

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار –
إيليزي
معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي دراسة ميدانية لمديرية الضرائب ومديرية التجارة لولاية إيليزي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر أكاديمي في العلوم المالية
والمحاسبة
تخصص: محاسبة وجباية معمقة

إعداد الطالب (ة):
- فريال ما عطا الله
- نور الهدى حسناوي

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	المؤسسة الجامعية	الصفة
عبد الله بوضياف	أستاذ محاضر	المركز إيليزي الجامعي	رئيسا
خالد بعاشي	أستاذ محاضر	المركز إيليزي الجامعي	مشرفا
عبد الله عباس	أستاذ محاضر	المركز إيليزي الجامعي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار –
إيليزي
معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي
دراسة ميدانية لمديرية الضرائب ومديرية التجارة
لولاية إيليزي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر أكاديمي في العلوم المالية
والمحاسبة

تخصص: محاسبة وجباية معمة

إعداد الطالب (ة):

- فريال ماعطالله
- نور الهدى حسناوي

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	المؤسسة الجامعية	الصفة
عبد الله بوضياف	أستاذ محاضر	المركز الجامعي إيليزي	رئيسا
خالدبعاشي	أستاذ محاضر	المركز الجامعي إيليزي	مشرفا
عبد الله عباس	أستاذ محاضر	المركز الجامعي إيليزي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في رفع نسبة التهرب الضريبي من وجهة نظر موظفي الضرائب والتجارة، فالتهرب الضريبي يشكل تحدياً في هذا السياق، حيث يتم تجاوز القوانين الضريبية لتجنب دفع الضرائب المستحقة على الأرباح المحققة في التجارة الإلكترونية، ومن أجل تحقيق هذا الهدف إتمدنا على أداة المقابلة لجمع المعلومات حيث تم إجراء ثمانية مقابلات مع الموظفين، وتم التوصل إلى عدة نتائج من أبرزها: التحول السريع نحو التجارة الإلكترونية يزيد من تعقيدات تحصيل الضرائب ويزيد من فرص التهرب الضريبي، يمكن مكافحة هذا التهرب من خلال تحديث التشريعات الضريبية وتعزيز التعاون الدولي.

الكلمات المفتاحية: تجارة إلكترونية، تهرب ضريبي، نظم ضريبية، تحصيل ضريبي، سياسات ضريبية، عدالة ضريبية.

Abstract:

This study aims to know the extent to which e-commerce contributes to increasing the rate of tax evasion from the point of view of tax and trade officials. Evasion poses challenges in this context, as tax laws are bypassed to avoid paying taxes due on profits made in e-commerce. In order to achieve this goal, We relied on the interview tool to collect information. Eight interviews were conducted with employees, and several results were reached, the most prominent of which are: The rapid shift to electronic commerce increases the complexity of tax collection and increases the opportunities for tax evasion. This evasion can be combated by modernizing tax legislation and enhancing international cooperation.

Keywords: E-commerce, tax evasion, tax systems, tax collection, tax policies, tax justice.



إهداء

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها ان تكون، لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفا

بالتسهيلات لكنني فعلتها..

فاللهم لك الحمد لأنك وفققتني لإتمام هذا العمل وتحقيق حلمي
اهدي هذا النجاح

إلى من أحمل إسمه بكل فخر، الذي أنار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره بقلبي
أبدا، من بذل الغالي والنفيس... **أبي الغالي**

إلى التي ساندتني ووقفت بجانبني، إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، إلى القلب
الحنون والتي يرجع لها الفضل إليها بعد الله في كل إنجاز أخطو إليه... **أمي الغالية**
إلى ضلعي الثابت وأمان أيامي، إلى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع أرتوي
بها، إلى من بذلوا جهدا في مساعدتي وكانوا لي عوناً وسندا... **إخوتي**

إلى بهجة قلبي وأنسي صغاري... **محمد إسلام و نوفل**
إلى باقي أفراد عائلتي ورفقاء الروح اللذين شاركوني خطوات هذا الإنجاز دتم لي
سندا العمر كله

ما اعطاه الله فريال

إهداء

لأشياء أعز من رب الكون الذي لم يبخل علي برحمته ونعمته له الشكر والحمد حمدا كثيرا
لأنهاية له

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة وإعداد مذكرتي هذه ثمرة الجهد والنجاح أهذي نجاحي
هذا

إلى من كلله الله بالهبة والوقار صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير الذي كان له الفضل
الأول بعد الله في بلوغي التعليم العالي إلى من أحمل اسمه بكل إفتخار وأرجو من الله أن يمد في
عمرك لتري ثمار قد حان قطافها بعد طول إنتظار

أبي الموقر "حسناوي إبراهيم" أطال الله في عمره

إلى من وضع المولى سبحانه الجنة تحت قدميها ووقرها في كتابه العزيز إلى من ساندت خطاي
المتعثرة وأسمى آيات العطاء البشري لايضاهيها أحد في الكون فكانت على الدوام ملهمي وعلى
خطاها أسير أمني منارة دربي "حسناوي مبروكة" حفظها الله وأطال في عمرها

إلى روح جدتي التي وافتها المنية منذ سنتين رحمة الله عليها كانت بحرا صافيا يجري بفيض
الحب والبسمة كانت داعمة لي لمواصلة دربي هذا "تيني"

إلى ملاذي ورمز فخري و إعتزازي إلى من وهبني الله نعمة وجودهم في حياتي واللاتي
كاتفتني ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح في مسيرتنا العلمية و كانوا عوننا لي في رحلة
بحثي هذا

أخواتي "سهام - خلود" وأخر العنقود "ربيع"

إلى كل أفراد العائلة الكريمة صغيرا وكبيرا وأخص الذكر أخوالي هم من مدو ايديهم في
الظروف المظلمة والمشرقة "أحمد - إبراهيم - بوبكر"

إلى صديقاتي اللاتي جمعني بهم هذا المشوار "فاطيمة- ريم حنانة- مريم - سارة - سارة-
منال"

إلى أستاذي الفاضل "إسماعيل الخير" بمرحلة الثانوية وأهل الفضل علي الذين غمروني
بالتقدير والنصيحة والإرشاد والتوجيه

إلى كل من لهم أثر على حياتي ومن أعطاني يد العون من قريب أو بعيد وساعدني في إنجاز
هذا العمل المتواضع سائلة المولى عز وجل التقدير أن ينفعنا به ويمدنا بتوفيقه.

وأخر دعواتهم أن الحمد لله رب العالمين

حسناوي نور الهدى



شكر وعرفان

أولاً الشكر لله سبحانه وتعالى على ما أسبغهُ علينا من نعم وعلى تيسير السبيل

فله الحمد والشكر في كل وقت وحين

كما نتقدم بالشكر الخالص للمشرف الدكتور خالد بعاشي

الذي أشرف بعناية فائقة على هذا البحث، ولما قدمه لنا من نصائح وتوجيهات

لإتمام هذا العمل

مع كل الشكر والتقدير لجميع من ساعدونا في الحصول على المعلومات اللازمة

موظفي مصلحة الضرائب وموظفي مديرية التجارة لولاية إليزي

شكراً كذلك لكل من علمنا حرفاً، كلمة، مقياساً.

شكراً لأعضاء اللجنة و كل الأساتذة المحترمين.

الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
I	ملخص
II- III	إهداء
IV	شكر و عرفان.....
VI	فهرس المحتويات.....
VII	فهرس الجداول.....
أ - ب - ج	مقدمة
01	الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي والدراسات السابقة
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي
03	المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
20	المطلب الثاني: ماهية التهرب الضريبي
25	المطلب الثالث: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي
30	المبحث الثاني: الدراسات السابقة ومناقشتها
30	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية
32	المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
33	المطلب الثالث: مناقشة الدراسات السابقة
35	خلاصة
36	الفصل الثاني : الدراسة الميدانية للتجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي
39	تمهيد
39	المبحث الأول: تعريف المديرية والأدوات المستخدمة
39	المطلب الأول: تعريف المديرية
39	المطلب الثاني: تعريف المقابلة
39	المبحث الثاني: عرض المقابلات ونتائجها
39	المطلب الأول: عرض المقابلات
77	المطلب الثاني: نتائج المقابلة
79	المطلب الثالث: إختبار الفرضيات
80	خلاصة
82	الخاتمة
84	قائمة المراجع.....

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
35	مميزات الدراسة الحالية مقارنة بالدراسات السابقة	1 - 1

مقدمة

تمهيد:

شهدت التجارة الإلكترونية نموا هائلا في العصر الحديث، حيث باتت واحدة من المحركات الرئيسية للاقتصاد العالمي، بفضل التطور التكنولوجي وانتشار الأنترنت، أصبح من الممكن للشركات والأفراد شراء وبيع المنتجات والخدمات عبر الأنترنت بكل سهولة ويسر، هذه التحولات الجذرية في مجال التجارة لم تجلب معها فرصا إقتصادية جديدة، بل أثارَت أيضا العديد من التحديات المعقدة، من أبرزها مسألة التهرب الضريبي.

تتميز التجارة الإلكترونية بقدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية التقليدية، مما يفتح أسواقا جديدة أمام الشركات ويزيد من تنافسيتها. ومع ذلك، فإن القدرة على التحرك بحرية عبر الحدود تطرح أيضا تحديا أمام الأنظمة الضريبية التقليدية. في الوقت الذي تسعى فيه الحكومات لضبط الإيرادات الضريبية وضمان العدالة في تحصيل الضرائب.

على الرغم من الفوائد العديدة التي تقدمها التجارة الإلكترونية والميزات التي تتميز بها إلا أن التهرب الضريبي الناتج يمثل تحديا كبيرا بإعتباره يعتمد على عدة أساليب، بما في ذلك تحويل الأموال إلى حسابات بنوك خارجية أو استخدام العملات الرقمية المشفرة، وهو ما يجعل من الصعب تتبع المدفوعات وفحصها من قبل السلطات الضريبية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للشركات القائمة في بلدان ذات ضرائب منخفضة أو غير موجودة أن تستغل هذه الفجوة وتقدم منتجاتها وخدماتها بأسعار أقل، مما يؤدي إلى تشويه المنافسة وتقليل الإيرادات الضريبية للدول الأخرى.

الإشكالية:

إنطلاقا مما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في زيادة التهرب الضريبي؟
- ويندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية يمكن إيجازها على النحو التالي:
- هل النظام الضريبي التقليدي كاف لرصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية؟
- هل تمثل أنشطة التجارة الإلكترونية بيئة داعمة للتهرب الضريبي؟
- ماهي المشاكل التي تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

الفرضيات:

- 1- النظام الضريبي التقليدي غير كاف لرصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية.
- 2- أنشطة التجارة الإلكترونية لا تمثل بيئة داعمة للتهرب الضريبي.
- 3- ليس هناك مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في إبراز مايلي:

- يسلط الضوء على أحد التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية
- يتناول موضوعا هاما يؤثر على الإقتصاد الوطني
- تقديم توصيات لتحسين فعالية السياسات الضريبية في مواجهة التهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية



أهداف الدراسة:

إضافة إلى الإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة واختبار صحة الفرضيات، تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على أنشطة التجارة الإلكترونية ومدى تأثير نموها على زيادة نسبة التهرب الضريبي
- تحليل التحديات التي تواجه مصلحة الضرائب في تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية وتقديم حلول فعالة
- دراسة فعالية السياسات الضريبية الحالية واستكشاف كيف يمكنها التأثير على مستوى دولي في تقليل التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية

مبررات اختيار موضوع الدراسة:

- يعود إختيارنا لموضوع التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي للأسباب التالية:
- الدراسات التي تناولت هذا الموضوع قليلة جدا.
- تحقيق هدف علمي يساهم في تطوير هذه الدراسة.

- موضوع البحث مثير للإهتمام علميا مما يؤدي إلى إكتساب العديد من المعرفة مستقبلا

منهجية الدراسة والأدوات المستعملة:

-من أجل دراسة هذا الموضوع، سنستخدم المنهج الوصفي المناسب لسرد مختلف المفاهيم والتعاريف وجمع المعلومات والمنهج التحليلي لتحليل الأفكار وآراء التي تدور حول الموضوع، الأداة المستعملة إستعنا بالمقابلة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة.

حدود الدراسة:

الإطار الزمني: نوفمبر 2023-2024.

الإطار المكاني: الجزائر-ولاية إليزي.

صعوبات الدراسة:

- عدم وجود معلومات كافية عن موضوع التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي بولاية إليزي.
- عدم إعطاء بعض الموظفين إجابات دقيقة حول الموضوع و تقديم العون.
- رفض بعض الموظفين إجراء المقابلة.

هيكل الدراسة:

تتكون الدراسة من فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي:

الفصل الأول الإطار النظري لمتغيرات الدراسة تمت معالجة هذا الفصل من خلال مبحثين، المبحث الأول تم تخصيصه لدراسة الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي من خلال توضيح ماهية وأشكال ومزايا كل منهما كما تم التطرق إلى آثار وأسباب التهرب الضريبي ومخاطر التجارة الإلكترونية. وفي المبحث الثاني تم مناقشة الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية حيث تم توضيح أوجه الاختلاف والتشابه بينهما. الفصل الثاني الدراسة التطبيقية يعرض هذا الفصل مبحثين، المبحث الأول تم تعريف عام عن المؤسسات التي تمت فيها المقابلة كما تم تعريف المقابلة، وفي المبحث الثاني تم توضيح ماجاء في المقابلة، ثم عرض نتائج التي تم التوصل إليها في المقابلة .

وفي الأخير اشتملت الدراسة على خاتمة تحتوي على موضوع الدراسة والهدف منها وأهم النتائج التي تم التوصل إليها، أيضا توصيات دراسة.

الفصل الأول:
الإطار النظري للتجارة الإلكترونية والتهرب
الضريبي والدراسات السابقة

تمهيد:

مع انتشار عملية التجارة الإلكترونية في الآونة الأخيرة، ازدادت معها مخاطر التهرب الضريبي بينما يعد مشكلة كبيرة تهدد الاقتصاد العالمي ككل، من خلال خلق بيئة غير عادلة للمنافسة في تقليل الاستثمارات وفقدان الحكومات لعائدات ضريبية كبيرة، مما يعيق خدماتها العامة للمواطنين بينما تم وضع جهود لتجنب دول العالم الوقوع فيه من تعزيز التعاونات الدولية وغيرها.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول يشمل التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي والعلاقة بينها، والمبحث الثاني يشمل الدراسات التطبيقية السابقة.

المبحث الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي

سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي، من خلال ثلاثة مطالب، المطلب الأول يتضمن ماهية التجارة الإلكترونية أما المطلب الثاني فيختص في ماهية التهرب الضريبي بينما سنتطرق في المطلب الثالث إلى العلاقة بينهما.

المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

شهدت التجارة الإلكترونية ازدهارا هائلا في السنوات الأخيرة، وعرفت على أنها الأسلوب الحديث للتبادل التجاري الذي يستخدم الوسائط الرقمية للتفاعل بين البائع والمشتري وذلك بإمكان الأفراد والشركات أن يختاروا التسوق والبيع عبر الإنترنت لتوسيع نطاق وصول المنتجات والخدمات بشكل أسرع.

أولاً: مفهوم ونشأة التجارة الإلكترونية

تسعى التجارة الإلكترونية لتحقيق العديد من الأهداف عبر العالم، من خلال الإنترنت لتسهيل عملية البيع والشراء عبر الدول، وتحفيز النمو الاقتصادي لتحسين تجربة العملاء، وكذلك التوسع في الأسواق العالمية نتيجة نشأتها وتطورها عبر السنوات.

1. مفهوم التجارة الإلكترونية:

للتجارة الإلكترونية تعاريف مختلفة ومتعددة نقوم بذكر منها:

- ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية في أبريل من عام 1995، ولم تكن المصطلحات التجارية تعرف شيئا اسمه التجارة الإلكترونية قبل هذا التاريخ. وقد أخذ هذا المصطلح إلى الانتشار بعد تحويل الإشراف على شبكة الإنترنت من الهيئة القومية للعلو في الولايات المتحدة إلى القطاع الخاص، حيث أصبح بالإمكان تقديم العديد من الخدمات التجارية على شبكة الإنترنت بوتيرة سريعة، وأصبح مصطلح التجارة الإلكترونية متداولاً في الاستخدام العالمي ليعبر عن العديد من الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بثورة المعلومات والاتصالات وتكنولوجياها.¹

وتعريف آخر للتجارة الإلكترونية هي مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها الإنترنت، حيث هناك عدة جهات نظر من أجل تعريف هذه الكلمة:²

- خبراء الاتصالات يعرفها بأنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات العنكبوتية أو عبر أي وسيلة تقنية.

¹ - فتيحة تمرسي، التجارة الإلكترونية وجودة الخدمات، رسالة ماجستير، جامعة بسكرة، المجلد 2، العدد 4، 2020، ص

223.

² - مولود عزيل، معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها، أطروحة الدكتوراه العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد التنمية، جامعة تلمسان، 2009 - 2010، ص 110-111.

- ومن وجهة نظر أصحاب الأعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تسير بصورة تلقائية وسريعة، وهذا التعريف هو الشرط المهم في الموضوع الذي أسأل لعاب الكثير من الشركات في تطبيق هذه التجارة بما يساعد في خفض التكاليف وريح الوقت وسرعة الانتشار.
- في حين أنها من جانب الخدمات تعرف بأنها أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة
- وأخيرا يصفها خبراء الإنترنت بأنها التجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الإنترنت.¹

وأشار الباحثون إلى أن مصطلح " التجارة الإلكترونية " مفهوم عام يشمل جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالأنشطة التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات، معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص والأصوات، والصور ويدل هذا المصطلح كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات والإجراءات التي تسهل وتحيط بالأنشطة التجارية.²

- تعريف الهيئات والمنظمات العالمية للتجارة الإلكترونية:

إهتمت معظم الهيئات والمنظمات الدولية التي تعني بموضوع التجارة الإلكترونية وفيما يلي نعرض أهم هذه التعريفات:

أ- منظمة الأمم المتحدة الأمريكية: تعد لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي من أولى

الجهات التي تطرقت لموضوع التجارة الإلكترونية بموجب القانون النموذجي الصادر في 16/06/1996 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، غير أن هذه اللجنة ومن خلال القانون النموذجي لم تضع تعريفا لمصطلح التجارة الإلكترونية بل اقتصر فقط على تعريف تبادل المعطيات الإلكترونية الذي يتضمن التجارة الإلكترونية.

ب - منظمة التجارة العالمية: تعرف منظمة التجارة العالمية الإلكترونية التجارة على أنها أنشطة

إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية ومن خلال هذا التعريف يتضح أن العمليات التجارية تشمل ثلاثة أنواع من العمليات وهي:

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.

- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.

- عمليات تسليم المشتريات.

ج - منظمة التعاون الاقتصادي: عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التجارية في تقرير

نشرته سنة

¹ - بسم نور، التجارة الإلكترونية كيف ومتى وأين، كتاب الموسوعة العربية للكمبيوتر، قسم الدورات التعليمية، ص06

² - منال حامد فراج، مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها، مجلة الشروق للعلوم التجارية، أكاديمية الشروق، العدد الخامس، 2011، ص175.

1998 على أنها جميع أنواع الصفقات التجارية التي تعقد سواء بين الإدارات أو بين الأفراد عن طريق المعالجة الآلية للبيانات مقروءة أو أصوات أو صورة مرئية.

إن هذا التقرير تعرض لأهم المشاكل المرتبة عن ممارسة التجارة الإلكترونية كالبنية الأساسية للاتصالات الرقمية والخدمات والضرائب وحماية المستهلك والخصوصية عبر الشبكة الدولية، إضافة إلى المشاكل المتعلقة بحماية الموقع واسمه وعنوانه على الشبكة العالمية وحقوق الملكية الفكرية.

د- الإتحاد الأوروبي: على أساس اللجنة الأوروبية للتجارة الإلكترونية قدم الإتحاد الأوروبي مفهومه لهذا النوع من التجارة على النحو التالي: "تتمثل التجارة الإلكترونية في كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدى وبين الإدارات الحكومية، إذن "التجارة الإلكترونية حسب تعريف تتضمن الكثير من الأنشطة كفواتير الشحن الإلكترونية والمزادات الإلكترونية وأوامر الطلب الإلكترونية للبضائع والخدمات والتي يمكن توصيلها بالطرق العادية أو بطرق التسليم المعنوية للمنتجات والخدمات كبرامج الكمبيوتر و المجالات وخدمات التسلية والمعلومات والتحويل الإلكتروني للأموال، وعليه فالتسليم في التجارة الإلكترونية يمكن أن يكون ماديا أو يمكن أن يكون معنويا¹

- نظرا للتعريفات السابقة نستنتج إن "التجارة الإلكترونية" هي عبارة عن منهج حديث من أجل عملية البحث واسترجاع للمعلومات لدعم واتخاذ قرار الأفراد والمنظمات في الأعمال الموجهة إلى التعامل مع السلع والخدمات بالسرعة الممكنة بالاعتماد على شبكات الاتصالات المحلية والدولية.²

2-نشأة وتطور التجارة الإلكترونية:

2-1. نشأة التجارة الإلكترونية:

إن مصطلح التجارة الإلكترونية يعتبر من المصطلحات الحديثة في عالم المال والأعمال، ولم يأخذ هذا المصطلح في الانتشار إلى في سنة 1996 كتطور غير متوقع في مسار الثورة المعلوماتية يماثل التحول الذي أحدثته السكة الحديدية في الثورة الصناعية والذي غير من كل أوجه الاقتصاد والمجتمع والسياسة، فلقد مكنت السكك الحديدية الإنسان من السيطرة على المسافات وإحداث التقارب بين الأسواق والاقتصاديات بينما تؤدي التجارة الإلكترونية الآن إلى إلغاء الأزمات والمسافات والحوجز والحدود لتحول أسواق الدول إلى سوق عالمية واحدة سقطت فيه الحواجز والحدود الجغرافية والجمركية، حيث تم بناء النظام العالمي الجديد حول شبكة من الحاسبات وأجهزة الاتصال المفتوحة لمشاركة الجميع.

ظهور التجارة الإلكترونية جاء تطورا طبيعيا مرتبطا بتطور الإنترنت وانتشاره، والإنترنت ليس وليد الأعوام القليلة الماضية وإنما يرجع ظهوره إلى الستينات من القرن الماضي، بعد إطلاق أول قمر صناعي روسي عام 1957، ومنذ عام 1973 إلى أول التسعينات ظهرت العديد من الشبكات التي حاولت الربط بين أكثر من شبكة في عام 1992 مبدأ العمل بنظام الويب ومع ظهور الويب وانتشاره توسع استخدام الإنترنت وبدأ التعامل التجاري يتسع على الشبكة ومن هنا بدأ ظهور التجارة الإلكترونية.

¹ - روشو عبد القادر، التأسيس القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر دراسة تحليلية تقييمية في إطار القانون، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة تيسمسيلت، المجلد 08، العدد 2، ص 132-133.

² - علي خلف سليمان الركابي، التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي (الجامعة المستنصرية العراق)، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، جانفي 2010، ص 12.

ولقد تطورت "أجي أل الأعمال والتجارة الإلكترونية على النحو التالي:

أ- الجيل الأول (1996): وقد بدأ هذا الجيل بالاعتماد على إنشاء صفحة موقع الويب وعرض المنتجات وتقديم بعض العروض

ب - الجيل الثاني (1998): تم إدخال بعض التعديلات على الجيل الأول مع إجراء بعض عمليات البيع على الإنترنت

ج - الجيل الثالث (بداية القرن الحالي): ويركز هذا الجيل بشكل أساسي على تلبية احتياجات العميل المختلفة.

أصل نشأة التجارة الإلكترونية من وراء المحيط الأطلنطي تمثلت في الولايات المتحدة الأمريكية وانتشرت بعد ذلك في جميع أنحاء العالم، كما بدأت الإنترنت من أمريكا وانتشرت بعد ذلك في جميع أنحاء المعمورة.¹

2-2. تطور التجارة الإلكترونية:

مرت التجارة الإلكترونية بمراحل متعددة إرتبط كل منها بالتطور والتعدد المتتابع الذي طرأ على استخدام شبكة الإنترنت

أ- ظهور تبادل البيانات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية قبل شبكة الويب: بدأت التجارة الإلكترونية من خلال شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر في واقع الحال، بتنسيق قياسي خاص بتقاسم البيانات الخاصة بالمشروعات التجارية. وهو ما يعرف بتبادل البيانات الإلكترونية، ويعد تبادل هذه البيانات وسيلة لنقل البيانات بين البنوك وغيرها من المؤسسات، عبر نظام مغلق وتم استخدام هذا الأسلوب في النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع بطاقات الائتمان والودائع المباشرة والكثير من العمليات الأخرى خلال العقود الثلاثة الماضية.

ب - التجارة الإلكترونية فالويب والتغلب على القيود والحواجز: مع الظهور والانتشار السريع لاستخدام التجارة الإلكترونية على الويب الخاصة بها قد تحررت من العوائق والقيود التي ميزت الأشكال السابقة للتجارة، حيث كان الكثير من الأنواع السابقة يمتاز بعدد من المعوقات المتعلقة بالوقت المتاح للمستهلك كي يقوم خلاله بعملية التسوق، وما يمثله ذلك بالنسبة للأشخاص المقيمين في مناطق بعيدة، كما تتطلب عملية طلب السلع والخدمات إلكترونياً تحمل المكالمات الهاتفية الكبيرة.

ج - بداية شبكة الويب: ظهرت الإنترنت في بادئ الأمر كوسيلة تبادل المعلومات، وكان استخدامها في الأساس مقتصرًا على الباحثين في المؤسسات الأكاديمية ومع ظهور أول إدارات تصفح الويب سنة 1993، وقد أشار بعض رجال الأعمال الطموحين إلى إمكانية الاستفادة من التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت حيث تم طرح أداة التصفح سنة 1994م، ومع حلول 1995 بدأت مواقع التجزئة على الإنترنت مثل موقع أمازون في الظهور وفي يومنا هذا هناك الآلاف من مواقع الويب الخاصة بالتجارة الإلكترونية التي تزداد يوماً بعد يوم.

¹ - العمري هاشمي، تكيف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2022-2023، ص 75-76 .

د- عوامل التطور في التجارة الإلكترونية: أسهمت ولا تزال تسهم عوامل عديدة في تطور هذه التجارة إذ أن النشاط الاقتصادي والتجاري هو نشاط اجتماعي ومجتمعي، ومن ثم فإن كل ما يشهده من تحول في الفلسفات والسياسات العامة السائدة في فترة ما، سواء تعلقت بالاقتصاد أو بالتجارة. لا بد أن ينعكس على التجارة الإلكترونية هذا فضلا عن تطور رؤى وأهداف واستراتيجيات للاعبين الأساسيين هذا النوع من التجارة أساسا، وهي المؤسسات العاملة في التجارة الإلكترونية، وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكذلك تطور أهداف واستراتيجيات مجموعات المؤسسات المالية والمصرفية وموردي الخدمات التكنولوجية.¹

ثانيا: خصائص التجارة الإلكترونية وأشكالها ومستوياتها

1. خصائص التجارة الإلكترونية:

هنالك خصائص كثيرة للتجارة الإلكترونية وذلك باعتراف جميع الهيئات والمنظمات الدولية نتيجة لاستخدام التكنولوجيا التي دخلت مجالات مختلفة حاملة معها تغييرات الإنتاج والممارسات التجارية وزيادة الإنتاجية والإنتاج كما ونوعا ولهذه تعددت أوجه التجارة الإلكترونية واختلفت مجالات استخدامها في مجمل الأنشطة الاقتصادية الصناعية منها والتجارية والخدمية على حد سواء، كما أن الخصائص الكبيرة التي تتميز بها التجارة الإلكترونية جعل الكثير من الأشخاص والمؤسسات العامة والخاصة يرغب في مزاولتها خصوصا مع التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي جعلت التجارة العالمية أسهل بكثير عما كانت عليه سابقا، ومن أهم هذه الخصائص هي:

- الابتعاد عن المستندات الورقية لإثبات المعاملات وإتمامها، لكونها تتم بوسائل إلكترونية ذات تقنية عالية ابتداء من تبادل البيانات بالبريد الإلكتروني بين الأطراف المتعاملين، أو إصدار الفواتير أو التعاملات المصرفية الإلكترونية أو التفاوض التجاري والمتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وغير ذلك من المعاملات الإلكترونية التي تعد السند القانوني لإثبات المعاملة التجارية التي بدورها يتطلب تشريع قانوني خاص لحمايتها.

- يشترك في أداء معاملات التجارة الإلكترونية ثلاثة مجموعات رئيسية هم الأفراد والمؤسسات والسلطات العمومية وفي الوقت الحاضر تتم هذه التعاملات على مستوى المؤسسات سواء المتواجدة داخل المؤسسة الواحدة أو مع بعضها البعض أو من خلال علاقتها مع السلطات العامة، كما يمكن من خلال التجارة الإلكترونية التعامل مع عدة أطراف في نفس الوقت حيث يتمكن كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير من المستقبلين في ذات الوقت.

- تنسم التجارة الإلكترونية في سرعة تطور الأدوات التي تستخدمها وهذا التطور ارتبط بالتطور في تكنولوجيا المعلومات حيث نرى يوميا ابتكارات جديدة في عالم التكنولوجيا من الحاسبات الكبيرة إلى الصغيرة ثم إلى الهاتف المحمول وشبكات الإنترنت والتي جعلت من السهل إجراء أي عملية تجارية أو تسويق أي بضاعة مما جعل الاستجابة لطلبات السوق وتلبية رغبات المستهلكين تتم بصورة سريعة للغاية، وبذلك فإنها قد تعددت الحدود المكانية والزمانية التي كانت تقيد حركة العملاء وفتحت المجال واسعا أمام الشركات الصغيرة لممارسة دورها في التجارة عبر شبكة الإنترنت وفي ظل ارتفاع حركة

¹ - العمري هاشم، مرجع سبق ذكره، ص 76-77.

التجارة الإلكترونية والتي كان سببا رفع كفاءة الأداء وتحقيق التفاعلية في التعامل مع جميع أطراف المتعاملين.

- تشكل التجارة الإلكترونية عامل محفز للشركات التي تتعامل بها كي تبقى في تطور مستمر لخدماتها التجارية وذلك لأن الشركات مع تزايد الأسواق المتاحة أمامها ويزداد عدد منافسيها في نفس الوقت وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق مما يجعل لها حافزا في تطوير قدراتها التنافسية، وكما بإمكانها من عرض جميع منتجاتها في الأسواق وعلى مستوى واسع، والذي يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المستهلكين والمنتجين على حد سواء، والذي بدوره يتيح خيارات واسعة للمستهلكين في اختيار ما يروونه مناسباً.

- من السمات الأساسية للتجارة الإلكترونية هو عدم التوازن في انتشارها حيث تسيطر على الجزء الأكبر من الإقتصاديات المتقدمة لاسيما الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية حيث أشارت بعض الدراسات ان معظم المستخدمين للتجارة الإلكترونية يتمركزون في الولايات المتحدة الأمريكية.

- تتعدد مراحل التجارة الإلكترونية حيث ثمر بثلاثة مراحل الأولى هي الدعاية وجمع المعلومات والثانية الاتفاق على البيع والشراء وعملية الدفع الإلكتروني والمرحلة الثالثة هي استلام السلعة وقد تنصفت المعاملات التالية من ضمن التجارة الإلكترونية ومن خلال تجهيز طلب السلع والخدمات إلكترونيا وهي شراء الكتب من المواقع الإلكترونية المخصصة لها أو الحجز في الفنادق أو تأجير السيارات عن طريق الإنترنت، كذلك تحميل البرامج المصنعة بعد شرائها من قبل الشركات المصنعة لها وغير ذلك من السلع والخدمات، كما أن السلع والخدمات التي تتم المتاجرة بها إلكترونياً تكون على قسمين إما برامج بيانات ومعلومات رقمية أو تكون على شكل سلع صلبة.¹

1. أشكال التجارة الإلكترونية:

- **التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال:** في هذا الشكل المسمى أعمال إلى أعمال يكون فيها التعامل الإلكتروني بين الأنواع المختلفة للشركات والأعمال التجارية وبعضها البعض، والتجارة الإلكترونية بدأت أساساً بين قطاعات الأعمال منذ سنوات، خاصة بين المؤسسات المالية الكبرى بخصوص التحويلات المالية، ثم امتدت لتغطي المشروعات الصناعية لشراء المواد الأولية، من الموردين وتنسيق قنوات توزيع المنتجات والخدمات، و الإتصالات والتنسيق مع جهات النقل والشحن وغيرها باستخدام التكنولوجيا الرقمية، ويشكل هذا النوع من التجارة الإلكترونية أغلب معاملات التجارة الإلكترونية حيث يستحوذ على ما يقارب 80 بالمئة، من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم، فعلى سبيل المثال يتم في هذا الشكل إبرام صفقات تجارية بين شركتين منفصلتين أو أكثر وهو ما يشبه إلى حد كبير من الشراء ذات الحجم الكبي، من حيث ضخامة حجم الصفقات و إنخفاض هوامش الربح حيث يتم تبادل البيانات والمعلومات حتى يتم التوصل إلى اتفاق بينهما وعندئذ يستطيع الطرفان إبرام عقد إلكتروني لتوريد السلع أو الخدمات، وتسلم الفواتير وتسديد الدفعات إلكترونياً أو مادياً حسب الاتفاق أو طبيعة السلع والخدمات.

¹- حسن خضير عباس، م مصطفى راشد علي، تحليل أثر التجارة الإلكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية، جامعة واسط كلية الإدارة والاقتصاد العراق، مجلة دنانير، العدد 22، بدون سنة نشر، ص 61-62.

- **التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك:** هذا الشكل يسمى أعمال إلى مستهلكين، وقد عرف انتشارا بشكل واسع مع ظهور المراكز التجارية الافتراضية والأسواق الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وتتكون هذه المراكز التجارية من عنصرين أساسيين، هما تكنولوجيا المعلومات والمعلومات ذاتها، حيث تؤدي تكنولوجيا المعلومات إلى تسيير وخفض تكلفة تجميع المعلومات وتجهيزها، ويؤدي ترابط الشبكة إلى انخفاض التكلفة في الوصول إلى تلك المعلومات، التي تم تحميلها بالفعل من المتاجر الافتراضية التي تتضمنها المراكز التجارية الإلكترونية.

يوجد على شبكة الإنترنت العالمية مواقع لمراكز تجارية معتمدة يستطيع المستهلك ومؤسسة الأعمال عن طريقها إتمام عمليات البيع والشراء، فيما بينهما إلكترونيا وتقوم هذه المواقع بتقديم كافة أنواع السلع والخدمات المتاحة، وتنفذ إجراءات البيع والشراء، كما يتم استخدام بطاقات الائتمان من أجل إتمام عمليات البيع والشراء، حيث يعتبر استخدام بطاقات الائتمان في عملية الدفع أكثر شيوعا واستخداما بين المستهلك ومؤسسة الأعمال، إضافة إلى إيجاد وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى مطبقة بشكل واسع، مثل الشيكات الإلكترونية ودفع الثمن عند التسليم أو أي طريقة يتم الاتفاق عليها من قبل أصحاب العلاقة.

- **التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية الحكومية:** يعد هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال والجهات الإلكترونية، وذلك في إطار تنفيذ التعاقدات الموقعة بين الطرفين، والتي بموجبها تنجز هذه المنظمات بنود هذه التعاقدات للوفاء بالتزاماتها اتجاه تلك الجهات وعلى سبيل المثال يتم في الولايات المتحدة الأمريكية الإعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الإنترنت، ويمكن للشركات أن تتبادل الردود معها إلكترونيا، من أجل توريد احتياجات الحكومة من الأجهزة والمعدات والمستلزمات.¹

- **التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة المحلية الحكومية:** وهذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع وهو ينظم العديد من الأنشطة من بينهما الضرائب إلكترونيا.²

- **المستهلك إلى وحدات الأعمال:** هي شكل من أشكال التجارة الإلكترونية التي تسمح للأفراد عبر الإنترنت بيع السلع أو الحصول على الخدمات التي يحتاجونها من مؤسسات الأعمال والمنظمات بصورة مباشرة واستخدام هذه المنظمات لتبحث لهم عن مورد لطلباتهم

- **التجارة الإلكترونية ضمن المنظمة الواحدة:** ويتضمن هذا الشكل من التجارة الأنشطة والعمليات الداخلية في المنظمة التي تشمل تبادل المنتجات والمعلومات بين فروع المنظمة، ويمكن أن تشمل هذه الأنشطة عمليات التدريب لموظفي المنظمة.

- **الحكومة الإلكترونية:** أصبح الآن بإمكان الحكومة الإلكترونية الاستفادة من عالم الإنترنت لتوفير المعلومات والخدمات لمواطنيها وللشركات أو للدوائر الحكومية المختلفة الأخرى.³

¹ - بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية تخصص قانون، جامعة مولود تيزي وزو، ص 40-41-42.

² - أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، عميد كلية الدراسات التجارية الكويت، (العدد 6)، 2010، ص 17.

³ - كمال زريق، فطوم معمر، التجارة الإلكترونية كمحرك للاقتصاد الضريبي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، كلية العلوم الاقتصادية خميس مليانة، ص7.

3-مستويات التجارة الإلكترونية:

- **المستوى البسيط:** وهي المعاملات البسيطة العادية التي تتم بين أطرافها ويشمل الترويج والدعاية للسلع والمنتجات والخدمات وهذا قبل البيع، كما تشمل أيضا التوزيع الإلكتروني للبضائع والسلع غير المادية، بالإضافة إلى تبادل الأعمال والتحويلات البسيطة.

- **المستوى المتطور:** يتضمن هذا المستوى من التجارة استخدام الوسائل الرقمية أو الإلكترونية في الدفع بالإضافة إلى توزيع السلع على المستوى الدولي.¹

ثالثا: مزايا ومخاطر وأطراف التجارة الإلكترونية

1-مزايا التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية قد حظيت باهتمام كبير من جانب المشروعات التجارية، وأيضا من جانب المستهلكين، وذلك لانتسائها بالعديد من المزايا الواقعية، التي تساهم في سرعة تدفق البضائع والخدمات والمعلومات عبر الحدود الوطنية للدول، وقد ترتب على ذلك تنامي هذه التجارة خلال سنوات قليلة، وفي نفس الوقت فإن طبيعة الإنترنت كشبكة مفتوحة وارتباطها بوجود العولمة الاقتصادية قد أدى إلى ظهور العديد من المخاطر.

أ. اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:

يقوم الورق بدور رئيسي في التجارة ولاسيما الدولية منها، فالأوراق هي التي تحمل المعلومات والتعليمات وتستخدم في التوثيق والتصديق، فالورق له كثير من الخواص، فهو رخيص الثمن ويسهل استخدامه، ولكن يعيبه أنه يحتاج إلى حيز مكاني كبير لتخزينه، والكميات الضخمة من الأوراق المستخدمة في التجارة تؤدي حتما إلى تكاليف نقل وتداول مرتفعة، وبسبب هذا الكم الهائل من الأوراق فإنه يصعب الحصول على المعلومة بسرعة، وهذا التأخير لا يمكن قبوله في التجارة الدولية في عصر تزداد فيه الفائدة البنكية.

والهدف من التجارة الإلكترونية هو خلق مجتمع المعاملات اللأورقية، أي إحلال دعائم إلكترونية محل الورقي، والاستغناء عن المستند الورقي بالمستند الإلكتروني للتغلب على سلبيات المستندات الورقية، ومن هذه السلبيات بطء حركة المستندات الورقية، واحتمال تأخير إجراءات الجمارك وتعرض البضاعة لخطر الفساد والتلف، وشغلها حيز كبير للحفاظ.

وتتميز المعاملات الإلكترونية بعدم وجود أي وثائق ورقية، إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات تتم إلكترونيا، وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الإلكترونية، وهكذا يصبح المستند الإلكتروني.

ب - توفير الجهد اللازم للبيع والتسوق:

التجارة الإلكترونية تعزز فرص التوسع في إمكانية الحوار بين المنتجين والمستهلكين لأن تقلل المسافة بينهم وبالتالي يجد المستهلك حاجته دون جهد كبير أو عناء، وقد أدى ذلك إلى الارتقاء بجودة

¹ - أحمد عبد الله العوضي، (نفس المرجع السابق)، ص 170-171.

المنتجات أو الخدمات قبل البيع وبعده، ومن هنا تم تحسين فعالية وكفاءة السوق، وذلك من خلال التعامل على نحو مباشر دون تدخل الوسطاء التقليديين مثل المستوردين والمصدرين وتجار الجملة والتجزئة.

ج - توفير الوقت وحرية الاختيار:

التجارة الإلكترونية تؤدي إلى إختصار الزمان، وبالتالي توفير الكثير من الوقت، وهذه الحقيقة الجديدة في عالم الأعمال قد مهدت الطريق لهذه التجارة نحو اتساع الأسواق بأقل تكلفة، وإتاحة الفرص للمؤسسات الكبيرة والمتوسطة والصغيرة على سواء في عرض منتجاتها من خلال الاتصالات السريعة التي تختصر الوقت.

بالإضافة إلى ذلك فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ومواصفاتها وأسعارها وصيانتها ومقارنتها بغيرها من السلع المتاحة، وإمكانية تجربة بعض السلع المعطن عنها مثل برامج الكمبيوتر والألعاب، وإمكانية التواصل مع شركات عالية خارج النطاق المحلي.¹

د- تجاوز حدود الدول:

لا توجد أمام التجارة الإلكترونية أي حدود وطنية أو فواصل جغرافية، بل تحدها فقط تغطية شبكات حاسوبية، ولذلك وبعد أن كان الحصول على وكلاء دوليين بالنسبة للمؤسسات مكلف جدا وغير مضمون العائد، أصبحت المؤسسات في ظل انتشار استخدام شبكة الإنترنت عالمياً، تقوم باطلاع جميع عملائها بمنتجاتها دون تحملها أي عناء أو تكاليف ومصاريف أخرى.

هـ - الولوج إلى السوق العالمية والتحرر من القيود:

لقد ألغت التجارة الإلكترونية جميع الحدود والقيود وفتحت المجال للأسواق التجارية الدولية، فمن خلالها أصبح العالم سوق واحدة مفتوحة أمام جميع المستهلكين بغض النظر عن الموقع الجغرافي للأفراد، وكذلك وبعد أن كانت المؤسسات مجبرة على الحصول على ترخيص لبيع منتجاتها في دول أخرى، أصبحت في ظل التجارة الإلكترونية يحكمها قانون دولي متعلق بكفايات التعامل بالتجارة الإلكترونية.

و- تعزيز القدرة التنافسية:

تعتبر الابتكارات العلمية والتكنولوجيا أساسا تستند إليه القدرة التنافسية الاقتصادية، ولذلك تعد التجارة الإلكترونية أحد المداخل الرئيسية لزيادة المزايا التنافسية في أي اقتصاد بصفة عامة وللمؤسسة الاقتصادية بصفة خاصة، حيث أن اتساع التجارة من شأنه أن يؤدي إلى إعادة ترتيب واستغلال الموارد المتاحة بأسلوب جديد، أو إحداث تغييرات جوهرية في اقتصاديات التفاعل والتواصل متزامنة مع حدوث تغييرات هيكلية في بنية وأداء المؤسسة.²

¹ - مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، ص

34-33.

² - كتاف شافية، د لطرش ذهبية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة سطيف 1، المجلد 18، العدد (1)، 2020، ص 275-276.

2-مخاطر التجارة الإلكترونية

على الرغم من كل هذه المزايا، هنالك من المخاطر ما يهدد هذا النوع من التجارة، ولذلك سنتعرض للبحث في النقاط التالية للمخاطر التي تهدد التجارة الإلكترونية وإمكانية تجنبها.

أ. صعوبة إثبات حجية المستندات الإلكترونية:

يعد إثبات المستندات الإلكترونية من أهم المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية، وذلك لاختلاف طبيعة المحرر الإلكتروني عن مثيلة التقليدي ومن العلوم أن قواعد الإثبات اثنان، قواعد موضوعية وقواعد شكلية ومن ثم المتفق عليه أن قواعد الإثبات الإدارية تعتبر من النظام العام لأنها تتعلق بنظام التقاضي، أما قواعد الإثبات الموضوعية فبعضها يتعلق بالنظام العام بينما غالبية تلك القواعد ليست من النظام العام، لأنها موضوعية أصلاً لحماية المتخاصمين ولهذا لا يجوز الإتفاق مقدماً على مخالفتها، ولا يجوز للمحكمة أن تقضي من تلقاء نفسها، وفي كثير الإثبات ن خلال مبدأ التناظر الوظيفي، ويقصد به المساواة في الحجية ما بين الكتابة الإلكترونية والكتابة التقليدية.

ب. صعوبة الوثوق في هوية المتعاقدين وتوقيعاتهم الإلكترونية:

يقصد بالوثوق في هوية المتعاقدين، تلك العملية التي يمكن من خلالها التحقق من هوية الشخص الذي يمارس نشاطه عبر شبكة الإنترنت مع شخص آخر.

فالتطبيعي ان تكون التجارة بالثقة عند إبرام العمل التجاري لتسهيل التحقق من هوية الأطراف ومدى حجيتها، إلا أن هذه الثقة قد تكون محدودة أو مهددة بعدم الصحة عبر الوسائل الإلكترونية، الأمر الذي قد ينشك منه المستهلك، فيلجأ إلى البحث عن كل حماية للطمأنينة بشأن مدى إمكانية تنفيذ الطرف الآخر التزامها القانوني، ومدى قدرة أمن الاتصالات الإلكترونية في تحقيق المصادقية.

ومن أهم سبل الوصول إلى المصادقية موثوقة التوقيعات الإلكترونية لكافة الأطراف، على أساس هذه التوقيعات تعتبر بمثابة عنصر حيوي من عناصر نجاح التجارة الإلكترونية، طالما أنها مؤهلة لاكتساب نفس الشروط التي يطلبها القانون في التوقيعات اليدوية التقليدية.

ج . صعوبة المحافظة على سرية البيانات الشخصية:

فعلى مدى السنوات الماضية ومنذ ظهور الإنترنت تزايدت عمليات نقل البيانات، وهو ما أثير معه مسألة كيفية توفير السرية لهذه البيانات وحمايتها، وهذه الصعوبة تتعلق بالنواحي الفنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات وأنظمة التشغيل، وهناك نقص واضح في الأمان والبروتوكولات التي تنظم عمل التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، وأيضاً أدوات تطوير البرمجيات في حالة تغير مستمرة.¹

3-أطراف التجارة الإلكترونية

يتبين مما سبق أن التجارة الإلكترونية تشمل على كافة أنواع المعاملات التجارية التي تعتمد على المعالجة الإلكترونية وتداول البيانات في شكل نصوص أو أصوات أو صور وهذا يعني أن التجارة

¹ - مخلوفي عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص 35-36-37 .

الإلكترونية تمتد إلى كافة أشكال التجارة التقليدية عن طريق استخدام وسائل حديثة لنقل المعلومات مثلا لفاكس وهو لا يتطلب وجود سلطة مصادقة على عكس كل من التلكس والإنترنت فالتعامل من خلالهما يستلزم عادة وجود طرف ثالث يؤكد على توقيعات وموافقات الأطراف الأمر الذي يدفعنا إلقاء نظرة على الأشكال الواقعية للتجارة والخدمات الإلكترونية وبيان ذلك يقتضي كما يلي :

أ- تجارة إلكترونية بين الشركات:

يعد هذا النوع من أقدم أنواع التجارة الإلكترونية والمقصود به هو التعامل بين التجار وبعضهم البعض ويتم هذا النوع من التجارة بين مؤسسات الأعمال بعضها البعض وفيها يتم استخدام شبكة الإنترنت من خلال تقديم طلبات الشراء إلى الموردين وتسليم الفواتير، وذلك القيام بعملية الدفع، ويعد هذا الشكل من أكثر أشكال انتشار، لأن الغالبية العظمى من معاملات التجارة الإلكترونية تتم بين الشركات التجارية الدولية، وهذا النوع من التجارة يعتمد أساسا على اتفاقيات التبادل الإلكتروني للبيانات.

ب - تجارة إلكترونية بين الشركات والمستهلكين:

وتشمل نشاطات بيع التجزئة أو الإعلانات، والتي غالبا ما تفرز علاقات بين المؤسسات التجارية والمستهلكين مثل شراء كتاب من متجر إلكتروني يبيع الكتب عبر الإنترنت ولا شك أن هذا النوع من التجارة يتيح لأي متجر على الإنترنت أن يعرض الكتالوج الإلكتروني الخاص به على مستخدميه الإنترنت حيث يستطيع هؤلاء التجوال داخله واختيار السلعة أو الخدمة أو إكمال الصفقة إلكترونيا ودفع الثمن باستخدام وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني، مثل بطاقة الائتمان أو الشبكات الإلكترونية المغلقة كما في ماكينات الصرف الآلي، أو بأية طريقة أخرى تتيح حفظ المعلومة على وسيط أيا كان نوعه.

ج - تجارة إلكترونية بين المستهلكين:

النمط الثالث من أنماط التعامل في التجارة الإلكترونية بين المستهلكين بعضهم البعض والذي انتشر مع شيوع استخدام الإنترنت وتطور التقنيات الحديثة ومثال هذا النوع المعاملات التي تتم من خلال المتاجر الإلكترونية بقيام المستهلك بتقديم البضائع في المزاد لكي يزداد المستهلكون الآخرون على ثمنها ويقوم المتجر الإلكتروني بالخدمة من خلال إتاحتها للمستهلكين بوضع بضائعهم للبيع على موقعه ومن أمثلة تلك المواقع موقع جريدة الوسيط الإلكترونية على شبكة الإنترنت والتي تتيح من خلال موقعها للعديد من المستخدمين عرض بضائعهم ومنتجاتهم وعقاراتهم وغيرها بغرض البيع والإيجار عبر شبكة الإنترنت.¹

د- تجارة إلكترونية بين الحكومة والمنتجين:

هذا الشكل يعد من أشكال التجارة الإلكترونية التي تتم بين الحكومات والمنتجين، ومن أهم أمثلتها عقود المزايدات والمناقصات و التوريدات الحكومية، ويمكن تعريف المعاملات الإلكترونية الحكومية بأن الاستخدام الفعال لجميع تقنيات المعلومات والاتصالات، لتسهيل وتسريع المعاملات بدقة عالية داخل الهيئات الحكومية وبينها وبين تلك التي تربطها بالأفراد وكذا قطاعات الأعمال.

¹ مخلوفي عبد الوهاب ، مرجع سبق ذكره، ص 37-38-39.

وبالنظر للطبيعة القانونية لهذه الأعمال يتبين أن الأعمال التجارية بالنسبة للموردين لكونها تمارس بشكل معتاد، وعادة ما يكون لهؤلاء سجل داخل الهيئات الحكومية يقيدون فيه مسبقا، كذلك يمكن تحديد تجارية هذه الأعمال بالرجوع إلى القانون التجاري والقانون المدني وكذا القوانين الخاصة الأخرى.

بالإضافة إلى ما سبق هناك ما يعرف باسم التعاملات بين الحكومات والمواطنين، وهذه التعاملات تعتمد بشكل أساسي على تقديم الخدمة للمواطنين، ويصعب اعتبارها من أشكال التجارة الإلكترونية، ومن أهمها إصدار التراخيص وتبادل المعلومات وخدمات التعليم عن بعد، وما يمكن قوله إن العلاقة بين الحكومة والمواطنين في التعامل الإلكتروني لا تندرج ضمن الربحية تجاه العمل التجاري، وإنما تتخذ شكل الخدمة العامة¹.

هـ - التجارة بين مستخدم ومستخدم آخر:

يعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الإنترنت على تبادل المعلومات، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء، ومن ثم الاتفاق على أية صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها. وقد أوجدت برامج خاصة لهذه الغاية والتي تمكن مستخدميها تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل أطراف الحديث بصور كتابية وسمعية ومرئية.

و- التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف:

يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع، حيث يتم بواسطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الإتصال بشبكة الإنترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والاطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء².

رابعاً: أهمية وفوائد التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم ما يميز الإقتصاد العالمي الحديث، وهذا ما يفسر الإقبال المتزايد على استخدام الإنترنت، ووسائل الاتصال الأخرى في التبادلات التجارية، مما يعود على العملاء والمستهلكين والمؤسسات بفوائد معتبرة، من خلال ضمان الخدمة ويسرها وضمان الاختيار ومنع الاحتكار، والحد من التكاليف ومصاريف الشركات، وسرعة الولوج إلى الأسواق العالمية، وتحقيق أكبر العوائد المادية.

1-أهمية التجارة الإلكترونية:

أ-أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للعملاء والمستهلكين

- الخدمة المستمرة: مكنت التجارة الإلكترونية المستهلك من الإبحار عبر شبكة الحاسوب والتسوق وإجراء التعاملات التي يشاء على مدى 24 ساعة طيلة أيام الأسبوع، ومن أي مكان ويرجع الفضل في ذلك إلى أن الأسواق والمتاجر الإلكترونية تعمل باستمرار دون انقطاع، على عكس التجارة التقليدية التي

¹ - مخلوفي عبد الوهاب ، مرجع سبق ذكره، ص 37-38-39-40.

² - نعيمة بجاوي ،مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية واثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد 02 جانفي 2010، ص 226-227.

تتقيد بمواعيد مضبوطة ومحددة للعمل والنشاط والغلق، بينما المستهلك في التجارة الإلكترونية له كامل الحرية في اختيار الموعد الذي يتناسب مع رغبته.

- حرية الاختيار ومنع الاحتكار: تتيح التجارة الخارجية للمستهلكين خيارات كثيرة بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات متعددة ومن مختلف الجهات في العالم لم تكن متوفرة للمستهلك من قبل، وتؤدي الشفافية وتوفر المعلومات لكل من البائع والمشتري إلى التقليل من الاحتكار، اتجاه السوق إلى سوق تنافسية تخضع لآليات العرض والطلب في تحديد السعر التوازني.

- انخفاض الأسعار وتحقيق رضا العملاء: لأن التجارة الإلكترونية تسمح للمستهلك بالتسوق من أماكن متنوعة، وإجراء مقارنات سريعة و مفاضالات بين السلع والخدمات المعروضة، مما يتيح لهم الاستفادة من فرق الأسعار، كما تؤدي إلى إحداث تفاعل كبير بين العملاء والشركات، من إبداء الرأي في السلعة وطرح انشغالاته، مما يفسح المجال للشركة لدراسة سلوكه، والقيام بالتعديلات المناسبة لرغباته، وهذا ما يزيد من رضا العميل، حيث يمكن العميل أن يتحصل على المعلومات التفصيلية لأي سلعة أو خدمة في ظرف قصير جدا، مما يساعده على اتخاذ القرار الصائب في الوقت المناسب.

ب- أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسة

تستفيد المؤسسات الاقتصادية والشركات التجارية الناشطة في السوق الإلكتروني، من عدة مزايا تساعدها على زيادة مداخيلها وأرباحها بمستويات خيالية لم يكن لها في تحقيقها في ظل التجارة التقليدية، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- انخفاض تكلفة تسويق السلع والخدمات: ويرجع أساسا انخفاض تكلفة نقل البضاعة من المصنع إلى المستهلك عبر شبكات التوزيع التقليدية من المصنع إلى المستورد إلى تاجر التجزئة إلى منافذ التوزيع إلى المستهلك وانخفاض تكاليف الإشهار والإعلان.

- الحد من مصاريف الشركات والمؤسسات: تعد عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة على الويب أقل تكلفة من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور النرويجية، أو تركيب تجهيزات باهضة الثمن تستخدم لخدمة الزبائن، ولا تحتاج إلى استخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد الأعمال الإدارية، فقواعد البيانات على الإنترنت تحتفظ بكل العمليات وتوارخها وأسماء الزبائن، وبإمكان شخص واحد استرجاعها بسهولة تامة.¹

- التواصل والتفاعل بين شركاء الأعمال: ويتحقق ذلك من خلال الشفافية التي تتيح سهولة في الحصول على معلومات دقيقة وكاملة، مما يوفر طريقة فاعلة لتبادل المعلومات حتى مع الشركاء، وهذا يوفر أيضا فرصا جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من شركات أخرى أي الموردين فيما يدعى التجارة الإلكترونية من شركات إلى شركات.

- تلبية حاجيات المستهلك ببساطة وسهولة: تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا ما يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن.²

¹ - المختار بن قوية، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة، مجلة معارف، المجلد 16، العدد 2، ديسمبر 2021، ص 296-297.

² - المختار بن قوية، مرجع سبق ذكره، ص 297-298.

2- فوائد التجارة الإلكترونية

أ- فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات:

- تقوم بتخفيض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية. مثلا فيإيجاد دائرة مشتريات إلكترونية فإن الشركات تستطيع قطع التكاليف الإدارية للشراء.
- التجارة الإلكترونية تسمح بخفض المخزونات عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد. ففي نظام السحب فإن العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسب.
- التجارة الإلكترونية تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.
- وفوائد أخرى تشمل تحسين صورة الشركة وتحسين خدمة الزبائن وإيجاد شركاء تجاريين جدد وتسهيل العمليات وتقليل الفترة الزمنية لإرسال المنتجات والخدمات ورفع الإنتاجية والتخلص من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وأخيرا زيادة المرونة في التعامل.
- التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي، فمع القليل من التكاليف فإن بوسع اي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة مثلا في عام 1997 أعلنت شركة (بويغ) عن توفير مبلغ مالي من الكلفة الأصلية وذلك بعد الإعلان عن الحاجة لمصنع من أجل صنع نظام جزئي للشركة، وقد كان عرض الشركة المجربة أرخص وأفضل وأسرع من بقية الشركات.
- عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقا لمتطلبات المشتري وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها، وأكبر مثال على ذلك شركة ديل لتصنيع الحواسب الآلية.
- التجارة الإلكترونية تسبب إعادة هندسة العمليات التجارية ومن خلال هذا التغيير فإن إنتاجية الباعة والموظفين الإداريين تقفز إلى أكثر من 100 بالمئة.
- التجارة الإلكترونية تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية فالإنترنت أرخص بكثير من شبكات القيمة المضافة.

ب - فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين:

- التجارة تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملته 24 ساعة في اليوم وفي أي يوم من السنة ومن أي مكان على سطح الأرض.
- تسمح للزبائن بتبادل الآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية على الإنترنت مثل المنتديات.
- تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك.

- في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومة اللازمة خلال بضع ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الإلكترونية. وفي المقابل، قد يستغرق الأمر أيام و أسابيع من أجل الحصول على الرد إن قمت بطلب المعلومات من موقع ملموس.

- في الكثير من الأحيان فإن التجارة الإلكترونية تكون أرخص الأماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الإنترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة، ولذلك في آخر الأمر سيقدر أن يحصل على أفضل عرض، في حين أن الأمر أصعب إذا استلزم زيارة كل موقع جغرافي مختلف فقط من أجل مقارنة بضائع كل شركة.

- وفي بعض الحالات وخصوصا مع المنتجات الرقمية مثل الكتاب الإلكتروني فإنها تمكن البائع من إرسال البضاعة إلى المشتري بسهولة.

- التجارة الإلكترونية تسمح للاشتراك في المزادات الافتراضية وتشجع المنافسة مما تعني خفض الأسعار.

ج - فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:

- تسمح التجارة للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية. ويستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت.¹

- تيسر توزيع الخدمات العامة من مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.

- تسمح للفرد بأن يعمل في منزله وتقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.

- تسمح التجارة الإلكترونية لبعض من البضائع ان تباع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع، يستطيعون شراء هذه البضائع مما يعني رفع في مستوى المعيشة للمجتمع ككل.

خامسا: مجالات ومعوقات ومتطلبات التجارة الإلكترونية

1-مجالات التجارة الإلكترونية:يتم تصنيف التجارة الإلكترونية إلى المجالات الأتية:

- **مجال المعلومات:** لقد حدث تطور كبير في استخدام التقنيات المعلوماتية والاتصالات وشكل تنمية واستخدام رأس المال المعلوماتي محورا رئيسيا في هذا التطور على اعتبار أن شبكات المعلومات و الإتصالات اللاسلكية تعد شكلا من أشكال رأس المال، وجاء الاهتمام بهذا الجانب استجابة للتحويل الذي طرأ على الاقتصاد المحلي نحو العولمة والتداول.

- **المجال المالي والمصرفي:** وهو من القطاعات المهمة التي حققت زيادة بين القطاعات في المجال الإلكتروني حيث سهل هذا القطاع تبادل وتدقيق المعلومات المالية والخدمات المصرفية كالتحويلات الخارجية وإرسال الحوالات المالية الخارجية والفواتير والمعاملات الداخلية من خلال الحكومة

¹ - بسام نور، مرجع سبق ذكره، ص 31-32-33.

الإلكترونية، وتسمى البنوك الإلكترونية أو الإنترنت ولقد أصبح أمر تقديم الخدمات المالية عبر شبكة الإنترنت في تزايد مستمر ففي بعض الدول أصبحت جميع المصارف تمتلك مواقع عمل الشبكة.

- مجال التجارة والأعمال: إن التجارة الإلكترونية تتيح لمنظمات الأعمال والشركات إمكانية الحصول على وسيلة أكثر فاعلية لتحقيق مستويات أعلى في الأداء وزيادة الإنتاج وتحقيق الأرباح ويمكن أن توفر التجارة الإلكترونية ميزات تنافسية عديدة للشركات، إذ يمكن أن تكون قنوات توزيع إضافية تتجاوز الحدود التقليدية وكذلك تقديم مزيجا من الإعلان والعلاقات العامة والترويج مما يسمح بتلبية أعدادا متزايدة من الزبائن وباستمرار.

- مجال الصناعة : يعتبر القطاع الصناعي مجال هام لتطبيقات الثورة التكنولوجية والاتصالات، ومن هذه التطبيقات التجارة الإلكترونية حيث نلاحظ أن القطاع الصناعي يعبر عن قدرة المجتمع على الإبداع وإنتاج سلع وخدمات تنافسية، وتقليل تكاليف الإنتاج وتحديد مسار التوزيع إضافة إلى الكثير من تطبيقات التجارة الإلكترونية في قطاعات عديدة أخر كقطاع الصحة من حيث الحصول على الخدمات والاستشارات الطبية إلكترونيا وقطاع التعليم من خلال تطوير ونشر نظام التعلم أو الدراسة عن بعد، إلى جانب قطاع التجارة مثل تجارة الكتب والمجلات التي يتم البحث فيها عن اسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة الأسعار وتتم عملية الدفع بطريقة إلكترونية إضافة إلى مجالات التوزيع والتصاميم الهندسية وغيرها من التطبيقات الإلكترونية.¹

2- المعوقات التي تواجه تعاملات التجارة الإلكترونية:

هناك العديد من المعوقات والقيود التي قد تواجه التجارة الإلكترونية في بعض الدول وتشمل الحواجز الاقتصادية، وتشمل عدم ملائمة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات واستخدامها، محدودية استخدام بطاقات الائتمان، بالإضافة إلى بعض الحواجز الاجتماعية والسياسية، وضعف الأطر القانونية والتنظيمية، والجهل بالتشريعات التي تنظم تلك التعاملات الإلكترونية، ويشمل ذلك أيضا عدم العدالة في المنافسة التجارية نتيجة وجود بعض القوانين الضريبية المطبقة على معاملات التجارة التقليدية وغير المطبقة على التجارة الإلكترونية، وبالتالي وجود جزء من الاقتصاد الرقمي غير مدرج في الاقتصاد الرسمي للدولة مما يؤثر على الحصيلة الضريبية.

كما تشمل العوائق المعرفية نقص المهارات والمستويات المتدنية في مجال الإلمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والوعي والمعرفة المتعلقة بتقنيات التجارة الإلكترونية، حيث تمثل مهارات استخدام التقنيات الحديثة الأداة الرئيسية للتجارة الإلكترونية. هذا بالإضافة إلى عنصر المخاطرة في التجارة الإلكترونية واختراق المواقع التجارية وعدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد والدفع الإلكتروني، والقصور في تطبيق قواعد حماية الملكية الفكرية.²

3-متطلبات التجارة الإلكترونية

لابد من توفر مجموعة من المتطلبات والأساسيات وإتمام التعاملات التجارية الإلكترونية ومنها ما يلي:

¹ صبيحة عبد اللاوي، تطور التجارة الإلكترونية حالة الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 علي لونيبي، دفاتر البحوث

العلمية، المجلد 9، (العدد1)، 2021، ص 694-695.

² أماني فوزي، واقع التجارة الإلكترونية في العالم في ظل قوانين تنظيم التعاملات الإلكترونية، المجلة الجنائية القومية، المجلد 63، العدد2، يوليو 2020، ص59.

أ. البنية التحتية الإلكترونية:

وتشمل البنية التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الإنترنت، ومن أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات وتشمل شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات من فاكس وهواتف ثابتة ومحمولة، وكذلك الحاسب الآلي وبرامج التطبيقات والتشغيل وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال والتجارة الإلكترونية، إضافة إلى توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الإلكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتهيأ البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية، ويعتبر انتشار الإنترنت عاملاً رئيساً في الدخول للتجارة الإلكترونية لأنها بمثابة القناة الإلكترونية أو السوق الإلكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية، كما أن انتشار الإنترنت يعتمد على توفر عناصر أساسية منها توفر أجهزه الحاسب الآلي الشخصي والهواتف والحاسبات المضيقة، وإمكانية الدخول إلى فضاء الإنترنت من خلال معرفة عدد المستخدمين والمشاركين والمستخدمين المحتملين للإنترنت.

ب - التشريعات والقوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية:

وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلائم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت، وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها. كما يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب مع التعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الإنترنت أو عبر البريد الإلكتروني، والشروط اللازمة لذلك وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف في دول مختلفة وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجارياً عبر شبكة الإنترنت وتشمل أيضاً هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، والجرائم الإلكترونية وتحديد مفهوم الضرر الناجم عن تلك الجرائم والتعامل مع التوقعات الإلكترونية ماهي إلا صيغة الإيجاب والقبول إلكترونياً .

ج - توفر الكوادر البشرية:

ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح الثورة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت، ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الإلكترونية ما يسمى بالإستعداد الإلكتروني، أي المجتمع القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكات الإنترنت. هذا ويمكن القول إنه لتعزيز نمو قطاع التجارة الإلكترونية وتلبية الطلب المتزايد في الأسواق، لابد من تنفيذ عدد المبادرات والاستراتيجيات من قبل أصحاب المصلحة والجهات المعنية وستساعد هذه الاستراتيجيات في التنوع الاقتصادي ودعم إجمالي الناتج المحلي، كما ستؤدي إلى خلق فرص عمل وجذب استثمارات ودعم زيادة الأعمال والابتكار، وتقوية الصناعات المحلية.¹

¹ أماني فوزي ، مرجع سبق ذكره، ص50-51.

المطلب الثاني: ماهية التهرب الضريبي

يعتبر التهرب الضريبي ظاهرة عالمية بالغة الخطر وهذا راجع للآثار السلبية التي تخلفها على الجانب الاقتصادي والاجتماعي وفعالية النظام الضريبي، ولتشخيص هذه الظاهرة لابد من معرفة مختلف جوانب التهرب الضريبي.

أولاً: مفهوم التهرب الضريبي

سننتظر من خلال هذا المطلب إلى بعض المفاهيم المتعلقة بالتهرب الضريبي بالإضافة إلى آثاره

1- تعريف التهرب الضريبي

يقصد بالتهرب الضريبي " استخدام الطرق الاحتيالية الفنية، والقانونية، والإدارية بقصد التخلص من دفع الضريبة. فيحاول بعض المكلفين التهرب من الضريبة كلياً أو جزئياً وبشتى الطرق والأساليب، كمنح معلومات غير صحيحة عن الدخل أو الزيادة في تقدير التكاليف الواجبة الخصم".¹

كما يمكن تعريفه بأنه " عملية يقوم بها الممول بهدف تخفيض الضريبة المستحقة عليه إما بصورة كلية أو جزئية من خلال إخفاء كل أو بعض عناصر المادة الخاضعة للضريبة، فهي عملية غير قانونية تتحقق بمخالفة القواعد القانونية السائدة وينجم عنها آثار سلبية على الحصيلة الضريبية، وعند اكتشافها يتعرض من يقوم بها للمساءلة القانونية في ضوء ما تقرره القوانين السائدة من عقوبات مالية وجنائية في هذا المجال، وهي تختلف بشدة عن عملية نقل العبء الضريبي التي تتم في إطار قانوني وأخلاقي ولا يكون لها تأثير سلبي على الحصيلة الضريبية".²

ويعرف أيضاً على أنه " عدم إقرار المكلف بدفع الضريبة، سواء من خلال تقديم بيانات مضللة، أو من خلال استعمال وسائل مشروعة أو غير مشروعة للإفلات من دفع الضريبة".³

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف التهرب الضريبي بأنه " محاولة المكلف التخلص من الضريبة سواء كلها أو جزء منها باستعمال كل الطرق القانونية والمشروعة جراء الثغرات القانونية التي تؤدي إلى انخفاض الإيرادات للخزينة".

2- آثار التهرب الضريبي:

تعتبر الضريبة أداة هامة تستخدمها الدولة لتحقيق عدة أهداف، والإخلال بالواجب الضريبي يؤثر على الدور المنوط بها، ومن بين هذه الآثار نذكر:

أ- الآثار الاقتصادية للتهرب الضريبي :

تعتبر الضريبة متغيراً اقتصادياً هاماً، لذلك يؤدي التهرب الضريبي إلى انعكاسات سلبية على الاقتصاد الوطني من عدة جوانب، بالنسبة للاستثمار فإن نقص إيرادات الدولة بسبب التهرب لا يسمح

¹ - أعدد حمود القيسي، المالية العامة والتشريع الضريبي، الطبعة الثامنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 147.

² - سعيد عبد العزيز عثمان، اقتصاديات الضرائب، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 134.

³ - محمد بودالي، التهرب الضريبي والسلوك الجبائي من منظور الوعي الاقتصادي السوي، شركة الأصالة للنشر، الجزائر، 2018، ص 58.

بتكوين إيداع عام، لذلك يحد قدرة الدولة على القيام بالمشاريع الاستثمارية التي تقتضيها التنمية، بالإضافة إلى ذلك فإن انخفاض معدلات الادخار يجعل الدولة تقلص حجم الإعفاءات الممنوحة في إطار ترقية الاستثمار، ويترتب على ذلك ركود اقتصادي متميز بارتفاع معدلات التضخم والبطالة.

كما يعمل التهرب الضريبي بالإخلال بقواعد المنافسة حيث تصبح المؤسسات المتهربة أفضل من تلك التي تؤدي واجباتها الضريبية، حيث يكون لها إمكانيات تمويلية هائلة تسمح بتحسين جهازها الإنتاجي وتقوية مكانتها في السوق.

كما تساهم ظاهرة التهرب الضريبي في توجيه الاقتصاد الوطني نحو إرساء إقتصاد غير رسمي أو ما يعرف بالاقتصاد الموازي والذي يحدث مشاكل عديدة تعرقل السير الحسن للاقتصاد الوطني.¹

ب- الآثار المالية للتهرب الضريبي:

يؤدي التهرب الضريبي إلى الإضرار بالخزينة العامة للدولة بحيث يفوت على الدولة جزءاً من الموارد المالية، ويترتب على ذلك عدم قيام الدولة بالإنفاق العام على الوجه الأكمل، بالتالي تصبح الدولة عاجزة عن أداء واجباتها الأساسية تجاه مواطنيها، وفي ظل عجز الميزانية تضطر الدولة للجوء إلى وسائل تمويلية أخرى كالإصدار النقدي واللجوء إلى الاقتراض، إلا أن ذلك الاتجاه قد يسبب مخاطر تمس الاستقلال المالي والاقتصادي للبلد المعني.²

ج- الآثار الاجتماعية للتهرب الضريبي:

يتسبب التهرب الضريبي في إضعاف أخلاق الجماعة، وفي إضعاف علاقة التضامن بين أفراد الأمة الواحدة، ويلاحظ أن زيادة الأعباء الملقاة على المكلفين غير المتهربين قد يدفعهم بدورهم إلى التهرب بسبب شعورهم بالغبن، وهكذا قد تشيع روح الغش في الجماعة.³

3 - أشكال التهرب الضريبي:

تشكل الضريبة عبئاً على المكلف، وهو ما يدفعه لمواجهة بكل الأنواع الممكنة ويكون استناداً لمشروعيته:

أ- أشكال التهرب الضريبي إستناداً لمشروعيته :

أ- 1-التهرب الضريبي المشروع:

يقصد به استغلال المكلف بالضريبة لبعض الثغرات القانونية بغية عدم الالتزام الضريبية، أي أن الشخص يتمكن من التخلص من التزاماته الضريبية وهذا دون أن يضع نفسه في مركز مخالف للقانون، ويكون ذلك ناتج عن سوء نية.

¹ - ناصر مراد، فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق، مرجع سبق ذكره، ص 162.

² - مرجع نفسه، ص 162.

³ - سليمان الدالي، رواد داود، دور التدقيق الضريبي في اكتشاف التهرب الضريبي، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد 37، العدد 1، سوريا، سنة 2015، ص 286.

كما يمكن للتهرب الضريبي المشروع أن يقع عن طريق تجنب الواقعة المنشئة للضريبة حيث أن المكلف يستعين بأهل الاختصاص من أجل معرفة طرق التخلص من الضريبة، فهم يقومون بتحويل الثغرات الموجودة في القانون لصالحهم دون أن يخالفوا قوانين التشريع الضريبي.¹

أ- 2- التهرب الضريبي غير المشروع (الغش الضريبي):

هو عبارة عن تهرب من الضريبة بطريقة غير مشروعة، أي بمخالفة مباشرة للقانون الضريبي، فهو تخلص من الضريبة وإعطاء عرض خاطئ للواقع، أو تفسير مضلل، ومن أجل ذلك يستعمل المكلف طرق الغش والاحتيال، مرتكبا بذلك جرائم مالية يعاقب عليها القانون.

وفي هذا المجال توجد عدة مظاهر للغش الضريبي تتمثل فيما يلي:²

- عدم تقديم المكلف القانوني تصريح ضريبي عن النشاط الخاضع للضريبة.
- إدخال السلع المستوردة من الخارج خفية، أي عدم التصريح بها لدى الجمارك حتى يتفادى الضريبة الجمركية.
- المبالغة في تقدير التكاليف الواجبة الخصم من وعاء الضريبة.
- هروب المكلف خارج البلاد.

ب- أشكال التهرب الضريبي استنادا لحجمه:

ب-1- التهرب الجزئي:

هو إخفاء جزء من أملاكه أو جزء من المخزونات التي في الواقع تخضع للضريبة ليعاد بيعها بعد ذلك في السوق السوداء. وأيضا هو محاولة المكلف التخلص من جزء من الضريبة المفروضة عليه وذلك عن طريق إخفاء جزء من نشاطه باستخدام أساليب مشروعة كإخفاء جزء من مبيعاته أو تسجيلها بأسعار مغلوطة تقل عن سعر بيعها الحقيقي .

ب-2- التهرب الكلي :

هو أن يتخلص المكلف بالضريبة بصفة كلية من دفع الضريبة المترتبة عليه باستخدام أساليب الغش والاحتيال ليكون خارج نطاق الضريبة، وهناك وسائل متعددة يلجأ إليها المكلف لتخلص من الضريبة المستحقة عليه كأصحاب المهن الحرة والسماصرة وأصحاب الحرف الذين لا يكون لهم مكتب محدد أو تصاريح مزاولة النشاط أو المهن التي لم يتم إدراجها في سجلات الضريبة .

ثانيا: أسباب التهرب الضريبي

إن كان المكلفون يجتهدون بشتى الطرق لتهرب من دفع الضريبة هذا راجع لعدة أسباب منها المتعلقة بالمكلف ومنها متعلقة بالنظام الضريبي.

¹ - علي زغدود، المالية العامة، الساحة المركزية بن عكنون الجزائر، الطبعة الثالثة، سنة 2005، ص 210.
² - مراد ناصر، فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق، مرجع سبق ذكره، ص 155-156.

1- الأسباب المتعلقة بالمكلف:

غالبا ما تعود أسباب التهرب إلى المكلف في حد ذاته، والتي تندرج في إطار اعتبارات نفسية وأخلاقية ومالية، منها:

- ضعف المستوى الخلقى : والذي يحفز الأفراد على التهرب من أداء الواجب الضريبي، فهو يتناسب عكسيا مع الشعور بالمسؤولية في تحمل الأعباء العامة.

- ضعف الوعي الضريبي: يعتبر ضعف الوعي الضريبي في المجتمع من أبرز أسباب التهرب الضريبي، بحيث نقص شعور الأفراد بواجباتهم تجاه الدولة يدفعهم إلى التهرب، وذلك لوجود بعض الاعتقادات الخاطئة عن الضريبة .

- الوضعية المالية السيئة للمكلف : تؤثر الحالة المالية للمكلف على التهرب الضريبي ونطاقه، بحيث نجد أن ميل المكلف نحو التهرب يزيد كلما زاد عبء الضريبة عليه وساء مركزه المالي .

2- الأسباب المتعلقة بالنظام الضريبي (القصور في النظام الجبائي):¹

يعتبر القانون سببا لظاهرة التهرب الضريبي، فالمشكل ليس في القوانين والتشريعات في حد ذاتها وإنما في القصور الذي يعترئها، فكلما كانت صيغة التشريعات الجبائية معقدة وغامضة كلما كان الأفراد أكثر استعدادا للتهرب من دفع الضرائب المفروضة عليهم.

وبالإضافة لتعدد التشريعات يبرز مشكل آخر قد يؤدي إلى تقادم هذه الظاهرة وهو تعدد الضرائب، فكلما كان النظام الضريبي يحتوي على عدد أكبر من الضرائب كلما زاد العبء الضريبي على المكلفين ما يزيد من احتمال تهربهم من دفع الضرائب.

ورغم الإصلاحات التي باشرتتها الحكومة الجزائرية في مجال الجباية إلا أنه هناك بعض النقائص التي لا تزال تلازم النظام الجبائي خاصة في ما يتعلق بالجباية المحلية والتي من مظاهرها:²

- عدم الفصل بين جباية الدولة والجباية المحلية .
- أيضا عدم منح الاستقلالية للبلديات في تسيير إيراداتها .
- تعدد الضرائب وتشتتها.

3- الأسباب المتعلقة بالإدارة الضريبية:

تعتبر الإدارة الضريبية أداة تنفيذ النظام الضريبي، لذلك كلما كانت هذه الإدارة ضعيفة الكفاءة والنزاهة كلما سهل التهرب الضريبي، وقد يرجع ضعف الإدارة الضريبية إلى:³

- نقص عدد الموظفين ونقص كفاءتهم المهنية .
- العدد الهائل للمكلفين الخاضعين للضريبة والملفات المعروضة للدراسة .

¹ - محمد بودالي، مرجع سبق ذكره، ص 64-65.

² - محمد بودالي، مرجع سبق ذكره، ص 66-67.

³ - حميد بوزيدة، جباية المؤسسات، الطبعة الثانية، الساحة المركزية، الجزائر، 2007، ص 43.

- صعوبة تقدير الوعاء الضريبي.
- تدني المرتبات وغياب المكافآت المحفزة مما يجعل الموظفين يتواطؤون مع المكلفين بمساعدتهم على التهرب مقابل مسك الرشاوي.

4- الأسباب الاقتصادية :

إن للأسباب الاقتصادية دورا مهما في عملية التهرب، فكلما كانت حالة المكلف الاقتصادية متدهورة إلى جانب الحالة الاقتصادية العامة، كلما كان التهرب الضريبي كبيرا. حيث أن للوضع الاقتصادي للمكلف انعكاسا كبيرا في أداء واجبه تجاه الضريبة، وإذا كان المكلف يتمتع بوضعية مالية جيدة، فإن ميله للتهرب من دفع الضريبة يكون ضعيفا وهذا نتيجة لقدرته على التسديد.¹

ثالثا : أساليب التهرب الضريبي:

يمكن أن يأخذ التهرب الضريبي أحد الأساليب التالية:

- 1- **التهرب في المستندات:** إن المستندات هي قرينة الإثبات التي يتم بموجبها القيد في الدفاتر المحاسبية، وتعد مستندات الشراء والبيع والمصروفات من أهم المستندات التي يجب على مراقب الدخل التحقق منها، ومن طرائق التهرب في المستندات ما يلي:²
 - **التهرب في مستندات الشراء:** إن عدم توفر مستندات الشراء لدى المكلفين للتحقق من صحة قيودهم في الدفاتر يدل على صورية مشترياتهم ، وتضليل مراقب الدخل عن طريق مستندات مفتعلة من قبل المكلف تمكنه من التلاعب والتهرب الضريبي.
 - **التهرب في مستندات البيع:** تعد مستندات المبيعات من المستندات التي يقوم التاجر بتحريرها وإصدارها داخليا، وبناءا على ذلك فإنه من السهل إصدار عدة مستندات لعملية واحدة بسهولة ويسر، وتختلف وسائل التلاعب في هذه المستندات كإصدار فواتير إحداها أصلية والأخرى مزورة أو وهمية، حيث تكون الأولى قد احتوت على الكمية والسعر الحقيقي والثانية احتوت كمية وهمية وسعر غير صحيح .
 - **التهرب في مستندات المصروفات :** تتعرض بنود المصروفات للزيادة، وذلك بتوزيع الأرباح عليها رغبة من المكلف في تضخيمها.
- 2- **التحايل على النصوص التشريعية:**
 - حيث يقوم المكلف بالتحايل على القوانين والنصوص التشريعية من أجل الاستفادة من وضعية جبائية معينة كالإعفاء أو التخفيض الضريبي، كأن يقوم مثلا بتغيير عقد كراء لمواطن عادي إلى عقد كراء لطالب جامعي من أجل الاستفادة من التخفيض أو الإعفاء من دفع الضريبة على الكراء، أو مثلا قيام المكلف بتسجيل سيارته الخاصة على أنها تابعة للمؤسسة لكي يستفيد من الامتلاك.³

¹ - سميرة بو عكاز، مرجع سبق ذكره، ص 34.

² - سليمان الدالي، مرجع سبق ذكره، ص 287.

³ - محمد بودالي ، مرجع سبق ذكره، ص 63.

3-تضخيم التكاليف :

- ينص التشريع الجبائي على خصم التكاليف التي تثقل كاهل المكلف شريطة أن تدخل مباشرة في مصاريف عملية الاستغلال، فمثلا يتم تشكيل ملفات لعمال وهميين، وأيضا يمكن للمكلف إدراج مصاريف البنزين لسيارة المؤسسة ضمن الأعباء، لكن لا يمكنه بأية حال إدراج مصاريف البنزين لسيارته الخاصة ضمن هذه الأعباء، لكن بعض المكلفين ينتهزون هذا الحق لصالحهم لإدخال مصاريف ليست لها علاقة بالنشاط الذي تمارسه المؤسسة أو المبالغة في تضخيم التكاليف، وذلك لتخفيض قاعدة حساب الضريبة (الأرباح المحققة) قدر الإمكان.¹

4-تخفيض الإيرادات:

- حيث يتم تخفيض سعر مبيع السلع والخدمات كل ما أمكن ذلك، فسهولة تزوير الفواتير تسهل هذه العملية إلى حد كبير، ويلجأ لهذه الطريقة مستوردو السلع ، حيث الكمية المستوردة موثوقة لدى المالية في بياناتهم.²

ويعد هذا النوع من التهرب الأكثر شيوعا، فتعد هذه الطريقة تقليدية يتبعها المكلف للتخلص من الضريبة ويلجأ إلى تخفيض إيراداته، وهذه الطريقة غالبا ما تعتمد من طرف المكلفين الخاضعين للنظام الحقيقي، الذين هم مجبرين على مسك محاسبة حقيقية، ويظهر هذا التخفيض عن طريق الشراء بدون فواتير والبيع بدون فواتير نقدا، أي أن عمليات البيع لا تتم عن طريق الحسابات المصرفية لكل من المورد والزبون مع إمكانية مرورها بالمؤسسات المصرفية، وهذا يؤدي إلى تسجيل عمليات بيع أقل مما هو محقق فعلا.

المطلب الثالث: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

إن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية من الأمور المهمة والتي حظيت بإهتمام كبير من قبل أغلب الباحثين في الشأن الإقتصادي بسبب وجود إتجاهين لدول العالم.
أولا: إشكاليات الجانب النظري للمحاسبة الضريبية في بيئة التجارة الإلكترونية :
تتمثل في غياب المفاهيم وقواعد حساب الوعاء الضريبي التي تأخذ في الحسبان الطبيعة الراديكالية الجديدة للتجارة الإلكترونية، إذ يتطلب ذلك تصميم وإقرار نظام تحاسب ضريبي لعمليات التجارة الإلكترونية أو تطوير نظام التحاسب الضريبي ليشمل عمليات التجارة الإلكترونية.

1-أنواع الضرائب على التجارة الإلكترونية:³

على الرغم من الصعوبات التي يطرحها موضوع الضرائب على التجارة الإلكترونية، إلا أنه لإعتبارات عديدة لا يمنع من البحث في ماهية الصور الضريبية التي يمكن أن تفرض دخل التجارة الإلكترونية، ويمكن القول أن هناك نوعين من الضرائب يمكن البحث في فرضهما.

أ. الضرائب الإلكترونية:

وهي صورة مستحدثة من الضرائب تعتمد المفاهيم الإلكترونية وبشكل يتفق ومقتضيات التجارة الإلكترونية وتعد وسيلة يمكن اللجوء إليها لمنع أو إيقاف ما يسمى (نزيف الموارد المتحققة عبر التجارة

¹ - محمد بودالي، مرجع نفسه، ص62.

² - سليمان الدالي، مرجع سبق ذكره، ص287.

³ شجاع عوض ذعار زبيد، تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب، المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الخامس، العدد خمسون، 2022، ص 856-855.

الإلكترونية) الذي لم نستطع أغلب الدول السيطرة عليها وتنظيم عملها وفقا لتشريعاتها الداخلية، إلى جانب فرضها يؤدي إلى المساواة في الخضوع للضرائب فليس من المساواة أن تفرض الضرائب وتحصل من أرباح الأعمال التجارية التقليدية وعدم تحقق ذلك تجاه من يحقق أرباحا تجارية باستخدام طرق التجارة الإلكترونية وعاء الضريبة، ويتمثل في الوحدات الرقمية التي تشكل في مجموعها المعلومات والصفقات والمعادنات والبرامج التي تتداول عبر وسائل الاتصال المتطورة.

وتشبه هذه الضريبة ما تفرضه العديد من الدول من ضرائب على استخدام الطرائق الخارجية، التي يكون وعائها الأموال والأصول المادية كالطرق والجسور والأراضي التي تمر عليها وسائل النقل المختلفة، إذ تفرض الضريبة على الأموال والأصول غير المادية (الوحدات الرقمية) ويتحدد سعر الضريبة إستنادا إلى كل وحدة رقمية متداولة.

قد أيدت اللجنة الأوروبية المشكلة لمناقشة فرض الضرائب الإلكترونية عام 1998 هذا النوع من الضرائب وأوصت باعتمادها ويكون سعرها نسبيا أو تصاعديا ويتحدد ذلك طبقا لمعايير عديدة:

- فيما يتعلق بخطوط الاتصالات الدولية تفرض الضريبة على أساس نسبة من التدفقات الرقمية بين نقطتي الاتصال.

- إذا كانت الخطوط التي تنتقل منها الوحدات الرقمية (التي تتكون منها المعلومات) مؤجرة فتكون الضريبة بسعر ثابت على أساس الوحدة الرقمية للطاقة المحملة ضمن الخط الذي جرى تأجيله.

- إن كان خط الإتصال داخليا تفرض الضريبة بسعر تصاعدي بأحد بالاعتبار متوسط إجمالي التدفقات الرقمية بالنسبة لكل نقطة تحويل محلية

إن هذه الضريبة وعلى وفق ما ينادي فيها تعتبر مقابلا للتكلفة الحدية للتزاحم الناتج عن النفاذ غير الرشيد للاتصالات الإلكترونية، وتعد حافزا لممارسة الرقابة الإدارية بالنسبة للأنشطة المحققة عبر الإنترنت التي يقوم فيها العاملون في المنشأة مما ليس له علاقة بمجال العمل وقد تعرضت هذه الضريبة إلى العديد من الانتقادات أهمها أنها، لا تأتي حصرا على الوحدات الرقمية الخاصة بالتداولات التجارية، إذ أن الاتصالات تكون متعددة الأغراض منها التجاري ومنها خلاف ذلك ويضاف إلى ذلك ما يمكن أن تشكله من إعاقة لنمو التجارة الإلكترونية إلى جانب ما تثيره من صعوبات تتعلق بماهية الجهة التي تتولى تحصيل الضريبة فهل الحصيلة حكر على الجهة التي حصلت عليها أم يجري توزيع العوائد بين الدول المختلفة التي جرت عبرها الاتصالات الدولية.

ب - الضرائب التقليدية:

وهذا الاتجاه يدعو إلى اقتراح فرض الضرائب المطبقة فعلا والمستقر معايرها وأنظمة تطبيقاتها وتحصيلها إلى جانب إمكانية إيجاد الحلول لل صعوبات التي قد تنشأ إن طبقت على التجارة الإلكترونية.

- الضريبة على الاستهلاك يكون محل هذه الضريبة على استهلاك السلع من خلال إنفاق الدخل الذي يحصل عليه أصحابه من التعاملات الخفية عبر شبكة الإنترنت ويمكن فرض هذه الضريبة باعتماد أسلوب الشركات الوسيطة بمعنى أن تقوم الشركات المزودة لخدمة الاتصال بشبكة الإنترنت بمحاسبة عملائها عن التعاملات التجارية التي يقومون فيها من خلال وسائل المراقبة الخاصة بالرقم السري لكل مشترك في الحصول على خدمة الإنترنت، وتتولى الشركة عملية توريد مقدار الحصيلة للدولة، وعلى

الرغم كون هذه الضريبة سهلة التحصيل للإدارة الضريبية إلا أنها تؤدي إلى مخالفة قوانين الخصوصية التي توفرها الشركات المزودة لخدمات الإنترنت، إلى جانب زيادة الأعباء على المستهلك الذي يدفع ثمن السلعة وقيمة الضريبة وقيمة الاشتراك للدخول إلى الإنترنت.¹

- الضريبة على المبيعات وتعد من أهم أنواع الضرائب غير المباشرة لما تتميز فيه من سهولة الفرض والتحصيل وقد طبقت هذه الضريبة بعض الولايات المتحدة الأمريكية كضرائب محلية واستندت في ذلك لأحكام المحاكم الأمريكية التي عدت الشركة التي تباع البرامج الجاهزة موجودة في الولاية التي تحصل فيها على مقابل لاستعمال بعض حقوقها داخل الولاية كاسمها التجاري أو علامتها التجارية، مما يعني منح حق للولاية في تحصيل الضريبة من مبيعات هذه الشركة داخل الولاية والتي يجري بيعها عبر شبكة الإنترنت.

- يعني حق منح الحق للولاية في تحصيل الضريبة من مبيعات هذه الشركة داخل الولاية والتي يجري بيعها عبر شبكة الإنترنت الضرائب الجمركية وتعتبر من أكثر الضرائب ملائمة للاستعمال من قبل النظم الضريبية لدخل التجارة الإلكترونية، فرغم أن السلع والخدمات قد تكون رقمية أو غير رقمية إلا أن هناك نسبة كبيرة من السلع غير رقمية يجري تداولها عبر الإنترنت من خلال إجراء التعاقدات ودفع المقابل إلا أنها تبقى معتمدة على الطرق التقليدية في النقل وتسليم السلع فهي تخضع للضريبة لذات الاعتبارات التي تخضع لها إي سلعة أخرى تعبر الحدود أو الخط الجمركي.

ثانياً: التهرب والصعوبات الضريبية في التجارة الإلكترونية

في الآونة الأخيرة تطورت الأنشطة الاقتصادية وتميزت باتجاه جعل الأسواق التجارية أسواقاً عالمية بالاعتماد على التطور الهائل في شبكات الإنترنت وتكنولوجيا الاتصالات الدولية، وهذا التطور أدى إلى الكثير من الصعوبات في فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، التي تميزت أما بعمليات تبادل للسلع والخدمات التي تتعدى الحدود الدولية وتستطيع الدول من خلال إدارتها الضريبية من فرض الضريبة عليها.

لذلك فإن مشكلة التهرب الضريبي أصبحت أمراً سهلاً مع التسارع الحاصل في التطور التكنولوجي مع عدم وجود رقابة من قبل الحكومات على مستخدمي شبكة الإنترنت، وبالتالي فإن العديد من العمليات التجارية لا تخضع للضريبة ويمكن إيجاز أهم الصعوبات التي تؤثر على جباية الضرائب وتسهل من التهرب الضريبي وهي كالاتي :

1- صعوبة تحديد هوية المكلفين للتجارة الإلكترونية:

من أهم التحديات التي تواجه الدول هي عدم وجود آليات محددة لإخضاع التجارة الإلكترونية للقواعد الجبائية ويرجع ذلك إلى صعوبة تحديد هوية المتعاملين، إذ لا يرى طرفي المعاملات الإلكترونية أحدهما لآخر لذلك قد يستغلون ذلك لأغراض التهرب الضريبي، بحيث يلجئ أغلب طرفي المعاملات الإلكترونية إلى عدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية كما أن هناك الكثير من المنتجات الرقمية مثل الصور الفوتوغرافيات، التسجيلات الصوتية، الاستشارات الطبية والمالية والخدمات التعليمية، ويمكن الحصول عليها مباشرة من الإنترنت، مما يشكل صعوبة في فرض الضريبة على هذه المنتجات وبالتالي تساعد على التهرب الضريبي.

¹ شجاع عوض ذعار زبيد، مرجع سبق ذكره، ص 856

كما أصبح بإمكان اغلب الشركات إنشاء متجر افتراضي على الإنترنت وعرض منتوجاتها بحيث يستطيع الزبائن أن يتجولوا في هذا المتجر ويستفسروا عن أسعار وأنواع السلع المعروضة وطرق الشحن والدفع التي يفضلونها، إن هذا الأمر يثير إشكالية أخرى هي هل بالإمكان اعتبار هذا¹ المتجر الافتراضي كمنشأة ثابتة يمكن الاعتماد عليها كأساس للإستناد الجبائي أم لا، ومع هذه الصعوبة فإنه ليس من السهل تحديد من يجب عليه دفع الضريبة أو تحصيل الأموال.

2- عدم القدرة على الاطلاع:

من الصعوبات التي تفرضها التطورات التكنولوجية عدم قدرة إدارة الضريبة على الاطلاع نتيجة الإمكانيات التي تتوافر للمنشأة في تغيير بياناتها أو إخفائها للطرق الإلكترونية في الوقت الذي تعد فيه بيانات ضريبية على الشاشة لأغراض معاونة الممولين على تجنب الضريبة يتعذر على إدارة الضريبة الوصول إلى هذه البيانات بفرض ربط الضريبة.

3- صعوبة الفحص:

تثير التقنية التكنولوجية التي توفر نوعا جديدا من الوثائق وأدلة الإثبات ووسائل أداة الحقوق مشكلات قانونية، تتعلق بمدى جواز الاعتداد بهذه المخرجات كأدلة إثبات ضريبية والتحصيل الضريبي.

4- صعوبة جباية الضرائب:

بسبب صعوبة متابعة هذه الصفقات حيث يمكن إبرام الكثير منها عبر شبكة الإنترنت دون تسجيلها في دفاتر الممولين، كما يستحيل على الإدارة الضريبية إفتاء أثر المنتجات الرقمية حاليا لا يدفع المشتري عبر الإنترنت أي ضرائب، حيث أن ضرائب المبيعات تجنى بمعرفة البائع عند نقطة البيع وهذا إلى جانب تعطيل دور الوسطاء في التجارة الإلكترونية.²

ثالثا: مدى إمكانية فرض ضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية

إلى سهولة إبرام الصفقات وتنفيذ العقود سواء تلك المتعلقة بشراء السلع أو توصيل الخدمة عبر الوسائط الإلكترونية حيث لم تعد هناك حاجة لإنتقال بائع السلعة المقيم في دولة معينة إلى مشتريها والمقيم في دولة أخرى فما على المشتري سوى الإطلاع على عرض البائع عبر شبكة الإنترنت ومن خلال إجراء حوار مشترك بينهما يصلان من خلاله إلى عقد صفقة معينة وبالتالي فإن البائعين يمكن أن يستغلوا الوضع الضريبي الذي لم يتناول قواعد أو معايير أو تشريعات تفرض على التجارة الإلكترونية ويحققوا أرباحا طائلة ويجنبوها من الخضوع للضريبة.

1- تعامل ضريبي للصفقات والمعاملات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية والأرباح الناتجة عنها وفقا للاتية:

أ - الصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية المحلية تخضع أرباحها للضريبة الموحدة على دخل الأشخاص الطبيعيين أو الضريبة على أرباح شركات الأموال حسب الأحوال.

¹ م عمار ياسين كاظم، التهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية مع الإشارة للتجربة في العراق، جامعة ديالي، كلية القانون، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد9 العدد(2)، 2020، ص394-395.

² سامية أحمد سمل، تهاني أبو القاسم أحمد، تحديات الحساب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية، (دراسة ميدانية على ديوان الضرائب في السوداني)، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، المجلد 19 العدد (2)، 2021، ص22.

ب - بالنسبة للصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية الخارجية فإنها إما أن تكون في صورة صادرات أو واردات، وهي تخضع للضريبة الجمركية والضريبة العامة على المبيعات.

2- أهم المشاكل المؤثرة في النظام الضريبي:

يتمثل في كون التجارة الإلكترونية غير منظورة ومن ثم يسهل تهريب عوائدها والصعوبة في تتبع وفهم هذه التجارة وصعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي لها، وعدم وضوح المبدأ الضريبي واجب التطبيق وحدث ازدواج ضريبي دولي في حالة تطبيق القواعد التقليدية.

3- التأكد من صحة الصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية وذلك بإتباع الإجراءات التالية:

أ- إتباع الأساليب الخاصة بالمراجعة الإلكترونية وفحص ومراجعة المستندات المؤيدة لتلك الصفقات الموجودة لدى البائع أو المشتري والتأكد من إثباتها إلكترونياً ضمن حسابات المنشأة

ب - التحقق من دخول أو خروج البضاعة موضوع هذه الصفقات من مخازن البائع إلى مخازن المشتري وتتبعها.

ج - بالنسبة للصفقات التي يتم تنفيذها من خلال التجارة الإلكترونية ويتم تسليمها إلكترونياً عبر الشبكة دون مرورها على المنافذ الجمركية فإن مراجعتها وفحصها تحتاج إلى دقة متناهية للتحقق من صحتها، وذلك بالإطلاع على شهادات من البنوك والمؤسسات المالية التي تتعامل معها المنشأة، وتتبع التحويلات المالية أو الإلكترونية أو عن طريق بطاقات الإئتمان التي تتم بين المنشأة والغير من معاملات خاصة بالتجارة الإلكترونية في فترة موضوع الفحص.

د- الإطلاع على مصادقات صادرة من الموردين والعملاء الذين تعاملت معهم المنشأة من خلال الفترة عبر التجارة الإلكترونية توضح طبيعة وقيمة هذه المعاملات بالتفصيل.

4- تفرض السيادة الضريبية للدولة في إطار مبدئي إقليمية الضريبة وعالمية الإيراد وفقاً لمبدأ

الإقليمية: تفرض الدولة الضريبة على الدخل الذي يتحقق من مصادر داخل إقليمها بغض النظر عن جنسية الممول، أما مبدأ عالمية الإيراد تفرض الضريبة على الدخل الذي يحققه الممول الذي ينتمي إلى الدولة أو يكون مقيماً فيها بغض النظر عن مصدر تحقق الدخل.

5- يجب الجمع بين مبدأ إقليمية الضريبة وعالمية الإيراد عند فرض ضريبة على أرباح الصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية.¹

¹ خالد بداح السهلي، مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية من وجهة نظر مديري وفاحصي الضرائب في دولة الكويت، رسالة ماجستير، قسم المحاسبة كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، ص 61-62.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة ومناقشتها

سننظر في هذا الجزء إلى أهم الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي، فبعض الأبحاث والدراسات أشارت إلى أن التكنولوجيا و الابتكارات يمكن أن تساهم في التقليل من التهرب الضريبي.

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

1-دراسة خالد بداح السهلي(2011)"مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية من وجهة نظر مديري وفاحصي الضرائب في دولة الكويت" رسالة ماجستير في المحاسبة، قسم المحاسبة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011/05/29.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في دائرة الضريبة الكويتية من وجهة نظر مدراء ومقدي الضرائب ولتحقيق هذا الهدف فإن الباحث تعامل مع نوعين من البيانات هما البيانات الثانوية والبيانات الأولية، والتي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية وباستخدام استبانة خطية وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي (spss).

2-دراسة محمود محمد الدمرداش(2020)"مكافحة التجنب الضريبي لأنشطة الإقتصاد الرقمي في النظام الضريبي المصري والسعودي بالتركيز على قانوني ضريبة الدخل والقيمة المضافة"مقالة 8، جامعة الأزهر، المجلد6، ص1-141.

تناولت هذه الدراسة مكافحة التجنب الضريبي لأنشطة الإقتصاد الرقمي في النظام الضريبي المصري والسعودي بالتركيز على قانوني ضريبة الدخل والقيمة المضافة وقد استهدفت هذه الدراسة إلى تعزيز آليات مكافحة التجنب الضريبي وتفعيل ضريبيتي الدخل والقيمة المضافة على أنشطة الإقتصاد الرقمي في مصر والمملكة العربية السعودية، وافترضت الدراسة أن الفجوة الرقمية وتباين التركيز السوقي للمنصات الرقمية العالمية، تؤثران سلبا على توزيع القيمة المضافة وتآكل أوعية الضريبة وتلحق الضرر بالإيرادات العامة في الكثير من دول العالم، ولتحقيق هدف هذه الدراسة قام الباحث بإتباع الأسلوب التحليلي القائم على المنهج الإستقرائي والمقارن مستعينا في ذلك بالمراجع والإحصاءات الحديثة والتشريعات المقارنة.

3-دراسة م.م. عمار ياسين كاظم(2020)"التهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية مع الإشارة للتجربة في العراق" مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية القانون والعلوم السياسية، جامعة ديالى، مج09، 2020.

تناولت هذه الدراسة موضوع التهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية مع الإشارة للتجربة في العراق، حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي لتعريف بموضوع التهرب الضريبي وأسبابه وطرق معالجته، وبموضوع التجارة الإلكترونية والمشاكل والصعوبات التي تواجهها، وقد توصل إلى عدة نتائج أبرزها: أن قدم التشريعات الضريبية والإجراءات الروتينية والمعقدة وغياب الوعي الضريبي هي التي خلقت الفجوة بين المكلفين بدفع الضريبة والإدارات الضريبية، وبالتالي لعبت دورا بارزا في التهرب الضريبي خاصة مع تزايد العمل بالتجارة الإلكترونية.

4- دراسة سامية أحمد سمل،تهاني أبو القاسم أحمد "تحديات التحاسب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية دراسة ميدانية على ديوان الضرائب السوداني" مجلة الباحث الإقتصادي، جامعة حائل_جامعة ام درمان الإسلامية، مجلد09،ص ص 13-31

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تحديات التحاسب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية، حيث استهدفت تحديد مستوى تطبيقات التجارة الإلكترونية وتحديد المشاكل الضريبية المدركة من قبل الشركات التي تطبق التجارة الإلكترونية، ولتحقيق هدف البحث اتبع الباحثان المنهج الإستنباطي في تحديد طبيعة مشكلة البحث، وتحديد المحاور الأساسية للبحث كما اعتمدا أيضا على المنهج الوصفي من خلال أسلوب دراسة حالة للوقوف على تحديد المشاكل الضريبية في التجارة الإلكترونية، وكيفية التغلب عليها، وقد توصلا إلى عدة نتائج أبرزها: تتمثل أنواع التجارة الإلكترونية في: من مؤسسة أعمال إلى مستهلك من مستهلك إلى مستهلك، والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال وأخيرا التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمنظمات الحكومية.

5-دراسة مروان أبو هلال، شيرين شعبان(2022)"التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي من وجهة نظر موظفي الضرائب-فلسطين" المجلة العربية للإدارة، جامعة القدس المفتوحة مجلد42، يونيو2022

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي من وجهة نظر موظفي الضرائب-فلسطين،استهدفت التعرف إلى التجارة الإلكترونية ومدى فرض ضريبة على تعاملات التجارة الإلكترونية، والتعرف على المشكلات والحلول لفرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية، والتهرب الضريبي، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق تلك الأهداف ومصادر البيانات منها المصادر الأولية تتمثل في إعداد استبانة خاصة ومصادر ثانوية تتمثل في الرجوع إلى المعلومات والبيانات والأدبيات المتصلة بالدراسة،وأظهرت الدراسة العديد من النتائج منها: وجود مشكلات تتمثل بتعقيدات في النظام الحلي، وتداخل القوانين الضريبية، وضعف الجهات الرقابية على التجارة الإلكترونية.

6-دراسة شجاع عوض ذعار زبيد(2022)"تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب" المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الخامس، 2كانون الأول2022.

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب،استهدفت تحديد مدى تأثير التجارة الإلكترونية على أنظمة المحاسبة الضريبية، حيث استخدم الباحث أساليب التحليل الإحصائي لمعالجة البيانات، وتم التوصل الى عدة نتائج أبرزها: زيادة في الضرائب وتحديث التشريعات الضريبية وكذلك تطوير جمع الضرائب.

7-دراسة آيت أحمد لعامرة أحمد، علاو شهرزاد "آليات الإخضاع الضريبي لأنشطة التجارة الإلكترونية ونتائج تطبيق الأنظمة المنفردة-عرض لتجارب دولية" مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، مجلد19، ص307-328.

هدف هذا البحث دراسة آليات الإخضاع الضريبي لأنشطة التجارة الإلكترونية التي تبنتها مجموعة من الدول وتطورها من مرحلة لأخرى بالإضافة إلى تبين أثرها على المستوى المحلي وكذا الدولي، ولتحقيق هذه الأهداف قام الباحث بدراسة مجموعة من التجارب في جباية أنشطة التجارة

الإلكترونية لدول رائدة في هذا المجال وأخرى في طريق النمو، وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن التطور الذي وصلت إليه أنشطة التجارة الإلكترونية في مختلف أنحاء العالم أدى إلى ضرورة التفكير والتدخل السريع لفرض ضرائب عليها مثلها مثل الأنشطة التقليدية.

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية

8-Josep M.Argilés-Bosch(2020)"An empirical examination of the influence of ecommerce on tax avoidance in Europe"Journal of International Accounting Auditing and Taxation,volume41.

تناول هذا البحث دراسة تجريبية لتأثير التجارة الإلكترونية على التهرب الضريبي، حيث يقدم تحليلاً تجريبياً لتأثير ممارسات أعمال التجارة الإلكترونية على التهرب الضريبي، وباستخدام عينة من الشركات الأوروبية الأم العاملة في صناعة تجارة التجزئة من 22 دولة مختلفة، وجدنا أدلة تجريبية على أن شركات التجارة الإلكترونية تتجنب الضرائب بشكل أكبر من الشركات التقليدية. ومع ذلك، نظراً لأن الشركات الأخيرة سعت بشكل متزايد إلى تجنب دفع الضرائب خلال الفترة المدروسة، فقد تم التوصل إلى عدة نتائج من بينها: أن الشركات التجارة الإلكترونية تتجنب الضرائب بشكل أكبر من الشركات التقليدية.

9-Sry Mulyani, Suparno Suparno(2023)"Regulation and Compliance in Electronic Commerce Taxation policies: Addressing Cybersecurity Challenges in the Digital Economy" International Journal of Cyber Criminologie,vol17,pp133-146.

هدف هذا البحث إلى التعرف على اللوائح و الامتثال في سياسات فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، حيث تكشف السياسات الضريبية عبر البلدان عن التفاوتات التي يمكن لمجرمي الأنترنت إستغلالها للإستفادة من تطور قطاع التجارة الإلكترونية، استخدم هذا البحث المناهج القانونية والمقارنة المعيارية وتصميم البحث النوعي للحصول على فهم شامل لقضايا الضرائب على التجارة الإلكترونية. وقد تناولت اللوائح الحالية وتحديات الامتثال في سياسات ضرائب التجارة الإلكترونية وركزت على معالجة التحديات الأمنية في الإقتصاد الرقمي في إندونيسيا. وقد تم التوصل إلى نتائج منها: أن السياسات الضريبية تتمتع بتأثير كبير على إمتثال دافعي الضرائب وهو مجال يشمل صناعة التجارة الإلكترونية.

10-Konrad Rackowski(2015)"Measuring the tax gap in the European economy" Journal of Economics and Management,vol21,p59-70

تناولت هذا الدراسة قياس الفجوة الضريبية في الإقتصاد الأوروبي، حيث استهدف الكشف عن منهجية دراسة الفجوة الضريبية وحسابها لجميع دول الإتحاد الأوروبي خلال الفترة 2011-2014، تقيس هذه الدراسة الفجوة الضريبية الناجمة عن التجارة الإلكترونية في الهند، وقد استخدم تحليل البيانات من 2011 إلى 2014 والمقارنة، وتم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها: قد تبين أنه من أجل توضيح حجم الفجوة الضريبية في ولاية معينة وبشكل أفضل ومقارنة، فمن الأهمية بمكان التحقيق فيها ضمن منهجيات مماثلة قد تكون إحداها طريقة غير مباشرة أوضحها المؤلف والتي تعتمد على نتائج البحث في إقتصاد الظل وفق الطريقة MIMIC.

11- Xavier linant DE Bellefonds(2005)"La commerce électronique et la tva: Enjeux et pour les administrations fiscales "Le Droit De commerce électronique,p110-118

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، حيث ناقشت التحديات التي تواجهها سلطات الضريبة في تحصيل ضريبة القيمة المضافة من التجارة الإلكترونية، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بإتباع أسلوب التحليلي لنماذج و الإحصائيات، وقد إقترح إلغاء الضريبة على إستهلاك وحدات المعلومات "ضريبة bit" على نموذج مقترح من Arthur Cordell.

12- Pascal Perez(2014)"L'impact du commerce électronique sur la fraude fiscale" Après-Demain,N°29,p37-39

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التجارة الإلكترونية على الإحتيال الضريبي في فرنسا، حيث شركات الأنترنت التي بنيت منذ البداية على نموذج لتحسين الضرائب تمثل اليوم أقاليم بلا دولة، وتتنافس مع الدول من خلال عروض الخدمات العامة البديلة، وفي مواجهة هذا التآكل في رأس المال وتراجع دورها تضطر الحكومات إلى تكييف ضرائبها مع الأنشطة الرقمية، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بإستخدام أسلوب تحليل المعلومات والإستبيانات.

13-Dodero Galvez, Stephany del Rocio(2020)"E-commerce y Su Impacto En la evasión Tributaria en los comerciantes pertenecientes"Para optar el titulo profesional de contador Publico, unversidad Peruana de ciencias Aplicadas.

نسعى في هذا البحث إلى تحديد التأثير الضريبي الحالي بين التجارة الإلكترونية التي يقوم بها التجار المنتمون إلى RER، الذين يعملون ضمن صالات سوق كوفيد الثلاث و التهرب الضريبي الذي يحدث في الأعوام 2020 و 2021 و 2022. ومن خلال هذه الأطروحة سيتم تطوير بحث تصميمي غير تجريبي ذو نطاق توضيحي ، حيث يسعى إلى الملاحظة ودراسة العينة من أجل إثبات وجود تهرب كبير في التجارة الإلكترونية، وفيما يتعلق بالمنهجية المستخدمة، تم إجراء تحقيق كمي ونوعي. من ناحية، إستخدام مصادر مختلفة للمعلومات والمقابلات وإجراء مسح لجميع البيانات التي يمكن تحليلها في برنامج (spss).

المطلب الثالث: مناقشة الدراسات السابقة

لقد جاءت هذه الدراسة اعتمادا للدراسات السابقة والتي تناولت موضوع التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي، حيث استهدفت عينة مستخدمي مصلحة الضرائب ومستخدمي مديرية التجارة لقياس مدى دور التجارة الإلكترونية في رفع نسبة التهرب الضريبي، إذ نجد أن الدراسات السابقة تناولت العديد من المواضيع وركز البعض منها على مدى فرض الضريبة على التعاملات الإلكترونية والبعض الآخر على تأثير التجارة الإلكترونية على التهرب الضريبي والتحديات الضريبية التي تواجه التجارة الإلكترونية، في حين أن الدراسة الحالية جاءت لفهم جميع الجوانب المؤدية لرفع نسبة التهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية.

ويمكن توضيح مميزات الدراسة الحالية بالمقارنة بالدراسات السابقة من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (1.1): مميزات الدراسة الحالية مقارنة بالدراسات السابقة

المجال	الدراسات السابقة	الدراسة الحالية
هدف الدراسة	<p>تعددت أهداف الدراسات السابقة بتعدد مواضيعها حيث هدفت إلى:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ إستعراض آليات التجنب الضريبي ذات الصلة بلاقتصاد الرقمي والجهود الدولية لمواجهة هذا التجنب. ■ معرفة التجارة الإلكترونية و مدى فرض الضريبة على التعاملات الإلكترونية. ■ إبراز المشاكل الضريبية المدركة من قبل الشركات التي تطبق التجارة الإلكترونية. ■ تحديد مدى تأثير التجارة الإلكترونية على أنظمة المحاسبة الضريبية. ■ معرفة تحديات التحاسب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية. ■ تحديد الثغرات في القوانين والتشريعات الضريبية. 	<p>هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة أنشطة التجارة الإلكترونية في رفع نسبة التهرب الضريبي، ومدى فعالية النظام التقليدي في متابعة ورصد هذه الأنشطة.</p>
مجتمع الدراسة	<p>تعددت مجتمعات الدراسات السابقة منها: تجار التجارة الإلكترونية، أصحاب الشركات التي تقدم خدمات التجارة الإلكترونية، المستثمرون في التجارة الإلكترونية، العاملين في الضرائب، المتعاملون عبر الأنترنت لشراء السلع والخدمات...إلخ.</p>	<p>اقتصر مجتمع الدراسة الحالية على: المستخدمين في مديرية الضرائب، المستخدمين في مديرية التجارة.</p>
المواضيع المعالجة	<p>عالجت العديد من المواضيع منها:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ كيفية تأثير الرقمنة والتجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي. ■ استكشاف التحديات والتشريعات القانونية التي تواجه الحكومات في تطبيق الضرائب على التجارة الإلكترونية. ■ تقديم بعض الحلول في السياسات الضريبية لتعزيز النظام الضريبي. ■ مدى فرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية. 	<p>عالجت موضوع واحد وهو دور التجارة الإلكترونية في رفع نسبة التهرب الضريبي، وذلك من خلال معرفة أسباب التي أدت إلى زيادة التهرب الضريبي وتقديم توصيات للسياسات العامة استنادا إلى النتائج والميزات التي تم اكتشافها.</p>
بيئة الدراسة	<p>جرت في العديد من الدول منها: فلسطين، العراق، السودان، الكويت، مصر، تونس، السعودية</p>	<p>الجزائر</p>

المصدر: من إعداد الطالبتين

خلاصة:

تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري لمتغيرات الدراسة المتمثلة في التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي ومن خلال عرض المعلومات المتعلقة بهذه المتغيرات تم التوصل إلى ما يلي:
تعتبر التجارة الإلكترونية عملية بيع وشراء وتسويق التي تتم عبر الأنترنت، وقد أحدثت ثورة في طريقة التجارة التقليدية.

التهرب الضريبي هو ظاهرة عالمية عرفت انتشارا واسعا خصوصا مع التطور الذي يشهده العالم، فهي من أهم التحديات التي تواجه الدولة، كما أن هذه الظاهرة تعود لعدة أسباب متداخلة تترجمها تصرفات بعض المكلفين بالضريبة وذلك باستخدام عدة أساليب تمكنهم من التخلص مما عليهم من التزامات بشكل كلي أو جزئي، كما تخلف عن هذه الظاهرة آثار سلبية في الميادين الاقتصادية والمالية والاجتماع.

للتجارة الإلكترونية دور في زيادة نسبة التهرب الضريبي ويأتي هذا من خلال التحديات التي تواجه السلطات الضريبية في تتبع العمليات التجارية وتقدير الضرائب المستحقة بسبب عدم وجود هياكل تقليدية تسمح للمكلفين بالتداول والتسجيل.

الفصل الثاني:
الدراسة الميدانية حول التجارة
الإلكترونية والتهرب الضريبي

تمهيد:

تدعيما لما تم عرضه سابقا في الإطار النظري، يأتي هذا الإطار كمحاولة إسقاط الدراسة النظرية على الميدان بغية تقييم التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي لولاية إليزي، وعليه سنحاول من خلال هذا الفصل تقديم عام لمديرية الضرائب ومديرية التجارة لولاية إليزي وتعريف بالأداة المستخدمة، كذلك عرض وتحليل نتائج المقابلة المنجزة، ومحاولة الخروج بنتائج عامة للدراسة في الأخير.

المبحث الأول: التعريف بالمديرية والأدوات المستخدمة

المطلب الأول: التعريف بمديرية الضرائب والتجارة.

1- التعريف بمديرية الضرائب: هي مؤسسة عمومية تعمل تحت إشراف الحكومة لجمع

الضرائب وتنفيذ السياسات الضريبية المعتمدة، وهي مكلفة بعدة عمليات من بينها تسيير الملفات الجبائية للمؤسسات الخاضعة للنظام الحقيقي لفرض الضريبة غير الخاضعة لمجال الإختصاص، إصدار الجداول وقوائم التحصيلات وشهادات الإلغاء أو التخفيض ومعاينتها والمصادقة عليها.

-أنشأت مديرية الضرائب لولاية إليزي بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 91-60 مؤرخ في 8 شعبان عام 1411، الموافق لـ 23 فيفري 1991، المحدد تنظيم المصالح الخارجية للإدارة الجبائية، يقع مقرها بوسط مدينة إليزي.

2- التعريف بمديرية التجارة: أنشئت مديرية التجارة لولاية إليزي ضمن مرسوم تنفيذي رقم

9191 مؤرخ في 21 رمضان 1411 هـ، الموافق لـ 6 أفريل 1991، يوجد مقرها بالقرب من المكتبة الرئيسية للمطالعة وتحدها مؤسسة سونلغاز الإنتاجية مقابل الطريق الوطني السريع، عدد عمالها 81 عامل.

المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة

1- تعريف المقابلة: هي تقنية لجمع المعلومات قصد تحليلها بحيث تعكس الوضع الذهني الواعي

للأفراد، وهذا من خلال طرح الموضوعات، وهي وسيلة اتصال مباشر بين الباحث وبين من تتوفر لديهم المعلومات الضرورية للبحث.

-المقابل: هو الشخص الذي يبحث عن إجابات على أسئلة محددة مسبقا لأجل هدف معين.

- المستجوب: هو الشخص أو الأشخاص الذين يجيبون على أسئلة الباحث حول محور معين في شكل حوار (سؤال، جواب).

المبحث الثاني: عرض المقابلات ونتائجها

المطلب الأول: عرض المقابلات

أجرينا المقابلة مع ثمانية موظفين أربعة منهم من مصلحة الضرائب وأربعة من مديرية التجارة، و إعتدنا على المقابلة التي تضم ثلاثة محاور، المحور الأول يضم 08 أسئلة، المحور الثاني 07 أسئلة أما المحور الثالث فيضم 09 أسئلة.

-المقابلة 1: مع السيد رئيس مصلحة الضرائب-إليزي، بتاريخ 2024/02/18، على الساعة 9:00

صباحا.

المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

- س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة الإلكترونية؟
- ج1: غير قادر لأن النظام الضريبي التقليدي لا يواكب التجارة الإلكترونية في حالة توسع حدودها.
- التعليق:** من خلال الإجابة على السؤال الأول نرى بأن النظام التقليدي غير ملائم لمواجهة توسع التجارة الإلكترونية، وعليه يجب إجراء تعديلات في النظام الضريبي لمواكبة التطورات في مجال التجارة الإلكترونية.
- س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟
- ج2: يواجه تحديات لأن هذه التجارة جديدة على النظام الضريبي.
- التعليق:** من خلال هذه الإجابة نستطيع أن نقول أن النظام التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية، بحيث ينبغي النظر في تطوير آليات ضريبية جديدة تتناسب مع طبيعة العمل الإلكتروني.
- س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام التقليدي لها؟
- ج3: نعم تصعب من مأمورية النظام الضريبي التقليدي.
- التعليق:** حسب ما أجاب المبحوث، فإن هناك تعقيدات تقنية تصعب من مأمورية النظام الضريبي التقليدي في متابعة ورصد العاملين في التجارة الإلكترونية.
- س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية؟
- ج4: القوانين الضريبية كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية.
- التعليق:** حسب ما تم التصريح به من طرف المبحوث، فإن القوانين الضريبية التقليدية غير كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية.
- س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟
- ج5: يصعب متابعتها خاصة إذا كانت عابرة للقارات لأنه سيتوجب وضع معاهدات وإتفاقيات دولية جانبية.
- التعليق:** من خلال هذه الإجابة نستطيع أن نعلق ونقول أن توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يزيد من صعوبة متابعتها ويجب التطوير في النظام الضريبي التقليدي من خلال وضع معاهدات وإتفاقيات دولية جانبية.
- س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية (تجارة إلكترونية)؟
- ج6: هناك صعوبات تعترض النظام الضريبي التقليدي نظرا لإختلاف الوسائل المستعملة.
- التعليق:** من خلال هذه الإجابة نرى بأنه يوجد صعوبات تعترض النظام الضريبي التقليدي نظرا لإختلاف الوسائل المستخدمة في التجارة الإلكترونية.
- س7: ماهي الإقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟
- ج7: يجب تطوير وتحديث النظام الضريبي ، ونشر الحلول الرقمية لدى الإدارة الضريبية.
- التعليق:** حسب إقتراحات المبحوث نرى بأن هناك حاجة إلى تطوير النظام الضريبي التقليدي لتعزيز كفاءته وقدراته وضمان العدالة الضريبية.
- س8: ماهي الطرق التي يمكن أن يستخدمها النظام الضريبي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟
- ج8: يجب الإستعانة بالخبرات التقنية.
- التعليق:** من خلال هذه الإجابة يتضح أنه يجب الإستعانة بالخبرات التقنية لتطوير النظام الضريبي التقليدي وتحديثه لتحسين فعاليته لمواكبة التجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي.

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة؟

ج9: نعم، لعدم إمكانية تحديد مداخيلهم بسبب إنعدام المعلومات الضريبية.

التعليق: يظهر من هذه الإجابة أهمية تطوير سياسات ضريبية جديدة لتحديد مداخيل التجارة الإلكترونية بشكل فعال.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج10: التجارة الإلكترونية تساهم بطريقة أو بأخرى في تجنب الضريبي، عن طريق إستغلال البيانات.

التعليق: يتضح من إجابة المبحوث على أن التجارة الإلكترونية تساهم بكل الطرق في زيادة التهرب الضريبي، مع التركيز على مكافحة إستغلال البيانات لضمان تحصيل الضرائب بشكل عادل.

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟

ج11: العوامل التي تساهم هي أن البيانات الإلكترونية لا تحفظ إلكترونياً.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نرى بأن هناك العديد من العوامل من بينها عدم حفظ البيانات إلكترونياً، ولهذا يجب تطوير إطار قانوني وتنظيمي يضمن تسجيل وحفظ البيانات والمعلومات الإلكترونية.

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟

ج12: يمكن أن تساهم وهذا عن طريق تصريح المكلف بالمعلومات الدقيقة.

التعليق: من خلال هذه الإجابة يمكننا القول بأن التجارة الإلكترونية يمكنها أن تساهم في تحسين جودة البيانات وتقديمها لمصلحة الضرائب، بحيث يجب تحفيز المكلفين على التصريح بالمعلومات الدقيقة.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج13: يمكن تطبيقها من خلال وضع سياسات ضريبية تتأقلم مع سرعة التطور التكنولوجي.

التعليق: حسب ما أجاب المبحوث يتضح أن من أجل تطبيق سياسات ضريبية فعالة يجب تطويرها لكي تتكيف مع تطورات التكنولوجيا مما يساهم في ضمان تحصيل الضرائب بشكل فعال.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج14: التشريعات الحالية كافية.

التعليق: في نظر المبحوث التشريعات الحالية كافية لمكافحة التهرب الضريبي من خلال القيام بفحص وتقييم التشريعات الحالية لتأكد من فعاليتها.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج15: أقترح رقمنة قطاع الضرائب، و رقمنة نظام الفوترة في الجزائر.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نرى بأنه يجب رقمنة النظام الضريبي من أجل تعزيز الشفافية الضريبية وتحسين جمع الضرائب.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية.

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج16: إختلاف وسائل العمل .

التعليق: يتضح لنا من هذه الإجابة أن من المشاكل التي تواجه مصلحة الضرائب هي إختلاف وسائل العمل أي تطوير آليات عمل فعالة تسمح لمصلحة الضرائب بمواكبة التطورات في وسائل العمل مما يساعد في تحديد وفرض الضريبة بشكل أكثر فعالية ودقة.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه مصلحة الضرائب في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج17: لا توجد صعوبات.

التعليق: نرى من خلال مآجاب المبحوث على هذا السؤال ليس هناك صعوبات تواجه مصلحة الضرائب في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على مستخدمي التجارة الإلكترونية.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟

ج18: العمل في إطار النظام الضريبي المؤسس على القواعد القانونية على كل المكلفين بالضرائب.

التعليق: يظهر لنا من خلال هذه الإجابة أهمية تطبيق القوانين الضريبية على مستخدمي التجارة الإلكترونية على قدم المساواة مع المكلفين في الأنظمة الضريبية الأخرى، وذلك في إطار قانوني شامل ينظم جميع جوانب الضرائب بشكل متساوي.

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟

ج19: بواسطة عمليات البحث عن المعلومة الجبائية لدى مختلف الشركات والهيئات.

التعليق: يتضح بأن تقنيات البحث عن المعلومات الجبائية هي خطوة مهمة لتتبع ورصد الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري وبالتالي تعزيز الإمتثال الضريبي.

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها.

ج20: هناك صعوبات وهي عدم التصريح بالوجود والنقص في التصريحات.

التعليق: نرى من خلال هذه الإجابة الصعوبات التي تواجه مصلحة الضرائب عدم التصريح بالوجود وعدم الإمتثال في تقديم التصريحات الضريبية مما يصعب على السلطات الضريبية تحديد الدخل الحقيقي وتحصيل الضرائب.

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟

ج21: يؤثر سلبا على الإقتصاد وعلى المكلفين الملتزمين مع مصالح الضرائب.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يتبين لنا أن عدم تطبيق الضرائب يؤثر في تحقيق التوازن الضريبي، وبالتالي عدم تحصيل الضرائب بشكل عادل وكامل مما يؤثر سلبا على الإقتصاد الوطني.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟

ج22: من الصعوبات أحيانا عدم وجود موقع للنشاط التجاري وصعوبة إثبات العقود والقوانين.

التعليق: يظهر لنا من خلال هذه الإجابة أن عدم القدرة على تحديد موقع النشاط التجاري من الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب فعدم القدرة على تحديد مكان المكلف وصعوبة إثبات العقد لعدم تسجيلهم في السجل التجاري يؤثر في عدم إمكانية تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية وبالتالي فشل النزاهة الضريبية.

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج23: نعم عن طريق تقديم تسهيلات ضريبية.

التعليق: يتضح لنا من هذه الإجابة أهمية استخدام التسهيلات الضريبية كوسيلة لتحفيز مستخدمي التجارة الإلكترونية على الالتزام بدفع الضرائب، مما يمكن أن يساهم في زيادة الإمتثال الضريبي. س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج24: نشر الحلول التكنولوجية لدى الضرائب و التجارة والجمارك، الرفع من أداء هذه المصالح. **التعليق:** من خلال إجابة المبحوث على هذا السؤال يتبين أن الرقمنة أي التكنولوجيا تساهم بشكل فعال في تسهيل عملية فرض الضرائب، أي كلما زاد الوعي الضريبي عند مستخدمي التجارة الإلكترونية كلما نقص التهرب الضريبي.

-المقابلة2: مع السيد مفتش الضرائب لولاية إليزي، بتاريخ 19\02\2024، على الساعة 14:30 زوالا.

المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية؟

ج1: لا، لأنه من الصعب تقدير عدد المتعاملين بمجال التجارة الإلكترونية نظرا لتوسع المجال الذي يشملهم وبالتالي من الصعب حصر مكان تواجدهم.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نرى أن مجال التجارة الإلكترونية واسع مما يجعل النظام الضريبي التقليدي غير قادر على متابعة مستخدمي هذه التجارة، نظرا لعدم إمكانية تحديد مكان المستخدم لكي يسهل عملية التحصيل الضريبي.

س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج2: نعم، يواجه النظام الضريبي التقليدي تحديات من خلال عدم توفر المعلومات لمتابعة المتعاملين بالتجارة الإلكترونية إضافة إلى حملات توعية في مجال الضريبة.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث على هذا السؤال يتضح أن النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات لعدم توفر المعلومات الضرورية التي تسهل على مصلحة الضرائب تحديد ومتابعة العاملين في التجارة الإلكترونية، لذا يجب تحسين جودة وتوفير المعلومات اللازمة للقدرة على متابعة العاملين في هذا القطاع.

س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي لها؟

ج3: نعم، وذلك من خلال صعوبة تحديد الوعاء الضريبي وكذا صعوبة تقدير الأرباح.

التعليق: يظهر لنا من خلال هذه الإجابة أن التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية رصد ومتابعة النظام التقليدي لها، ومنه ضرورة تطوير آليات نظام جديدة لتحديد وتقدير الوعاء الضريبي وكذا الأرباح الحقيقية.

س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافي لمتابعة التجارة الإلكترونية؟

ج4: نعم غير كافية، لابد من فرض قوانين خاصة بالتجارة الإلكترونية.

التعليق: يتبين لنا من إجابة المبحوث على هذا السؤال أهمية تطوير الإطار القانوني للنظام الضريبي التقليدي لكي يتماشى مع تطورات التجارة الإلكترونية.

س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟

ج5: نعم، إن النظام التقليدي الضريبي يجد صعوبة في تقدير المتعاملين بالتجارة الإلكترونية كلما توسع نشاطهم.

التعليق: من هذه الإجابة نستطيع القول أن توسع الحدود الجغرافية تزيد من صعوبة متابعة النظام الضريبي على متابعة متعاملين التجارة الإلكترونية حيث يؤكد على ضرورة تطوير أساليب جديدة لتقدير وتحصيل الضرائب بالرغم على توسع نشاطهم.

س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية (تجارة إلكترونية)؟

ج6: نعم عدم وجود نظام خاص بإحصائهم.

التعليق: من خلال هذه الإجابة يتبين أنه يجب رقمنة النظام الضريبي التقليدي لوضع نظام خاص لكي يتماشى مع بيئة عمل رقمية.

س7: ماهي الإقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج7: تحسين القوانين الضريبية بما يتماشى مع متطلبات العصر، بذل جهد مكثف من قبل السلطات لحصر نشاط التجارة الإلكترونية.

التعليق: من خلال هذه الإجابة أظهر على ضرورة تطوير القوانين الضريبية و رقمنة النظام بما يواكب نشاط التجار الإلكترونية.

س8: ماهي الطرق التي يمكن ان يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج8: يجب أن يكون النظام الضريبي فعال قادر على تحقيق الأهداف الموجودة ويجب أن تكون هناك علاقة حسنة بين الإدارة الضريبية والمتعاملين بالتجارة الإلكترونية.

التعليق: يظهر لنا المبحوث من خلال هذه الإجابة أنه يجب الإهتمام بتعزيز النظام الضريبي من خلال تحقيق وبناء علاقات جيدة مع الجهات المعنية بالتجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة؟

ج9: نعم، نظرا لصعوبة تحديد موقعهم الجغرافي وكذا تقدير الأرباح والمدخيل الصعبة.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نستطيع القول أن التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة، حيث سلط الضوء على التحديات التي تواجه مصلحة الضرائب في مواجهة التهرب الضريبي المرتبط بالتجارة الإلكترونية.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج10: نعم، لعدم توفر الإثباتات اللازمة لرصد المتعامل بالتجارة الإلكترونية.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يظهر أن بسبب عدم وجود سجل ومعلومات و عقود تثبت العاملين في التجارة الإلكترونية أدى الى زيادة التهرب الضريبي.

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟

ج11: وعي الأفراد بأهمية الضريبة بالنسبة للفرد والمجتمع.

التعليق: بين لنا المبحوث من خلال هذه الإجابة أهمية التوعية الضريبية في مكافحة التهرب الضريبي المرتبط بالتجارة الإلكترونية، مما يساهم في تعزيز الإمتثال الضريبي.

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟

ج12: حسب تصريح الأفراد بالمداخل كلما كان التصريح بمداخلهم جيدا كلما كان تحصيل جيد.

التعليق: أكد المبحوث على ضرورة التصريح بالمداخل لكي يكون التحصيل الضريبي عادل ومتساوي وبشكل صحيح.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من الأنشطة التجارية الإلكترونية؟

ج13: كلما كانت القوانين الضريبية فعالة وقادرة على حصر مجال الإلكترونية تضمن تحصيل ضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية.

التعليق: ركز المبحوث في هذه الإجابة على تطوير القوانين الضريبية لكي تضمن تحصيل الضرائب من التجارة الإلكترونية.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج14: نعم، من خلال تحديث القوانين الضريبية ورقمنتها وأن تكون هناك توأمة بين القطاعات.

التعليق: أكد المبحوث من خلال هذه الإجابة على أهمية تطوير القوانين الضريبية لمكافحة التهرب المتعلق بالتجارة الإلكترونية وهذا صحيح، كما أظهر ضرورة تحديث القوانين لمواكبة التطورات التكنولوجية.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج15: حملات توعية مكثفة فيما يخص المجال الضريبي.

التعليق: من خلال هذه الإجابة تبين أهمية التوعية الضريبية لمنع ومكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية، حيث يساهم الوعي بأهمية الضريبة لتحقيق العدالة الضريبية.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج16: الوعي الثقافي المكلف، صعوبة إحصاء المتعاملين بالتجارة الإلكترونية.

التعليق: أظهر المبحوث في إجابته عن هذا السؤال أن من أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة في رأي المبحوث قلة الوعي الثقافي للمكلف عن الضريبة وكذا صعوبة إحصاء المتعاملين لأن هذه النشاطات تعتمد على منصات رقمية متعددة مما يجعل العملية أكثر تعقيداً بالنسبة لمصلحة الضرائب.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج17: صعوبة تحديد الوعاء الضريبي، صعوبة معرفة المتعامل بالتجارة الإلكترونية.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نستطيع القول أن من ضمن الصعوبات التي تواجه مصلحة الضرائب في تحديد وتقدير الضرائب في رأي المبحوث صعوبة تحديد الوعاء الضريبي، حيث يكون من صعب تحديد الإيرادات والأرباح بدقة نظراً للتعقيدات المتعلقة بالمبيعات الإلكترونية، وعدم تحديد مكان التاجر الإلكتروني.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟

ج18: تحسين العلاقة بين الإدارة الضريبية والمكلف بالضريبة و المتعامل بالتجارة الإلكترونية.

التعليق: يظهر لنا من خلال هذه الإجابة أهمية العلاقات بين الإدارة الضريبية والمتعاملين بالتجارة الإلكترونية فهي تؤدي الى وعي المتعامل أو المكلف بضرورة الإمتثال الضريبي وتعزيز الثقة بينهم.

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟

ج19: تخصيص نظام رقمي يرصد المتعاملين بمجال التجارة الإلكترونية.

التعليق: أكد لنا المبحوث في هذه الإجابة ضرورة رقمنة النظام الضريبي لكي يواكب نشاط التجارة الإلكترونية ويسهل عملية الرصد والمتابعة لتحصيل افضل.

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها.

ج20: نعم صعوبة تحديد المتعامل بالتجارة الإلكترونية تعتبر أسواق موازية لا يمكن السيطرة عليها وتحديدًا.

التعليق: أظهر لنا في هذه الإجابة أن هذه الأنشطة تعتمد على أسواق موازية غير مراقبة بشكل كاف مما يصعب تحديد معلوماتهم وتقدير الأنشطة الضريبية المرتبطة بهم.

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟

ج21: عدم تحقيق التنمية المحلية بشكل عام، صعوبة تقدير المداخل الحقيقية للدولة مما يكبد الخزينة خسائر.

التعليق: بين لنا المبحوث في إجابته عن هذا السؤال كيف يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية حيث أظهر إحدى التحديات التي تواجه الحكومات في تحقيق التنمية المحلية وتقدير الإيرادات الحقيقية للدولة ومنه يؤدي إلى خسائر وتأثيرات سلبية على الإقتصاد المحلي.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟

ج22: عدم تصريح بالمداخل الحقيقية من أبرز الصعوبات التي تواجه مصلحة الضرائب.

التعليق: من هذه الإجابة نرى ضرورة التصريح بالمداخل الحقيقية لمصلحة الضرائب لكي يسهل من تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية.

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج23: يمكن تحفيزهم، وذلك بوضع تسهيلات في مجال الضريبة و توفير الحماية لنشاطهم كحسابها عدد سنوات العمل في التقاعد.

التعليق: تعكس هذه الإجابة إمكانية استخدام التسهيلات في مجال التجارة الإلكترونية كأداة لتحفيز المستخدمين بما في ذلك توفير الحماية لنشاطاتهم وتقدير حوافز مثل التسهيلات في التقاعد.

س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج24: وضع قوانين قارة شاملة لا تثقل كاهل المتعاملين بالتجارة الإلكترونية.

التعليق: من خلال هذه الإجابة بين أن إقامة قوانين شاملة ومتوازنة للتجارة تعد خطوة هامة يمكن أن تعزز الثقة في النظام الضريبي وحماية المتعاملين.

-المقابلة 3: مع السيد مفتش رئيسي بمصلحة، بتاريخ 20\02\2024، على الساعة 9:30 صباحًا.

المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية؟

ج1: النظام الضريبي التقليدي غير قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية نظراً لتحول من بيئة التجارة المحدودة مادياً إلى بيئة التجارة الإلكترونية المستندة على المعرفة والعولمة بجوانبها الاقتصادية.

التعليق: بين المبحوث في إجابته التحول الجذري في البيئة التجارية نحو التجارة الإلكترونية المعتمدة على المعرفة والعولمة، مما يضع تحديات جديدة أمام النظام الضريبي التقليدي حيث أظهر ضرورة إعادة النظر في السياسات الضريبية وتطوير آليات جديدة لمواكبة هذا التطور.

س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج2: تأهيل الطواقم الضريبية غير المؤهلة والمدربة لتعاملات التجارة الإلكترونية.

التعليق: أكد المستجوب من خلال إجابته تأهيل الطواقم الضريبية لفهم ومعالجة التحديات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، مما يمكنها من التعامل بفعالية مع الأنشطة الضريبية في هذا المجال.

س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي لها؟

ج3: نعم تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي وكيفية متابعة عائداتها في كافة أنحاء العالم نتيجة لتطور التجارة الإلكترونية.

التعليق: من خلال هذه الإجابة بين أهمية تطوير النظام الضريبي التقليدي لكي يتماشى مع تطورات التجارة الإلكترونية.

س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية؟

ج4: نعم غير كافية، القوانين الضريبية التقليدية لمتابعة التجارة الإلكترونية على الإدارة مواكبة التطور وتطوير النظام الضريبي التقليدي.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث عن هذا السؤال أكد الحاجة الملحة لتحديث القوانين الضريبية لتكون أكثر فعالية في مواجهة التحديات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟

ج5: نعم يصعب لأنه يكون محدود وغير قادر على مجاراة التجارة الإلكترونية من ناحية الوقت والمعلومات.

التعليق: أظهر المبحوث أن التوسع الجغرافي يمكن أن يكون محدوداً وغير قادر على مواكبة سرعة التغيير وتدفق البيانات في العالم الرقمي.

س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية (تجارة إلكترونية)؟

ج6: نعم تكون هناك صعوبات بسبب قلة كفاءة وجودة المعلومة وعرقله العون أو المكلف.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نستطيع القول أن هناك صعوبات تعترضه حيث قد تكون قلة في كفاءة وجودة المعلومات بالإضافة إلى مشاكل التعاون أو التواصل مع المكلفين أي يجب على السلطات الضريبية تطوير استراتيجيات جديدة لتحسين جودة المعلومات وتعزيز التعاون مع المكلفين لتحقيق الإمتثال الضريبي بشكل أفضل.

س7: ماهي الاقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج7: من الاقتراحات التي يمكنني تقديمها يمكن جعل النظام الضريبي التقليدي يعادل التجارة الإلكترونية من حيث توظيف خبراء أو أشخاص مؤهلين أكثر لمجارة التجارة الإلكترونية.

التعليق: نرى من خلال إجابة المبحوث إحدى الاقتراحات المهمة لمواكبة تطورات التجارة الإلكترونية هي توظيف خبراء أو أشخاص مؤهلين أكثر في النظام الضريبي التقليدي، حيث يمكن تنظيم تدريبات لتحسين قدرات الموظفين الحاليين وتطوير مهاراتهم في هذا المجال.

س8: ماهي الطرق التي يمكن ان يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج8: توظيف أشخاص مؤهلين لهذا المجال، توفير الأدوات اللازمة (حاسوب أنترنت...إلخ).

التعليق: بطبيعة الحال يجب توظيف أشخاص مؤهلين وتوفير كل طرق التكنولوجيا الحالية لتحسين وتعزيز فعالية النظام الضريبي التقليدي.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة؟

ج9: نعم تسهل نظرا لصعوبة تعقب عمليات التجارة الإلكترونية.

التعليق: نعم من خلال هذه الإجابة أكد أن التجارة الإلكترونية تسهل في زيادة التجنب الضريبي نظرا لوجود صعوبات في تحديد ومتابعة أنشطة التجارة الإلكترونية.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج10: نعم لأن التجارة الإلكترونية ليس لها قيود أو مبادئ ضريبية.

التعليق: تبين من هذه الإجابة ضرورة تقييد الأفراد أو العاملين في هذا المجال التقيد باللوائح الضريبية المناسبة ودفع الضرائب المستحقة عليهم.

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟

ج11: عدم تمكن الإدارة الضريبية من الكشف الدقيق عن رقم الأعمال

-قلة خبرة اعوان الضرائب

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي

التعليق: تشير هذه الإجابة على نقاط مهمة وهي عدم فعالية الإدارة الضريبية في كشف الأنشطة الغير مشروعة ونقص خبرة الموظفين في هذا المجال مما يؤدي إلى ممارسات غير قانونية وزيادة التجنب الضريبي.

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟.

ج12: يمكن ذلك إذا كان لدينا نظام ضريبي متطور حسب تطور التجارة الإلكترونية ولدينا عمال مؤهلين لذلك.

التعليق: تشير هذه الإجابة على ضرورة تطوير النظام الضريبي لمواكبة تطورات التجارة الإلكترونية وكذا تأهيل العاملين لتحسين قدراتهم في هذا المجال.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج13: يجب على التجارة الإلكترونية أن يكون لها سجل تجاري يثبت فيه كل المعاملات لتسهيل عملية تحصيل الضرائب.

التعليق: أظهرت هذه الإجابة أهمية إنشاء سجل تجاري للتجارة الإلكترونية لتسهيل عملية تحصيل الضرائب وتعزيز النزاهة الضريبية.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟.

ج14: نعم على الإدارة تطوير من نظامها الضريبي بتوفير الآليات المناسبة و الأدوات التكنولوجية المتطورة وعمال ذو كفاءة عالية .

التعليق: من خلال هذه الإجابة أكد ضرورة تطوير تشريعات الضريبية بحيث يمكن للإدارة تحسين قدرتها على جمع البيانات وتحليلها بشكل فعال.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج15: رقمنة الخدمات الإدارية وتبادل المعلومات بين مختلف المصالح.

التعليق: تشير هذه الإجابة على أهمية رقمنة الخدمات الإدارية فمن خلاله يمكن تحسين جودة الخدمات المقدمة مما يعزز النزاهة الضريبية ويقلل من التهرب الضريبي.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟.

ج16: صعوبة تحديد رقم الأعمال وصعوبة تحديد المخزون.

التعليق: سلطت هذه الإجابة الضوء على أهم العناصر لتحديد الضرائب وتقدير الأرباح وهذان العنصران يشكلان أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟.

ج17: عدم وجود طريقة معينة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة، عدم وجود أدوات كافية لتطبيق.

التعليق: أظهر المبحوث من خلال هذه الإجابة تطوير أساليب وآليات سياسات الضريبية لتحديد مقدار المداخل المحققة لمعرفة مقدار الضريبة المقدرة على أنشطة التجارة الإلكترونية.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟.

ج18: عن طريق إقامة ندوات و إجتماعات تبرز فيه وتوضح الأمور اللازمة لتطبيق الضرائب بشكل قانوني أو إقتصادي.

التعليق: وضح المبحوث من خلال إجابته كيفية ضمان تطبيق الضرائب بشكل فعال وهذا عن طريق إقامة ندوات وإجتماعات توفر فرصة لتوضيح الإلتزام بالقوانين الضريبية والمساهمة في تعزيز الوعي الضريبي بين مستخدمي التجارة الإلكترونية.

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟.

ج19: التنسيق والعمل مع قطاع العمل التجاري بتوفر المعلومات المناسبة.

التعليق: أكد المبحوث على أهمية التعاون بين مصلحة الضرائب وقطاع التجارة من خلال تبادل المعلومات لرصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في التسجيل في السجل التجاري، مما يساهم في مكافحة التهرب الضريبي.

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها .

ج20: عدم وجود السجل التجاري بالنسبة لمستخدمي التجارة الإلكترونية.

التعليق: نستطيع القول أن السجل التجاري يعد مرجع لتحديد الناشطين المعنيين بالضريبة وعدم وجوده يصعب على مصلحة الضرائب التحديد في هذا المجال، لذا يجب تطوير آليات جديدة لتحديد وتتبع الناشطين وضمان إمتثالهم للالتزامات الضريبية.

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟.

ج21: المساس بمبدأ العدالة الضريبية.

التعليق: أكد المبحوث على ضرورة تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية لكي لا يمس بمبدأ العدالة الضريبية، فعدم تطبيقها بشكل متساوي يقلل من ثقة المواطنين في النظام الضريبي.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟

ج22: لا توجد صعوبات.

التعليق: هذه الإجابة لا تبدو منطقية .

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الالتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج23: نعم يمكن مثلا عن طريق منح إمتيازات عدم سداد الضريبة لأجل معينة كبدائية نشاط أو عن طريق وضع معدل ثابت ومخفض بالنسبة لمستخدمي التجارة الإلكترونية.

التعليق: بين لنا المبحوث من خلال هذه الإجابة إمكانية تحفيز مستخدمي التجارة الإلكترونية على الإلتزام الضريبي بمنح إمتيازات مثل عدم تسديد الضريبة لفترة زمنية معينة أو تحديد معدل ضريبي ثابت أو منخفض، يمكن أن تكون هذه الطريقة ذات فعالية في تشجيع المشاركة وتعزيز الثقة في النظام الضريبي.

س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج24: العمل على التكوين الدائم لموظفي الضرائب في هذا النوع من التجارة.

التعليق: تشير هذه الإجابة إلى أهمية تأهيل وتكوين الموظفين لتحسين فهمها للتكنولوجيا والتحولت الرقمية، مما يسهل عملية فرض الضرائب.

-المقابلة4: مع السيد مفتش رئيسي2، بتاريخ 28/02/2024، على الساعة 9:30 صباحا.

المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية؟

ج1: لا من الصعب ذلك.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نرى بأن النظام الضريبي التقليدي غير قادر على رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية.

س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج2: نعم وذلك لعدم توفر المعلومات الضريبية لمتابعة هؤلاء التجار لأن نظام الضريبة التقليدي لا يضع إحصاء هؤلاء التجار بدرجة الأولى.

التعليق: يشير هذا إلى وجود تحديات تواجه النظام الضريبي وهذا راجع لعدم توفر المعلومات الضريبية لتجار المتعاملين في التجارة الإلكترونية، لذا يجب تطوير في النظام الضريبي التقليدي ووضع آليات إلكترونية من أجل إحصاء المتعاملين الناشطين في هذا المجال.

س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي لها؟.

ج3: نعم من البديهي ذلك لعدم توفر آلية وجود رقمنة بين الأنظمة أي نظام التجارة الإلكترونية وكذلك النظام الضريبي.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نرى ضرورة رقمنة النظام الضريبي التقليدي لمواكبة تطورات أنشطة التجارة الإلكترونية.

س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية؟.

ج4: نعم ولذلك يجب تحديثها وتعينها حسب متطلبات الوقت الراهن.

التعليق: أشار المبحوث في هذه الإجابة على أن القوانين الضريبية التقليدية غير كافية وضرورة تحديثها لكي تتماشى مع الوقت الراهن.

س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟.

ج5: ليس بالضروري، إحصائنا للناشطين في البلد يمكن السيطرة عليه وهذا ما يهمنا.

التعليق: في رأي المبحوث الحدود الجغرافية لا تصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعة أنشطة التجارة الإلكترونية، بحيث يمكن إحصاء الناشطين والسيطرة عليهم.

س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية (تجارة إلكترونية)؟.

ج6: صعوبات كبيرة فأولا عدم وجود ارضية لإحصاء هؤلاء التجار.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نستطيع القول أن هناك صعوبات تعترض النظام الضريبي التقليدي في جمع المعلومات الضريبية وهذا راجع لعدم وجود أرضية قاعدة بيانات موثوقة، وهذا يتطلب تطوير أساليب جديدة لتحصيل البيانات وتحليلها بشكل فعال.

س7: ماهي الإقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج7: تحديث القوانين الجبائية لتواكب التطورات الحديثة، جعل نظام رقمي متكامل يمكن من خلاله التفريق على جميع النشاطات التي تمارس من قبل الأشخاص والشركات داخل وخارج القطر الوطني.

التعليق: أظهرت هذه الإجابة الحاجة إلى تطوير القوانين الجبائية لتواكب تطورات التجارة الإلكترونية، وإدراج الرقمنة للنظام الضريبي التقليدي لتحسين كفاءته في هذا المجال.

س8: ماهي الطرق التي يمكن ان يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج8: يعتمد على نظام التصريح التلقائي حيث يمكن للتجار الإلكترونيين أن يصرحوا بمدخلاتهم ونشاطهم تلقائيا.

التعليق: تشير هذه الإجابة إلى استخدام نظام التصريح التلقائي كوسيلة لتبسيط وتسهيل عملية تصريح المداخل والنشاطات بشكل أكثر دقة وعالية لدى التجار الإلكترونيين.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة؟.

ج9: جدا فعدم وجود آلية لمتابعتهم وإحصائهم يسهل من عملية التهرب الضريبي إن كان هناك قانون يلزمهم بدفع الضرائب.

التعليق: أكدت هذه الإجابة على أن التجارة الإلكترونية تسهل عملية التهرب الضريبي لعدم وجود آليات حديثة تمكن من متابعة وإحصاء المكلفين بالضريبة، وضرورة تحديث القوانين والتشريعات الضريبية لضمان الإمتثال الضريبي.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟.

ج10: نعم، عدم وجود آلية تسمح لهم بالتصريح بمداخلهم وكذلك عدم وجود آلية تلزمهم على ذلك التصريح أيضا وجود الثغرات الكبيرة التي تمكنهم من تجنب دفع الضرائب.

التعليق: نعم أكد المبحوث أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة لتجنب من دفع الضرائب وهذا راجع لعدم وجود آليات وأساليب ومعلومات تحدد مداخل الأفراد والشركات العاملين في هذا المجال، فوجوب تطوير ورقمنة النظام لاكتشاف الثغرات وإحصاء التجار وإلزامهم على التصريح بمداخلهم لتعزيز الشفافية الضريبية و ضمان إمتثال ضريبي أكثر فعالية.

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟.

ج11: التطور السريع في المجال الإلكتروني، مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في التجارة الإلكترونية، سهولة المعاملة عن طريق التجارة الإلكترونية.

التعليق: نستطيع القول أن العوامل التي ذكرها المبحوث تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية، لذا على السلطات الضريبية أن تكون على دراية بهذه العوامل لكي تعمل على آليات متطورة تتناسب مع هذه العوامل.

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟.

ج12: نعم وذلك بوضع نظام رقمي جيد.

التعليق: أكد المستجوب من خلال هذه الإجابة على إلزامية وضع نظام رقمي جيد لكي يضمن تحصيل ضريبي بشكل صحيح.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية؟.

ج13: عن طريق تحديث وتحسين القوانين.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نستطيع القول أن هناك ضرورة لتحديث القوانين والآليات الضريبية لتطبيق سياسات ضريبية بشكل أكثر فعالية لتحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟.

ج14: نعم، وذلك من أجل تنظيم هذه المهنة وزيادة في الدخل الضريبي لصالح الدولة وهذا من مبدأ الضريبة لكي يعتمدها جميع الأشخاص.

التعليق: يبدو أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة من أجل تحصيل ضريبي جيد والتوعية لتشجيع الأشخاص على الإمتثال الضريبي.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج15: أولاً سن القوانين لتنظيم هذه المهنة وربطها بالنظام الضريبي.

التعليق: من خلال هذه الإجابة تبين أهمية تحديد الإطار القانوني اللازم لتنظيم التجارة الإلكترونية وربطها بالنظام الضريبي لمكافحة التهرب الضريبي.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟.

ج16: عدم توفر المعلومات وعدم وجود القوانين.

التعليق: أظهر المستجوب أن من أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضريبة عدم توفر القوانين والمعلومات اللازمة لمستخدمي التجارة الإلكترونية، حيث بين ضرورة سن قوانين وآليات لمعرفة المعلومات وتحديد المداخل الخاصة بهؤلاء المستخدمين.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟.

ج17: عدم توفر المعلومات الضريبية.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نرى الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب هي عدم توفر المعلومات الضريبية، وهنا ظهرت أهمية تطوير آليات جمع البيانات وتبادل المعلومات بين الجهات المعنية لتحسين قدرة النظام الضريبي على تقدير الضرائب بدقة.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟.

ج18: عن طريق التشريعات والقوانين التي لا تضر بمصالح الخزينة العمومية وكذلك لاتضر بالتاجر الإلكتروني.

التعليق: تشير هذه الإجابة على أنه يمكن ضمان تطبيق فعال للضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية من خلال التشريعات والقوانين التي لا تعرض مصالح الخزينة العمومية للخطر ولا تضر بمصلحة التاجر الإلكترونية .

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟.

ج19: لا يمكن لإدارة الضرائب تتبعهم.

التعليق: من خلال هذه الإجابة تبين أنه لا يمكن لإدارة الضرائب متابعة ورصد الناشطين في التجارة الإلكترونية لعدم وجود سجل تجاري ولا آلية تحدد مكانهم ومداخلهم.

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها

ج20: عدم وجود المعلومات الكافية لإحصاء التجار الإلكترونيين.

التعليق: أشار المستجوب إلى وجود صعوبات في تحديد المكلفين بالضريبة وهذا راجع لعدم وجود آليات تكشف المعلومات الكافية لإحصاء هؤلاء التجار الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية.

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟

ج21: وجود تهرب ضريبي يكلف الخزينة خسائر معتبرة وذلك بوجود أشخاص لهم مداخل ولكن لا يدفعون ضرائبهم للخزينة.

التعليق: من خلال هذه الإجابة يمكننا القول بأن عدم تطبيق الضرائب له تأثير كبير، حيث يكلف الخزينة خسائر معتبرة وذلك لعدم وجود نظام يبين الأشخاص المكلفين بدفع الضرائب وإلزامهم بدفعها في وقتها.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟

ج22: عدم وجود المعلومات الكافية، كذلك عدم تصريح التجار بمداخلهم.

التعليق: من خلال هذه الإجابة ضرورة تحفيز المكلفين بتصريح عن مداخلهم وتحسين جودة البيانات المقدمة بشكل كامل وأفضل.

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج23: عن طريق إعفاءات ضريبية وكذلك تقديم تسهيلات للتصريح.

التعليق: تشير هذه الإجابة على أهم طرق لتحفيز مستخدمي التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد في الوقت، فإستخدام التسهيلات وإعفاءات يمكن أن يزيد في معدلات الإمتثال الضريبي وتعزيز النمو الإقتصادي.

س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج24: وذلك بأخذ العبرة وكذلك القوانين من التشريعات المقارنة.

التعليق: يبدو أن وضع القوانين والتشريعات مشابهة للقطاعات الأخرى يمكن أن يسهل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية.

- المقابلة 05: مع رئيس مصلحة بالمديرية ، بتاريخ 2024/2/29 ، على الساعة 09:30 صباحا.

المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية؟

ج1: لا، يجب إعادة صياغة وتحسين بعض المواد في القانون الضريبي ما يتماشى مع التجارة الإلكترونية بينما يواجه صعوبات في مواكبة التطورات المتسارعة كذلك في التجارة الإلكترونية.

التعليق: من خلال الإجابة على السؤال الأول نرى أن النظام الضريبي التقليدي قد لا يتمكن من تحصيل الضرائب من التجارة الإلكترونية بنفس الفعالية التي من الممكن أن يتم تحصيلها من التجارة التقليدية.

س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج2: نعم، وذلك من خلال التتبع عبر أغلب المعاملات التي تخضع لها التجارة الإلكترونية والمبالغ المتحصل عليها في الحساب الجاري مما يصعب تحديد مكان ممارسة النشاط التجاري.

التعليق: من خلال الإجابة التي قدمها المبحوث على أغلب التحديات التي يواجهها النظام الضريبي التقليدي نقول أن من خلال وجود المعاملات عبر الإنترنت مما تكون هناك صعوبة على السلطات الضريبية تتبعها والتدقيق فيها.

س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي لها؟

ج3: نعم، التجارة الإلكترونية لها تقنيات يجب التطلع عليها من أجل مواجهتها ورصد المتعاملين المتهربين من الضريبة.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث نقول أن تقنيات التجارة الإلكترونية متطورة مما يجب على السلطات الضريبية التقليدية تحديث قوانينها بشكل متكرر للتحكم إعتباراً من أن التعقيدات التقنية عالية.

س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافي لمتابعة التجارة الإلكترونية؟

ج4: نعم، يجب تحسين بعض القوانين والمواد ذلك يساعد على تبادل المعلومات حول دافعي الضرائب الإلكترونيين والتحقيق في حالات التهرب الضريبي.

التعليق: نستطيع القول إنطلاقاً من إجابة المبحوث لاتزال القوانين الضريبية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية قيد التطوير مما يسبب عدم الوضوح للتجار الإلكترونيين.

س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟.

ج5: نعم، خاصة المعاملات خارج الحدود الجغرافية وتعدد القوانين الضريبية في كل الدول.

التعليق: نستطيع أن نقول من إجابة المبحوث أن توسع الحدود الخارجية عن الحدود الجغرافية تشكل حاجزا كبيرا بالنسبة للنظام الضريبي مما يستحيل متابعتها وتفقدتها بالكامل.

س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية

(تجارة إلكترونية)؟.

ج6: نعم يوجد صعوبات من ناحية كيفية تتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية خاصة من ناحية الغير مصرحين بما يسمى بالسجل التجاري.

التعليق: من خلال الإجابة نقول أن هناك وجود صعوبة في تجميع المعلومات الضريبية وتجنب التجار الحصول على ترخيص رسمي وتسجيل تجارتهم في السجل التجاري.

س7: ماهي الإقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

خلق إمكانيات جديدة تتماشى مع بيئة الرقمنة كالإلتزام الأشخاص ذوي المبالغ الرقمية تبرير مصدرها من خلال مراقبة الحسابات الجارية.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يمكن القول بتحسين كفاءة النظام الضريبي أمر ضروري ومهم لضمان تحصيل الضرائب المستحقة من أغلب التجار المتعاملين وضمان تحقيق مستوى الإيرادات الملزمة.

س8: ماهي الطرق التي يمكن ان يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج8: ضرورة إمتلاك سجل تجاري يسهل مراقبته لأنه يصرح لدى الضرائب برقم الأعمال وتبادل المعلومات الضريبية المتعلقة بالعاملين في التجارة الإلكترونية بين الدول.

التعليق: نقول من خلال إجابة المبحوث ضرورة وجود توعية العمال في مجال التجارة بالإلتزاماتهم الضريبية.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة؟.

ج9: نعم يسهل التحايل وعدم توفر بيانات كافة عن تجار التجارة الإلكترونية على عكس التجارة التقليدية يكون المتعامل الإقتصادي موجود فعليا.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يمكننا أن نستنتج أن التجارة الإلكترونية من اول الأسباب الداعمة لتسهيل التهرب الضريبي من تطور وسائل ممارستها عبر الإنترنت وتطورها السريع مثل نقل الإرباح إلى دول أخرى اقل إلزاما بالإنظمة الضريبية لتجنب دفع الضرائب.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟.

ج10: نعم، لأن التعامل مثلا في العالم الافتراضي يصعب معرفة صيغة المورد الإلكتروني ما إن كان داخل الوطن أو من خارجه.

التعليق: نستنتج أن التجارة الإلكترونية من العوامل التي تسهل تجنب دفع الضرائب كما أجاب المبحوث عن طريق إستخدام حسابات وهمية ومزيفة لفتح حسابات بنكية وتلقي الأرباح.

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟.

ج11: تفادي التسجيل في السجل التجاري لنشاط التجارة الإلكترونية وسهولة إخفاء هوياتهم وبياناتهم الشخصية.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث نقول أنه هناك العديد من العوامل أغلبها على الإنترنت لتفادي تسجيلها هنا يصعب فرض الضرائب عليهم وتتبعهم.

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟.

ج12: نعم يجب أن تفرض للمورد الإلكتروني وذلك عن طريق فتح سجل تجاري يسجل نشاط التجارة الإلكترونية ووضع معلومات صحيحة وإلا لا يمنح له السجل التجاري.

التعليق: من إجابة المبحوث نستنتج أن التجارة الإلكترونية تلعب دورا هاما في تقديم بيانات جد دقيقة مما يضمن تحصيل الضرائب بشكل صحيح عن طريق سجلات رقمية لجميع المعاملات المالية.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية؟.

ج13: يمكن عن طريق فرض ضريبة معتبرة على المتعاملين الناشطين في التجارة الإلكترونية.

التعليق: نقول انطلاقا من إجابة المبحوث أنه يجب تحديد أنواع أنشطة التجارة الإلكترونية ومعدلات الضريبة التي يتم فرضها وتحديد القواعد الضريبية التي بإستطاعتها حساب الضريبة المستحقة.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟.

ج14: نعم هناك حاجة ماسة جدا إلى تطوير التشريعات من خلال تطوير آليات التكنولوجيا من خلال تتبع هوية البائعين والمشتريين بفرض شروط صارمة لتحديد هوياتهم.

التعليق: من خلال هذه الإجابة نقول أنه يجب أن تكون هناك شروط حادة في تطوير هذه التشريعات مكافحة غسل الأموال في التجارة الإلكترونية من خلال التعاون الدولي بين الدول الأخرى لمشاركة أغلب المعلومات الضريبية المطبقة.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج15: تطوير أنظمة ضريبية رقمية فعالة وتقرير عقوبات على المتهربين من الضرائب ك فرض غرامات ومبالغ مالية باهضة ومطالبتهم قضائياً.

التعليق: نقول أن من اجابة المبحوث ملاحقة المتهربين من الضرائب قضائياً ومن ضمن تلك الجهود محاولة فهم اسباب الاساسية للتهرب في حال اذ كان نظام ضريبي ذات معدلات مرتفعة أو يصعب فهمه. ويمكن بهذه التوصيات كسر دائرة التهرب في التجارة الإلكترونية.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج16: رفض الضريبة من طرف مستخدمي التجارة الإلكترونية وعدم تصريح الفعلي لرقم الأعمال.

التعليق: نستنتج أن هناك صعوبات تواجهها مصلحة الضرائب كما قال المبحوث بحيث لا تتوفر لديهم اي بيانات كافية عن أنشطة التجارة الإلكترونية وكذلك عدم وجود العدد الكافي من الموظفي الضرائب المعتادين على مكافحة التهرب الضريبي.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج17: عدم التصريح الفعلي للناشط في التجارة الإلكترونية وعدم تصريح المكلفين بأنشطة التجارة الإلكترونية بمدخلهم وممتلكاتهم وعدم الإحتفاظ بسجلات مالية مدققة.

التعليق: نقول من إجابة المبحوث أنه ما يصعب تقدير المصلحة ضرائبها المستحقة بسبب تطور أغلب ممارسات الأنشطة التجارية مما يؤدي إلى تجسيد غموض في أغلب التعاملات ووجود إثبات على صحة المعلومات المقدمة.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟

ج18: إضافة مادة قانونية في قانون الضرائب تعاقب كل مستخدمين التجارة الإلكترونية الذين لم يصرحوا بالضرائب المستحقة ووجوب ربط أنظمة التجارة الإلكترونية بأنظمة مصلحة الضرائب لتبادل المعلومات بصورة تلقائية.

التعليق: بالفعل وجوب ربط الأنظمة ببعضها امر مهم وضروري لتبادل البيانات المصرحة بشكل مباشر ودقيق.

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟.

ج19: الأمر يصعب في هذه الحالة إلا في حالة مراقبة الحسابات في حال وجود مبالغ ضخمة ومراقبة منصات التجارة الإلكترونية للتأكد من تسجيلهم في السجل التجاري.

التعليق: انطلاقاً من إجابة المبحوث بالفعل يجب لمصلحة الضرائب الوصول عن طريق تلك المنصات مما يسمح لها بتحديد التجار الذين لم يسجلوا في السجل التجاري.

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها.

ج20: نعم من خلال إنتشار ممارسات التجار للتجارة من غير سجل تجاري او دفع ضريبة وصعوبة تحديد الدخل الذي يجنيه ذلك التاجر من خلال تجارته.

التعليق: نستطيع القول من خلال إجابة المبحوث عدم وجود بيانات شاملة تؤكد نشاط التجار بينما تتطلب توظيف موظفين ذوي مهارات عالية وادوات متطورة.

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟.

ج21: عدم الإستفادة من التحصيل الناتج على المعاملات التجارية فعدم الإقتطاع من عوائد المعاملات التجارية يستنزف مصدر من مصادر التحصيل الضريبي وبالتالي تدهور الإقتصاد وتشجيع التجارة الغير رسمية.

التعليق: من اجابة المبحوث نستنتج أن عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل يؤدي إلى خسارة التجار المسجلين مقارنة بالغير مسجلين لأنهم يتميزون بميزة تفوق نتيجة عدم المساواة في المنافسة.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟.

ج22 : عدم وجود معايير موحدة لتقدير الدخل الناتج التجارة الإلكترونية وعدم التصريح لعائدات ورقم أعمال الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية.

التعليق: نقول أن عدم وجود معايير موحدة لإستخدام الضرائب لها أساليب مختلفة لتقدير ذلك الدخل مما يؤدي تذبذب في التوصل إلى النتائج.

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟.

ج23: نعم من خلال القيام بحملات تحسيسية عامة في هذا الإطار عبر مختلف وسائل الإعلام وبعدها الردع في القوانين حتى يمكن التحكم في المخالفين فيما بعد وتقديم تحفيزات مثل تخفيضات ضريبية.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يمكن القيام بالحملات وتقديم تقديرات للتجار الذين يساهمون في دفع الضريبة كإمثال للمتهربين منها و توعية من خلال الندوات.

س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟.

ج24: إحصاء المتعاملين بالتجارة الإلكترونية إلزامهم بالتصريح الحقيقي للمداخيل ودمج عملية دفع الضرائب مع منصات التجارة الإلكترونية.

التعليق: انطلاقاً من إجابة المبحوث نرى أنه قدم إقتراحات وحلول حول تسهيل عملية فرض الضرائب هناك أيضاً مواقع تطوير أدوات ذكية كالذكاء الاصطناعي لتحديد التجار الذين لا يلتزمون بأي قوانين ضريبية.

-المقابلة 06: مع محقق للمنافسة و التدقيقات الاقتصادية، بتاريخ 2024/03/03، على الساعة 10:35 صباحاً.

-المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية؟

ج1: لا، يجب إعادة صياغة وتعيين بعض المواد في القانون الضريبي ما يتماشى والتجارة الإلكترونية.

التعليق: نظراً لإجابة المبحوث نقول عادة ما يكون تحديث القوانين الضريبية لمواكبة التجارة الإلكترونية يتطلب عادة وقتاً وجهداً كبيراً من الحكومات والمشرعين بينما يواجهون تحديات فالتوافق بين التشريعات.

س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج2: نعم، بالتتابع عبر المعاملات التجارية الإلكترونية والمبالغ المتحصل عليها في الحساب الجاري.

التعليق: نتيجة لإجابة المبحوث نقول نرى أنه يصعب على السلطات الضريبية تحديد الضرائب المناسبة للمعاملات وتقدير الإيرادات بدقة عالية.

س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي لها؟

ج3: نعم التجارة الإلكترونية لها تقنيات يجب الإطلاع عليها وفهمها فهم دقيق من أجل متابعة ورصد المتعاملين المتهربين من الضريبة.

التعليق: من إجابة المبحوث نستنتج أن هناك تعقيدات في التجارة الإلكترونية تزيد من التحديات، فالعمليات الإلكترونية تتم بسرعة وبشكل متنوع مما يجعل من الصعب تتبعها وتقدير الضرائب المناسبة بدقة.

س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافي لمتابعة التجارة الإلكترونية؟

ج4: نعم يجب تحسين بعض القوانين والمواد التي تعاقب التهرب الضريبي بأنواعه.

التعليق: نستنتج من إجابة المبحوث أن القوانين الضريبية التقليدية لا تكون كافية بشكل فعال لأن التطور السريع في التكنولوجيا يحتاج تحديثات في القوانين لضمان الإلتزام بالضرائب بشكل عادل .

س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟.

ج5: نعم خاصة المعاملات خارج الحدود الجغرافية للدولة الجزائرية.

التعليق: نتيجة إجابة المبحوث نستطيع القول أن بسبب الكثير من التعقيدات المتعلقة بتحديد الجغرافيا للمعاملات وتقدير الإيرادات بشكل دقيق هذا يمكن أن يؤدي بشكل كبير إلى تهرب ضريبي.

س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية

(تجارة إلكترونية)؟.

ج6: نعم يوجد صعوبات من ناحية كيفية تتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية خاصة الغير مصرحين لدى السجل التجاري.

التعليق: نقول أن هناك صعوبة في تحديد موقع ومصدر العمليات التجارية بشكل دقيق، هذا يؤدي إلى صعوبة في جمع المعلومات الضريبية بكفاءة مناسبة.

س7: ماهي الإقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج7: خلق إمكانيات جديدة تتماشى مع بنية الرقمية كالإزام الأشخاص ذوي المبالغ الرقمية الضخمة بتبرير مصدرها من خلال مراقبة الحسابات الجارية.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يستلزم على النظام الضريبي التقليدي تعديل القوانين الضريبية وتطوير آليات فعالة للمراقبة والتدقيق للتأكد من تطبيق الضوابط الضريبية بشكل صحيح على الشركات الإلكترونية.

س8: ماهي الطرق التي يمكن ان يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج8: بالنسبة للمتعاملين الحائزين على سجلات تجارية تتضمن التجارة الإلكترونية يسهل مراقبته لأنه تصريح لدى سلطة الضرائب ورقم الأعمال اما الغير مسجلين فيجب مراقبة الحسابات الجارية وتطوير نظام تقارير ضريبية إلكترونية مباشر.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث بالطبع يجب تطوير نظام التقارير الضريبية، مما يسهل على السلطات الضريبية متابعة النشاطات وتقييم الضرائب.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة ؟

ج9: نعم يسهل التحايل على عكس التجارة التقليدية يكون المتعامل موجود فعليا.

التعليق: يمكننا القول بالطبع يسهل التحايل لإن الشركات الإلكترونية يمكن أن تعمل عبر الحدود بسهولة مما يجعل من الصعب على السلطات الضريبية تحديد مكان وجودها وتقدير الضرائب المناسبة.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج10: نعم لأن هناك تعاملات في العالم الافتراضي تصعب تحديد صفة المورد الإلكتروني من داخل الوطن أو من خارجه.

التعليق: نظرا لإجابة المورد قد تكون هناك قوانين ضريبية متعلقة بالتجارة الإلكترونية معقدة وغير واضحة مما يمكن للأفراد والشركات إستغلال الثغرات وتجنب دفع الضرائب.

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟

ج11: الضغوطات التنافسية في رغبة الشركات في تقليل التكاليف إلى البحث عن طريق لتقليل الضرائب أو تجنبها.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث هناك ضغوط تنافسية وتبادل المعلومات الضريبية يتيح الفرصة لتحويل الأموال وتجنب دفع الضرائب أي الهروب منها نهائيا.

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟

ج12: نعم يمكن، وهذا عند وضع معلومات صحيحة ودقيقة للتجار النشطين في مجال التجارة الإلكترونية يمكن تحصيل ومراقبة نشاطهم يكون التحصيل الضريبي بشكل صحيح.

التعليق: تقديم ضريبة بشكل إلكتروني يساعد على تحصيل الضرائب مما يسهل على مصلحة الضرائب الوصول إلى المعلومات بسرعة.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج13: فرض قوانين صارمة و عقوبات متابعات قضائية لردغ وتوقيف المخالفين وتتبعهم وإستدعائهم قضائيا وضرورة التوعية والتوجيه.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث يجب التوعية والتوجيه للشركات الإلكترونية حول إلزامها بالضرائب والإلتزامات الضريبية المناسبة لها ووجوب توضيح الإجراءات والتقارير الضريبية المطلوبة.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج14: نعم، لأن التجارة الإلكترونية لا تتماشى والقوانين السارية المفعولة والمطبقة على التجارة التقليدية وكذلك تحديد الضرائب المناسبة التي يجب فرضها على الأنشطة التجارية الإلكترونية.

التعليق: نظرا للإجابة يمكننا القول أن تحديد الضرائب ضرورة فعالة لما فيها من تحديد الضرائب على الدخل الإلكتروني والضرائب على المبيعات والخدمات الرقمية.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟

ج15: مراقبة الحسابات الجارية ووضع نظام رقابي أمني لتتبع مصدر الأموال وتطبيق العقوبات.
التعليق: نظرا لإجابة المبحوث نقول بالفعل يجب تعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي بتطبيق العقوبات الصارمة على المتهربين وفرض غرامات مالية كبيرة وهذا لتحفيز الإلتزام بالقوانين الضريبية.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج16: عدم التصريح الفعلي برقم الأعمال والصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تحليل البيانات الضريبية الضخمة التي تنشأ من الأنشطة التجارية الإلكترونية.

التعليق: من نظر المبحوث نقول أن عدم التصريح برقم الأعمال يمثل مشكلة كبيرة للمصلحة حيث يجب عليها تتبع وتحديد الأفراد أو الشركات التي ينبغي عليها دفع الضرائب.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج17: عدم التصريح الفعلي للمتعاملين النشطين في مجال التجارة الإلكترونية والصعوبات في جمع البيانات.

التعليق: من إجابة المبحوث نرى أن المصلحة تواجه صعوبة في جمع وتحليل البيانات الضريبية اللازمة لتقدير الضرائب المستحقة.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟

ج18: من خلال العمليات التحسيسية للمتعاملين عن طريق الإعلانات والحصص الإذاعية والتلفزيونية تحت مستخدمي التجارة الإلكترونية بتطبيق الضرائب .

التعليق: نرى أن كيفية ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية كما أشار المبحوث في إجابته يكون بالإلتزام وتقديم إرشادات حول كيفية الإمتثال الضريبي .

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟

ج19: بالتنسيق مع مصالح التجارة والمركز الوطني للسجل التجاري للتأكد من المتعاملين المسجلين فعليا ومراقبة نشاطهم عبر الإنترنت.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث بالفعل يمكن لمصلحة الضرائب استخدام أدوات الرقمنة الرقمية للتتبع نشاطها التجاري عبر الإنترنت مثل مراقبة المواقع والإعلانات والمبيعات.

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي

ج20: نعم يوجد مصاعب من حيث معرفة الشخص الحقيقي الذي يقوم بالتجارة الإلكترونية خاصة أصحاب المواقع الوهمية.

التعليق: نستطيع أن نقوم بالفعل تلك الصعوبات تشكل تحديات حقيقية لمصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة في مجال التجارة الإلكترونية.

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟

ج21: عدم الاستفادة من التحصيل الضريبي الناتج على المعاملات التجارية خاصة مع تضخيم القوانين وتبييض الأموال وتشويه السوق.

التعليق: من إجابة المبحوث نرى أن تشويه السوق يؤدي إلى عدم تطبيق الضرائب بشكل صحيح على التجارة وهذا يؤدي إلى تقليل الثقة في النظام الإقتصادي.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟

ج22: عدم التصريح الفعلي لعائدات ورقم الأعمال النشطين في التجارة الإلكترونية و صعوبة التعامل مع البيانات الضخمة.

التعليق: نقول أن المبحوث أجاب بالفعل على وجود عدم تصريحات والتعامل مع البيانات الضخمة يتطلب تحليل البيانات الكبيرة الواردة من التجار الإلكترونيين.

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟

ج23: نعم يمكن وذلك عن طريق رقمنة قطاع الضرائب والتجارة و الإتصالات السلكية واللاسلكية والبريد والمواصلات وربطهم بموقع واحد والتوعية.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يمكن تحفيز مستخدمي التجارة بتثقيفهم وتوعيتهم حول ضرورة تسديد الضرائب.

س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج24: نعم هي إحصاء المتعاملين النشطين في مجال التجارة الإلكترونية و إلتزامهم بالتصريح بالمداخيل والرقابة الدقيقة على حساباتهم الجارية وتوفير ادوات تعليمية وتوجيهية للتجار الجدد لفهم الإلتزامات الضريبية.

التعليق: نرى أن المبحوث يؤكد ضرورة الإلتزام بالتصريحات وتطوير الأنظمة الضريبية ونظم الدفع الإلكترونية المعمول بها .

المقابلة 07: مع رئيس مكتب الممارسات التجارية، بتاريخ 2024/03/04 ، على الساعة 09:30 صباحاً.

المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية؟

ج1: لا النظام الضريبي غير قادر على متابعة العاملين لأن هناك آليتين مختلفتين القديمة والحديثة أي يختلف التعامل في التجارة الإلكترونية على عكس التجارة التقليدية.

التعليق: من إجابة المبحوث نقول أن بالفعل النظام الضريبي غير قادر على متابعة العاملين لأن في التجارة الإلكترونية الإنترنت تتيح فرص العمل للأفراد بطرق مختلفة مما يجعل تتبع الدخل وتحصيل الضرائب أكثر تعقيدا.

س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟

ج2: نعم النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات لأن آلية المؤسسة تطورت رقميا فمن الصعب تحديد الدخل الذي يتم تحقيقه وهذا يؤدي إلى تجنب الضرائب.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث فقد أحب أن يشير إلى صعوبة التحديات التي تواجه النظام الضريبي التقليدي، وهذا بسبب الطبيعة الافتراضية العابرة للحدود لهذا النوع من الأعمال.

س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي لها؟

ج3: نعم لأن التجارة الإلكترونية بحد ذاتها لا تواكب المعاملات المالية لنظامنا الإقتصادي الذي مازال يسير تقليديا.

التعليق: حسب إجابة المبحوث أنا أوافقه الرأي فالتجارة الإلكترونية تعتبر حديثة وتتطور مع تطورات التكنولوجيا فهي تتضمن عمليات معقدة مثل مختلف طرق الدفع الإلكتروني مما يزيد من التحديات التقنية.

س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية؟

ج4: نعم القوانين الضريبية التقليدية غير كافية بل تحتاج لإعادة صياغتها وتكييفها مع الواقع وتطورات إقتصاد السوق

التعليق: اوافق إجابة المبحوث القوانين الضريبية تحتاج لتطوير سياسات وقوانين جديدة تأخذ بعين الاعتبار التحديات الفريدة التي تطرحها التجارة الإلكترونية.

س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟

ج5: نعم يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها بشكل غير كاف، فالتجارة الإلكترونية تتيح للأفراد العمل مع عملاء وشركاء تجاريين في جميع أنحاء العالم بسهولة.

التعليق: نستنتج من إجابة المبحوث أنه بالفعل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يعتبر حاجزا كبيرا بالنسبة للنظام الضريبي التقليدي وسيواجه تعقيدات ضريبية ويجعل من الصعب تحديد الجهة المسؤولة عن دفع الضرائب وفقا للقوانين الضريبية.

س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية (تجارة إلكترونية)؟.

ج6: نعم، هناك صعوبات تعترضه وهي وجود معلومات غير كافية في مجال التجارة الإلكترونية نظراً لقوانينه الغير حديثة مقارنة بالتطورات السريعة التي تطرأ على التجارة الإلكترونية.
التعليق: نظراً لإجابة المبحوث بالفعل هناك تعقيدات في البيئة الرقمية بسبب الطبيعة الافتراضية لأنشطة التجارة الإلكترونية.

س7: ماهي الإقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج7: عصرنة الإدارة الضريبية التي مازالت لم تتطور وتكوين العاملين في هذا المجال ووضع قوانين ضريبية حديثة وإلغاء القوانين القديمة أو مراجعتها.

التعليق: نستنتج من إجابة المبحوث يجب مراجعة القوانين الضريبية بانتظام لضمان تواكبها للتطورات التكنولوجية وتتناسب مع تغييرات في بيئة التجارة الإلكترونية.

س8: ماهي الطرق التي يمكن ان يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج8: تشديد الرقابة على العاملين في مجال التجارة الإلكترونية وتبني التقنيات الجديدة لتسجيل ومراقبة العمليات الضريبية بشكل أمن وشفاف.

التعليق: نقول أن تشديد الرقابة بالنسبة للعاملين في مجال التجارة عن طريق إقرارهم بالتزامهم بالضريبة بشكل صحيح.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة؟

ج9: نعم تسهل التهرب من الضريبة وذلك بإخفاء الأرباح من خلال تقنيات التخزين الآمنة عبر الإنترنت.

التعليق: بالفعل حسب إجابة المبحوث هناك تهرب وإخفاء للأرباح وهناك إستعمال للعمليات الرقمية لتجنب تتبع العمليات المالية وهذا دليل على ان التجارة بالفعل تسهل على المكلف التهرب من الضريبة.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟.

ج10: نعم التجارة الإلكترونية تفتح أفاقاً واسعة للعاملين فيها وذلك بالعمل عبر الإنترنت وتحقيق الدخل بطرق تتجاوز النظام الضريبي.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي

التعليق: بالفعل التجارة الإلكترونية تحفز الأفراد والشركات وهذا بتطور وسائل الدفع الإلكتروني ووسائل التواصل الإجتماعي وسرعة تحويلات الأموال بشكل غير رسمي مع غياب مراقبات مالية .

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟.

ج11: المضاربة في الأسواق السوداء و غياب المقومات الإقتصادية وتنفيذ العمليات المالية بطرق تشفير أمنة.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث بالفعل هناك فجوات في القوانين الضريبية يلجأ إليها كعامل يساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية وهذا لتحقيق الدخل دون دفع الضرائب مثل إستغلال التخفيضات الضريبية .

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟.

ج12: نعم لأنها الآلية العصرية الدقيقة التي سيتم من خلالها إنشاء نظام ضريبي فعال أو تبادل المعلومات الضريبية مع الشركات او المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية لضمان دقة الإقرارات الضريبية وتحصيل الضرائب بشكل صحيح ودقيق.

التعليق: نرى من إجابة المبحوث بالفعل التجارة الإلكترونية بإمكانها أن تساهم في التعاون مع منصات التابعة للسلطات الضريبية لضمان تقديم معلومات وبيانات دقيقة لمصلحة الضرائب.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية؟.

ج13: بناء منظومة ضريبية عصرية وحديثة وخلق قوانين جديدة وإلغاء قوانين تعتبر غرات للمجال الضريبي الحالي.

التعليق: هنا المبحوث اشار في إجابته أنه يمكن لنظام الضريبي ان يحدث من قوانينه ومواكبتها مع التطورات الناشئة في التجارة الإلكترونية بوضع آليات لتحديد الدخل الناتج عن الأنشطة التجارية الإلكترونية.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟.

ج14: نعم لابد من سن قوانين جديدة تتماشى مع التجارة الإلكترونية لأنها تطرح تحديات فريدة تتطلب إستجابة قانونية ملائمة.

التعليق: حسب إجابة المبحوث يجب تطوير تشريعات جديدة يمكن أن يساعد في توفير بيئة قانونية ملائمة لضمان التقيد بالضرائب وتحقيق العدالة الضريبية.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج15: لابد من وضع تصريحات إجبارية لكل متعامل في هذا المجال واخضاعهم لمنظومة رقمية مشددة تأخذ بعين الإعتبار وتطوير الآليات الفعالة لمكافحة التهرب الضريبي.

التعليق: حسب إجابة المبحوث يشترط استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل تقنية الذكاء الاصطناعي وتفعيل القوانين الضريبية الجديدة المطورة.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج16: التهرب من تحصيل الغرامات المالية في وقتها والتحايل الذي يساهم فيه الموظفين وايضا صعوبة تحديد الموقع الضريبي للمستخدمين في التجارة الإلكترونية.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث نرى أن هناك صعوبات كثيرة تواجه مصلحة الضرائب من خلال صعوبة التعرف على الموظفين المخفيين هويتهم وقدرتهم على التشفير.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج17: عدم مواكبة أغلب الدول للأنظمة القانونية التي تصدر في وقتها وعدم وجود معلومات كافية وصعوبة تحليل وتقدير الدخل الضريبي.

التعليق: من إجابة المبحوث نرى أنه من الصعب على المصلحة الضريبية الحصول على المعلومات الكافية عن الأنشطة التجارية الإلكترونية والعمليات المرتبطة بها.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟

ج18: لايمكن تطبيق ذلك دون اللجوء إلى ردع قانوني ويجب القيام على الأقل بحملات توعية وتطوير قوانين ضريبية ملائمة .

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث في رأي يمكن ضمان تطبيق الضرائب ولكن على الأغلب هناك صعوبة إلا بمحاولة إستخدام الحوافز الإقتصادية لتشجيع المستخدمين على الإلتزام بالضرائب.

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟

ج19: عن طريق إنشاء شراكة ومنظومة معلوماتية والتعاون مع الجهات ذات الإختصاص .

التعليق: نعم بالفعل كما أجاب المبحوث يمكن رصد وتتبع من الجهات ذات الإختصاص كالهيئات الرقابية والجهات الإنفاذية لمشاركة المعلومات والبيانات الضريبية.

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها؟

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي

ج20: نعم هناك صعوبات، ولا بد من فتح آفاق التكوين للكوادر الجديدة لتواكب التكنولوجيا الجديدة وأيضا من الصعب تحديد مواقع الأفراد والشركات المتخفية وراء النشاط التجاري الإلكتروني.

التعليق: نقول من إجابة المبحوث أنه صرح على الطبيعة الافتراضية بصفة عامة .

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟.

ج21: يمكن أن يؤثر ويعرض النظام الضريبي إلى الفشل في تحقيق أهدافه المالية و الإقتصادية.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث نقول يمكن أن يؤثر على الأشخاص الذين يلتزمون بدفع الضرائب بصفة دائمة أثناء ممارسة التجارة الإلكترونية.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟.

ج22: تنوع الأنشطة من حيث الطبيعة والنطاق يشكل صعوبة في تطبيق نماذج قياسية لتقديرات الدخل ووجود نقص فالمعلومات عدم وجود نظام مفعّل في التجارة الإلكترونية .

التعليق: نظرا لإجابته المبحوث نقول أن النقص في المعلومات مثلا المتاحة لمصلحة الضرائب حول الأنشطة التجارية وهذا يستدعي الحاجة إلى تطوير إستراتيجيات و أدوات جديدة لتحسين دقة وفعالية عمليات التقدير.

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟.

ج23: نعم يمكن تحفيزهم عن طريق تقديم تسهيلات ضريبية وإعفاءات من الغرامات المالية و إعادة النظر في القوانين الضريبية الصعبة ووضع قوانين تساعد جميع المتعاملين في هذا المجال.

التعليق: أرى أن إجابة المبحوث كانت بالفعل صحيحة ولكن هذه التحفيزات والتسهيلات تحتاج الى وجود زيادة في الشفافية في النظام الضريبي، بحيث يجب تقديم التوجيهات الضريبية اللازمة وفي الأخير بالرغم من وضع تحفيزات وتسهيلات إلا هناك مستخدمين سيتهربون من الضريبة.

س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟.

ج24: إنشاء بنك معلوماتي يدرج فيه هؤلاء المعنويون بالعملية مع إدراجه بين الضرائب والتجارة الإلكترونية وإنشاء قاعدة بيانات مركزية تحتوي على معلومات المتعاملين في التجارة الإلكترونية.

التعليق: تعليقا لإجابة المبحوث أرى أن هناك وجوب وضع تعزيزات تعاون دولية تسهل مواجهة التحديات الناجمة عن التجارة الإلكترونية.

-المقابلة 08: مع مكتب بنوك مالية دولية بتاريخ 2024/02/04 على الساعة 09:00 صباحا

المحور الأول: النظام الضريبي التقليدي ومدى كفاءته في رصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية

س1: في رأيك هل النظام الضريبي التقليدي قادر على متابعة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة مقارنة مع العاملين في التجارة التقليدية؟.

ج1: لا يمكن متابعتهم لأنه يحتاج إلى تحديث نظرا للسرعة الكبيرة والتطورات التي طرأت في هذا المجال.

التعليق: النظام الضريبي التقليدي لن يقدر على متابعة العاملين إلا إذا أحدث تعديلات في قوانينه التي تتماشى مع التجارة التقليدية.

س2: هل النظام الضريبي التقليدي يواجه تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟.

ج2: نعم، نظرا للتطور المستمر في التكنولوجيا سهل على العاملين فيها من التهرب ضريبيا نظرا لعدم وجود رقابة وأدوات حديثة في النظام الضريبي التقليدي.

التعليق: من إجابة المبحوث بالفعل هناك تحديات قانونية وتنظيمية في مختلف الدول بخصوص الضرائب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

س3: هل التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية متابعة ورصد النظام الضريبي التقليدي لها؟.

ج3: لا التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية لا تعني بالضرورة رفض النظام الضريبي التقليدي لها بل تشير الى ضرورة تحسين وتطوير هذا النظام.

التعليق: حسب ما أجاب المبحوث أرى أن التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية.

س4: في نظرك هل القوانين الضريبية التقليدية غير كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية؟.

ج4: نعم القوانين الضريبية غير كافية، لأنه لا يمكن حصر التجارة الإلكترونية في دائرة محدودة لأنها ذات آفاق واسعة تتطور مع تطور التكنولوجيا والأنترنت.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث بالفعل التجارة الإلكترونية تتطلب تشريعات محدثة تأخذ بعين الاعتبار تعقيدات البيئة الرقمية مثل حماية البيانات الشخصية.

س5: هل توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي التقليدي متابعتها؟

ج5: نعم بالطبع توسع الحدود الجغرافيا للتجارة الإلكترونية يجعل من الصعب على النظام الضريبي تتبعها وتحصيل الضرائب بشكل فعال خاصة مع التحديات المتعلقة بتحديد مكان المبيعات.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث توسع حدود التجارة الإلكترونية يصعب على النظام الضريبي تحصيل ضرائب ويلتزم فيه تطوير تشريعات تكنولوجيا لفائدة هذا النظام.

س6: في إطار النظام الضريبي التقليدي هل هناك صعوبات تعترضه في جمع المعلومات الضريبية في بيئة عمل رقمية

(تجارة إلكترونية)؟.

ج6: نعم يمكن لتلك الصعوبات أن تعيق تحديد مكان المبيعات أو تحديد الضرائب المناسبة لأغلب العمليات التجارية.

التعليق: إنطلاقاً من إجابة المبحوث أو افقه الرأي الصعوبات التي تعيقه في جمع المعلومات الضريبية تؤدي إلى صعوبة في معالجة البيانات الكبيرة مثلاً وكذلك المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية.

س7: ماهي الإقتراحات التي تقدمها لتحسين كفاءة النظام الضريبي التقليدي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج7: رقمنة النظام الضريبي التقليدي وتطوير آليات لمكافحة التهرب الضريبي بتحسين قدرة السلطات الضريبية على مراقبة ومتابعة الأنشطة.

التعليق: نظراً لإجابة المبحوث بالفعل يجب التطوير من الآليات ولكن هذه الإقتراحات تحتاج وقت نظراً لتطوير التكنولوجيا بطريقة سريعة في مجال التجارة الإلكترونية .

س8: ماهي الطرق التي يمكن أن يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته في مراقبة وتتبع نشاط العاملين في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج8: يجب التعامل بقوانين الإفصاح وإستخدام التكنولوجيا والتحليلات البيانية لتحديد الأنماط الغير معتادة في المعاملات الإلكترونية لإكتشاف وجود تهرب ضريبي، إعادة صيغ قوانين وأساليب النظام الضريبي التقليدي بما يوافق التجارة الإلكترونية.

التعليق: نظراً لإجابة المبحوث بالفعل هناك ضرورة التعامل بقوانين الإفصاح والتي هي عبارة عن فرض متطلبات على الشركات للإفصاح عن المعلومات الضريبية المتعلقة بالمبيعات الإلكترونية والإيرادات بصفة عامة ولكن هذه التعاملات تفرض أولاً على النظام التقليدي لتطوير قوانينه.

المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالتهرب الضريبي

س9: هل التجارة الإلكترونية تسهل على المكلف التهرب من دفع الضريبة؟.

ج9: نعم تسهل على المكلف التهرب من الضريبة لعدة أسباب منها صعوبة تحديد المكان الجغرافي للعملاء أو البائعين وتتبع النماذج التجارية المبتكرة في التجارة الإلكترونية لتجنب دفع الضرائب بطرق قانونية.

التعليق: نظراً لإجابة المبحوث التجارة الإلكترونية تفتح طرق غير قانونية للمكلفين وهذا لصعوبة تتبع العاملين فيها مع تحديثات آفاق الإنترنت بصورة سريعة.

س10: هل تعتقد أن التجارة الإلكترونية توفر مساحة للأفراد والشركات العاملين في هذا المجال لتجنب دفع الضرائب؟ كيف ذلك؟.

ج10: نعم التجارة الإلكترونية توفر فرصاً للأفراد والشركات للعمل والتواصل عبر الإنترنت دون الحاجة إلى مساحات كبيرة لتخزين المخزون أو عرض المنتجات وإستخدام البرمجيات لتسهيل العمليات وتقليل التكاليف.

التعليق: نظراً لإجابة المبحوث بالفعل التجارة الإلكترونية تسمح للأفراد والشركات من تحقيق الكفاءة وزيادة الربحية بدون الحاجة إلى الإعتماد على مساحات في العالم الحقيقي.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي

س11: في رأيك ماهي العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب؟.

ج11: التحويلات الداخلية، لأن الشركات تنقل الأرباح والإيرادات في مواقع مختلفة لتقليل الضرائب و بعض الدول لا تفرض ضرائب المبيعات على الإنترنت.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث بالفعل يمكن للشركة نقل الأرباح من مواقع تخضع لضرائب عالية إلى مواقع تخضع لضرائب منخفضة أو لا تخضع لضرائب على الإطلاق.

س12: في نظرك هل يمكن أن تساهم أنشطة التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات دقيقة لمصلحة الضرائب لضمان تحصيل الضرائب بشكل صحيح؟.

ج12: نعم من خلال إستخدام النظم الإلكترونية لتتبع المعاملات والإيرادات ويمكن للسلطات الضريبية الوصول إلى بيانات دقيقة ومحدثة بشكل فوري.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث بالفعل يمكن أن تؤدي هذه البيانات الدقيقة إلى تحسين جمع الضرائب وتطبيقها بشكل أكثر فعالية وعدالة.

س13: كيف يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة لضمان تحصيل الضرائب من أنشطة التجارة الإلكترونية؟.

ج13: عن طريق فرض ضريبة القيمة المضافة على المنتجات والخدمات المباعة عبر الإنترنت حيث يتم تحصيل الضريبة عند نقطة البيع النهائية وتقديم التقارير الضريبية اللازمة للسلطات الضريبية المحلية بطريقة منتظمة.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث لتطبيق سياسات ضريبية بإستخدام هذه الإجراءات يمكن للحكومات تحصيل الضرائب من التجارة الإلكترونية مما يساهم في تعزيز العدالة وتحقيق الإيرادات المالية المطلوبة.

س14: هل تعتقد أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية؟ كيف ذلك؟.

ج14: نعم هناك حاجة ملحة وذلك في تحقيق العدالة الضريبية بين الأفراد والشركات وتوسيع نطاق ضريبة القيمة المضافة وتطوير التكنولوجيا وتغيير نماذج الأعمال بسرعة هائلة في العصر الرقمي.

التعليق: من وجهة نظر المبحوث أرى أنه بالفعل تحتاج التشريعات الجديدة إلى توفير قوانين محدثة و ملائمة لمواجهة هذه التحديات وضمان فعالية النظام الضريبي وعدالته.

س15: ماهي التوصيات التي تقترحها لتعزيز الجهود في منع التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية؟.

ج15: تعزيز التدابير الرقابية، تشجيع الشفافية المالية، توعية الشركات و المستهلكين، تعزيز التعاونات الدولية، تحسين التكنولوجيا الضريبية، تشديد الرقابة على التحويلات المالية.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث فقد أشار إلى أغلب التوصيات الواجب لتعزيز الجهود وأرى باعتبار أن التجارة الإلكترونية تتطور بسرعة يجب أن تظل هذه التوصيات مرنة ومستجدة لمواجهة التحديات الجديدة وضمان فعالية الجهود في منع التهرب الضريبي في هذا المجال.

المحور الثالث: مشاكل تواجه مصلحة الضرائب عند فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية

س16: في نظرك ماهي أبرز المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟

ج16: القوانين القديمة التابعة لقطاع الضرائب، من الصعب تحديد موقع العملاء والشركات في التجارة الإلكترونية، الإلتزام بالإعلان الضريبي وتقديم الضرائب عبر الإنترنت، التنسيق الدولي على تحصيل الضرائب وتبادل المعلومات بين الدول وقد تكون هذه التحديات في هذا المجال تعقيدا للإجراءات والتعاون بين الدول.

التعليق: أرى أن هذه المشاكل تتطلب التفكير الإبداعي والحلول المبتكرة من أجل تحقيق توازن بين ضمان الإمتثال الضريبي وتوفير بيئة تجارية تشجع على الابتكار والنمو في قطاع التجارة الإلكترونية.

س17: ماهي الصعوبات التي تواجه المصلحة في تحديد وتقدير الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج17: التنوع في نماذج العمل، التتبع في جميع المعاملات وتحديد الدخل بدقة، الانتقال السريع للتكنولوجيا، الصعوبات القانونية والتنظيمية وخاصة في تطبيقها على الأنشطة التي تعبر الحدود.

التعليق: نتيجة لإجابة المبحوث تلك الصعوبات تتطلب تبني أساليب جديدة وفعالة في تحديد وتقدير الضرائب في مجال التجارة الإلكترونية.

س18: كيف يمكن ضمان تطبيق الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون إثارة مشاكل قانونية أو إقتصادية؟

ج18: يجب وضوح القوانين التشريعية والتعاون الدولي وتوعية المستخدمين والشركات وتوفير الدعم والمساعدة مثل توفير دعم فني وإستشاري للمستخدمين لمساعدتهم في فهم الإلتزامات الضريبية.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث بالفعل بتبني هذه الإجراءات يمكن تحقيق تطبيق الضرائب بشكل فعال دون مشاكل قانونية وإقتصادية مما يساهم في تعزيز النظام الضريبي ودعم النمو الإقتصادي.

س19: كيف يمكن لمصلحة الضرائب رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية المتخلفين عن التسجيل في السجل التجاري؟

ج19: وهذا بعد الإتصال بمركز السجل التجاري وإعطاءه القائمة وبدور السجل يرسلها إلى مديرية التجارة لتتبع الناشطين في التجارة الإلكترونية وذلك بمراقبة التجارة الإلكترونية، التعاون مع الهيئات الحكومية الأخرى.

التعليق: حسب إجابة المبحوث يمكن رصد وتتبع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية عن طريق مراقبة المعاملات المالية عبر البنوك ومزودي خدمات الدفع الإلكتروني.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي

س20: هل هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين بالضريبة الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية؟ أذكرها؟.

ج20: نعم هناك صعوبة تكمن في رقمنة القطاع وفي الشفافية في التعاملات وصعوبة تحديد الجهة الملزمة بالدفع، لأن في بعض الأحيان يمكن أن تكون هناك مزاعم تجارية متعددة لنفس المنتج مما يجعل صعوبة تحديد الجهة الملزمة بالدفع.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث تلك الصعوبات قام بذكرها في إجابته تجعل من الضروري إتباع أساليب جديدة واستخدام التكنولوجيا المتقدمة لتحديد الضرائب وتقديرها.

س21: كيف يمكن أن يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية وعلى الإقتصاد بشكل عام؟.

ج21: يؤثر عدم تطبيق الضرائب بشكل عادل على التجارة الإلكترونية بشكل إلى تشجيع التهرب الضريبي وغياب العدالة الضريبية وتضرر النظام الإقتصادي.

التعليق: بالفعل كما أجاب المبحوث بشكل عام يجب تطبيق الضرائب بشكل متساو على جميع اللاعبين في سوق التجارة لضمان الإستقرار.

س22: ماهي الصعوبات التقنية التي تواجه مصلحة الضرائب في تقدير الدخل الناتج عن التجارة الإلكترونية؟.

ج22: صعوبة تحديد مصدر الدخل، مواجه السلطات الضريبية صعوبة في التحقق من دقة المعلومات المالية، والتحدي في تتبع المعاملات التجارية، الإختلاف في نماذج العمل، التحديات القانونية والدولية.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث نقول أن تلك التقنيات التي أشار إليها في إجابته تتطلب إستخدام التكنولوجيا المتقدمة وتحسين القدرات التحليلية.

س23: هل يمكن تحفيز مستخدمين التجارة الإلكترونية على الإلتزام بتسديد الضرائب؟ كيف ذلك؟.

ج23: نعم من الممكن من خلال الإرشاد الضريبي الواضح وتقديم شروحات بسيطة الضرائب المستحقة، ومن خلال تبسيط العملية وتوعية الجمهور في تقديم المزايا الضريبية وتشجيع التنافسية العادلة.

التعليق: نظرا لإجابة المبحوث ومن خلال تلك الإجراءات التي أشار إليها يمكن تحفيز مستخدمي التجارة الإلكترونية على إلتزاماتهم بتسديد ضرائبهم.

س24: هل هناك إقتراحات أو حلول تقترحها لتسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية؟.

ج24: نعم، إنشاء نظام ضريبي مبسط، التعاون مع منصات الإلكترونية، تبني التكنولوجيا الضريبية، توجيه الدعم والتدريب، تطوير تقنيات التتبع.

التعليق: من خلال إجابة المبحوث يمكن تسهيل عملية فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية وسهولة التعامل مع الأنظمة الضريبية الإلكترونية مما يزيد من الوعي مستقبلا.

المطلب الثاني: نتائج المقابلة

ومن خلال المقابلات التي أجريناها توصلنا إلى النتائج التالية:

- 1- تؤكد إجابة المستجوبين أن النظام الضريبي التقليدي غير قادر على رصد وتتبع العاملين في التجارة الإلكترونية
- 2- يواجه النظام التقليدي تحديات في متابعة العاملين في التجارة الإلكترونية لعدم وجود آليات تتناسب مع هذا المجال لإحصاء العاملين.
- 3- إتفق جميع المستجوبين على أن التعقيدات التقنية للتجارة الإلكترونية تصعب من مأمورية النظام الضريبي التقليدي رصدها ومتابعتها بسبب صعوبة تحديد الوعاء الضريبي وصعوبة تقدير الأرباح
- 4- أكدت نتائج الدراسة أن القوانين والتشريعات الضريبية التقليدية غير كافية لمتابعة التجارة الإلكترونية، لذا يجب على الإدارة مواكبة التطور وتطوير النظام الضريبي التقليدي.
- 5- تشير نتائج دراستنا أن توسع الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية من بين الصعوبات التي تواجه النظام الضريبي التقليدي مما يدعي إلى تطوير أساليب ونظام رقمي جديد لتحديد مواقع هؤلاء العاملين من أجل تحصيل الضرائب بشكل فعال.
- 6- الصعوبات التي تواجه النظام الضريبي التقليدي في جمع المعلومات الضريبية للتجار الإلكترونيين تشمل تنوع وسائل التواصل وغياب نظام محدد لتصنيفهم، قلة كفاءة وجودة المعلومات أيضا عدم وجود أرضية لإحصاء هؤلاء التجار
- 7- لقد إتفق كافة المستجوبين على ضرورة تطوير وتحديث النظام الضريبي التقليدي وإدراج الرقمنة في النظام حتى يواكب تطورات التجارة الإلكترونية
- 8- من الطرق التي يمكن أن يستخدمها النظام الضريبي التقليدي لتحسين فعاليته توفير أدوات وآليات جديدة ومتطورة وتأهيل الطواقم الضريبية لفهم التكنولوجيا والتحول الرقمي، وكذا الإستعانة بالخبرات.
- 9- تسهل التجارة الإلكترونية على تهرب المكلف من دفع الضريبة بسبب إنعدام المعلومات الضريبية
- 10- حسب ما تشير إليه النتائج التجارة الإلكترونية تفتح بابا لتجنب دفع الضرائب غياب آليات تسجيل الدخل وهذا ما يعزز الحاجة على وضع آليات جديدة لتقدير وتحصيل الضرائب بشكل فعال ومنع التهرب الضريبي.
- 11- العوامل التي تساهم في إستغلال أنشطة التجارة الإلكترونية لتفادي دفع الضرائب هي عدم تمكن الإدارة الضريبية من الكشف الدقيق للمعلومات وعدم حفظها إلكترونيا، وأيضا التطورات السريعة في المجال الإلكتروني.
- 12- أوضحت دراستنا على تأكيد المستجوبين على ضرورة تطوير النظام الضريبي التقليدي حسب تطور التجارة الإلكترونية لكي يستطيع المكلف التصريح بالمعلومات الدقيقة لمصلحة الضرائب.

- 13- يمكن تطبيق سياسات ضريبية فعالة عن طريق وضع قواعد واضحة ودقيقة وإنشاء نظام فعال لتحصيل الضرائب.
- 14- أشارت النتائج إلى أن هناك حاجة إلى تطوير تشريعات جديدة لمكافحة التهرب الضريبي في سياق التجارة الإلكترونية وذلك بتحليل النظام الحالي وتطوير التقنيات الضريبية.
- 15- ضرورة رقمنة قطاع الضرائب وتقديم التدريب اللازم للجهات الضريبية وزيادة الوعي حول الإلتزام الضريبي ومكافحة التهرب.
- 16- كشفت النتائج أن المشاكل التي تعترض مصلحة الضرائب عند محاولة فرض الضريبة على التجارة تكمن في رفضها من طرف مستخدمي التجارة وهذا راجع إلى عدم وجود متبوعين ضريبيين على مستوى المؤسسة.
- 17- أظهرت نتائج الدراسة أن عدم التصريح الفعلي للناشط أي التصريح بالهوية الحقيقية خلق صعوبات واجهه المصلحة في تحديد الضرائب المستحقة على أنشطة التجارة الإلكترونية بسبب عدم وضع قوانين صارمة وتفعيلها للعمل بها .
- 18- أثبتت إجابات المبحوثين أنه يوجد إمكانيات وضمانات لتطبيق الضرائب على المستخدمين في التجارة الإلكترونية بشكل فعال دون مشاكل قانونية غير إنها في بعض الأحيان بالرغم منها وجود ثغرات تفوق تلك القوانين.
- 19- أوضحت نتائج الدراسة أن مصلحة الضرائب لها إمكانيات خاصة تتماشى مع تطورات التجارة الإلكترونية في تتبع المتهربين عن التسجيل في السجل التجاري وهذا من خلال مراقبة وفرض قوانين إجبارية لكن الكثير يتحايل بجميع الطرق الممكنة للتخلف عن التسجيل لهذا توجد صعوبة يجب تشديد لتقادي مثل هذه الحالات.
- 20- تشير نتائج دراستنا إلى أن من أصعب المشاكل التي تواجه مصلحة الضرائب هي صعوبات محاولتها على التعرف وكيفية تحديد المكلفين بالضريبة الذين ينشطون في مجال التجارة الإلكترونية بحيث شنت قواعد خاصة تكشف عن أصحاب الحسابات الوهمية إلا أن هذه القواعد لا زالت لم تطبق نظرا لتماشي أغلب القطاعات بالأنظمة السابقة .
- 21- أثبتت إجابة المبحوثين أن الضرائب المطبقة بشكل غير عادل تؤدي إلى عدم الاستفادة من أهم النواتج على المعاملات التجارية و اللجوء إلى عمليات التضخيم والتبويض للأموال وهذا يؤثر في الإقتصاد بشكل سلبي ويؤدي إلى التهرب الضريبي.
- 22- كشفت النتائج أن غياب التصريحات ومعلومات العمال النشطين في التجارة الإلكترونية من ضمن الصعوبات التقنية التي من ضمنها تواجه مصلحة الضرائب نتيجة لوجود صعوبات في تقديرات الدخل الناتجة عن التجارة الإلكترونية مما أدى إلى عدم إلتزام الكثير من مستخدمي التجارة الإلكترونية.
- 23- لقد إتفق المبحوثين على وجود تحفيزات لمستخدمين التجارة الإلكترونية ومن الضروري الأخذ بهاز بعين الإعتبار لتسديد الضرائب وهذا لسلامة قطاع مصلحة الضرائب و أن تكون الأسعار التنافسية عادلة بين مستخدمي التجارة الإلكترونية.
- 24- أظهرت نتائجنا للتقييم العام هناك وجود إقتراحات يجب أن تفرض وتطبق لتسهيل و جوب فرض الضرائب على مستخدمي التجارة الإلكترونية أو حلول أخرى تتماشى مع النظام المعمول به حاليا في المؤسسة لإمكانية تواصل الأنشطة الإلكترونية وتحقيق تحصيل ضريبي ناجح.

المطلب الثالث: إختبار الفرضيات

- الفرضية الأولى:
تنص الفرضية الأولى للدراسة على "النظام الضريبي التقليدي غير كاف لرصد ومتابعة نشاط العاملين في التجارة الإلكترونية"، ونحن توصلنا من خلال نتائج المقابلة أن النظام الضريبي التقليدي لا يواكب تطورات التجارة الإلكترونية، وبالتالي الفرضية الأولى صحيحة.
- الفرضية الثانية:
تنص الفرضية الثانية للدراسة على "أنشطة التجارة الإلكترونية لا تمثل بيئة داعمة للتهرب الضريبي"، ونحن توصلنا من خلال نتائج المقابلة أن أنشطة التجارة الإلكترونية تسهل من عملية التهرب الضريبي وبالتالي تعتبر بيئة داعمة، وبالتالي الفرضية الثانية خاطئة.
- الفرضية الثالثة:
تنص الفرضية الثالثة للدراسة على "ليس هناك مشاكل تواجه مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية"، ونحن توصلنا من خلال نتائج المقابلة وجود العديد من المشاكل في فرض الضريبة على مستخدمي التجارة الإلكترونية، وبالتالي الفرضية الثالثة خاطئة.

خلاصة الفصل:

نستخلص من خلال هذا الفصل والمتمثل في الدراسة التطبيقية للبحث والتي كانت بمصلحة الضرائب ومديرية التجارة لولاية إيزي، دور التجارة الإلكترونية في زيادة نسبة التهرب الضريبي، حيث إعتمدت الدراسة على أداة المقابلة لتحقيق اهداف الدراسة والوصول إلى النتائج المطلوبة.

موضوع التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي يعكس التحديات الضريبية التي تواجه النظم الضريبية في العصر الرقمي. يتمثل التحدي الرئيسي في تكنولوجيا التجارة الإلكترونية في صعوبة تحديد الوعاء الضريبي ومراقبة المتعاملين، مما يزيد من فرص التهرب الضريبي.

يعزز التطور السريع في مجال التكنولوجيا وتغير نمط التجارة العالمية التحديات التي تواجه المصالح الضريبية.

تتطلب مكافحة التهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية إستراتيجيات متعددة الأوجه، بما في ذلك تحديث التشريعات الضريبية وتعزيز التعاون الدولي، كما يجب على الحكومات والجهات الضريبية إتخاذ إجراءات فعالة لمكافحة التهرب الضريبي وتعزيز الإمتثال الضريبي بين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية، مما يساهم في تحقيق العدالة الضريبية وتحقيق الإستقرار المالي والإقتصادي.

الختامة

يعتبر موضوع التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي تحدياً متزايداً أمام النظم الضريبية في العصر الرقمي. فتصاعد حجم التجارة الإلكترونية يجعل من الصعب على النظم الضريبية تحديد الوعاء الضريبي ومراقبة المتعاملين، مما يزيد من فرص التهرب الضريبي. على الرغم من هذه التحديات، إلا أن بعض النتائج تشير إلى إمكانية تحقيق التوازن بين التكنولوجيا والضرائب، حيث يمكن لتحديث التشريعات وتبني سياسة ضريبية فعالة أن تساهم في تحقيق العدالة الضريبية وزيادة الإمتثال الضريبي. من خلال الجهود المشتركة والتعاون بين الحكومات والقطاع الخاص، يمكن التصدي لهذا التحدي وتعزيز النظم الضريبية لتناسب مع التطورات الرقمية، وبالتالي تحقيق الإستقرار المالي والإقتصادي.

وبعد التطرق إلى الدراسة النظرية والتطبيقية توصلنا إلى النتائج التالية:

- ❖ التطور السريع في التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية يزيد من التحديات التي تواجه النظم الضريبية القائمة.
- ❖ التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية يشكل تحدياً كبيراً نتيجة لصعوبة تحديد الوعاء الضريبي ومراقبة المتعاملين.
- ❖ تحديث التشريعات الضريبية وتعزيز التعاون الدولي يعدان الخطوات الأساسية لمكافحة التهرب الضريبي وتحقيق العدالة الضريبية.
- ❖ توعية المتعاملين بأهمية الإلتزام الضريبي وتطوير التكنولوجيا الضريبية يمكن أن يساهم في زيادة معدلات الإمتثال الضريبي.
- ❖ الإستراتيجيات الشاملة والتعاون الدولي يعدان السبيل لضمان استدامة النظم الضريبية في ظل التحولات الرقمية الحديثة.

توصي هذه الدراسة بما يلي:

- تحديث التشريعات الضريبية لتوفير إطار قانوني ملائم ينظم التجارة الإلكترونية ويحد من فرص التهرب الضريبي.
- يجب على الحكومات تعزيز التعاون الدولي لمكافحة التهرب الضريبي في مجال التجارة الإلكترونية من خلال تبادل المعلومات وتطوير القوانين الدولية.
- تشجيع الإمتثال الضريبي من خلال تقديم حوافز ضريبية وتسهيلات للمتعاملين بالتجارة الإلكترونية الذين يلتزمون بالقوانين الضريبية بشكل صحيح.
- توفير التدريب والتأهيل للطواقم الضريبية لتعزيز قدراتها على التعامل مع تحديات التجارة الإلكترونية ومكافحة التهرب الضريبي.
- إجراء مراجعات دورية للنظام الضريبي لتقييم فعالية السياسات والتشريعات في مكافحة التهرب الضريبي وضمان العدالة الضريبية.

آفاق الدراسة:

كما سنفتح دراستنا مجموعة من الآفاق المستقبلية للبحث تتمثل في:

- ❖ تأثير التطور التكنولوجي على أنماط الإقتصاد وتحديات تطبيق الضرائب.
- ❖ طرق تهرب الضرائب الإلكترونية وسبل مكافحتها من خلال التشريعات والتعاون الدولي.
- ❖ تأثير الضرائب على نمو التجارة الإلكترونية وتطوير الأعمال.

قائمة

المراجع

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

1. أعاد حمود القيسي، المالية العامة والتشريع الضريبي، الطبعة الثامنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
 2. بسام نور، التجارة الإلكترونية كيف ومتى وأين ، الموسوعة العربية للكمبيوتر، طبعة الأولى 2000-2003.
 3. حميد بوزيدة، جباية المؤسسات، الطبعة الثانية، الساحة المركزية، الجزائر، 2007.
 4. سعيد عبد العزيز عثمان، اقتصاديات الضرائب، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
 5. سليمان الدالي، رواد داود، دور التدقيق الضريبي في اكتشاف التهرب الضريبي، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سوريا، المجلد 37، العدد 1، 2015.
 6. علي زغود، المالية العامة، الساحة المركزية بن عكنون الجزائر، الطبعة الثالثة، سنة 2005.
 7. محمد بودالي، التهرب الضريبي والسلوك الجبائي من منظور الوعي الاقتصادي السوي، شركة الأصالة للنشر، الجزائر، 2018.
 8. ناصر مراد، فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق، دار هومة، الجزائر، 2003.
- ثانياً: مذكرات الماجستير وأطروحات الدكتوراه
9. العمري هاشمي، تكيف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، 2022-2023.
 10. بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة الدكتوراه في العلوم القانونية ، جامعة مولود تيزي وزو، 2017.
 11. حسن سالم محسن، الحصر الضريبي ومدى المساهمة في الحد من التهرب الضريبي، مجلة دنانير، جامعة المستنصرية، العراق، العدد 9، 2016.
 12. خالد بداح السهلي، مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية من وجهة نظر مديري وفاحصي الضرائب في دولة الكويت، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2011.
 13. علاء سعيد حسين سعد، تقييم دور نظم المعلومات بالمحاسبية الإلكترونية في الحد من ظاهرة التهرب الضريبي من وجهة نظر مكاتب المحاسبة والدوائر الضريبية، رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل، الجامعة الإسلامية غزة، 2014.
 14. مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة الدكتوراه في الحقوق ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.
 15. مولود عزيز ، معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة تلمسان، 2009 - 2010 .

ثالثاً: المقالات العلمية

16. أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، عميد كلية الدراسات التجارية الكويت، العدد 06، 2010.
17. أماني فوزي، واقع التجارة الإلكترونية في العالم في ظل قوانين تنظيم التعاملات الإلكترونية، المجلة الجنائية القومية، مدرس الاقتصاد، المجلد 63، العدد 2، 2020.

18. المختار بن قوية، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة، مجلة معارف ، جامعة البويرة، المجلد 16، العدد 2، 2021.
19. حسن خضير عباس، مصطفى راشد علي، تحليل أثر التجارة الإلكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية، مجلة دنانير، جامعة واسط كلية الإدارة والاقتصاد العراق، العدد 22.
20. سامية أحمد سمل، تهاني أبو القاسم أحمد، تحديات التحاسب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، المجلد 19، العدد 02، 2021.
21. شجاع عوض ذعار زبيد، تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب، المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الخامس، العدد خمسون، 2022.
22. صبيحة عبد اللاوي، تطور التجارة الإلكترونية حالة الجزائر، دفاثر البحوث العلمية، جامعة علي لونيبي، البليدة، المجلد 9، العدد 1، 2021.
23. روشو عبد القادر، التأسيس القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة تيسمسيلت، المجلد 08، العدد 2.
24. علي خلف سليمان الركابي، التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي (الجامعة المستنصرية العراق)، مجلة الاقتصاد الجديد، العراق، العدد 02، 2010.
25. عمار ياسين كاظم، التهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية مع الإشارة للتجربة في العراق ، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة ديالي، المجلد 9 العدد 02، 2020.
26. فتيحة تمرسيت، التجارة الإلكترونية وجودة الخدمات، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، جامعة بسكرة، المجلد 2 العدد 4، 2020.
27. كتاف شافية، لطرش ذهبية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة سطيف 1، المجلد 18، العدد 01، 2020.
28. كمال زريق، فطوم معمر، التجارة الإلكترونية كمحرك للاقتصاد الضريبي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، كلية العلوم الاقتصادية خميس مليانة .
29. نعيمة يحيوي ، التجارة الإلكترونية وأثارها على إقتصاديات الأعمال العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02 ، 2010.
- رابعاً: الدراسات باللغة الأجنبية

30. Dodero Galvez, Stephany del Rocio "E-commerce y Su Impacto En la évacion Tributaria en los comerciantes pertenecientes" Para optar el titulo profesional de contador Publico, unversidad Peruana de ciencias Aplicadas, 2020.
31. Josep M.Argilés-Bosch "An empirical examination of the influence of ecommerce on tax avoidance in Europe" Journal of International Accounting, Auditing and Taxation, volume 41, 2020.

32. Konrad Rackowski "Measuring the tax gap in the European economy" Journal of Economics and Management, vol21, 2015.
33. Pascal Perez "L'impact du commerce électronique sur la fraude fiscale" Après-Demain, N°29, 2014.
34. Sry Mulyani, Suparno Suparno "Regulation and Compliance in Electronic Commerce Taxation policies: Addressing Cybersecurity Challenges in the Digital Economy" International Journal of Cyber Criminologie, vol17, 2023.
35. Xavier linant DE Bellefonds "La commerce électronique et la tva: Enjeux et pour les administrations fiscales "Le Droit De commerce électronique, 2005.