسة الاقتصادية والاجتماعية للدولة. (بوعزة، 2017، الصفحات 216-217)

3. 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 الإلكترونية وهذا لتفادي أي عقوبات أو غرامات قد تُفرض عليهم فإنطلاقا من هذه

التساؤلات تقوم السلطات الضريبية بإيجاد الصيغة الضريبية الملائمة في حين يغتنم البعض الآخر من المتعاملين الفراغ الموجود في القوانين الضريبية للتهرب من الضريبة هذا ما أدى إلى ارتفاع حجم التجارة الموازية تحت إطار التجارة الالكترونية كما تواجه السلطات الضريبية عده تساؤلات حول كيفية تطبيق ضرائب وممارسة الرقابة على مختلف الأنشطة الجديدة التي ظهرت في إطار التعامل الالكتروني والتي تخرج تماما عن نطاق رقابة 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 center** الذي يقوم بدراسة الأعمال والقواعد التي تحكم فرض ضرائب على الأرباح ومدى ملائمة هذه القواعد والاقتراحات التي تقوم الدول المتقدمة بتقديمها مع مصالح الدول النامية.

1.3 الإعفاء الضريبي للمعاملات الالكترونية: إن لجوء السلطات الضريبية للإعفاء الضريبي يكون في معظم الأحيان مرتبطا بغاية واضحة تدخل ضمن السياسية الضريبية للحكومة، حيث تنتهج هذه الأخيرة سياسة الإعفاء الضريبي إما بهدف تشجيع نشاط معين أو دعم منتوج معين أو في حالة صعوبة تطبيق الإجراءات الضريبية وارتفاع تكلفة الإخضاع الضريبي مُقارنة بالإرادات الضريبية المحصلة. أشار قانون التجارة الالكترونية 18-05 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 تُطبق عليها القوانين الجبائية المتعلقة بالإعفاءات الموجهة لعملية التصدير كما تُعفى 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 ألا تتجاوز هذه السلعة أو الخدمة قيمة معينة.

كما أعفيت من الضريبة كل العمليات التالية:

- النشاطات والخدمات المتعلقة بالانترنت وصناعة المحتوى التي أعفيت من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر 2020: والمتمثلة فيما يلي المصاريف والأتاوى المتصلة بخدمات الاقبال الثابت على الانترنت، 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، المصاريف والأتاوى المتصلة بخدمات النفاد الثابت لشبكة الانترنت، وكذا التكاليف المتعلقة بتأجير النطاق الترددي المخصص حصريا لتوفير خدمة الانترنت الثابت.

- إعفاء الأجهزة الالكترونية من الضريبة: بناءً 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 الإعلام الآلي وبهذا فقد تم إلغاء الرسوم الجديدة التي قد نص عليها قانون المالية لسنة 2022 إذا تعلق الأمر بالشراء في إطار التجارة الالكترونية أو شراء الهواتف النقالة وأجهزة الإعلام الآلي كما أن الإعفاء من الضرائب والرسوم يخص المشتريات الموجهة للاستعمال الشخصي ومشتريات المؤسسات الناشئة **startup** فقط.

2.3 الإخضاع 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، من خلال هذه المادة يمكن أخذ فكرة عن نية المشرع الجزائري اتجاه فرض ضرائب على المعاملات الالكترونية أين كانت نية الإخضاع واضحة في قانون التجارة الالكترونية فالتأخر الذي يشهده الإخضاع 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 الإلكترونية فيما يلي:

- الضريبة الجزافية الوحيدة: أدرجت هذه الضريبة في قانون المالية لسنة 2010 (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 الجزافية 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.

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:

- ✓ تطبق الضريبة بمعدل 5% بعنوان الضريبة الجزافية 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 (**SPA**, **SARL**, **EURL**..الخ).

كما يطبق هذا الاقتطاع على كلا من الأشخاص الطبيعيين المسجلين لدى الإدارة الضريبية والأشخاص الطبيعيين الغير مسجلين الذين يمارسون نشاطا مناسبا 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 الجزافية**IFU** على الأجور (العمولات) الواجب دفعها للوسطاء المسؤولين عن 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.

- الضرائب على رقم الأعمال: تطبيق الرسم على القيمة المضافة على عمليات البيع المنجزة إلكتروني حيث تم تطبيق المعدل المخفض بنسبة 9 % على هذه العمليات، ثم في 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.

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 المرسلة من قبل الموردين الإلكترونيين وركز المرسوم على ربط هذه المنصة بالمديرية العامة للضرائب.

- إدراج أنشطة الأفراد التي تتم عبر الانترنت والتي تحقق مداخيل للضرائب والرسوم: نصت المادة 115 من قانون المالية 2022 على مايلي:" يخضع الأفراد الذين يقومون بشكل اعتيادي ومتكرر 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 الطابع الاعتيادي والمتكرر وطرق تطبيق هذه المادة بموجب قرار مشترك بين الوزيرين المكلفين بالمالية والتجارة."

تدخل الأنشطة التجارية التي يمارسها الأفراد عبر الانترنت 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 الانترنت كعمل المؤثرين وكل من الدورات التكوينية عبر الانترنت 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 لمعارين هما حجم المعاملات وعددها.

- القوانين الجمركية وإخضاع البضائع ومشتريات التجارة الالكترونية: تخضع البضائع واللوازم المشترات عبر التجارة الالكترونية من خلال المواقع أو المنصات الالكترونية الأجنبية والتي يتم إرسالها للزبون المتواجد في الجزائر عبر البريد أو المؤسسات خاصة بالشحن والتسليم، لقانون الجمارك، حيث جاء في المادة 231 من ذات القانون في الفقرة –ط– ما يلي: "تُعفى من الحقوق والرسوم الإرساليات 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 معدلات تتراوح بين 70 **%** و160**%** وتم تجميد تطبيق مواد قانون مالية 2022 فيما يخص الأجهزة والمعدات الالكترونية من الرسوم السابقة بقرار من رئيس الجمهورية.

4. أهم المشاكل والتحديات المتعلقة بجباية التجارة الإلكترونية بالجزائر: هناك مجموعة من المشاكل والتحديات التي يصادفها تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال الجزائرية والمتمثلة 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 الانترنت خارج الجزائر أو فتح حسابات بنكية لوضع مداخليهم في بنوك خارج الجزائر.
- ❖ صعوبة تحديد نظام الإخضاع 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 سلعاً 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 الإلكترونية على مديرية كبريات المؤسسات وليس على كل هياكل الإدارة الجبائية فرقمنة هذه الأخيرة لايزال 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 الإلكترونية وعدم تحكمه في القواعد الضريبية المطبقة في هذا المجال.
- ❖ صعوبة تتبع المعاملات التجارية الإلكترونية خاصة وأن معظمها لا تتم بواسطة طرق الدفع الإلكترونية وأن الدفع الإلكتروني لا زال يشهد تأخراً كبيراً 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 الإلكترونية أكثر منه على المؤسسات لأن الخواص يستعملون بطاقات دفع بنكية شخصية لا يمكن مراقبتها، كما أن وسائل الرقابة التي تعتمدها 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 الإجتماعي كصناع المحتوى وهذا من حيث كيفية فرض الضرائب عليهم، ما هي طرق التصريح، متابعة والرقابة على مداخليهم وخاصة في حالة ما إذا قاموا بفتح حسابات بنكية بالخارج.
- ❖ عدم شفافية النشاط التجاري الإلكتروني في بيئة الأعمال الجزائرية.
- ❖ عدم شفافية المهام بين سلطات التصديق الإلكتروني ما أدى إلى تأخر مشروع التصديق الإلكتروني. (علالو، 2022، الصفحات 413-418)

5. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية عرض نظري حول التجارة الالكترونية ونشأتها، مفهومها وتطورها التشريعي، كما تطرقنا إلى التجارة لغة واصطلاحا والتعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية، أهميتها وأهدافها، كما تم معالجة الجباية الالكترونية وجباية التجارة الالكترونية بالجزائر وأهم المشاكل والتحديات التي تواجه الجباية الالكترونية بالجزائر، توصلنا من خلالها إلى مجموعة من النتائج والمقترحات يمكن إيجازها فيما يلي:

أهم النتائج والتوصيات:

النتائج:

- إن تطور التجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور عدة مشاكل وتحديات من أهمها التحديات التشريعية.
- عدم وضوح السياسة الجبائية الجزائرية فيما يخص فرض أو إعفاء التجارة الالكترونية من الضريبة.
- يعتبر فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية حتمية لا يمكن تجاهلها وهذا لضمان العدالة الضريبية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.
- لا تتوفر متطلبات تطبيق جباية التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- تطرح مسألة جباية التجارة الالكترونية مشكلة فعلية.
- يجب أن يمتاز النظام الجبائي المطبق بالبساطة والشفافية لإيضاح الالتزامات الجبائية.
- تطرح مسألة جباية التجارة الإلكترونية مشكلا فعليا لا سيما فيما يتعلق بإشكالية الوقوع في الازدواج الضريبي، حصر المعاملات وإثباتها نظرا لتعارض هذا الإثبات مع حرية المستخدم وخصوصيته.

التوصيات:

- نشر الوعي العلمي والثقافي والمعلوماتي لدى أفراد المجتمع بتحسيسهم بفوائد التجارة الالكترونية.
- تشجيع استعمال الدفع الالكتروني لتسهيل الرقابة على المعاملات الالكترونية.
- إن تعدد الحلول لمشاكل الجباية الإلكترونية أساسه تباين خلفيات وتوجهات المنظمات المصدرة لهذه الحلول وعليه فإن تنسيق الجهود بين هذه المنظمات لوضع إطار عمل موحد يهدف أساسا للحد من الازدواج الضريبي وتجسيد العدالة الضريبية يعد حل أمثل.
- تشجيع استعمال الدفع الالكتروني لتسهيل عملية الرقابة على المعاملات الالكترونية.

6. قائمة المراجع:

- **المقالات:**

النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية. (2021). *التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل* (صفحة 33). برلين: المركز الديمقرطي العربي.

بوراس بودالية. (2021). واقع التجارة الالكترونية في الجزائر. *مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 01، المجلد 01* ، 22.

سالمي فتيحة. (2022). التجارة الالكترونية وضوابطها في الشريعة والقانون الجزائري. *مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 04، المجلد 21* ، 92.

شهرزاد علالو. (2022). التجارة الالكترونية في الجزائر ومتطلبات جبايتها. *مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 13 العدد 02* ، الصفحات 413- 418.

صالح حميداتو وآخرون. (2022). التجارة الالكترونية في الجزائر الواقع والتحديات . *المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والادارية، العدد 02 المجلد 02* ، 48.

كواشي حنان، و عبد المجيد قدي. (2022). نحو تشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر: التجارة االلكترونية كحافز الستخدام البطاقات البنكية وخدمات الدفع االلكترونية. *مجلة الاقتصاد الجديد، العدد01، المجلد 13* ، 555-556.

- **المداخلات:**

مروة مويسي. (2021). دراسة واقع التجارة الالكترونية في خدمة الزبائن على ضوء انتشار كورونا فيروس (كوفيد19 المستجد). *التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل* (صفحة 75). برلين: المركز الديمقراطي العربي.

محمد مظهر مزعل، و رقية سامي شريف. (2021). أثر المحددات التجارة الإلكترونية على التوجه الابداعي. *التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل* (الصفحات 263-264). برلين: المركز العربي الديمقراطي.