

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



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

## أثر التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي

دراسة ميدانية بمديرية الضرائب بولايي عنابة وإيليزي

إعداد الطالبين :

- الشريف سعدي

- عمر بن التومي

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

| الاسم واللقب  | الدرجة العلمية | المؤسسة الجامعية      | الصفة       |
|---------------|----------------|-----------------------|-------------|
| إلياس ميدون   | أستاذ          | المركز الجامعي إيليزي | رئيسا       |
| خالد بعاشي    | أستاذ محاضر-ب- | المركز الجامعي إيليزي | مشرفا ومقرا |
| عبد الله عباس | أستاذ مساعد-أ- | المركز الجامعي إيليزي | عضوا مناقشا |

السنة الجامعية: 2024/2023



وزارة التعليم العلي والبحث العلي  
المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار- إيليزي  
معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



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

## أثر التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي

دراسة ميدانية بمديرية الضرائب بولاية عنابة وإيليزي

إعداد الطالبين :

- الشريف سعدي
- عمر بن التومي

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

| الاسم واللقب  | الدرجة العلمية | المؤسسة الجامعية      | الصفة       |
|---------------|----------------|-----------------------|-------------|
| إلياس ميدون   | أستاذ          | المركز الجامعي إيليزي | رئيسا       |
| خالد بعاشي    | أستاذ محاضر-ب- | المركز الجامعي إيليزي | مشرفا ومقرا |
| عبد الله عباس | أستاذ مساعد-أ- | المركز الجامعي إيليزي | عضوا مناقشا |

السنة الجامعية: 2024/2023

## ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح أثر التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي، و لتحقيق هدف الدراسة تم إجراء مقابلات مع العديد من موظفي مصلحة الضرائب في كل من ولايتي عنابة و ايليزي.

و خلصت الدراسة إلى أن التجارة الالكترونية تلعب دورا هاما في زيادة الإيرادات الضريبية، كما أن هناك بعض الصعوبات تعترض مصلحة الضرائب في تحديد المكلفين الناشطين في التجارة الالكترونية مما يصعب من مأمورية فرض الضرائب عليهم.

**الكلمات المفتاحية:** تجارة الكترونية، دفع الكتروني، تحصيل ضريبي، مديرية الضرائب عنابة، مديرية الضرائب ايليزي.

### **Abstract :**

*This study aimed to clarify the impact of e-commerce on tax collection. To achieve the study's goal, interviews were conducted with several Tax Authority employees in both the states of Annaba and Illizi.*

*The study concluded that e-commerce plays an important role in increasing tax revenues, and that there are some difficulties facing the Tax Authority in identifying tax payers active in e-commerce, which makes it difficult to impose taxes on them.*

**Key words :** e-commerce, electronic payment, tax collection, Annaba Tax Directorate, Illizi Tax Directorate.



الإهداء

اهدي خالص عملي إلى الله عزوجل سبحانه و لرسوله و لصالح المؤمنين،

إلى من أعطاني كل شيء دون كلل و ملل.

إلى أعلى ما املك في هذه الدنيا و الدنيا الكريمين حفظهما الله في رعايته.

إلى الأعمام إخوتي كل باسمه.

وإلى كل من قدم لي دعماً معنوياً و لوبدعاء.

الشريف



## الإهداء

منذ الخليقة وجد الإنسان نفسه على وجه الأرض لا يستطيع العيش بمعزل عن

الآخرين ، ونجد بجميع مراحل حياتنا من هم يستحقون منا كل الشكر والتقدير و

أن أولى هؤلاء الأشخاص هم الأبوان ، فلهم على فضل كبير قد يبلغ عنان السماء

فقد كان وجودهم سبب في فلاح و نجاحي بهذه الدنيا وبالآخرة أيضا

إليك أيضا زوجتي العزيزة ورفيقة الحياة والكفاح

كما أيضا أصدقائي الذين دائما ما أشهد لهم بأنهم نعم الرفقاء بجميع الأمور

أهديكم هذا البحث العلمي المتواضع

عمر



## شكروعرفان

قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِيئُوهُ، فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا مَا تُكَافِيئُونَهُ فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ. (رواه أبو داود)

أخيرًا، أتقدم بجزيل شكري إلى كل من مدوا لي يد العون والمساعدة في إخراج هذه الدراسة على أكمل وجه.

وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

الحمد لله الذي بيده التوفيق.

فہرِس

## فهرس المحتويات

| الصفحة  | الموضوع                                                           |
|---------|-------------------------------------------------------------------|
| II-III  | إهداء.....                                                        |
| IV      | شكرو عرفان.....                                                   |
| VI-VII  | فهرس المحتويات.....                                               |
| IX      | فهرس الجداول.....                                                 |
| X       | قائمة الرموزو المختصرات.....                                      |
| XI      | قائمة الملاحق.....                                                |
| ب، ج، د | مقدمة.....                                                        |
| 35-02   | الفصل الأول: الإطار النظري لمتغيرات الدراسة و الدراسات السابقة    |
| 03      | المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية في ظل النظام الضريبي      |
| 03      | أولاً: ماهية التجارة الالكترونية                                  |
| 03      | 1. مفهوم التجارة الإللكترونية                                     |
| 03      | 2. أنواع التجارة الإللكترونية                                     |
| 04      | 3. فوائد التجارة الالكترونية و مجالاتها                           |
| 05      | 4. إيجابيات و سلبيات التجارة الإللكترونية                         |
| 08      | 5. متطلبات التجارة الإللكترونية و الإطار القانوني لها             |
| 13      | ثانياً: ماهية النظام و التحصيل الضريبي                            |
| 13      | 1. مفهوم النظام الضريبي و خصائصه                                  |
| 15      | 2. مفهوم و خصائص الضريبة                                          |
| 16      | 3. ماهية و معوقات التحصيل الضريبي في الجزائر                      |
| 18      | 4. طرق و تطبيقات التحصيل الضريبي في الجزائر                       |
| 23      | ثالثاً: فعالية التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي            |
| 23      | 1. تحديات فرض الضريبة على التجارة الالكترونية                     |
| 24      | 2. الضرائب المقترح فرضها على التجارة الالكترونية                  |
| 27      | 3. حلول مقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الالكترونية              |
| 29      | المبحث الثاني: الدراسات السابقة و مناقشتها.                       |
| 29      | أولاً: دراسات باللغة العربية                                      |
| 32      | ثانياً: الدراسات باللغة الأجنبية                                  |
| 33      | ثالثاً: مناقشة الدراسات السابقة                                   |
| 33      | 1. أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسات السابقة و الدراسة الحالية |
| 34      | 2. الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية                    |

|       |                                         |
|-------|-----------------------------------------|
| 61-37 | الفصل الثاني: الدراسة الميدانية         |
| 38    | المبحث الأول: الطريقة والإجراءات        |
| 38    | أولاً: منهج الدراسة                     |
| 38    | ثانياً: أداة الدراسة                    |
| 39    | ثالثاً: مجتمع وعينة الدراسة             |
| 40    | المبحث الثاني: نتائج الدراسة و مناقشتها |
| 40    | أولاً: تقديم المقابلات                  |
| 56    | ثانياً: مناقشة النتائج                  |
| 63    | الخاتمة.....                            |
| 65    | قائمة المراجع.....                      |
|       | الملاحق.....                            |

## فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول                                                   | الرقم |
|--------|----------------------------------------------------------------|-------|
| 33     | أوجه الاتفاق و الاختلاف بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة | (1-1) |
| 61     | جدول يلخص إجابات المبحوثين ب(نعم أو لا) لأسئلة المحور الأول    | (1-2) |
| 64     | جدول يلخص إجابات المبحوثين ب(نعم أو لا) لأسئلة المحور الثاني   | (2-2) |

## قائمة الرموز والمختصرات

| المختصر      | الاسم بالعربية                     | الاسم بالأجنبية                            |
|--------------|------------------------------------|--------------------------------------------|
| أ.           | الأستاذ                            | -                                          |
| د.           | الدكتور                            | -                                          |
| ص.           | صفحة رقم                           | -                                          |
| <b>IRG</b>   | الضريبة على الدخل الإجمالي         | <i>Impôt sur le Revenu Global</i>          |
| <b>MLI</b>   | الحد الأدنى للضرائب                | <i>Minimum Limite des Impôts</i>           |
| <b>TIEAs</b> | اتفاقيات تبادل المعلومات الضريبية  | <i>Tax Information Exchange Agreements</i> |
| <b>IRG/S</b> | تحصيل الضريبة على المداخيل الأجرية | <i>Impôt sur le Revenu Global/Salaire</i>  |

## فهرس الملاحق

| الرقم | عنوان الملحق                           |
|-------|----------------------------------------|
| (1-2) | أسئلة المقابلة الخاصة بالجانب التطبيقي |

# مقدمة

تمهيد:

شهد العالم مؤخرا ثورة حقيقية في تقنيات المعلومات والاتصالات مست جميع المجالات بما فيها التجارية، و هو ما نتج عنه ظهور ما يسمى بالتجارة الإلكترونية و التي لقت انتشارا و نمو متزايدا عبر العالم خاصة مع تنامي استخدام الانترنت، مما وضع غالبية النظم الضريبية أمام تحدي حقيقي حول إمكانية فرض معدلات ضريبية على هذه المعاملات التجارية، و مع انتشار التجارة الإلكترونية و تزايد الاهتمام بها تحول الاقتصاديون و القانونيين للتفكير جديا بكيفية مجارة هذا التطور المتسارع في انتشار التجارة الإلكترونية مع القواعد التشريعية و الضريبية و التي لا تزال حتى العديد من الدول المتقدمة ضمن إطارها التقليدي، لاسيما و أن الإيرادات الضريبية أصبحت تمثل جانبا هاما من الإيرادات بشكل عام. فالجزائر كغيرها من الدول تحاول مواكبة كل مستحدثات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال أين قامت بسن قانون التجارة الإلكترونية مؤخرا و هو ما يضعها كذلك أمام حتمية تطبيق الجباية الإلكترونية<sup>1</sup>.

حيث تعتبر الضرائب من أهم الأدوات التي تلجأ إليها الدولة في سياستها المالية كما و تعد الرافد الرئيسي لموازنة الدولة كذلك لا بد من حماية هذا الرافد كي تتمكن من توفير الأموال التي تحتاجها لمعالجتها مشكلاتها الاقتصادية و تحقيق النمو و الازدهار لمواطنيها سواء أكانت هذه الضرائب مباشرة أو غير مباشرة.

الواقع أن موضوع الضرائب على التجارة الإلكترونية ينظر له من زاويتين مختلفتين، فمن جهة يرى البعض أن إخضاع الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت إلى ضرائب يعد كبحا للنمو التكنولوجي، بينما يرى البعض الآخر أن الإعفاء الضريبي للتجارة الإلكترونية يؤدي إلى التقليل من أهم موارد الدولة، ذلك أن الأفراد و المؤسسات أصبحوا يفضلون إبرام العقود و الصفقات على الانترنت لنقص تكاليفها من حيث القيمة و الزمن على حد سواء، أضف إلى ذلك أن اقتصار الأنظمة الضريبية على المعاملات التجارية التقليدية دون الإلكترونية يجعل منها أنظمة ضريبية محدودة الكفاءة و بناء على ذلك تم عقد العديد من النقاشات في مجال الضرائب على التجارة الإلكترونية، و تبين فيها أن المفاهيم التقليدية للضرائب أصبحت غير قابلة للتطبيق بسهولة على النشاط التجاري الذي يجري ضمن فضاء الكتروني لا تقيده حدود إقليمية، مما أوجد تحدي كبير يتعلق بتحديد جهة الاختصاص التي لها الحق بتحصيل الضرائب و التفريق بين السلع المادية و الرقمية و إثبات هوية البائع و المشتري، كل ذلك أوجب على الدول إعادة صياغة القوانين و النظم الضريبية لمواجهة هذا التغيير في بيئة التجارة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> دراسة سامية أحمد سمل و تهاني أبو القاسم أحمد، "تحديات التحاسب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية" مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 9، العدد 02، السودان، 2021، ص 14.

<sup>2</sup> دراسة بختي ابراهيم، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003.

### 1. إشكالية الدراسة:

و مما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

- هل هناك أثر للتجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي لولايتي عنابة و ايليزي؟

و هذه الإشكالية تقودونا إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمي مصلحة الضرائب لولايتي عنابة و ايليزي؟

2. هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولايتي عنابة و ايليزي في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية؟

### 2. فرضيات الدراسة:

من خلال إشكالية البحث و التساؤلات الفرعية تم وضع الفرضيات التالية:

1. نعم، تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمي مصلحة الضرائب لولايتي عنابة و ايليزي.

2. نعم، هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولايتي عنابة و ايليزي في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية

### 3. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في:

التزايد المستمر للاهتمام بالتجارة الالكترونية و ضرورة تنظيمها عن طريق إخضاعها للضريبة، باعتبار الضرائب من بين أهم الوسائل التي تستعملها الدولة من أجل الحصول على الموارد الكافية لتمويل النفقات العمومية.

### 4. أهداف الدراسة:

يهدف موضوع الدراسة إلى:

1. تسليط الضوء على عنصر هام و هو التحصيل الضريبي الناتج عن التجارة الالكترونية؛
2. التعرف على التجارة الالكترونية و مدى فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية.

### 5. دوافع اختيار الموضوع:

1. ارتباط موضوع الدراسة بمجال التخصص؛
2. الرغبة في اكتشاف دور التجارة الالكترونية و أهمية فرض الضرائب عليها.

### 6. مناهج الدراسة:

سنعتمد في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي و التحليلي:  
المنهج الوصفي: إبراز أهم الجوانب النظرية المتعلقة بالتجارة الالكترونية و التحصيل الضريبي.  
المنهج التحليلي: لتحليل نتائج الدراسة الميدانية و للإجابة على التساؤلات و اختبار صحة الفرضيات.

### 7. حدود الدراسة:

الإطار المكاني: دراسة ميدانية بمديرية الضرائب لولايي عنابة و ايليزي.  
الإطار الزمني: أجريت الدراسة خلال الفترة الممتدة من شهر فيفري إلى شهر أفريل. 2024.

### 8. صعوبات الدراسة:

1. صعوبة الوصول إلى بعض المبحوثين أحيانا؛
2. عدم تعاون بعض المبحوثين مع الباحث؛
3. صعوبة الدراسة في الجانب التطبيقي لحدثة موضوع الدراسة.

### 9. هيكل الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين كمايلي:

**الفصل الأول:** الإطار النظري لمتغيرات الدراسة و الدراسات السابقة حيث تناولنا في المبحث الأول لهذا الفصل ماهية التجارة الالكترونية في ظل النظام الضريبي بالإضافة إلى فاعلية التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي.  
و في المبحث الثاني تناولنا الدراسات السابقة، حيث تم التطرق إلى مجموعة من الدراسات باللغة العربية و الأجنبية و التطرق إلى أهم أوجه الاتفاق و الاختلاف بينها و بين الدراسة الحالية.

### الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تضمن هذا الفصل دراسة ميدانية بإجراء مقابلة مع عينة من الموظفين بمديرية الضرائب بولايي عنابة و ايليزي، لمعرفة مدى تأثير التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي.

## الفصل الأول:

الإطار النظري لمتغيرات الدراسة والدراسات السابقة

تمهيد:

تعد الضريبة إحدى الأدوات المالية لاقتطاع جزء من ثروة الأفراد، و تقوم بتحويله إلى الدولة لتحقيق أهدافها المختلفة، و من ثم فان الضريبة تمثل انعكاسا حقيقيا للأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية للمجتمع الذي تفرض فيه، كما أن الضريبة تتغير حجما، و عاءا و غرضا بتغير الأوضاع، و تعد عملية التحصيل الضريبي أهم مرحلة لأن فيها تجمع حصيلة الدولة، و في إطار العولمة و التطور التكنولوجي الهائل التي يعرفها عالمنا اليوم برزت للوجود العديد من القضايا الجبائية الحديثة، التي أثرت على الحصيلة الضريبية، حيث أصبحت النظم الضريبية لمختلف الدول عاجزة على تتبعها و في مقدمتها التحديات التي تفرضها التجارة الالكترونية، فانه يبدو أن اقتران هذه الأخيرة بتحصيل الضريبة سيشكل تحديا أمام إدارة الضرائب، أمام تطبيق القواعد و القوانين الضريبية في ظل هذه التعاملات التجارية الالكترونية مما يؤثر على الحصيلة الضريبية.

لتفصيل أكثر لهذا الفصل تم تقسيمه إلى مبحثين:

المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية في ظل النظام الضريبي.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة و مناقشتها.

### المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية في ظل النظام الضريبي.

تعد الضريبة مورد مالي هام للدولة لتغطية النفقات العمومية، و أداة فعالة تمكن الدولة من التدخل في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، تجسيدا لأهدافها السياسية والمالية.

#### أولاً: ماهية التجارة الالكترونية

تطرقنا في هذا الجزء من المبحث إلى ماهية التجارة الالكترونية، من مفهوم وأنواع، فوائد ومجالات، ايجابيات و سلبيات، متطلباتها و الإطار القانوني لها.

#### 1. مفهوم التجارة الإلكترونية :

ظهر المصطلح مع انتشار الانترنت بداية تسعينيات القرن العشرين إلا أن بعض الباحثين أشاروا لوجوده منذ تسعينيات القرن الماضي من خلال أنظمة تبادل معلومات إلكترونية بين شركات صناعية و تتقاطع مع العديد من التخصصات مثل المحاسبة و القانون و الهندسة و إدارة الموارد البشرية.... الخ<sup>1</sup>.

حيث تعددت التعريفات لها ولا يوجد تعريف محدد بهذا الخصوص و لكن سوف نتطرق إلى التعريف التالي بأنها عملية تبادل السلع و الخدمات أو المعلومات و إيصالها بشكل إلكتروني حيث لا بد من التطرق إلى التعريفات التالية لتمييزها عن التجارة الإلكترونية:

أ- التجارة التقليدية : هي عملية تبادل السلع و الخدمات أو المعلومات و إيصالها بشكل ملموس.

ب- الأعمال الإلكترونية : هو مفهوم أوسع للتجارة الإلكترونية و يشمل خدمة العملاء و التعاون مع الشركاء و التجار و إجراء المعاملات الإلكترونية داخل المنظمة من خلال السوق الإلكترونية.

#### 2. أنواع التجارة الإلكترونية

تتمثل التجارة الالكترونية في كافة التعاملات التجارية التي تتم بصورة الكترونية عبر شبكة الانترنت، و يمكن تقسيم التجارة الالكترونية إلى أربعة مستويات وفق الأطراف المشتركة في عمليات التبادل الالكتروني<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> نور عبد الناصر و الشريف عليان، المحاسبة الضريبية. ط3. دار المسيرة، عمان، الأردن، 2006.

<sup>2</sup> يوسف يوسف، التجارة الالكترونية و أبعادها القانونية ، دار المناهج، عمان، الأردن، 2011.

-التعامل بين شركة تجارية و شركة تجارية أخرى: حيث تستحوذ التجارة الإلكترونية على ما يقارب 80% من حجم التجارة العالمية لذا فإن القطاعات التجارية الكبيرة لديها خبرة في التعاملات الإلكترونية باستخدام تقنية التبادل الإلكتروني للبيانات بشكل أمن عبر ما يسمى شبكات القيمة المضافة.

-التعامل بين الشركة التجارية و المستهلك: و يشمل هذا السوق قطاعات التجزئة بالرغم من أن هذا المجال محدود إلا أن الاهتمام بالخطط الإستراتيجية تتجه نحو الاستفادة من قطاع المستهلكين لاسيما الشركات التجارية الكبيرة ذات السمعة الحسنة.

-التعامل بين المؤسسة التجارية و الحكومية: هذا المجال لا زال في مراحله الأولية في بعض الدول و التمثيل في إثباتات مدفوعة الضرائب و التراخيص التجارية و رسوم الجمارك و تخصيص الواردات من البضائع إضافة ما تقوم به الحكومة من التجارة الإلكترونية.

-فئات أخرى بين المستهلكين أنفسهم: تتمثل في وضع إعلانات على المواقع الشخصية على الانترنت... الخ.

### 3. فوائد التجارة الإلكترونية ومجالاتها

سنتطرق إلى فوائد و مجالات التجارة الإلكترونية.

#### 1.3 فوائد التجارة الإلكترونية: و يمكن تصنيفها كالآتي<sup>1</sup>:

##### أ- فوائد عائدة على المؤسسة:

- منتشرة بشكل عالمي و سهولة الوصول إلى العملاء الموردين في جميع أنحاء العالم،
- تكلفة قليلة من حيث المعالجة و التخزين و التوزيع فقد تكون اقل بمقدار 90%،
- تحسين سلسلة التوريد لتقليل تأخير إعداد قوائم الجرد و التكلفة،
- التخصيص من خلال عمل عروض مميزة للزبائن،
- توفير الوقت و الجهد من خلال نظام فعال،
- إدارة المخزون بشكل أفضل.

##### ب- فوائد عائدة على الزبائن:

- حرية اختيار و تصفح المنتجات بسهولة،
- إمكانية الحصول على منتجات فريدة عبر الانترنت.

<sup>1</sup> البشكاني، هادي مسلم يونس، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2008.

ج- فوائد عائدة على المجتمع:

- تقليل الازدحام المروري من خلال العمل داخل المنزل،
- زيادة الخدمات العامة المقدمة من خلال الحكومة الإلكترونية.

2.3 مجالات التجارة الالكترونية: نشير في ما يلي إلى مجالات التجارة الالكترونية و منها<sup>1</sup>:

- تجار التجزئة: و هي المبيعات التي يتم التعاقد عليها و يتم دفع قيمتها من خلال شركة الانترنت مع إرجاء التسليم مثل تجار الكتب و المجلات.
- البنوك و التمويل: و هي كافة الخدمات التي تقدمها البنوك من خلال شبكة الانترنت، و منها الاستعلام عن الحساب، و التحويلات البنكية و متابعة أسعار البورصات، بيع و شراء الأسهم.
- التوزيع: و هي المبيعات التي يتم تسليمها على الشبكة مثل الأفلام، و برامج الحاسب و الأغاني و المعلومات.
- التصميمات الهندسية: و هي الطريقة المثلى للعمل المشترك بين أكثر من شخص لا يجمعهم مكان واحد عن طريق الشبكة.
- التعاملات التجارية: و هي كافة المعاملات التجارية على الخط، كالتبادل التجاري بين المؤسسات، حيث يتم عرض المبيعات و تبادل المعلومات الكترونياً.
- النشر: و هي المنشورات التي تتم من خلال الانترنت، كالإصدارات التي تقوم دور النشر المختلفة(الجرائد و المجلات).
- خدمات مخصصة: و هي الاستعلامات المتخصصة المختلفة عن طريق الشبكة مثل الاستشارات الطبية و القانونية و الإدارية.

4. إيجابيات و سلبيات التجارة الإلكترونية

1.4 إيجابيات التجارة الالكترونية: للتجارة الالكترونية العديد من المزايا نذكر منها<sup>2</sup>:

- الوصول العالمي: حيث يساعد استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية في وصول مؤسسات الأعمال إلى الأسواق العالمية و بتكلفة قليلة تمكن المؤسسات من إيجاد المزيد من الزبائن و الموردين و الشركاء التجاريين في أي مكان في هذا العالم.

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي ، التجارة الالكترونية و تطبيقاتها، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص 50.

<sup>2</sup> برهان محمد خطاب عز الدين، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، المجلد 1، العدد 1، 2015، ص 16.

## الفصل الأول: الإطار النظري لمتغيرات الدراسة و الدراسات السابقة

- تخفيض تكاليف الأعمال: يؤدي استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية إلى تقليل تكاليف الإنشاء و معالجة و توزيع و تخزين و استرجاع المعلومات المخزنة في الوثائق الورقية ، فالتكاليف العالية للطباعة و التراسل عبر البريد التقليدي تم استبدالها بالبريد الإلكتروني الأكثر كفاءة و فعالية و بتكاليف بسيطة.
- وجود خيارات كثيرة و متوفرة للمستهلكين و المتسوقين عبر الانترنت في مختلف مواقع المؤسسات التجارية الإلكترونية يجد العديد من الخيارات قبل أن يقرروا عملية الشراء أم لا و يقرروا ما هو السعر الذين يرغبون في دفعه لمنتج معين و يساعدهم في ذلك أماكن البحث و موقع البوابات و التي تعرض لهم روابط و مداخل مواقع لمختلف المنتوجات و الخدمات المتوفرة في الانترنت.
- سرعة المقارنة : يستطيع المستهلكين مقارنة الأسعار و نسبة و جودة المنتوجات أو الخدمات بسرعة كبيرة قبل اتخاذ قرار الشراء.
- توفر معلومات كبيرة إن المؤسسات في الانترنت تزود المستهلكين بكميات كبيرة من المعلومات عن المؤسسة و عن المنتجات و عن طريقة البيع و الشراء و عن طريقة التسليم و غيرها مما يساعد المستهلك كثيرا في اتخاذه لقرار الشراء بشكل فعال<sup>1</sup>.
- إمكانية تبني أنظمة معلومات جديدة تساعد صناع القرار: ذلك من خلال ما يتيح تبادل المعلومات عن دقة في المعلومة و في أسلوب نقلها و تحسين إمكانيات الرقابة و التدقيق المحاسبي و إعطاء الشركة الفرصة المناسبة للبحث عن أفضل الفرص التجارية و الصناعية و الاستثمارية و اختيار الأفضل لها.
- تساعد التجارة الإلكترونية المؤسسات التي تتعامل بها على تقليل المخاطر الخاصة بتراكم المخزون و ذلك بما تتيحه للمؤسسات من خفض الوقت المطلوب لمعالجة المعلومات الخاصة بالطلبات و بالتالي الوفاء بها بكفاءة زمنية أفضل و إتباع أساليب جديدة و سريعة لإدارة المخزون.
- تحقيق ما يسمى بديمقراطية التسوق أي أن الفرص تكون متاحة بنفس القدرة أمام المؤسسات الكبرى و الصغرى.
- تغيير صورة المؤسسات من مؤسسات ضخمة المباني و مكتظة بالمواطنين و تعاني من تعقد الهياكل التنظيمية إلى مؤسسات صغيرة الحجم يعمل بها عدد قليل من العاملين المهرة على مستويات عالمية من الكفاءة و التدريب<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد المطلب عبد الحميد. اقتصاديات التجارة الإلكترونية. الدارة الجامعية. الإسكندرية 2014.

<sup>2</sup> عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق.

### 2.4 سلبيات التجارة الإلكترونية:

مع كلّ إيجابية أو ميزة للتجارة الإلكترونية هنالك بلا شكّ ما يقابلها من سلبيات أو جوانب ضعف و في النهاية لابدّ من أن نكون واقعيين، إذ لا شيء مثالي تمامًا. وفيما يلي بعض من هذه السلبيات<sup>1</sup>:

- لا يمكن للزبائن شراء المنتجات في حال تعطل الموقع الإلكتروني:

من أسوأ سلبيات التجارة الإلكترونية هو عدم قدرة أي شخص على شراء منتجاتك في حال تعطل أو انهيار موقع متجرك الإلكتروني.

- لا يمكن للزبائن تجربة المنتجات:

وعلى الرغم من أنّها المشكلة الحالية الأكبر لمعظم البائعين عبر الإنترنت، لكنها لن تبقى كذلك لوقت طويل، فمع تقنيات الواقع الافتراضي و الواقع المعزّز أصبح بالإمكان تجربة العديد من المنتجات قبل شرائها مما يتيح تجربة أكثر تفاعلية للزبائن.

فعلى سبيل المثال إلقاء نظرة على تطبيق *Sephora's Virtual Artist* وهو متجر إلكتروني لمستحضرات التجميل، والذي يتيح للفتيات تجربة العديد من ألوان ظلال العيون وأحمر الشفاه قبل اتخاذ القرار بشرائها.

- المحاربة من أجل العملاء: هي واحدة من أسوأ عيوب التجارة الإلكترونية وغالبًا ما تشهد أفضل مجالات هذه التجارة تنافسية عالية، ممّا يجذب أغلب رواد الأعمال إليها.

هذا ليس كلّ شيء، فكلّما زادت تنافسية مجال معيّن، ارتفعت تكلفة الإعلانات المتعلقة بهذا المجال وأضحى بالتالي تحقيق الربح أكثر صعوبة وللتغلب على هذه المشكلة أمامك حلّان: إما بإتباع إستراتيجية تسويقية مختلفة عن تلك التي يتبعها منافسوك أو أن تلجأ إلى طرق أقل تكلفة للدعاية والإعلان عن منتجاتك، كأن تجذب عملائك لقراءة مدوّنات ومدشورات خاصة بالمنتجات، ثمّ تحويلهم إلى صفحة الخاصة بعرض المنتجات كي يشتروا منها، بدلًا من توجيههم إليها بشكل مباشر.

- قد يكون العملاء قليلي الصبر: في حال كان لدى العميل سؤال أثناء تسوّقه في متجر تقليدي، سيكون مندوب المبيعات موجودا على الدوام للإجابة عليه. لكن هذا الأمر قد لا يكون متوقّفًا في بعض المتاجر الإلكترونية. إذ تتأخر الكثير منها في الردّ على استفسارات العملاء وكما أن ميزة التجارة الإلكترونية هي توافرها على مدار الساعة، فإنّ من عيوبها بالمقابل عدم توقّف خدمة العملاء على مدار الساعة، وهو أمرٌ قد بدأت شركات كثيرة

<sup>1</sup> خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري إداري، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2008، ص76.

بالفعل في القيام به من خلال توظيف أشخاص في مجال خدمة العملاء للعمل في مناوبات ليلية وصباحية بغرض تقديم يد العون والردّ على استفسارات الزبائن في جميع الأوقات.

- عملية شحن المنتجات وإيصالها للزبائن قد تستغرق الكثير من الوقت:

يعتبر زبائن التجارة الإلكترونية أنّ أوقات الشحن وإيصال المنتجات إليهم من أسوأ عيوب هذا النوع من التجارة. فحينما يتسوّق أحدهم في متجر تقليدي، يمكنه شراء المنتج واستلامه على الفور، أمّا في حالة التسوّق الإلكتروني فعليه الانتظار لأسبوعين كحدّ أدنى للحصول على المنتجات.

- انتهاك خصوصية العملاء:

وذلك من خلال تلصص قرصنة الإنترنت على أرقام الكروت الائتمانية الخاصة بهم خلال تداول عبر الشبكة عند الشراء مما يعرض صاحب البطاقة إلى تحمل تبعات عمليات شراء لم يتم تنفيذها .

- إن معظم المؤسسات التي تباع عبر الويب لا تتخذ سياسة الإرجاع إذا لم يروق المنتج للزبون.

### 5. متطلبات التجارة الإلكترونية والإطار القانوني لها

عند بدء التجارة الإلكترونية هناك العديد من المتطلبات التي تحتاج إلى أن أخذها في عين الاعتبار نذكر منها<sup>1</sup>:

1.5 متطلبات التجارة الإلكترونية: النجاح المتزايد الذي حققته مواقع التجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم جعل نمط إقامة المشاريع أكثر واقعية من أي وقت مضى، سواء كنت تبحث عن زيادة لدخلك الشهري، أو تريد البدء في عمل تجاري بدوام كامل أو مجرد تبادل للمنتجات الخاصة بك مع العالم، فيعد إقامة موقع للتجارة الإلكترونية المنصة المثالية لجعل أحلامك حقيقة.

ولهذا السبب نقدم نبذة موجزة عن كل ما تحتاجه لتأخذ مشروع التجارة الإلكترونية الخاص بك من لوحة التصميم إلى شبكة الانترنت.

-اختيار المنتج: عند بدء التجارة الإلكترونية الخاصة بك هناك العديد من الجوانب التي تحتاج إلى أن تأخذها بعين الاعتبار، لكن السؤال الأهم والذي سوف يحتاج إلى إجابة لأي مشروع للتجارة الإلكترونية هو ما الذي سوف تبيعه، سوق التجارة الإلكترونية يتسم بالتنافسية لذلك عليك النظر إلى المجالات التي لديك فيها ميزة. وهذا قد يعني أن تباع المنتج الذي صمّمته، أو تباع إلى مجتمع معين في أسواق متخصصة، أو التقاط الاتجاهات

<sup>1</sup> محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، "مدخل إلى التجارة الإلكترونية"، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2009، ص 58.

الجديدة في وقت مبكر وضمان أن يكون لديك منتج قابل للاستمرارية والنمو من البداية يساعد على وضع أساس قوي لتجارتك الإلكترونية.

-وضع خطة عمل: وضع خطة عمل واضحة أمر بالغ الأهمية لإنشاء مشروع تجاري ناجح، وليس لمجرد أن التجارة الإلكترونية الخاصة بك تتم على الانترنت يجعلها استثناء. فأنت تحتاج لخطة عمل تشمل إستراتيجية للتمويل والتسويق، والدعاية والإعلان للعمل التجاري.

فأنت تحتاج إلى بلورة فكرة واضحة عن كيفية الوصول إلى النجاح و المراحل التي تحتاج إلى تحقيقها على طول الطريق.

-إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية الخاصة بك: إذا كان لديك خلفية تقنية لبناء موقعك من الصفر فهذا يعد دائما خيارا موجودا، لكن الاحتمالات هي أنك سوف ترغب في الاستفادة من الموارد المتاحة مسبقا لإنشاء متجر على الانترنت. مع مواقع مثل *Shopify* يمكنك شراء اسم النطاق الخاص بك واستخدام الأدوات المتاحة في هذه المواقع لبناء موقع على شبكة الانترنت مخصص من الألف إلى الياء.

بمجرد الانتهاء من الأجزاء التقنية للموقع، سوف تحتاج إلى التفكير في التصميم العام لموقع الويب الخاص بك. فسوف تحتاج إلى إعداد إطار عام للموقع، عناوين رئيسية، وتنظيم المنتجات الخاصة بك في فئات يسهل البحث والتنقل فيها وسوف تحتاج أيضا إلى استكمال قسم نبذة عن المتجر وأن تقرر ما إذا كنت سوف تستخدم مدونة للشركة.

-قائمة موجودات المخزن والشحن: بالإضافة إلى تحديد ما سوف تقوم ببيعه ، فأنت سوف تكون في حاجة إلى التفكير في بناء المخزون الخاص بك، فإذا لم تقم بتصنيع المنتجات بنفسك، فسوف تحتاج إلى إيجاد مورد أو إيجاد طريقة تسمح لك بالتوزيع من خلال إعادة البيع.

الشحن يعد أمر آخر قد يبني أو يهدم عملك، فإذا اخترت شريكا للشحن عديم الخبرة، فالزبائن قد تعاني من تجربة سيئة قد تؤدي إلى ملاحظات سلبية. تمهل في الوقت لفهم ما يمكن للشركات اللوجستية المختلفة أن تقدمه وإذا كنت غير متأكد أطلب المشورة.

-تسويق موقع الويب الخاص بك: بمجرد إنشاء عملك التجاري، وعمل قائمة بالمخزون الخاص بك، وتعاملت مع كل (أو على الأقل معظم) نقاط العطب في موقع الويب الخاص بك، فإنه يكون قد حان الوقت لتبدأ في التفكير في الافتتاح الرسمي للشركة.

كيف يمكنك إطلاق موقع الويب الخاص بك سوف يعتمد إلى حد كبير على الموارد المتاحة لديك فإذا كان عملك صغير، تأكد من الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي للإعلان عن موقعك. بعد إطلاق الموقع يجب ألا تنتهي خطة التسويق الخاص بك، تأكد من أنك تستخدم *Google Analytics* لفهم أفضل الزبائن وعاداتهم. ولكي يكون موقعك فعال عليك أن تعمل باستمرار لتنمية قاعدة العملاء.

-المحافظة على استمرار العمل: بمجرد الانتهاء من كل شيء والتأكد من تشغيل الموقع، العمل الوحيد الخاص بك هو الإبقاء على عمله، حاول الإلمام بكل الجوانب الفنية ومواصلة استئصال أي عطب بالموقع. وسوف تحتاج أيضا إلى الإلمام بمخزون الشركة، واتخاذ القرارات حول المنتجات الجديدة والتي سوف يتم إيقافها وتوفير خدمة العملاء للحفاظ على رضا الزبائن.

-كيفية قياس حجم التجارة الإلكترونية: ترجع صعوبة قياس التجارة الإلكترونية إلى عدة عوامل، منها ما يتعلق بتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية ومكوناتها، وكذلك سرعة نموها والتطور التكنولوجي المصاحب لها، بالإضافة إلى أن العديد من المؤسسات التجارية تقوم بالتجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية في آن واحد.

وبسبب هذه العوامل وغيرها، فإن أساليب قياس حجم التجارة الإلكترونية سواء من حيث الأرقام الفعلية أو التقديرية ستظل تفتقر إلى الدقة والموثوقية، ولذلك فإن إحصاءات التجارة الإلكترونية التي تنشرها بعض مراكز البحوث والقطاعات الخاصة تظهر متباينة، وإلى حد كبير أحيانا، وبالرغم من القصور في أساليب قياس التجارة الإلكترونية، إلا أن الدول وكذلك القطاعات الخاصة تعمل على إنشاء برامج قياس لإيجاد مؤشرات تعكس طبيعة وتطور أنشطة التجارة الإلكترونية، وذلك بهدف قياس أثرها على القطاعات الاقتصادية، وقياس نموها، ومقارنتها بين مختلف الدول<sup>1</sup>.

### 2.5 الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية:

أ-إن النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد أو المماثلة في تطبيق هذه التجارة، و إن محاولة رصد و دراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية و الرغبة في إجلاء الغموض عنها، يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع، إلا أنه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه التجارة و بقاءها مجرد حلم ينتظر تحقيقه، و كذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس و عدم وجود هيئة أو جهة مختصة استوعبت أهمية توفير البيانات و المؤشرات ذات الدلالة على مدى التقدم في تطبيق التعاملات التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي ، مرجع سابق، ص 51-52.

<sup>2</sup> دزينب بوسنة ، الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر على ضوء أهداف التنمية المستدامة، مجلة البصائر للدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 1، العدد 1، الجزائر، 2021.

فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصالات في 31 ماي 2009 الذي حمل شعار "التجارة الإلكترونية و الاقتصاد المعرفي" أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و الوزير السابق للتجارة عن انطلاق التجارة الإلكترونية في شهر أفريل 2009.

و أكدت وزيرة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال إيمان هدى فرعون أن الجزائر حاليا تعد مسودة لقانون التجارة الإلكترونية من قبل فريق عمل من الوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وسيتم عرضه على البرلمان بعد موافقة بنك الجزائر.

و بالفعل صدر القانون رقم 05 - 18 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع و الخدمات في الجريدة الرسمية<sup>1</sup>.

في إطار هذا القانون الأول من نوعه في الجزائر فإن العقد الإلكتروني هو نفسه العقد بمفهوم القانون رقم - 04 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافه، و لكن باللجوء فقط إلى تقنية الاتصال الإلكتروني<sup>2</sup>.

أما بالنسبة للمستهلك الإلكتروني فإن الأمر يتعلق بكل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

كما يعتبر مورد إلكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، و يحدد القانون طرق الدفع الإلكتروني باعتبارها كل وسيلة دفع تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية.

### ب- الجوانب القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:

و يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني متمتعاً بالجنسية الجزائرية أو مقيماً إقامة شرعية في الجزائر أو شخصاً معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر، غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بلعب القمار و الرهان و المشروبات الكحولية و التبغ و المنتجات الصيدلانية و المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية و كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به و كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> قانون القانون رقم 05 - 18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية جريدة رسمية عدد 28، المؤرخ في 16/05/2018

<sup>2</sup> المادة 06 من القانون رقم 05 - 18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup> المادة رقم 03 من القانون رقم 05 - 18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

إضافة إلى ذلك تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به و كذا كل المنتجات أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني و النظام العام و الأمن العمومي.

و يُعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية و الصرف، البيع عن طريق الاتصالات الإلكترونية لسلعة أو خدمة من طرف مورد إلكتروني مقيم لمستهلك إلكتروني موجود في بلد أجنبي عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع و التنظيم المعمول بهم، كما يجب أن تحوّل عائدات هذا البيع بعد الدفع إلى حساب المورد الإلكتروني الموطّن في الجزائر لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر أو لدى بريد الجزائر.

يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية حسب الحالة و لنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الانترنت مستضاف في الجزائر بامتداد تُنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية، و ينص القانون على أن المورد الإلكتروني مُلزم بتقديم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة، و يجب أن يتضمن على الأقل و ليس على سبيل الحصر رقم التعريف الجبائي و العناوين المادية و الإلكترونية و رقم هاتف المورد الإلكتروني و رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي و طبيعة و خصائص و أسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، كما يجب توضيح حالة توفر السلعة أو الخدمة و كفاءات و مصاريف و آجال التسليم و الشروط العامة للبيع لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي و شروط الضمان التجاري و خدمة ما بعد البيع و طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا و كفاءات و إجراءات الدفع و شروط فسخ العقد عند الاقتضاء<sup>1</sup>.

### ثانيا: ماهية النظام و التحصيل الضريبي

تعتبر السياسة الضريبية مجموعة من البرامج و التدابير الضريبية التي تضعها الدولة من أجل تغطية النفقات العمومية قصد التأثير على الوضع الاقتصادي و الاجتماعي و السياسي طبقا لأهدافها، و عادة ما تكون هذه السياسة في إطار نظام ضريبي معين.

#### 1. مفهوم النظام الضريبي و خصائصه

سنتطرق إلى مفهوم و خصائص النظام الضريبي:

##### 1.1 تعريف النظام الضريبي

تتعدد تعاريف النظام الضريبي فالبعض يرى أن مفهوم النظام الضريبي يتراوح بين مفهوم واسع و مفهوم ضيق<sup>1</sup>.

أ-المفهوم الواسع للنظام الضريبي: هو هيكل ضريبي ذي ملامح و طريقة عمل محددة و ملائمة للنهوض بدوره في تحقيق أهداف المجتمع و التي بدورها الإطار الذي تعمل فيه الضرائب.

كما يعرف على أنه مجموعة العناصر الإيديولوجية و الاقتصادية و الفنية و التي يؤدي تراكمها إلى كيان ضريبي معين، ذلك الكيان الذي يمثل الواجهة الحسية للنظام و الذي تختلف ملامحه بالضرورة في مجتمع متقدم اقتصاديا عن صورته في مجتمع متخلف.

ب-المفهوم الضيق للنظام الضريبي: يعني مجموعة القواعد القانونية و الفنية التي تمكن من الاستقطاع الضريبي في مراحل المتتالية من التشريع إلى التحصيل و هو ما يعرف بالتنظيم الفني للضريبة حيث تقوم الدولة بالمفاضلة بين أنواع الضرائب الموجودة و اختيار ما يمكن اختياره ضمن الهيكل الضريبي، لتأتي مرحلة ربط هذه الضرائب و في الأخير اختيار الطرق الملائمة و المناسبة لتحصيل جملة الضرائب المفروضة.

خلاصة ذلك أن مفهوم الضيق للنظام الضريبي يرتكز على النمط الفني الذي من خلاله يتم اختيار الضرائب التي تفرض معدلاتها و كذا إجراءات هذا القرض و آليات و طرق التحصيل.

##### 2.1 خصائص النظم الضريبية

يختلف النظام الضريبي من دولة إلى أخرى تبعا لدرجة التقدم الاقتصادي الحاصل في هذه الدول<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سعيد عبد العزيز عثمان، شكري رجب العشماوي، النظم الضريبية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص 13.

<sup>2</sup> يونس أحمد البطريق، النظم الضريبية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 19.

-خصائص النظام الضريبي في الدول المتقدمة: تتميز الدول المتقدمة بجهاز إنتاجي قوي، هو الذي يحقق لها دخلا قوميا مرتفعا و متنوعا يعتمد على كافة القطاعات الاقتصادية، خاصة القطاع الصناعي و التكنولوجي و على درجة عالية من التقدم.

-سعة الطاقة الضريبية: بما أن الدول المتقدمة تتميز بتنوع و تعدد أنشطتها الاقتصادية و من ثم فهي تمتلك عدة مصادر و أوعية للطاقة الضريبية، حيث أن هذا التطور الإنتاجي ينعكس في حجم الدخل القومي، إذ يعد هذا الأخير مؤشرا واضحا للتطورات الاقتصادية، لذا فإن حجم الطاقة الضريبية مرتبط هو كذلك بحجم الدخل القومي بوصفه تيارا من السلع و الخدمات مصدرا لهذه الطاقة و على الرغم من أن الدخل القومي الإجمالي يعد المؤشر الأساس لتحديد الطاقة الضريبية، فإن هناك مؤشرات أخرى تمارس تأثيرها في قياس الطاقة الضريبية، أبرزها مستوى النمو الاقتصادي و متوسط الفرد من الدخل القومي، و على ذلك فإن الدول المتقدمة في النمو تتميز بسعة الطاقة الضريبية لتعدد أنشطتها الاقتصادية و ارتفاع مستوى الدخل القومي و متوسط دخل الفرد فيها، و من ثم فإن العبء الضريبي يتناسب مع المقدرة القومية الفردية.

-تعاضم المعدل الضريبي: من المؤشرات المهمة التي تعتمد للمقارنة بين النظم الضريبية هو المعدل الضريبي و الذي يمثل نسبة الإيرادات الضريبية من الناتج المحلي الإجمالي، و هو معدل يعكس بتطوره مستوى التطور الاقتصادي، و مستوى الدخل القومي، و هو ما يتبعه اتساع الوعاء الضريبي و ارتفاع نسبة المعدل الضريبي.

-ارتفاع الأهمية النسبية للضرائب المباشرة: أكبر نسبة من المداخل الضريبية يكون مصدرها الدخل و كان هذا وراء الأهمية النسبية المرتفعة للضريبة على الدخل الفردي و دخول الشركات قياسا بالإيرادات الضريبية الإجمالية أو إجمالي الناتج المحلي، بينما هناك دول منها توازن بين الضرائب المباشرة و الضرائب الغير المباشرة و هي دول رأسمالية أيضا لكن أقل في مستواها الاقتصادي من الدول التي تعتمد على الضرائب المباشرة فقط مثل ألمانيا و فرنسا و إيطاليا و تتسم تلك الدول بارتفاع في المستوى العام للاستهلاك لذلك نفضل استخدام الضرائب الغير مباشرة بجانب الضرائب المباشرة.

-اتساع مبدأ الضرائب التصاعدية: اتساع مبدأ الضرائب التصاعدية و هذا جانب آخر من جوانب التنظيم الفني للضرائب و يتعلق بتحديد سعر الضريبة. إذ يسود اتجاه عام في محيط الدول الرأسمالية في تبني مبدأ التدرج في سعر الضرائب المفروضة على الدخول الخاصة و الثروات. إن هذا الاتجاه يستند أساسا إلى ظاهرة التفاوت الكبير في الثروات و الدخول بين أفراد المجتمع و استمرار تفاقم هذه الظاهرة.

ب-خصائص النظام الضريبي في الدول النامية: يمتاز النظام الضريبي في الدول النامية بالخصائص التالية<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> الأستاذة فاطمة، مطبوعة دروس في مقياس: النظم الضريبية الدولية، موجهة لطلبة السنة أولى ماستر محاسبة و جباية معمقة، جامعة ابن خلدون-تيارت، 2019-2020.

-ارتفاع نسبة الضرائب غير المباشرة مقارنة بالضرائب المباشرة: تعتبر الضرائب الغير مباشرة المصدر المباشر في الإيرادات الضريبية، هذا نتيجة التركيبة الاقتصادية لها فيتم الاعتماد على ضرائب الاستهلاك و التصدير و الاستيراد، بينما تنخفض بشكل واضح الأهمية النسبية للضرائب المباشرة و بكل أنواعها خاصة التصاعديّة و هذا أمر منطقي نظرا لانخفاض الدخل و الثروة في هذه البلدان ذات الناتج المحلي المنخفض.

-ضعف الحصيلة الضريبية: يرجع هذا الانخفاض في المعدل الضريبي إلى عوامل أبرزها، انخفاض كل من الدخل القومي و متوسط دخل الفرد أي انخفاض المقدرة التكليفية القومية الفردية و بالتالي ضيق حجم الطاقة الضريبية و إلى سوء توزيع الثروة و الدخل، كذا حجم الإعفاءات في الدول النامية كبير جدا. لأنها تلجأ إلى استخدام الإعفاء من الضريبة على الدخل كأداة لجذب رؤوس الأموال نحو الاستثمار، و ارتفاع نسب التهرب الضريبي.

-جمود النظام الضريبي: يقصد بجمود الأنظمة الضريبية أنها لا تعكس في الحصيلة زيادة نسبية مساوية لتلك التي تحصل في الناتج القومي فنجد أن الأنظمة الضريبية في الدول النامية تتميز بعدم استجابتها لمتطلبات التنمية مما يجعلها قاصرة عن أداء الدور الأساسي الذي ينبغي أن تلعبه في إطار بناء التنمية الاقتصادية. و ذلك لأن تلك الأنظمة نشأت في ظل أوضاع سياسية و اجتماعية لا تعطي لهذا النظام دورا فعالا يتيح له التأثير في حركة النشاط الاقتصادي.

-ضعف الجهاز الإداري و الوعي الضريبي لدى المكلفين: و هي صفات تلازم النظام الضريبي في الدول النامية، إذ لا يتمتع الجهاز الإداري الجبائي بالكفاءة المناسبة لتطبيق القوانين الضريبية و تحصيل الضريبة بنسبها المتوقعة كما يسجل نقص كبير في الوعي الضريبي لدى المكلفين الذين لا ينظرون إلى الضريبة على أنها مساهمة منهم في إيرادات الدولة التي تعود عليهم بالإنفاق في خدمات عامة يستفيدون منها بقدر ما ينظرون لها على أنها مجرد عبء يحاولون قدر الإمكان التخلص منها سواء بطرق شرعية أو غير شرعية إن أتاحت لهم.

## 2. مفهوم و خصائص الضريبة

عرف الإنسان الضريبة منذ الأزل و اختلف في تسميتها عبر العصور إلا أن المعنى واحد و ذلك نظرا لتغير طبيعة و مبررات الضريبة مع تغير النظم السياسية و الظروف الاقتصادية و المالية لكل دولة و يمكننا إعطاء مفهوم للضريبة و خصائصها.

1.2 مفهوم الضريبة : الضريبة اقتطاع إلزامي و نهائي من المال دون مقابل يقع على عاتق المكلفين بها من أجل تحقيق نفعاً عاماً و تغطية النفقات العامة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> منصور بن اعمار، الضرائب على الدخل الإجمالي، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2010، ص 17.

و في تعريف آخر تعتبر الضريبة أنها مبلغ نقدي تفرض على المكلفين بها حسب قدراتهم التساهمية و التي تقوم عن طريق السلطة بتحويل الأموال المحصلة و بشكل نهائي و دون مقابل محدد، لتحقيق الأهداف المحددة من طرف الدولة<sup>1</sup>.

### 2.2 خصائص الضريبة

من خلال التعاريف السابقة نستخلص الخصائص التالية<sup>2</sup>:

- أ- الضريبة اقتطاع مالي: تفرض الضريبة بشكل نقدي.
- ب- الضريبة تدفع بصفة إلزامية و إجبارية: من قبل المكلفين بها و ذلك لانفراد الدولة عن طريق القانون الجبائي بتحديد طرق التحصيل و إجراءات المتابعات و المنازعات.
- ج- تدفع الضريبة بصفة نهائية: أي أنها غير قابلة للاسترداد فهي ليست أمانة أو وديعة يستردها صاحبها فيما بعد.
- د- تدفع الضريبة بدون مقابل: أي بدون منفعة تعود على المكلف بها من خلال النفع العام الذي تحققه الضريبة.

### 3. معيقات التحصيل الضريبي في الجزائر

بالرغم من الجهود المبذولة الرامية إلى رفع كفاءة عمل الإدارة الجبائية و التحصيل الضريبي، إلا أن وجود جملة من المعوقات حال دون بلوغ إدارة الضرائب لأهدافها، و يمكن إرجاع عدم فاعلية التحصيل الضريبي في الجزائر للأسباب التالية:

#### أ- الأسباب السياسية:

يمكن تقسيم الأسباب السياسية التي أدت إلى عدم تجسيد فاعلية التحصيل الضريبي إلى أربعة مراحل على النحو التالي:

المرحلة الأولى (1992-2000): لقد سبقت هذه المرحلة عدة إصلاحات اقتصادية و مالية و سياسية و من مواكبة هذه الإصلاحات اعتمدت الإدارة الجبائية عدة إجراءات تهدف إلى إصلاح منظومتها الجبائية لتحقيق فاعلية النظام الضريبي و بالتالي الرفع من نسب التحصيل الضريبي، إلا أن الظروف التي عاشتها الجزائر في هذه المرحلة حال دون ذلك، مما أثر سلبا على حجم إيرادات الخزينة العمومية من جهة و من جهة أخرى قد لحقت بالإدارة عدة خسائر مادية و بشرية.

<sup>1</sup> حميد بوزيدة، جباية المؤسسات دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2007، ص 8.

<sup>2</sup> قدي عبد المجيد، دراسات في علم الضرائب، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر و التوزيع، 2011، ص 22.

المرحلة الثانية(2001-2010): في هذه المرحلة واصلت الإدارة الجبائية إصلاحاتها للرفع من حجم التحصيل الضريبي، حيث عملت على تخفيف الضغط الجبائي و استحداث قانون الإجراءات الجبائية، و إنشاء هياكل قاعدية جديدة موجه نحو الأداء تتسم بتجميع المهام و الوظائف في مصلحة واحدة، و بسبب الطفرة المالية التي عاشتها الجزائر في هذه المرحلة لم تولي السلطات العليا اهتماما للجباية العادية مما أثر على فاعلية النظام الضريبي.

المرحلة الثالثة(2011-2019): ما يميز هذه المرحلة هو بروز لوبيات المال و تأثيرها في رسم السياسة الاقتصادية للدولة و هذا مما أثر سلبا على الإدارة الضريبية و جعلها إدارة ضعيفة غير قادرة على فرض سيادة القانون، حيث نتج عن هذا الوضع تعيين عديبي الكفاءة و النزاهة في مختلف مناصب المسؤولية، كذا توظيف الأعوان دون مراعاة مبادئ الشفافية و الموضوعية، بالإضافة إلى زيادة حجم التهرب الضريبي، كل هذه العوامل مجتمعة أدت إلى ارتفاع الديون الضريبية غير المحصلة.

المرحلة الرابعة(2020): شهد العالم في هذه الفترة تفشي جائحة فيروس كورونا مما أثر سلبا على الاقتصاد العالمي بشكل عام و الجزائر بشكل خاص، مما أدى بالسلطات العليا في البلاد إلى اتخاذ عدة تدابير ترمي إلى دعم المتعاملين الاقتصاديين المتأثرين ماليا جراء هذه الأزمة الصحية و تطبيقا للإجراءات التسيير التي اتخذتها السلطات العمومية في هذا الشأن قررت المديرية العامة للضرائب إلغاء الغرامات و الزيادات و عقوبات التأخير المطبقة في حال الإيداع المتأخر للتصريحات و دفع الحقوق و الضرائب و الرسوم المتعلقة بها.

### ب- الأسباب الإدارية:

لقد ساهمت الأسباب الإدارية بشكل كبير في عدم تقليص الفجوة بين التحصيل الفعلي و الممكن للإيرادات الضريبية، و بالتالي ضعف نسب مساهمة الضريبة في تمويل الموازنة العامة، و من أهم هذه الأسباب نذكر<sup>1</sup>:

- محدودية الوسائل المادية و التكنولوجية،
- عدم تفعيل مصلحة المتابعات،
- عدم توفير الحماية القانونية لأصحاب المتابعات من كل الضغوط و الإغراءات الممارسة عليهم،
- انعدام التكوين في مجال التحصيل الضريبي،
- طريقة التعيين في المناصب العليا(غالبا يخضع للمحسوبية و الأوامر الفوقية)،
- ضعف المرتبات،
- كثرة الإحصائيات المطلوب إعدادها،

<sup>1</sup> مجلة الاقتصاد و التنمية البشرية، المجلد13، العدد 2، ص 114-128.

- انعدام التوزيع العقلاني للأعوان بين المصالح،
- عدم وجود تنسيق بين مصالح الوعاء و مصالح التحصيل،
- ضعف الرقابة الداخلية.

### ج- الأسباب التقنية:

إن انعدام العدالة الضريبية و عدم استقرار التشريع الجبائي و ضعف الرقابة الجبائية من أهم الأسباب التقنية التي أدت إلى ضعف فاعلية النظام الضريبي الجزائري، مما أدى إلى ارتفاع نسبة التهرب الضريبي و عدم استقطاب الاستثمارات الوطنية و الأجنبية لغياب حوافزها.

د- الأسباب القانونية: تتمثل الأسباب القانونية بصفة عامة في أن المشرع لم يولي اهتماما بالتحصيل الضريبي كبقية تكوينات التقنيات الضريبية، إذ أن الأحكام المرتبطة بالتحصيل الضريبي لم يطرأ عليها أي تعديل سيما منذ استحداث قانون الإجراءات، كما يلاحظ عدم إعطاء أهمية للتبليغ لاعتباره من الضمانات المخولة للمكلف بالضريبة و في المقابل نجد أن المشرع منح للمكلفين بالضريبة الخاضعين لنظام الربح الحقيقي إيداع تصريحاتهم المتعلقة بمختلف الضرائب و الرسوم لدى قابض الضرائب المختص دون أن يتم دفع الحقوق المستحقة في الوقت نفسه و هذا التسهيل من شأنه رفع قيمة الديون الضريبية غير المحصلة<sup>1</sup>.

### 4. طرق و تطبيقات التحصيل الضريبي في الجزائر

#### 1.4 طرق التحصيل الضريبي

يقصد بتحصيل الضريبة مجموع العمليات و الإجراءات التي تؤدي إلى نقل دين الضريبة من ذمة المكلف بالضريبة إلى الخزينة العمومية وفقا للقواعد القانونية و الضريبية المطبقة في هذا الإطار و هنا يجب على الإدارة الجبائية أن تراعي الضريبة يتم تحصيلها في الأوقات الملائمة للمكلف، مع احترام الواقعة المنشأة للضريبة و عموما هناك عدة طرق للتحصيل يمكن أن تتبعها الإدارة الجبائية من أجل تحصيل حقوقها الضريبية<sup>2</sup>:

أ. طريقة الدفع المباشر: تقوم هذه الطريقة على قيام المكلف بالضريبة من تلقاء نفسه بدفع المبالغ الضريبية المستحقة عليه في أجلها القانونية دون مطالبة الإدارة له بأدائها، حيث يقوم بملاً التصريحات الجبائية التي يبين فيها المبالغ الضريبية المستحقة عليه و من ثم يتقدم إلى إدارة الضرائب من أجل دفع تلك المبالغ طواعية، كما قد تقوم إدارة الضرائب بإخطار المكلف بمقدار الضريبة المستحقة عليه مع تحديد موعد دفعها، فيقوم المكلف

<sup>1</sup> قانون 07.20، المؤرخ في 04/06/2020، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2020، الجزائر، ج ر رقم 33 الصادرة في 04/06/2020، ص

11.

<sup>2</sup> سوزي عدلي ناشد، المالية العامة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006، ص208.

مباشرة بتوريد قيمة الضريبة إلى الجهة المختصة في الميعاد المذكور و قد يتم الدفع المباشر للدين الضريبي من خلال قيام المكلف بلصق طوابع الدمغة، حيث أنه بمجرد تحديد دين ضريبة الدمغة يقوم المكلف بالوفاء مباشرة بدين الضريبة عن طريق شراء طوابع الدمغة اللازمة و لصقها على العقود و الشهادات و المحررات،...الخ<sup>1</sup>

حيث يسمح هذا الأسلوب بتقليص نفقات تحصيل الضريبة مادام أن المكلف هو نفسه من يتولى عملية التحصيل إلا أن نجاحه يعتمد بدرجة كبيرة على انتشار الوعي الجبائي لدى المكلفين بالضريبة.

ب. طريقة الأقساط المقدمة: في هذه الحالة يكون للمكلف من الخبرة ما يمكنه من تقدير قيمة الضريبة التي تستحق عليه في نهاية العام بطريقة تقريبية، فيقوم بتوريد المبالغ الضريبية في شكل أقساط دورية في تواريخ محددة، ثم تتولى إدارة الضرائب إجراءات الربط و تحديد دين الضريبة، بحيث تقوم بعمل تسوية على أساس ما تم دفعه من أقساط أثناء السنة، فتطالبه بدفع ما تبقى عليه أو ترد له ما زاد عن قيمة الضريبة أ ترحل هذا المبلغ كقسط مقدم تحت حساب الضريبة، كما قد تتولى بعض التشريعات الضريبية تحديد طريقة احتساب الأقساط و عددها و مقدارها و مواعيد دفعها<sup>2</sup>.

و يمتاز هذا الأسلوب في كونه يخفف من وقع الضريبة على المكلف و يجعل أداؤها سهلاً و ميسوراً بعكس الحال لو انتظر المكلف نهاية السنة فيتراكم عليه مقدار الضريبة المستحقة و قد يتعذر عليه دفعها في ذلك الوقت فيلجأ إلى كافة الوسائل للتحايل أو التهرب، كما يضمن للخبزينة العامة إيرادات مستمرة على مدار السنة، بما يتناسب مع احتياجات الدولة للأموال بعكس الحال لو تركت كافة الإيرادات الضريبية في نهاية السنة المالية.

ج. طريقة الحجز من المنبع: حسب هذا الأسلوب يتم تحصيل الضريبة من المكلف عند النقطة التي يتحقق فيها الدخل و قبل تسلمه، حيث يكلف القانون جهات معينة بمسؤولية استقطاع مبلغ الضريبة من الأشخاص الذين عليهم حقوق توريدها إلى الإدارة الضريبية خلال فترة زمنية معينة و لا يمكن إتباع هذا الأسلوب بطبيعة الحال في جميع أنواع الضرائب بل لا بد أن يكون بين هذا الشخص المكلف بتحصيل الضريبة و بين المكلف علاقة حقوق بحيث يصبح الممول دائناً لهذا الشخص، فعندما تعلن شركة المساهمة عن توزيع أرباح الأسهم يصبح المساهمون دائنون للشركة بهذه الأرباح الموزعة و ممولون للضريبة على مداخيل القيم المنقولة في نفس الوقت و من هنا تستطيع شركة المساهمة استقطاع قيمة الضريبة المستحقة منهم و تسليمهم الأرباح الصافية بعد خصم الضريبة، ثم توريد تلك الضريبة المستقطعة إلى إدارة الضرائب<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> حميد بوزيدة، جباية المؤسسات، مرجع سابق، ص 36.

<sup>2</sup> حامد عبد المجيد دراز، المالية العامة، المرسي سيد حجازي، ص 108.

<sup>3</sup> حامد عبد المجيد دراز، مرجع سابق ص 110.

و يتميز هذا الأسلوب بسرعة و سهولة التحصيل إضافة إلى قلة التهرب من الضريبة، حيث تحصل قبل حصول المكلف نفسه على المادة الخاضعة للضريبة، ضف إلى ذلك انخفاض النفقات الجبائية خاصة و أن الشخص المكلف لا يتقاضى أجرا نظير ذلك<sup>1</sup>.

د. طريقة إصدار سند للتحصيل: تقوم هذه الطريقة على قيام إدارة الضرائب بإعداد جداول تبين فيها سنة الإخضاع و نوع الضريبة و مبلغها و كذا لعقوبات المرتبطة بها ثم تقوم بإرسالها إلى المكلفين بالضريبة تطالبهم فيها بالدفع في أجل معينة<sup>2</sup>.

و يتميز هذا الأسلوب بأنه مكلف بالنسبة للإدارة الجبائية على اعتبار أنه لا يحترم قاعدة الاقتصاد في النفقة على اعتبار أن هذه الأخيرة هي من يتولى عملية الحساب و التصفية و كذلك إعداد تلك الجداول و إرسالها إلى المكلفين بالضريبة لذلك عادة ما تفرض الإدارة الجبائية رسوم إضافية و كذا عقوبات جبائية في حالة اعتمد هذه الطريقة في التحصيل.

### 2.4 تطبيقات تحصيل الضريبة في النظام الضريبي الجزائري

تنتهج الإدارة الجبائية الجزائرية عدة طرق من أجل تحصيل حقوقها الجبائية تتداخل فيما بينها و ذلك بحسب طبيعة الضريبة المفروضة و بحسب طبيعة الشخص المفروضة عليه هذه الضريبة و هي كما يلي<sup>3</sup>:

#### أ. تطبيقات طريقة الدفع المباشر في النظام الضريبي الجزائري :

تسمى هذه الطريقة أيضا بطريقة الدفع الإرادي أو العفوي و التي تقتضي قيام المكلف بالضريبة من تلقاء نفسه بدفع الضريبة إلى خزينة الدولة و دون مطالبة الإدارة له بأدائها و عادة ما يتم تطبيق هذه الطريقة بالنسبة للمكلفين التابعين للنظام الحقيقي من خلال الدفع الشهري للحقوق الفورية خاصة بالنسبة للرسم على النشاط المهني، الرسم على القيمة المضافة، حقوق الطبع و غيرها، حيث يقوم المكلف بالضريبة و من تلقاء نفسه بملاً التصريح الدوري G50 من خلال حساب الضرائب الذي يخضع لها و دفعها لدى إدارة الضرائب قبل العشرين يوم الأولى من الشهر الموالي للشهر الذي تحققت خلاله المادة الخاضعة للضريبة.

كما تستعمل هذه الطريقة في دفع الضريبة الجزافية الوحيدة بالنسبة للمكلفين بالضريبة التابعين للنظام الجزافي من خلال ملاً التصريح التقديري و كذا التصريح النهائي برقم الأعمال إضافة إلى دفع الضريبة الجزافية التقديرية و النهائية الناتجة عن ذلك.

<sup>1</sup> حميد بوزيدة، مرجع سابق ص 37.

<sup>2</sup> عيسى سماعيل، جباية و محاسبة المؤسسة، الصفحات الزرقاء، الجزائر، 2021

<sup>3</sup> المادة 359/1 من قانون الضرائب المباشرة و كذا المادتين 76/1 و 78 من قانون الرسوم على قانون الأعمال، 2008.

كما تستعمل هذه الطريقة في دفع و تحصيل الضريبة على المداخيل الاجبارية (*IRG*) و دون إشعار مسبق لإدارة الضرائب، و ذلك عن طريق قيام المؤجر للعقارات المبنية و الغير مبنية بمأ التصريح الجبائي الخاص بذلك *G51* و إيداعه لدى إدارة الضرائب التابع لها مكان تواجد العقار المؤجر مصحوبا بدفع الضريبة المستحقة عليه خلال 30 يوم الموالية لتاريخ استحقاق مبلغ الإيجار<sup>1</sup>.

### ب. تطبيقات طريقة الدفعات في النظام الضريبي الجزائري

و تسمى أيضا طريقة التسبيقات، حيث تسمح هذه الطريقة للممول بدفع الضريبة على دفعات في شكل أقساط دورية تدفع خلال السنة و ذلك حسب قيمة الضريبة المستحقة عن السنة السابقة، ثم تتم التسوية النهائية للضريبة بعد حسابها بحيث يدفع الممول ما قد يقل عن قيمة الضريبة المحسوبة (تكملة الضريبة) أو يسترجع ما قد يزيد عنها (فائض في الدفع)، حيث نص المشرع الجبائي الجزائري على تطبيق هذه الطريقة في دفع الضريبة على أرباح الشركات من طرف المكلفين طواعية و دون إشعار مسبق من طرف إدارة الضرائب و ذلك من خلال تسديد ثلاث تسبيقات قيمة كل واحدة منها 30% من مبلغ الضريبة المتعلقة بالربح المحقق في آخر سنة مالية مختتمة و ذلك في التواريخ التالية: من 20 فيفري إلى 20 مارس، و من 20 ماي إلى 20 جوان و من 20 أكتوبر إلى 20 نوفمبر على الترتيب، إضافة إلى دفع رصيد للتصفية الناتج عن ذلك بعد خصم مبلغ التسبيقات من مبلغ الضريبة المستحقة على الأرباح عن طريق التحصيل السنوي قبل 30 أفريل من السنة الموالية<sup>2</sup>.

كما يتم تطبيق هذه الطريقة أيضا في دفع الضريبة على الدخل الإجمالي للأرباح المهنية من طرف المكلفين بها الذي فاق مبلغ الضريبة على الدخل المفروضة عليهم للسنة السابقة و ذلك من خلال أداء تسبيقين مع رصيد للتصفية بنفس كيفية حساب و دفع تسبيقات الضريبة على أرباح الشركات.

كما رخص القانون الجبائي للمكلفين بالضريبة الخاضعين للنظام الحقيقي بأن يؤدوا الرسم على النشاط المهني و كذا الرسم على القيمة المضافة وفقا لنظام التسبيقات على الحساب أخذا بعين الاعتبار مبلغ رقم الأعمال المحقق خلال السنة السابقة مع إجراء التسوية اللازمة فيما بعد بين التسبيقات المدفوعة و مبلغ الرسم المستحق دون سابق إنذار. كما رخص القانون الجبائي للقابض الضريبي بمنح المكلف بالضريبة المدين الذي تراكمت عليه الديون الضريبية بشكل يعجز عن سدادها دفعة واحدة جدول للدفع بالتقسيم بموجبه يلتزم هذا الأخير بدفع نصيب من هذه الديون و الباقي يتم تقسيمه على أقساط شهرية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المادة 42 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة، 2008.

<sup>2</sup> المادة 356 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة، 2021.

<sup>3</sup> المادة 90 من قانون المالية السنوي لسنة 2017.

### ج. تطبيقات طريقة الحجز من المنبع في النظام الضريبي الجزائري

نص القانون الجبائي الجزائري على تطبيق هذه الطريقة فيما يخص تحصيل الضريبة على المداخيل الأجرية (*IRG/S*)، فأرباب العمل مطالبون باقتطاع مبلغ من الضريبة من أجور و رواتب مستخدمهم و تسديدها نيابة عنهم إلى إدارة الضرائب قبل العشرين يوم الأولى من الشهر الذي يلي الشهر أو الفصل الذي تم خلاله دفع تلك الأجر. كما نص القانون الجبائي على تطبيق هذه الطريقة في تحصيل مداخيل القيم المنقولة سواء بالنسبة لمداخيل الحقوق و الودائع أو بالنسبة لمداخيل الأسهم و الحصص الاجتماعية، حيث يتعين على البنوك الذين يقومون بدفع فوائد إجراء اقتطاع من المصدر يتم تطبيقه على القيمة الإجمالية لمبالغ الفوائد المدفوعة خلال كل شهر و تسديده خلال العشرين يوم الأولى من الشهر الموالي لدى صندوق محصل الضرائب الذي يتبع له مقرهم، كما يتعين على المدينين الذين يقومون بتوزيع قسائم الأرباح بإجراء اقتطاع من المصدر يطبق على كل دفع تم القيام به و تسديده لقاibus الضرائب المختلفة الذي يتبعونه و ذلك خلال العشرين يوم الأولى من الشهر الموالي لشهر الدفع<sup>1</sup>.

كما نص القانون الجبائي على تطبيق طريقة الحجز من المنبع أيضا على مداخيل الشركات الأجنبية التي ليس لها منشأة ثابتة في الجزائر، حيث أن المتعامل الجزائري مطالب باقتطاع مبلغ الضريبة عند إجراء كل عملية دفع تتم لصالح هذه الشركات الأجنبية و تسديدها لدى قباضة الضرائب التي يتبع لها مكان انجاز العملية خلال العشرين يوم الأولى من الشهر الموالي للشهر الذي تم خلاله الدفع<sup>2</sup>.

### د. تطبيقات طريقة إصدار سند للتحصيل في النظام الضريبي الجزائري

عادة يلجأ إلى تطبيق هذه الطريقة بالنسبة للضرائب التي تستدعي طبيعتها ذلك كالرسم العقاري و الرسم التطهيري حيث تقوم إدارة الضرائب كل سنة بإرسال إشعار بالدفع إلى الخاضعين للرسم الذين يكونون مطالبين بتسديده قبل اليوم الأخير من الشهر الثاني الذي يلي تاريخ إدراج الجدول للتحصيل، كما يمكن تطبيق هذه الطريقة ض المكلفين بالضريبة الذين لا يقومون بالدفع المباشر لديونهم الجبائية كما هو الحال في اعتماد طريقة الإخضاع التلقائي للضريبة و كذا في حالة التقويم الجبائي على اثر رقابة جبائية، حيث أن كل إغفال أو خطأ أو نقص يتم اكتشافه في التصريحات على اثر مراقبة جبائية يمكن تسويته عن طريق إعداد وارد فردي في أجل أربع سنوات الممنوح للإدارة الجبائية من أجل استدراك ما كان محل سهو أو نقص في وعاء الضريبة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المديرية العامة للضرائب، الدليل التطبيقي للمكلف بالضريبة، الجزائر، 2009، ص 94-95.

<sup>2</sup> حميد بوزيدة، التقنيات الجبائية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 2، الجزائر، 2010، ص 110.

<sup>3</sup> المادتين 19، 38 مكرر و كذا المادة 40 من قانون الإجراءات الجبائية.

### ثالثا: فعالية التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي

#### 1. تحديات فرض الضريبة على التجارة الالكترونية

مع نمو حجم التجارة الإلكترونية و في ظل العلاقة بين هيكل النظام الضريبي و التكنولوجيا الحديثة، نجد عددا من الفجوات التي من شأنها التأثير على إمكانية الاستمرار في جباية الضرائب في عالم يتسم بمرونة انتقال كل من الشركات، الأصول و الأفراد و تحقيق العدالة الضريبية. و يعود الحديث عن الضرائب إلى الكتابات الأولى للفكر الاقتصادي باعتبارها أحد أهم مصادر الدخل للدولة و من بين التحديات الرئيسية المثارة في مجال المعاملة الضريبية للتعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت: سيادة الدولة، العدالة الضريبية، صعوبة إثبات التعاملات و العقود، و عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات التجارية الالكترونية للضريبة.

#### أ. سيادة الدولة

استقر العرف التشريعي في أغلبية دول العالم على خضوع الكيانات الأجنبية و المقيمة داخل دولة ما لمعدلات الضريبة المفروضة على التعاملات التي تتم داخل الدولة و هذا حسب مبدأ الإقليمية، لذلك تحاول المؤسسات تجنب ذلك عن طريق التواجد التجاري على الانترنت<sup>1</sup>.

#### ب. العدالة الضريبية

مع تزايد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم و في إطار مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بدأ ظهور اختلال في تحقيق العدالة الضريبية مبني على أساس تكنولوجي، فعلى سبيل المثال قد يتمكن المديرون و العلماء من نقل أعمالهم إلى المناطق ذات المعدلات الضريبية أقل بينما يبقى العامل العادي غير قادر على تحقيق ذلك و في المستقبل القريب سيكون من الصعب فرض ضريبة على المنشآت أو الأفراد ذوي المكاسب المرتفعة بمعدلات كبيرة لأن هذه المنشآت و الأفراد هي الأكثر مرونة في التنقل، مما يمكنها من نقل نشاطها إلى دول أقل في أعبائها الضريبية، بالتالي العمل غير الماهر سوف يتحمل عبئا ضريبيا أعلى<sup>2</sup>.

#### ج. صعوبة إثبات التعاملات و العقود

تشمل معظم القوانين الوطنية و الاتفاقات الدولية أحكاما يشترط أن يتم إثبات التعاملات كتابة، و يجوز اشتراط توفر الكتابة لأسباب مختلفة، فإذا اشترط توفر الكتابة كشرط لصحة العقد تكون الصفقة باطلة إذا

<sup>1</sup> المادة 16 من القانون 187 لسنة 1993، الفقرة الثانية و الأخيرة.

<sup>2</sup> رأفت رضوان و آخرون، "الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية"، مجلة التنمية و السياسات الاقتصادية، المجلد 02، العدد 02، 2000، مصر.

لم يتم الوفاء بهذا الشرط و إذا اشترط القانون الكتابة لأغراض الإثبات فان عدم تقديم الكتابة لا يضر بصحة العقد و إنما يؤثر في حالة التنازع.

و قد يرتبط هذا التحدي بصفة رئيسية بالتعاملات الخاصة بالسلع و الخدمات التي تتم عبر شبكة الانترنت و يتم تسليمها إلكترونيا حيث لا تخضع عملية التسليم لنقطة جمركية حاكمية، و في هذا الصدد فقد أقر الإعلان الوزاري للتجارة الالكترونية العالمية الذي عقد في 20 ماي 1999 رغبة 132 دولة في تأييد عدم فرض رسوم جمركية على المنتجات الإلكترونية غير أن ذلك يمثل تحديا جوهريا في مواجهة السلطات الحكومية في الدول النامية، ذلك أن عدم فرض الرسوم الضريبية على تلك المعاملات الالكترونية يمثل ضياعا لبعض الموارد السيادية للدولة، كما ينتج اختلال في أسعار نفس السلع بين المستهلكين الذين يملكون الاتصال على شبكة الانترنت و الحصول على سلعة دون رسوم أو ضرائب و بين أولئك الذين لا يقدرّون على الاشتراك ضمن شبكة الانترنت و بالتالي إنهم يقدمون على شرائها من السوق المحلي و يدفعون قيمة الرسوم و الجمارك و الضرائب المفروضة على ذات السلعة<sup>1</sup>.

### د. عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الالكترونية للضريبة

قامت العديد من الدول بتوقيع معاهدات تجارية مختلفة تتعلق بتخفيض التعريفات الجمركية و منح حوافز ضريبية. و رغم دعوة العديد من دول العالم إلى عدم فرض ضرائب على تعاملات التجارة الالكترونية إلا أنه يصعب على الدول النامية الموافقة على هذا الإجراء لما يترتب عليه من تأثير سلبي على أحد أهم الموارد السيادية للدولة.

### 2. الضرائب المقترحة فرضها على التجارة الالكترونية

على الرغم من الصعوبات التي تواجه موضوع الضرائب على التجارة الالكترونية، إلا أنه لاعتبارات و أهداف عديدة لا يوجد ما يمنع الحكومات من البحث في ماهية الصورة الضريبية التي يمكن أن تفرض على معاملات التجارة الالكترونية، و يمكن القول أن هناك نوعين من الضرائب يمكن النظر و البحث في فرضهما على التجارة الالكترونية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> رأفت رضوان و آخرون، مرجع سابق، ص 9-10-11.

<sup>2</sup> إبراهيم كامل الشوابكة، ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية، مجلة دراسات علوم الشريعة و القانون، المجلد رقم 34، جامعة

اليرموك، الأردن، 2007، ص 518.

1.2 الضرائب الالكترونية: تعتبر الضرائب الالكترونية صورة مستحدثة من الضرائب و تعتمد على المفاهيم الالكترونية و التطورات التكنولوجية و بشكل يتفق مع مقتضيات التجارة الالكترونية، من أهم أنواع الضرائب ما يلي :

أ. ضريبة الوحدة الرقمية: نتيجة الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب التقليدية على التجارة الالكترونية تم اللجوء للبحث عن ضريبة تتسم بخصائص الكترونية متناسقة مع هذه التجارة، فظهر ما يسمى بضريبة الوحدة الرقمية التي تم اقتراحها من قبل (Arthur Cordell) و (Thomad Ide) من خلال تقديمهم ورقة عمل قدمت في اجتماع عقد في نادي روما في ديسمبر عام 1994، حيث انطلقت فكرة هذه الضريبة من أنها سوف تطبق على كل (بت) من المعلومات التي تتدفق من خلال شبكة الاتصالات السلكية و اللاسلكية و التي تحمل و تمرر المعلومات الرقمية، فالضريبة ستفرض على حجم تدفق البيانات و التي سوف يتم جمعها و جبايتها من خلال مؤسسات الاتصالات و من ثم العمل على إرسالها لسلطات الضريبة و تعتبر ضريبة البت بديلا مناسباً لضريبة القيمة المضافة على السلع و الخدمات غير المادية (الرقمية) ليتم فرضها على كثافة بث المعلومات أو الاتصال، حيث تشكل عدد الوحدات الرقمية (bits) إشارة لكثافة البث، علما بأن كل ثماني وحدات رقمية تمثل واحد (byte) و يستخدم الأخير لتمثيل حرف واحد في كل اتصال، و بناء على ذلك لن يكون فرق عند فرض هذه الضريبة بين إذا ما كان المستخدم قد بعث بريد الكتروني عادي أو كان طرفا في معاملة تجارية ضخمة، فالضريبة تقدر على أساس عدد الوحدات الرقمية المبنوثة بغض النظر عن قيمة المعلومات التي يتم بثها، و تعرضت ضريبة البت للانتقاد من عدة جهات منها منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية من المؤتمر الوزاري الذي عقد في أتاوا في 1998، و منظمة التجارة العالمية و الاتحاد الأوروبي و ذلك لكونها ضريبة محددة لا تأخذ في حسابها قيمة السلع التي تخضع للضرائب، كما أن قياس القيمة المضافة التي تنتج عن الوصول للانترنت أمر معقد و بالتالي من الصعب فرض الضريبة عليها، و لذلك تواجه هذه الضريبة عقبات فنية تتمثل في تجهيز نقاط الوصول للانترنت بأدوات تكنولوجية لقياس بث المعلومات، و علاوة على ذلك فإن المستخدمون للانترنت قد يقومون بإخفاء تدفق بياناتهم من خلال برمجيات تشفير خاصة و بذلك يتخلصوا من عبء ضريبة البت أضف لذلك أن ضريبة البت تفرض على كافة الاتصالات دون أخذ قيمتها بعين الاعتبار.

و يستنتج أن فرض ضريبة البت قد يخل بمبدأ العدالة الضريبية، كونها لا تميز في استخدام الانترنت بين الفرد العادي الذي يستخدم الانترنت للتصفح و بين الأفراد الذين يتخذون من الانترنت وسيلة لإتمام صفقاتهم التجارية، و بذلك فهي لا تصلح لحل مشكلة الضرائب على التجارة الالكترونية<sup>1</sup>.

ب. فرض رسم على التجهيزات الالكترونية: مضمون هذه الفكرة هو أن يتم فرض رسم على التجهيزات الالكترونية التي تتيح للأفراد و المؤسسات الدخول لشبكة الانترنت و استخدامها في ممارسة تجارتهم، حيث أنه

<sup>1</sup> إبراهيم كامل الشوابكة، مرجع سابق، ص 524.

ما يميز هذا الرسم أنه لا يعطي الفرصة للمؤسسات أو المستخدمين إلى الهروب و الانتقال لممارسة تجارتهم في فضاء دولة أخرى لا تفرضه، و ذلك لأنه يعتمد بالأساس على الرابطة المادية التي تتجسد في ربط المستخدم بالانترنت، فالتجهيزات الالكترونية من حاسوب و غيره و مستلزمات لها كيان مادي على أرض الواقع يسهل عملية ضبطها.

2.2 الضرائب التقليدية: هذا الاتجاه يستند إلى أن الضرائب المطبقة فعلا على التجارة التقليدية و المستقرة معاييرها و أنظمة تطبيقها و تحصيلها، هي من يجب أن تفرض على التجارة الالكترونية بدلا من إيجاد أنواع جديدة من الضرائب بجانب الضرائب التقليدية، مع الأخذ بعين الاعتبار الطبيعة الخاصة للتجارة الالكترونية و محاولة إيجاد الحلول للمصعوبات التي قد تنشأ في تطبيق الضرائب التقليدية على هذه التجارة، و من أهم هذه الضرائب<sup>1</sup>:

أ. الضريبة على الاستهلاك: يهدف هذا المقترح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض الضريبة على الاستهلاك التي تمتاز بصعوبة إخفائها، حيث يكون محل هذه الضريبة استهلاك السلع من خلال إنفاق الدخل الذي يحصل عليه أصحابه من التعاملات الخفية التي يجرونها عبر الانترنت، بذلك تساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المهترئين منها و ذلك لأن أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنت سوف يقومون لاحقا بإنفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال على أوجه الاستهلاك المختلفة، مما يجعلهم عرضة لفرض الضرائب على دخلهم المنفق الذي يعود مصدره إلى المعاملات التجارية بالسلع و الخدمات الرقمية عبر الانترنت.

ب. الضريبة على المبيعات: تعد الضريبة على المبيعات من أهم أنواع الضرائب الغير مباشرة لما تتميز فيه من سهولة الفرص و الضبط و التحصيل، و قد تم تطبيق هذه الضريبة في بعض الولايات الأمريكية المتحدة التي اعتبرت المؤسسات التي تباع البرامج الجاهزة (*Software*) موجودة في الولاية التي تحصل فيها على مقابل لاستعمال حقوقها داخل الولاية كاسمها التجاري أو علامتها التجارية، الأمر الذي يعني منح الحق للولاية في تحصيل الضريبة من مبيعات هذه المؤسسة داخل الولاية و التي يجري بيعها عبر شبكة الانترنت<sup>2</sup>.

و تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية العضو الوحيد في منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية الذي لا يفرض ضريبة القيمة المضافة و إنما تستعيز عنها بفرض ضريبة المبيعات، التي تقتصر إلى حد كبير على مبيعات التجزئة من السلع المادية و تستثني السلع و الخدمات المقدمة بصورة الكترونية مثل (الموسيقى الرقمية) من ضريبة المبيعات فهي ليست خاضعة، لكن على الرغم من ذلك فهذه السياسة ليست موحدة على كل الولايات

<sup>1</sup> رأفت رضوان و آخرون، مرجع سابق، ص 15.

<sup>2</sup> عواد قبس حسن، مشكلات فرض و تحصيل الضرائب على عقود التجارة الالكترونية، مجلة الرافيدين للحقوق، المجلد 12، العدد 43، جامعة الموصل، العراق، 2010، ص 205.

حيث أن هناك عدد متزايد من الولايات تقوم بتوسيع فرض ضريبة المبيعات لتغطي السلع و الخدمات الالكترونية، كما أن إمكانية فرض هذه الضريبة يستبعد المعاملات الوسيطة مثل المعاملات التجارية التي تقع بين المصنع و تاجر الجملة و التجزئة كما هو الحال في ضريبة القيمة المضافة.

### 3. حلول مقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الالكترونية

يمكن الوقوف على عدد من الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للمعاملات التجارية الالكترونية من بينها فرض الضريبة على الاستهلاك بدلا من فرضها على الوحدات الإنتاجية و تطبيق ضريبة *bit tax*

#### أ. فرض الضريبة على الاستهلاك

يهدف هذا المقترح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض الضريبة على الاستهلاك و الملكية، حيث أن كل منها منخفض المرونة و صعب إخفاؤه و تساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من المعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنت حيث يقومون بإنفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال.

و هناك فكرة أخرى مقترحة للنقاش و هي إمكانية فرض ضريبة على المستهلك من خلال الشركات التي تقدم خدمة الانترنت بمعنى أن تقوم هذه الشركات بحاسبة عملائها على المعاملات التي يجرونها عبر الانترنت أي تفرض ضريبة مبيعات على المعاملات المختلفة ثم تقوم بتحويل هذه الضريبة إلى الحكومة، أي أنها وسيط بين الحكومة و المستهلكين. و تثير هذه الفكرة العديد من المواضيع المتعلقة بطرق تتبع المعاملات الالكترونية للعملاء و مدى تضارب ذلك مع قوانين السرية و الأمن. كذلك فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك إلى زيادة الأعباء الملقاة على كاهل المستهلكين، فبالإضافة إلى ثمن السلعة و الخدمة سوف يقوم المستهلكون بدفع ضريبة لشركات التي تقدم خدمة الانترنت و عليه فقد يؤدي ذلك إلى عرقلة نمو التجارة الالكترونية خاصة إذا قامت هذه الشركات بفرض أعباء ضريبية مرتفعة<sup>1</sup>.

#### ب. تطبيق ضريبة *bit tax*

ضريبة *bit tax* هي أحد الحلول المقترحة لتنظيم المعاملات التي تنطوي على انتقال الكتروني للبيانات و يتم تحصيلها على أساس كمية *bits* الرقمية التي يتم استخدامها أو نقلها و يتطلب ذلك وجود معدات ذات مواصفات خاصة في الأجهزة المختلفة التي تقوم بنقل المعلومات "الكمبيوتر، الفاكس،...." خاصة بقياس البيانات على أساس البيتس.

<sup>1</sup> رأفت رضوان و آخرون، نفس مرجع سابق. ص 14-15-16.

و قد نبعت هذه الفكرة من الأهمية القصوى التي تحتلها المعلومات و البيانات في عالم اليوم، حيث تعد دعامة البيئة الجديدة، فانتقال و تبادل المعلومات هو النشاط الرئيسي لهذه البيئة. و على الرغم من ذلك فإن المكاسب المتولدة عن هذا النشاط غير منظورة حيث أنه لا توجد رقابة كافية أو رصد تام لهذا النشاط و بالتالي هو مصدر ثروة لا تنتفع به الدول المختلفة.

و يمكن اعتبار ضريبة *bit tax* من بين أفضل الحلول المقترحة لفرض ضريبة على انتقال السلع و الخدمات عبر الانترنت حيث أن هذه السلع يتم تحويلها إلى كمية من البيتس و تتم عملية انتقالها عبر الانترنت و بالتالي فإن *bit tax* سوف تتمكن من حصر العدد الفعلي من البيتس الذي تم نقله و تقوم بفرض ضريبة عليه و قد وجهت لهذه الفكرة العديد من الانتقادات حيث أن فرض هذه الضريبة ستنطوي على العديد من المشاكل منها:

-الازدواج الضريبي، حيث أن المستهلك سوف يقوم بدفع ضريبة القيمة المضافة عند شرائه الأجهزة الالكترونية المختلفة التي يستخدمها في عملية تبادل و نقل المعلومات بالإضافة إلى ضريبة *bit tax* عند استخدامه لهذه الأجهزة في تبادل البيانات. و هذا يؤدي بالتالي إلى فقدان الانترنت و أجهزة نقل البيانات الأخرى إلى الميزة الأساسية التي تتمتع بها و هي انخفاض التكلفة<sup>1</sup>.

-انخفاض نمو الانترنت و ما يترتب عليه من انخفاض في الأنشطة و الأعمال المتوقع انبثاقها عن هذه الصناعة الجديدة التي تستوعب العديد من العمالة، و بالتالي فإن العديد من الفرص التي من شأنها تدعيم و دفع هذه الصناعة سوف تفقد الحافز الدافع للبدء أو الاستمرار، حيث أنها سوف تواجه العديد من الأعباء.

-إن تتبع تدفق البيانات و رصدتها بهدف فرض ضريبة عليها يعد نوعاً من أنواع الاعتداء على الخصوصية.

-ينطوي على هذا النظام الجديد العديد من التكاليف و التعقيدات التي قد تؤدي إلى ظهور العديد من المشاكل التي قد تزيد من نفقات إصلاحها عن الإيرادات المتوقع تولدها عن هذا النظام.

بالإضافة إلى ما سبق فإن تحديد قيمة الضريبة المفرضة وفقاً لقيمة البيتس المنتقلة قد ينطوي على نوع من الخداع فقد تتكون السلعة أو الخدمة المنقولة من عدد صغير من البيتس و بالتالي يتم فرض قيمة ضريبية قليلة، و في الوقت نفسه قد تكون قيمة بيع هذه السلعة أو الخدمة مرتفعة، و قد يكون الأمر مختلفاً عندما تتكون السلعة أو الخدمة من عدد كبير من البيتس و بالتالي تخضع لالتزامات ضريبية أكبر، في الوقت نفسه تكون قيمة هذه السلعة منخفضة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> رأفت رضوان و آخرون، نفس مرجع سابق.

<sup>2</sup> سعيد عبد العزيز عثمان-العشماوي شكري رجب، اقتصاديات الضرائب، الدار الجامعية، الإسكندرية، القاهرة، 2007، ص 603.

### المبحث الثاني: الدراسات السابقة ومناقشتها.

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع أثر التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي و تناولته من زوايا مختلفة، و قد تنوعت هذه الدراسات بين اللغتين العربية و الأجنبية. و سوف تستعرض هذه الدراسة جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها. مع تقديم تعليقا عليها يتضمن جوانب الاتفاق و الاختلاف و بيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية.

و فيما يلي نقدم عرضا لهذه الدراسات، ثم نبين جوانب الاتفاق و الاختلاف بينها، ثم نبين الفجوة العلمية من خلال التعرف على اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، و أخيرا جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية.

#### أولا: دراسات باللغة العربية:

في هذا الجزء من البحث تطرقنا إلى بعض الدراسات باللغة العربية التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة.

1.دراسة شجاع عوض ذعار زبيد، "تأثير التجارة الالكترونية على الضرائب"، المجلة العربية للنشر العلمي، المجلد رقم 5، العدد 50، 2022، و التي هدفت إلى كيفية تأثير التجارة الالكترونية على الضرائب، بالإضافة إلى آراء الباحثين حول فرض الضريبة على التجارة الالكترونية.

اعتمد في دراسته على المنهج الوصفي و التحليلي، و من أبرز النتائج التي توصل إليها:

- افتقار البنية المالية و النقدية المناسبة لتسهيل عمليات الدفع الناجمة عن التعاملات في التجارة الالكترونية ؛

- وجهات نظر بين مؤيد و معارض لفرض الضرائب على التجارة الالكترونية.

2.دراسة أ.د.طواهر محمد التهامي و آخرون، "تحديات التجارة الالكترونية للنظم الضريبية"، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 5، العدد 02، 2022، و التي هدفت إلى توضيح التحديات التي تواجه فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية.

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الوصفي و التحليلي، و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها أن الأنظمة الضريبية مازالت تواجهها تحديات كبيرة في مواجهة نمو و تطور التجارة الالكترونية.

3.دراسة وشان أحمد، بعنوان:"متطلبات تكييف النظام الضريبي الجزائري في ظل تحديات التجارة الالكترونية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2016-2017 و التي هدفت إلى إبراز السبل الكفيلة بتطوير النظام الضريبي الجزائري بما يتوافق مع التحولات في مجال التجارة الالكترونية و ذلك بالاستفادة من الدول الرائدة في المجال.

اعتمد في دراسته على المنهج الاستنباطي، و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها:

- أن التجارة الالكترونية تختلف في طبيعتها عن التجارة التقليدية و بالتالي يصعب مراقبتها و إخضاعها للضريبة؛
- صعوبة تحديد الموقع أو المنشأة الدائمة في التجارة الالكترونية عكس التجارة التقليدية مما يعني صعوبة تحديد مصدر الدخل و بالتالي صعوبة إخضاعه للضريبة.

4.دراسة د.عرباوي أحمد خالد و أ.د أقاسم عمر، "متطلبات تطبيق الجباية الالكترونية في الجزائر:دراسة ميدانية على مستوى المديرية الجهوية للضرائب بشار" مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 5، العدد 3، 2019، و التي هدفت إلى توضيح مختلف الآليات و أبرز المتطلبات التي يمكنها أن تسمح لنا بإخضاع مختلف المعاملات للتجارة الالكترونية إلى معدلات ضريبية في الجزائر.

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الوصفي و التحليلي، و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها:

- أن النظم الضريبية واجهت عدة مشاكل و صعوبات في فرض رسوم ضريبية على هذه المعاملات؛
- عدم وجود توجه موحد حول جباية التجارة الالكترونية و عدم مواكبة الأنظمة الضريبية للمستجدات التكنولوجية؛
- القوانين و التشريعات الجزائرية غير ملائمة لتطبيق الضريبة الالكترونية.

5.دراسة د.جمال معتوق و ط.د كموش إيمان، "الإشكاليات التي تثيرها التجارة الالكترونية و المتعلقة بالمجال الضريبي"، المجلد الثالث العدد الأول، جامعة قسنطينة 2، ص 122، 2019، و التي هدفت إلى تسليط الضوء على نوع خاص من الجباية و الذي يتمثل في الجباية الالكترونية كذلك تحديد أهم الإشكاليات التي تطرحها التجارة الالكترونية في مجال الضرائب.

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الوصفي و التحليلي، و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها الإشكاليات التي تعاني منها أنظمة الإخضاع الضريبي تتمثل في: إشكالية الحصر الضريبي، الازدواج الضريبي،...بالإضافة إلى اختلاف الآراء حول فرض الضريبة على التجارة الالكترونية.

6.دراسة د.لطيف زيود و آخرون، "التحديات الضريبية للتجارة الالكترونية العربية وإمكانية تطويرها" مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، المجلد 29، العدد 1، سوريا، 2007، و التي تهدف إلى ضرورة دراسة هيكلية الضريبية اللازمة لانتشار التجارة الالكترونية من جهة و ضمان حقوق الدولة من الإيرادات من جهة أخرى.

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الوصفي و الاستقرائي و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها أن النظام الضريبي السوري يواجه مجموعة من المشكلات التي تعود إلى طبيعة التجارة الالكترونية.

7.دراسة د.الحواس زواق و د.ولمي بوعلام، " الضرائب على التجارة الالكترونية-المشكلات وآليات الإخضاع الجزائر"، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، الجزائر، 2017، من أهم أهداف هذه الدراسة:

- كيفية المعالجة الضريبية للمعاملات التجارية الإلكترونية؛
- أهم مشكلات إخضاع المعاملات التجارية الالكترونية للضريبة .

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الوصفي التحليلي و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها:

- صعوبة تجسيد و تطبيق الآليات المقترحة لإخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضرائب؛
- عدم ملائمة النظم الضريبية لخصوصيات التجارة الالكترونية .

8.دراسة د.مروان أبو هلال و د.شيرين شعبان، " التجارة الالكترونية و التهرب الضريبي من وجهة نظر موظفي الضرائب"، المجلة العربية للإدارة، فلسطين، المجلد 42، العدد 2، ص 5، 2022، من أبرز أهدافها:

- على الإدارة الضريبية بناء نظام رقابي قوي يأخذ بعين الاعتبار التطور الحاصل في التجارة الالكترونية؛
- ضرورة رفع الوعي الضريبي في المجتمع؛
- يجب أن تتميز القوانين و الإجراءات الضريبية بالوضوح و الشفافية لغرض تقوية الرقابة الخارجية.

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الوصفي التحليلي و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها:

- وجود مشكلات تتمثل في تعقيدات النظام الحالي و تداخل القوانين الضريبية؛
- ضعف الجهات الرقابية على التجارة الالكترونية.

9.دراسة سامية أحمد سمل و تهاني أبو القاسم أحمد، "تحديات التحاسب الضريبي و أثرها على التجارة الإلكترونية" مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 9، العدد 02، السودان، 2021، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة أثر المشكلات الضريبية المدركة على مستوى تطبيقات التجارة الالكترونية.

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الاستنباطي و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها:

- وجود مشكلات في سهولة تهريب عوائد التجارة الالكترونية؛
- صعوبة حصر و تحديد المجتمع الضريبي للتجارة الالكترونية؛
- لتشجيع التجارة الالكترونية لا بد أن يكون هناك إعفاء و لو جزئي من الضريبة.

10.دراسة ط/د أيت أحمد لعمارة محمد و آخرون، "آليات الإخضاع الضريبي لأنشطة التجارة الالكترونية و نتائج تطبيق الأنظمة المنفردة"، عرض لتجارب دولية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 19، العدد 31، 2023، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة آليات الإخضاع الضريبي لأنشطة التجارة الالكترونية و تبين أثرها على المستوى المحلي و الدولي بالإضافة إلى إبراز أهم الآليات الإخضاع الضريبي المطبقة في التجارب الدولية المدروسة

اعتمدوا في دراستهم على المنهج الوصفي التحليلي و من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها:

- ضرورة التفكير و التدخل السريع لفرض الضرائب على التجارة الالكترونية لحماية الأسس الضريبية من التآكل؛
- ضرورة الإنفاق الدولي بشأن أنشطة التجارة الالكترونية الخاضعة للضريبة.

ثانيا: الدراسات باللغة الأجنبية:

في هذا الجزء من البحث تطرقنا إلى بعض الدراسات باللغة الأجنبية التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة.

1.دراسة *Aizhen Li* بعنوان:

*"Research on Tax Collection and Management System of E-Commerce"*, Scientific Research Publishing, Boston University, Boston, USA,2018.

هدفت هذه الدراسة إلى أهم قضايا إدارة الضرائب الناجمة عن التجارة الالكترونية بالإضافة إلى اقتراحات بإنشاء نظام ضرائب للتجارة الالكترونية في الصين. كما توصلت إلى صعوبة تطبيق نظام محاسبي في الصين.

2.دراسة *Nora Fauzana Zainal and Noraza Mat Udin* بعنوان:

*"The impacts and challenges of Electronic Commerce on Taxation"*, international conference on E-Commerce, Sarawak, Malaysia, 2015.

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة تأثير و تحديات السلطات الضريبية تجاه أنشطة التجارة الالكترونية، كما سلطت الضوء على المسودة الصادرة عن منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية بشأن التحدي الضريبي للاقتصاد الرقمي.

3.دراسة *M.Laurent chappus* بعنوان:

*"Problématique fiscales actuelle relatives au commerce électronique"*,2011.

هدفت هذه الدراسة إلى إشكالية فرض الضريبة على التجارة الالكترونية، و ما يثيره من مشاكل و تحديات عديدة في مجال الضرائب المباشرة و الغير مباشرة، كما توصلت إلى فرض الضريبة على التجارة الالكترونية لا يمثل إشكالا بالنسبة لضريبة القيمة المضافة عكس الضرائب المباشرة.

ثالثا: مناقشة الدراسات السابقة

سنحاول في هذا المطلب التطرق لأهم المميزات في الدراسات السابقة و الفجوة العلمية التي تعالجها دراستنا.

1. أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسات السابقة و الدراسة الحالية

سنعرضها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(2-1): أوجه الاتفاق و الاختلاف بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة

| الدراسة الحالية                                                                                              | الدراسات السابقة                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | المجال      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التجارة الالكترونية و مدى تأثير فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية. | تعددت أهداف الدراسات السابقة بتعدد مواضيعها حيث هدفت إلى:<br>- كيفية تأثير التجارة الالكترونية على الضرائب<br>- توضيح التحديات التي تواجه فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية.<br>- إبراز السبل الكفيلة بتطوير النظام الضريبي الجزائري بما يتوافق مع التحولات في مجال التجارة الالكترونية و ذلك بالاستفادة من الدول الرائدة في المجال.<br>- توضيح مختلف الآليات و أبرز المتطلبات التي يمكنها أن تسمح لنا بإخضاع مختلف المعاملات للتجارة الالكترونية إلى معدلات ضريبية في الجزائر.<br>- تسليط الضوء على نوع خاص من الجباية و | هدف الدراسة |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                 |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          | الذي يتمثل في الجباية الالكترونية كذلك تحديد أهم الإشكاليات التي تطرحها التجارة الالكترونية في مجال الضرائب.                                                                                                                                                             |                                                                                                 |
| مجمع الدراسة             | مجموعة من الأساتذة و الطلبة الجامعيين، موظفي الضرائب.                                                                                                                                                                                                                    | اقتصرت الدراسة على مديرية الضرائب لولايي عنابة و ايليزي                                         |
| المواضيع المعالجة        | و من المواضيع المعالجة:<br>- تأثير التجارة الالكترونية على الضرائب.<br>- التحديات التي تواجه فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية.<br>- السبل الكفيلة لتطوير النظام الضريبي ليطماشى مع التجارة الالكترونية.<br>- مشاكل إخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضريبة. | مدى تأثير التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي.                                              |
| بيئة الدراسة             | داخل الوطن: ورقلة، الشلف، قسنطينة، بشار<br>خارج الوطن: فلسطين، سوريا، السودان                                                                                                                                                                                            | الجزائر- لولايي عنابة و ايليزي                                                                  |
| المنهج المتبع في الدراسة | اختلفت المناهج التي استخدمت في هذه الدراسات: المنهج الوصفي، التحليلي، الاستنباطي.                                                                                                                                                                                        | اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي في الجانب النظري و على المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي. |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

## 2. الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية

من خلال استعراض أوجه الاتفاق و الاختلاف بين الدراسات السابقة و الدراسة الحالية، نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في بعض المحاور حيث تمثل دراسات نظرية لأنشطة التجارة الالكترونية و الضرائب بشكل عام كما أنها تختلف عنها في محاور أخرى تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة وهي:

- تم الاعتماد في الجانب التطبيقي على دراسة ميدانية بإجراء مقابلة مع مجموعة من الموظفين بمديرية الضرائب.

### خلاصة

تعد الضريبة مورد مالي هام لتغطية النفقات العمومية، و تعتبر التجارة الالكترونية أحد أهم الأوعية الضريبية التي يجب على الدولة الاهتمام بمراقبتها لما لها من دور فعال في توسيع الوعاء الضريبي و منه زيادة التحصيل الضريبي.

و من خلال هذا الفصل توصلنا إلى أنه للتجارة الالكترونية فوائد كبيرة على المؤسسات و على الزبائن و على المجتمع ككل، حيث أنها توفر الوقت و الجهد و بأقل تكلفة.

و هناك تحديات و فرص أمام مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على هذا النشاط، هذا ما سيتم تناوله في الفصل الموالي من خلال إبراز مدى مساهمة التجارة الالكترونية في الرفع من التحصيل الضريبي و إبراز أهم المعوقات التي تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على الناشطين في التجارة الالكترونية.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد تطرقنا في الجانب النظري إلى المفاهيم المرتبطة بمتغيري الدراسة الخاصة بالتجارة الالكترونية و التحصيل الضريبي، و إبراز مدى تأثير التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي، و سعياً منا لاستكمال هذا الفصل قمنا بدراسة ميدانية متمثلة في إجراء مقابلة مع عينة من الموظفين بمديرية الضرائب لولايي عنابة و ايليزي للتأكد من صحة الفرضيات، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: الطريقة والإجراءات

المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها

### المبحث الأول: الطريقة والإجراءات

تناولنا في هذا الفصل وصفا مفصلا للطريقة و الإجراءات التي اتبعتها في تنفيذ الدراسة و التي تضمنت منهج الدراسة و أداة الدراسة، و مجتمع و عينة الدراسة.

#### أولاً: منهج الدراسة

من أجل التعرف على مدى تأثير التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي و الصعوبات التي تعيق مصالح الضرائب في فرض الضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية من وجهة نظر موظفي مديرية الضرائب لولايي عنابة و ايليزي، تم استخدام المنهج الوصفي و التحليلي لجمع البيانات و ذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، حيث أن المنهج الوصفي يقوم بدراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع و يهتم بوصفها بشكل دقيق و يعبر عنها تعبيراً كيفياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة و يوضح خصائصها.

#### ثانياً: أداة الدراسة

تم استخدام أداة واحدة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة و هي:

#### • المقابلة:

للمقابلة أهمية كبيرة كأداة في جمع البيانات و الحصول على المعلومات التي نريدها، خاصة أن لدى الأفراد ميلا للحديث أكثر من الكتابة، فالمقابلة تتضمن التفاعل المباشر بين الباحث و المبحوث، و قد عرفت المقابلة بأنها "تقنية لجمع المعلومات قصد تحليلها، بحيث تعكس الوضع الذهني الواعي و اللاواعي للأفراد، و هذا من خلال طرح الموضوعات، و هي وسيلة اتصال مباشر بين الباحث و بين من تتوفر لديهم المعلومات الضرورية للبحث"<sup>1</sup>.

و تعتبر المقابلة ضمن التقنيات الغير رسمية، فهي تقوم على وصف الإجراءات بسرد شفهي دون الاستناد إلى الوثائق أو المستندات تثبت ذلك. و المقابلة في البحث العلمي لا تعتبر محادثات أو حوار، هذا لأن الباحث يركز على برنامج و أهداف يحددان مسبقاً. المقابلة ليست أيضاً محضر تحقيق بل العكس، لا بد من جو متعاون و متفاهم بين أطراف المقابلة.

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

<sup>1</sup> أ. ويراد زواوي، مطبوعة دروس بعنوان: "منهجية إعداد مذكرة التخرج"، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، مالية و تجارة دولية، 2020-2021.

ب-المستجوب: هو الشخص أو الأشخاص الذين يجيبون على أسئلة الباحث حول محور معين في شكل حوار(سؤال، جواب)<sup>1</sup>.

من أنواع المقابلات، المقابلات المباشرة الغير معدة مسبقا و نجد منها نوعان، النوع الأول المقابلة المتعمقة، حيث يتوقف هذا النوع من المقابلات على مهارة وكفاءة المقابل، الذي يجب أن يتمتع بالمرونة و الذكاء، القدرة على التكيف مع المستويات المختلفة للمستجوبين. أما النوع الثاني فهو المقابلات الجماعية، حيث يقوم هذا النوع على دعوة عدد معين من الأشخاص(05-12 شخصا)، بحيث تربط بينهم عناصر مشتركة بهدف البحث.

أما النوع الثاني من المقابلات فهو المقابلات غير المباشرة الغير معدة.

حيث أجرت المقابلة من خلال طرح الأسئلة على كل موظف على حدى لإيجاد حلول لإشكالية البحث التي تم عرضها في الدراسة، و قد ضمت المقابلة محورين (14 سؤالا)، المحور الأول (06) أسئلة والمحور الثاني (08) (أنظر الملحق رقم 2-1).

تم تسجيل المقابلة من خلال الهاتف بعد الاستئذان من المقابلين و ذلك لجمع المعلومات و من ثم الاستماع إليها عدة مرات، و من ثم تفرغ البيانات و تحليلها من خلال تبويبها إلى محاور، و أخيرا صياغة نتائج البحث و التحقق من صدق الفرضيات من عدمه و كتابة التقرير النهائي بشكل واضح يستفيد منه كل من يطلع عليه.

### ثالثا: مجتمع وعينة الدراسة

#### 1.مجتمع الدراسة:

إن المجتمع في هذه الدراسة هم جميع الموظفين في مديرية الضرائب لولايي عناية و ايليزي خلال فترة الدراسة الممتدة بين شهري فيفري و أفريل سنة 2024.

#### 2.عينة الدراسة:

تم اختيار خمسة(05) موظفين من المديريتين للإجابة عن الأسئلة، التي تم طرحها عليهم مباشرة بعد موافقتهم.

<sup>1</sup> د. الأخضر العياشي، مطبوعة دروس في مقياس: منهجية البحث العلمي، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر محاسبة و جباية معمقة و إدارة الأعمال، 2024/2023.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً: تقديم المقابلات

لقد أجرينا المقابلة مع ثلاثة موظفين من مديرية الضرائب لولاية ايليزي و موظفين اثنين من مديرية الضرائب لولاية عنابة، ضمن المقابلة محورين، المحور الأول (06) أسئلة والمحور الثاني (08) أسئلة.

1. المقابلة الأولى مع المدير الفرعي للعمليات الجبائية (ولاية عنابة) :

أولاً: هل تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمي مصلحة الضرائب لولاية عنابة؟

بتاريخ 2024/02/20 على الساعة 09:30 بمكتب المدير تم طرح عليه الأسئلة التالية:

س1: هل أنشطة التجارة الالكترونية تمثل إضافة داعمة لزيادة التحصيل الضريبي؟

ج1: نعم عند التصريح برقم الأعمال.

التعليق1: حسب إجابة المبحوث فانه عندما يتم التصريح برقم الأعمال و تنظيم أنشطة التجارة الالكترونية بشكل صحيح، يمكن للدولة بجمع الضرائب بشكل فعال من الشركات التي تقوم بالبيع عبر الانترنت.

س2: هل يتأثر الوعاء الضريبي بعدم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج2: نعم، على المستوى الوطني لسنة 2023 مثلاً 125000 مبيعات يومياً عبر الانترنت لم تستفاد الدولة منها.

التعليق2: إذا لم تتم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية، فان هناك مبيعات قد لا تستفيد الدولة منها بشكل كامل. يعود ذلك إلى عدم تحصيل الضرائب المتعلقة بالمبيعات الالكترونية، مما يقلل من الوعاء الضريبي الذي يمكن استخدامه لتمويل الخدمات العامة و تحقيق التوازن المالي للدولة.

س3: هل هناك آليات محددة تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الالكترونية؟

ج3: نعم، لينطبق اسم التاجر الالكتروني على التاجر الالكتروني يجب أن يكون لديه سجل تجاري و رمز النشاط التجاري، و يجب أن يكون نشاطات تحسيسية توعوية للتجار الالكترونيين للاشتغال بصفة قانونية.

التعليق3: يمكن بتطبيق متطلبات التسجيل و الترخيص على الشركات الرقمية، و تنظيم حملات توعية للتجار الالكترونيين حول الالتزام بالضرائب و تقديم التصاريح الضريبية بشكل صحيح أن يتيح للدولة تتبع أنشطتها و جمع الضرائب بشكل فعال.

س4: هل هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية؟

ج4: لا، بسبب عدم التصريح الحقيقي بحجم أنشطة التجارة الالكترونية.

التعليق4: تتباين سياسات الضرائب على التجارة الالكترونية من دولة إلى أخرى، قد تشمل بعض الدول تحصيل الضرائب على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية و ذلك بفرض الضرائب عليها و مع ذلك يمكن أن تختلف السياسات في دول أخرى.

س5: هل هناك أنواع محددة للتجارة الالكترونية تفرض عليها الضريبة؟

ج5: نعم، يوجد الكثير: شركات تقديم طلبيات، شركات تقدم خدمات التغليف، شركات تقدم خدمات تقنية،.... و كل نوع تختلف نوع الضريبة المطبقة عليه.

التعليق5: حسب إجابة المبحوث توجد تشريعات ضريبية تستهدف أنواع معينة من التجارة الالكترونية، على سبيل المثال قد تفرض بعض الضرائب على المبيعات عبر الانترنت، و البعض الآخر قد يفرض الضرائب على الخدمات الرقمية عبر الانترنت كالبرمجيات، كما قد تكون هناك ضرائب تطبق على المعاملات المالية كالعملات الرقمية.

س6: هل يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و كيف ذلك؟

ج6: نعم، عن طريق مراقبة شركات التوصيل.

التعليق6: نستنتج أنه يمكن للحكومات استخدام بيانات عمليات التوصيل لتقدير حجم المبيعات و الإيرادات التي يحققها التجار الالكترونيين، و من ثم فرض الضرائب المناسبة على هذه الأرباح.

ثانياً: هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولاية عنابة في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية؟

س1: هل هناك معوقات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج1: نعم، لا توجد رقابة على شركات التوصيل، لا توجد طرق اتصال بين مديرية الضرائب و شركات التوصيل لفرض الضرائب على التجار الالكترونيين.

التعليق1: غياب آليات الاتصال الفعالة بين الجهات الضريبية و شركات التوصيل، هذا الأمر قد يصعب على السلطات الضريبية تحديد الأرباح الفعلية و تقدير الضرائب المستحقة على الشركات الالكترونية، لذلك تتطلب السياسات الضريبية التعاون المشترك بين الحكومات و الشركات لتطوير الحلول التقنية التي تمكن من تحديد و تحصيل الضرائب بشكل أفضل على التجارة الالكترونية.

س2: هل هناك حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي؟

ج2: نعم، يجب أن يكون هناك تنسيق بين المركز الوطني للسجل التجاري و مديرية الضرائب و الناشطين في مجال التجارة الالكترونية، كذلك استخدام رمز النشاط الخاص بالتجارة الالكترونية.

التعليق2: حسب إجابة المبحوث فان بالتنسيق بين المركز الوطني للسجل التجاري و مديرية الضرائب يمكن تبادل البيانات بشكل أكثر فعالية، مما يسهل تحديد و تقدير الأرباح و الضرائب المستحقة على الشركات الالكترونية ، كما يمكن استخدام رمز النشاط الخاص بالتجارة الالكترونية لتسهيل تحديد الأنشطة ذات الصلة لغرض الضرائب و تبسيط الإجراءات الضريبية المتعلقة بها.

س3: هل يمكن أن تتماشى التجارة الالكترونية مع الضرائب المفروضة عليها؟

ج3: نعم، لما نقارن التجارة الالكترونية بالتجارة التقليدية نجد أن هامش الربح للتاجر الالكتروني أكبر من هامش الربح للتاجر التقليدي.

التعليق3: في الواقع قد يكون للتجارة الالكترونية بعض المزايا الضريبية مقارنة بالتجارة التقليدية مثل قدرة الشركات الالكترونية على تقليل التكاليف بشكل أكبر و بالتالي زيادة هامش الربح.

س4: هل توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية؟

ج4: نعم، هناك بعض المشاكل التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية حيث أن اختلاف التشريعات الضريبية من دولة إلى أخرى يمكن أن يؤدي إلى تعقيدات في تحديد ما إذا كانت الشركات ملزمة بدفع الضرائب، كذلك تتبع العمليات المالية عبر الانترنت يعد عائقاً أمام فرض الضرائب على التجارة الالكترونية.

التعليق4: التعقيدات القانونية تشمل التحديات في توحيد التشريعات الضريبية بين الدول و هناك تحديات تقنية تتضمن صعوبات في تطوير الأنظمة و البرمجيات التي تمكن من تتبع و مراقبة العمليات المالية عبر الانترنت.

س5: هل يوجد تنسيق قانوني لتفادي الازدواج الضريبي على معاملات التجارة الالكترونية ؟

ج5: نعم، نوعاً ما يوجد هناك جهود لتنسيق القوانين الضريبية لتفادي الازدواج الضريبي على أنشطة التجارة الالكترونية.

التعليق5: حسب إجابة المبحوث فإنه يجب على الدول بتوقيع اتفاقيات ثنائية أو متعددة الأطراف لتجنب الازدواج الضريبي على الأنشطة الالكترونية كاتفاقيات الحد الأدنى للضرائب (MLI) و اتفاقيات تبادل المعلومات الضريبية (TIEAs)

س6: هل يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الالكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب؟  
ج6: لا، منعدم.

التعليق6: عدم الوعي الضريبي و التثقيف حول الالتزامات الضريبية و تبسيط الإجراءات الضريبية للتجار الناشطين في التجارة الالكترونية يؤدي إلى عدم التصريح لدى المصالح الضريبية.

س7: هل مصالح الضرائب لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية؟

ج7: لا، بسبب افتقار موظفي الضرائب إلى التدريب لمواكبة التكنولوجيا الحديثة.

التعليق7: لكي يسهل على مصالح الضرائب الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية التماشي مع التكنولوجيا المتطورة لجمع البيانات دقيقة كذلك القيام بتدريب الموظفين.

س8: هل هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية؟

ج8: نعم، الحل الوحيد هو مراقبة عن طريق شركات التوصيل.

التعليق8: قد لا تكون مراقبة شركات التوصيل لوحدها هي الحل الوحيد لمواجهة صعوبات الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية ففي جزء من الحلول الممكنة للتعامل مع إخضاع معاملات التجارة الالكترونية للضرائب.

2. المقابلة الثانية مع رئيسة مكتب الجداول (ولاية عنابة) :

أولاً: هل تساهم التجارة الإلكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمى مصلحة الضرائب لولاية عنابة؟

بتاريخ 2024/02/22 على الساعة 14:30 بمكتب الرئيسة تم طرح عليه الأسئلة التالية:

س1: هل أنشطة التجارة الإلكترونية تمثل إضافة داعمة لزيادة التحصيل الضريبي؟

ج1: نعم، لكن بشرط فرض قوانين تلزمهم بدفع الضرائب.

التعليق1: صحيح التجارة الإلكترونية تشكل جزءاً متزايد الأهمية من الاقتصاد العالمي، و ينبغي أن تلتزم الشركات العاملة في هذا المجال بالقوانين الضريبية لتحقيق العدالة الضريبية.

س2: هل يتأثر الوعاء الضريبي بعدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية؟

ج2: نعم، لأن هذه التجارة تحقق أرباح كبيرة دون المساهمة في النفقات العمومية كالمستشفيات، التعليم،.....

التعليق2: صحيح ، عدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية يمكن أن يؤثر سلباً على الوعاء الضريبي ، حيث يمكن للشركات في هذا القطاع تحقيق أرباح كبيرة دون دفع مستوى ضرائب التي تدفعه الشركات التقليدية ، مما يزيد من العبء على الأفراد و الشركات التقليدية لتغطية التكاليف العامة

س3: هل هناك آليات محددة تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج3: نعم، بتشجيع الناشطين للامتثال الضريبي.

التعليق3: من خلال إجابة المبحوث يمكن لزيادة الحصيلة الضريبية تطبيق سياسات تشجيعية لزيادة الامتثال الضريبي ، مثل تقديم الحوافز.

س4: هل هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الإلكترونية؟

ج4: لا ، لعدم وجود إحصاء حقيقي للناشطين في التجارة الإلكترونية.

التعليق4: لعدم وجود إحصاء حقيقي و دقيق للناشطين في التجارة الإلكترونية يجعل من الصعب تحديد الحجم الحقيقي للتجارة الإلكترونية و بالتالي تقدير الضرائب المستحقة عليها .

س5: هل هناك أنواع محددة للتجارة الإلكترونية تفرض عليها الضريبة؟

ج5: لا، تفرض الضريبة على: التجارة الإلكترونية للسلع، الإعلانات عبر الإنترنت، العمليات المالية عبر الإنترنت... الخ

التعليق5: حسب إجابة المبحوث هناك العديد من الأنشطة التي يمكن أن تدخل تحت نطاق التجارة الإلكترونية و تخضع للضرائب.

س6: هل يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و كيف ذلك؟

ج6: لا، من الصعب تحديد موقع التجار الإلكترونيين و تحديد مصدر الدخل هذا مما يجعل من الصعب تحديد الضرائب المستحقة.

التعليق6: نستنتج أنه من أجل تحديد الدخل الخاضع للضريبة بشكل دقيق عبر شبكة الانترنت، يجب أن تتبنى مصالح الضرائب تقنيات و آليات متطورة لمراقبة الأنشطة التجارية عبر الانترنت.

ثانيا: هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولاية عنابة في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الإلكترونية؟

س1: هل هناك معوقات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية؟

ج1: نعم، إذا لم يكن هناك وعي جبائي خاص بالمتعاملين الاقتصاديين في هذا المجال.

التعليق1: حسب جواب المبحوث فإن من بين معوقات التي تعترض فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية هو الوعي الجبائي المحدود لدى المتعاملين في هذا المجال. فالقوانين الجبائية قد تكون معقدة وقد لا يكون هناك فهم كافي للالتزام الضريبي و هذا يتطلب توعية مستمرة و تبسيط للقوانين الضريبية لدعم الامتثال الضريبي في هذا القطاع.

س2: هل هناك حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الإلكترونية للنظام الضريبي؟

ج2: لا، ليس بعد لأن هذا النشاط جديد بالنسبة للنظام العام.

التعليق2: من خلال إجابة المبحوث نستنتج أن قوانين أنشطة التجارة الإلكترونية جديدة بالنسبة للتجار الإلكترونيين، هذا ما يدفعهم للتهرب عن دفع الضريبة.

س3: هل يمكن أن تتماشى التجارة الإلكترونية مع الضرائب المفروضة عليها؟

ج3: لا، لأنها تسبب لهم عائق.

التعليق3: يعد فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية تحدياً نظراً للتعقيدات و التكاليف الإضافية التي قد تنتج عنها و مع ذلك يمكن أن تكون هذه الضرائب ضرورية لتحقيق العدالة الضريبية. و توفير مصادر الدخل اللازمة لتمويل الخدمات العامة.

س4: هل توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية؟

ج4: نعم، في بعض الأحيان لأن القليل الذي يدفع الضرائب في هذا المجال و الدولة مازالت لم تسيطر على الكل، و هناك حسابات وهمية لا يمكن معرفة صاحبها.

التعليق4: حسب إجابة المبحوث نستنتج أن السلطات الضريبية تواجه صعوبة في تحديد هوية المشتريين و البائعين عبر الانترنت، لهذا من المهم تطوير آليات و تقنيات لتعزيز الشفافية و مكافحة التهرب الضريبي.

س5: هل يوجد تنسيق قانوني لتفادي ازدواج الضريبي على معاملات التجارة الالكترونية؟

ج5: لا، يجب تطوير القوانين و التشريعات لتفادي ازدواج الضريبي في معاملات التجارة الإلكترونية للحد من التهرب الضريبي و تعزيز النزاهة في هذا القطاع.

التعليق5: حسب إجابة المبحوث فإنه يجب فرض عقوبات على المخالفين الذين يتهربون من دفع الضرائب فيما يتعلق بمعاملاتهم الإلكترونية.

س6: هل يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الالكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب؟

ج6: لا، بعض التجار الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية غير مقتنعين بأهمية التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب، و ذلك لأسباب متعددة مثل الرغبة في تجنب الضرائب و الاحتفاظ الخصوصية التجارية.

التعليق6: نستنتج أنه على إدارة الضرائب التعامل مع التجار الإلكترونيين من خلال توفير الحوافز للتصريح الصحيح و تطبيق عقوبات على عدم الامتثال الضريبي، كما يمكن تعزيز الوعي الضريبي و توفير الدعم للناشطين في مجال هذه التجارة.

س7: هل مصالح الضرائب لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية؟

ج7: لا، مصالح ضرائب غير قادرة على إحصاء جميع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية بسبب التعقيدات في هذا المجال.

التعليق 7: من إجابة المبحوث نستنتج أن السلطات الضريبية تحتاج إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال ، لتسهيل جمع المعلومات الضريبية على جميع الناشطين في هذه التجارة .

س8: هل هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية؟

ج8: نعم، راجع لعدم مراقبتها جيدا.

التعليق 8: تواجه إدارة الضرائب تحديات في مجال الإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الإلكترونية بسبب نقص المراقبة الفعالة ، يعود ذلك إلى الصعوبة في تتبع و مراقبة العمليات التجارية عبر الانترنت ، و كذلك صعوبة تحديد هوية الأطراف المتعاملة.

3. المقابلة الثالثة مع رئيس مكتب البحث عن المعلومة الجبائية و المراجعات الجبائية و مراقبة التقييمات(ولاية ايليزي):

أولاً: هل تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمي مصلحة الضرائب لولاية ايليزي؟

بتاريخ 2024/04/24 على الساعة 10:50 بمكتب رئيس المكتب تم طرح عليه الأسئلة التالية:

س1: هل أنشطة التجارة الالكترونية تمثل إضافة داعمة لزيادة التحصيل الضريبي؟

ج1: نعم، توسيع الوعاء الضريبي فعلى حسب المصدر يزداد الوعاء.

التعليق 1: يمكن أن تكون التجارة الالكترونية عاملا مهما في زيادة الوعاء الضريبي بزيادة حجم نشاطها و توفير البيانات المتعلقة بالمبيعات و المعاملات المالية عبر الانترنت.

س2: هل يتأثر الوعاء الضريبي بعدم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج2: نعم، يتأثر سلبا أغلب القوانين كلاسيكية و تنظم التجارة التقليدية.

التعليق 2: القوانين الضريبية الكلاسيكية غير كافية لتنظيم هذا النوع الجديد من الأنشطة التجارية، لذا يعتبر تطوير قوانين ضريبية تنظم التجارة الالكترونية و فرض الضرائب عليها سببا لزيادة الوعاء الضريبي.

س3: هل هناك آليات محددة تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الالكترونية؟

ج3: نعم، قانون مالية 2024 و تنظيم نشاط مقاول ذاتي كمثال و لكن لا تكفي هذه الآليات.

التعليق3: نستنتج أنه إذا كان ممكنا تطبيق نصوص قانون المالية على أنشطة التجارة الالكترونية لزيادة التحصيل الضريبي يكون ذلك عن طريق فرض ضريبة القيمة المضافة على الخدمات الرقمية و فرض ضرائب على الأرباح الرقمية.

س4: هل هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية؟

ج4: لا، ضئيل جدا جدا.

التعليق4: حسب إجابة المبحوث فإنه بسبب صعوبة الرقابة و التهرب الضريبي و قلة التوعية لدى التجار الالكترونيين لا يوجد هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية.

س5: هل هناك أنواع محددة للتجارة الالكترونية تفرض عليها الضريبة؟

ج5: لا، السلطة التشريعية لم تسن قوانين.

التعليق5: تحتاج السلطات التشريعية إلى التنسيق مع المنظمات الدولية للتأكد من أن القوانين التي تحتاج لسنها تتوافق مع المعايير الدولية.

س6: هل يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و كيف ذلك؟

ج6: نعم، بنفس طريقة العمليات التقليدية.

التعليق6: يتم ذلك عن طريق تقديم التصاريح الضريبية و تحديد الإيرادات.

ثانيا: هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولاية ايليزي في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية؟

س1: هل هناك معوقات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج1: نعم، عدم وجود ضوابط و قوانين تتحكم في كيفية التعامل مع التجارة الالكترونية.

التعليق1: التجارة الالكترونية عابرة للحدود بسهولة، مما يجعل التنسيق بين الدول ضروريا لتطبيق القوانين و ضمان الامتثال الضريبي.

س2: هل هناك حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي؟

ج2: لا، الأمر يرجع إلى السلطة التشريعية التي تقوم بسن القوانين الجبائية.

التعليق2: يتعين على السلطة التشريعية وضع التشريعات اللازمة لضمان أن تكون التجارة الالكترونية مطابقة للنظام الضريبي، هذا يشمل تحديد الضرائب المناسبة و وضع السياسات التي تعمل على تنظيم و تسهيل عملية جباية الضرائب في هذا القطاع.

س3: هل يمكن أن تتماشى التجارة الالكترونية مع الضرائب المفروضة عليها؟

ج3: نعم، يمكن أن تتماشى التجارة الالكترونية مع الضرائب المفروضة عليها من خلال وضع نظام ضريبي مناسب و فعال ينظم هذا النوع من التجارة.

التعليق3: تطوير نظام ضريبي مناسب و فعال هو المفتاح لجعل التجارة الالكترونية متوافقة مع الضرائب المفروضة عليها.

س4: هل توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية؟

ج4: نعم، أغلب الأمر القوانين الجبائية هي التي تنظم هذه المعاملات.

التعليق4: حسب إجابة المبحوث فان القوانين الجبائية دورا مهما في تنظيم معاملات التجارة الالكترونية ، تشمل هذه القوانين الضوابط و التشريعات التي تحدد كيفية فرض الضرائب على الأنشطة التجارية عبر الانترنت.

س5: هل يوجد تنسيق قانوني لتفادي الازدواج الضريبي على معاملات التجارة الالكترونية ؟

ج5: نعم، توجد اتفاقيات متعلقة بالازدواج الضريبي.

التعليق5: الازدواج الضريبي يمكن أن يكون مشكلة في مجال التجارة الالكترونية، و لذلك هناك العديد من القوانين و الاتفاقيات الدولية تهدف إلى تجنبه. تلك القوانين تشمل اتفاقيات الضرائب الثنائية بين الدول لتحديد التصريح الضريبي و تجنب الازدواجية.

س6: هل يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الالكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب؟

ج6: لا، منعدم.

التعليق6: التعقيدات الإدارية و التكاليف المالية من أهم مخاوف إقبال التجار الالكترونيين لدى مصالح الضرائب.

س7: هل مصالح الضرائب لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية؟

ج7: لا، لكن في حالة تنظيم هذا النوع من التجارة تماشيا مع الرقمنة و تكثيف الرقابة الجبائية.

التعليق7: من خلال تطبيق تقنيات الرقابة و استخدام البيانات الالكترونية المتاحة يمكن للسلطات الضريبية تقدير الضرائب المستحقة.

س8: هل هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية؟

ج8: نعم، هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية تتطلب تنسيقا جيدا بين الدول لتطوير السياسات و التشريعات القانونية.

التعليق8: نستنتج أنه مع التطور التكنولوجي و التشريعات المطبقة يمكن للدولة أن تتبنى استراتيجيات مبتكرة للتقليل من الصعوبات و تحسين الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية.

4. المقابلة الرابعة مع رئيس مكتب متابعة العمليات و أشغال القيد و التصفية(ولاية ايليزي):

بتاريخ 2024/04/28 على الساعة 11:15 بمكتب رئيس المكتب تم طرح الأسئلة التالية:

أولا: هل تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمي مصلحة الضرائب لولاية ايليزي؟

س1: هل أنشطة التجارة الالكترونية تمثل إضافة داعمة لزيادة التحصيل الضريبي؟

ج1: نعم، هذا راجع إلى حجم الأرباح المحققة لهذه الأنشطة من التجارة الالكترونية رغم نسبة التحصيل تبقى قيمة مضافة للتحصيل الضريبي.

التعليق1: نستنتج أنه مع تزايد استخدام الانترنت و زيادة المنصات التجارية عبر الانترنت، يتزايد أيضا حجم الأرباح المتحققة منها.

س2: هل يتأثر الوعاء الضريبي بعدم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج2: نعم، زيادة الإيرادات الضريبية تؤدي إلى زيادة الوعاء الضريبي و العكس صحيح .

التعليق2: زيادة الإيرادات الضريبية تعكس زيادة في الأنشطة الاقتصادية و الدخل المحقق، و بالتالي يتوقع أن يزداد عدد الأفراد و الشركات المعنية بالضرائب.

س3: هل هناك آليات محددة تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الالكترونية؟

ج3: نعم، من آليات التي تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الالكترونية تحديث القوانين الجبائية.

التعليق3: حسب إجابة المبحوث فإنه يجب تحديث القوانين الجبائية لتناسب التطورات في مجال التجارة الالكترونية.

س4: هل هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية؟

ج4: لا، من الصعب تحديد و تقدير الحجم الدقيق للتجارة الالكترونية نظرا للعديد من التعقيدات و الصعوبات المتعلقة بعمليات البيع عبر الانترنت.

التعليق4: تحديد الحجم الدقيق للتجارة الالكترونية يشكل تحديا كبيرا تواجهه مصالح إدارة الضرائب.

س5: هل هناك أنواع محددة للتجارة الالكترونية تفرض عليها الضريبة؟

ج5: نعم، جميع الخدمات (كل العمليات التي تقدم خدمات) تفرض عليها ضريبة الكترونية.

التعليق5: تفرض الضريبة على جميع أنواع التجارة الالكترونية سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة.

س6: هل يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و كيف ذلك؟

ج6: نعم، الأشخاص المحصين يطلب كل متعامل اقتصادي ممول يطلب اسم الشخص و الموقع الالكتروني.

التعليق6: في بعض الدول يتم تقديم تقارير ضريبية من قبل التجار الالكترونيين، مما يساعد في تقدير الإيرادات و تحديد قيمة الضريبة المستحقة.

ثانيا: هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولاية ايليزي في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية؟

س1: هل هناك معوقات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج1: نعم، أهم هذه المعوقات عدم التصريح الجبائي.

التعليق1: نستنتج أن هذه المعوقات تؤدي في النهاية إلى تقليل القدرة على فرض الضرائب بشكل فعال على التجارة الالكترونية و تقليل التحصيل الضريبي.

س2: هل هناك حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي؟

ج2: نعم، يوجد الكثير من الحلول لإخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي نذكر منها التوعية و التثقيف، الرقمنة، سن قوانين صارمة.

التعليق2: بطبيعة الحال توعية و توجيه التجار الالكترونيين مع تحديث القوانين يمكن أن يسهم في تعزيز الامتثال للنظام الضريبي.

س3: هل يمكن أن تتماشى التجارة الالكترونية مع الضرائب المفروضة عليها؟

ج3: نعم، في حالة صدور نصوص تشريعية جديدة ممكن تتغير من 5% إلى 10 أو 15%.

التعليق3: حسب إجابة المبحوث يمكن أن تتماشى التجارة الالكترونية مع الضرائب المفروضة عليها عند وجود نصوص قانونية جديدة تحدد بوضوح كيفية تطبيق الضرائب على الأنشطة التجارية الالكترونية.

س4: هل توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية؟

ج4: نعم، التهرب الضريبي و صعوبة التحصيل من أهم مشاكل فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية.

التعليق4: يكون التهرب الضريبي باستغلال بعض التجار الالكترونيين الفجوات و الثغرات الضريبية في النظام الضريبي.

س5: هل يوجد تنسيق قانوني لتفادي ازدواج الضريبي على معاملات التجارة الالكترونية ؟

ج5: نعم، كل عملية لوحدها، التصريح الخاص بالسجل التجاري و تصريح خاص بالمعاملة الالكترونية.

التعليق5: من خلال التصريح بالسجل التجاري يتم توثيق نشاط التاجر و البيانات المعنية مما يمكن السلطات الضريبية تقدير الضرائب المستحقة ، مما يساهم في التقليل من احتمال حدوث ازدواج ضريبي .

س6: هل يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الالكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب؟

ج6: لا يوجد إقبال على التصريح الحقيقي للتجارة الالكترونية لتملص من دفع الضرائب .

التعليق6: يجب على السلطات الضريبية تحسين التوعية لأهمية الالتزام الضريبي و تبعات التهرب الضريبي ، بالإضافة إلى تطبيق إجراءات قانونية صارمة لمكافحة التهرب الضريبي و تشجيع التصريح الضريبي .

س7: هل مصالح الضرائب لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية؟

ج7: نعم، يطلب من التجار جمع الفواتير الخاصة بالمنصات الالكترونية كجانب خاص لإدارة الضرائب.

التعليق7: يمكن لمصالح الضرائب طلب من التجار في التجارة الإلكترونية جمع الفواتير الخاصة بالمنصات الإلكترونية التي يستخدمونها لبيع منتجاتهم و خدماتهم ، هذه الفواتير يمكن استخدامها للتحقق من حجم الأعمال التجارية و الإيرادات المحققة ، مما يساعد في تحسين عمليات الإحصاء و الفحص الضريبي .

س8: هل هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الإلكترونية؟

ج8: نعم، لا توجد قوائم اسمية مما يصعب على إدارة الضرائب المراقبة المعمقة .

التعليق8: عدم وجود قوائم اسمية للتجار الإلكترونيين يجعل من الصعب على إدارة الضرائب مراقبة النشاط بشكل فعال ، بدون وجود هذه القوائم يصعب تحديد من هم التجار الإلكترونيين المنخرطين في الأنشطة التجارية وتقدير حجم أعمالهم و الإيرادات التي يحققونها ، مما يجعل من الصعب تنفيذ الرقابة و الفحص الضريبي بشكل فعال .

5. المقابلة الخامسة مع رئيس مكتب التحصيل (ولاية ايليزي):

بتاريخ 2024/04/28 على الساعة 15:15 بمكتب رئيس المكتب تم طرح الأسئلة التالية:

أولاً: هل تساهم التجارة الإلكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمى مصلحة الضرائب لولاية ايليزي؟

س1: هل أنشطة التجارة الإلكترونية تمثل إضافة داعمة لزيادة التحصيل الضريبي؟

ج1: لا، لأنها ليست محصية ضمن إدارة الضرائب.

التعليق1: في الواقع التجارة الإلكترونية يمكن أن تمثل إضافة دائمة لزيادة التحصيل الضريبي، و لكن الفعالية في التحصيل الضريبي تعتمد على كيفية إدارة الضرائب و تنظيمها.

س2: هل يتأثر الوعاء الضريبي بعدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية؟

ج2: نعم، لأن زيادة الحصيلة الضريبية مرتبط بالوعاء الضريبي.

التعليق2: إن عدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية يمكن أن يؤثر على الوعاء الضريبي بسبب تقليل الدخل الذي يتم جمعه من هذا القطاع .

س3: هل هناك آليات محددة تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية؟

ج3: نعم، وجب رقمنة كافة القطاعات.

التعليق3: رقمنة جميع القطاعات يمكن أن يساهم في زيادة الحصيلة الضريبية عن طريق تحسين تتبع العوائد الضريبية و تقليل التهرب الضريبي .

س4: هل هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية ؟

ج4: لا، لأنها غير ممركرة و محصية.

التعليق4: تعتمد الضرائب عادة على الأنشطة و المعاملات التي يتم تتبعها بدقة و هذا يجعل من الصعب تقدير الحجم الحقيقي للتجارة الإلكترونية و تطبيق الضرائب عليها .

س5: هل هناك أنواع محددة للتجارة الالكترونية تفرض عليها الضريبة؟

ج5: لا، غير محددة بنوع معين.

التعليق5: يوجد تفاوت في تطبيق الضرائب على أنواع مختلفة من التجارة الإلكترونية ، على سبيل المثال قد تكون هناك تفاوت في الضرائب المفروضة على بيع المنتجات الفعلية مقابل الخدمات الرقمية .

س6: هل يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و كيف ذلك؟

ج6: يتم تحديد الدخل عندما تكون هاته المؤسسات لها تصريحات و تمسك محاسبة منتظمة .

التعليق6: عندما تكون لدى هذه المؤسسات تصريحات و محاسبة منتظمة يمكن للدولة تحديد الدخل الخاضع للضريبة بشكل أكثر دقة و فعالية مما يساعدها على جمع الضرائب بشكل مناسب .

ثانيا: هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولاية ايليزي في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية؟

س1: هل هناك معوقات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج1: نعم، لا يقومون بالتصريحات.

التعليق1: عدم التصريح لدى مديرية الضرائب يصعب على الدول تقدير حجم الأرباح من هذه الأنشطة التجارية و بالتالي تفقد جزءا كبيرا من الإيرادات الضريبية المتوقعة .

س2: هل هناك حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي؟

ج2: لا، في الوقت الراهن لا توجد.

التعليق2: لعدم توفر ووجود قوانين كافية لمسايرة التجارة الإلكترونية و طريقة إخضاعها للنظام الضريبي .

س3: هل يمكن أن تتماشى التجارة الإلكترونية مع الضرائب المفروضة عليها؟

ج3: نعم، عندما تكون الإدارة الضريبية مرقمنة مع احتواء التجارة الإلكترونية بقوانين صارمة .

التعليق3: الإدارة الضريبية فعالة و قوانين صارمة يمكن أن تساعد على تحقيق التوازن بين التجارة الإلكترونية و

الضرائب المفروضة عليها.

س4: هل توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية؟

ج4: نعم، لأن التجارة الإلكترونية ليست محصية و ممرضة.

التعليق4: تعتبر المركزية من التحديات الرئيسية التي تواجه فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية .

س5: هل يوجد تنسيق قانوني لتفادي الازدواج الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية ؟

ج5: لا، التشريعات الجبائية معقدة .

التعليق5: غالبا ما يكون عدم وجود تنسيق قانوني لتفادي الازدواج الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية ناتجة

عن تعقيدات تشريعات جبائية .

س6: هل يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الإلكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب؟

ج6: لا، التهرب الضريبي قصد الوفرة المالية.

التعليق6: التهرب الضريبي هو مشكلة تواجه التجار الإلكترونيين الذين يتجنبون التصريح لدى مصلحة الضرائب بهدف

تحقيق الوفرة المالية عن طريق تجنب دفع الضرائب المستحقة ، قد يقوم التجار الإلكترونيين بإخفاء جزء من إيراداتهم

بشكل غير قانوني لتقليل المبالغ التي يجب دفعها كضرائب .

س7: هل مصالح الضرائب لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الإلكترونية؟

ج7: لا، لا يمكن إحصاء ذلك لعدم اعتماد المواقع و البيانات الإلكترونية.

التعليق7: بما أن الشركات الإلكترونية قد تعمل عبر الانترنت من الصعب على السلطات الضريبية جمع البيانات

اللازمة بشكل دقيق و موثوق لتحديد مدى الالتزام الضريبي لهذه الشركات .

س8: هل هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية؟

ج8: نعم، صعوبة عملية الرقابة لأنها غير موجودة فعليا.

التعليق8: من الصعب على السلطات الضريبية تنفيذ الرقابة بنفس طرق التقليدية المستخدمة في الأعمال التجارية التقليدية ، و هذا لأن معاملات التجارة الإلكترونية تتم بشكل غير مرئي عن طريق الانترنت.

ثانيا: مناقشة النتائج

تم في هذا الباب استعراض نتائج الدراسة و المتعلقة بأداة المقابلة.

أولاً: هل تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمى مصلحة الضرائب لولايتي عنابة و ايليزي؟

يمكن تلخيص إجابة المبحوثين لأسئلة المحور الأول (نعم، لا) في الجدول أدناه

الجدول رقم(1-2): جدول يلخص إجابات المبحوثين ب(نعم أولا) لأسئلة المحور الأول

| المبحوثين<br>الأسئلة | المبحوث 1 | المبحوث 2 | المبحوث 3 | المبحوث 4 | المبحوث 5 |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| السؤال 1             | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       | لا        |
| السؤال 2             | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       |
| السؤال 3             | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       |
| السؤال 4             | لا        | لا        | لا        | لا        | لا        |
| السؤال 5             | نعم       | لا        | لا        | نعم       | لا        |
| السؤال 6             | نعم       | لا        | نعم       | نعم       | نعم       |

المصدر: من إعداد الطالبين.

السؤال الأول: هل أنشطة التجارة الالكترونية تمثل إضافة داعمة لزيادة التحصيل الضريبي؟

عند طرح هذا السؤال على المبحوثين كان إجماع (80%) منهم على أن التجارة الالكترونية تمثل إضافة دائمة لزيادة التحصيل الضريبي، و كانت إجابة المبحوثين على النحو التالي:

-المبحوث(1) أجاب بضرورة التصريح برقم الأعمال للتجار الالكترونيين،

- المبحوث(2) أجاب بضرورة فرض قوانين تلزم الناشطين في التجارة الالكترونية بدفع الضرائب،

- المبحوث(3) أشار بضرورة توسيع الوعاء الضريبي.

و كما أكد واحد منهم أنه يجب أن تكون التجارة الالكترونية محصية ضمن إدارة الضرائب حتى تمثل إضافة لزيادة التحصيل الضريبي.

السؤال الثاني: هل يتأثر الوعاء الضريبي بعدم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

تشير النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن جميع المبحوثين أجمعوا أن الوعاء الضريبي يتأثر بعدم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية، وكانت إجاباتهم على النحو التالي:

-المبحوث(1) أكد أنه هناك الكثير من المبيعات الالكترونية لم تستفاد الدولة من حصيلتها الضريبية،

- المبحوث(3) أجاب أن أغلب القوانين تمثل التجارة التقليدية و بالتالي لا توجد هناك قوانين جديدة مفروضة على هذا النوع الجديد من التجارة مما يؤثر سلبا على الوعاء الضريبي،

- فيما أكد باقي المبحوثين أن زيادة الإيرادات يكون بزيادة الأنشطة الاقتصادية و فرض الضرائب عليها.

السؤال الثالث: هل هناك آليات محددة تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الالكترونية؟

أشار جميع المبحوثين أنه لزيادة الحصيلة الضريبية على أنشطة التجارة الالكترونية هناك آليات تمكن ادراة الضرائب من تطبيقها من بينها:

-توعية و تشجيع الناشطين للامتثال الضريبي،

- تحديث و نص تشريعات جبائية جديدة متعلقة بالتجارة الحديثة،

- ضرورة رقمنة العمليات الالكترونية.

السؤال الرابع: هل هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية؟

تشير الإجابات أن جميع المبحوثين أكدوا أنه لا يوجد تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية و كانت إجاباتهم كالتالي:

-المبحوث (1): عدم التصريح الحقيقي بحجم الأنشطة لدى مصالح الضرائب هو السبب الرئيسي لنقص التحصيل الضريبي،

- المبحوثان(2 و 5) أشارا إلى أنه لا يوجد إحصاء حقيقي للناشطين في المعاملات الالكترونية،

- المبحوث (4) أجاب بأنه هناك صعوبات متعلقة بعملية البيع عبر الانترنت مما يصعب من تحديد الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية و من ثم التحصيل الضريبي لها.

و عليه فان معرفة الحجم الحقيقي للأنشطة الالكترونية يمثل تحديا كبيرا لمصالح الضرائب، التي يجب عليها تتبع بدقة هذه الأنشطة.

السؤال الخامس: هل هناك أنواع محددة للتجارة الالكترونية تفرض عليها الضريبة؟

عند طرح هذا السؤال على المبحوثين كانت إجابة (60%) منهم ب(لا) و (40%) ب (نعم) ، نستنتج من خلال إجابات بعض المبحوثين أن الضرائب تفرض على جميع الخدمات عبر الانترنت سواء كانت ملموسة أو عكس ذلك، أما البعض فأشاروا إلى أنه يوجد تفاوت في فرض الضرائب لأنواع التجارة الالكترونية.

السؤال السادس: هل يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و كيف ذلك؟

(80) من إجابات المبحوثين كانت بالإيجاب حيث يمكن تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات، و كيف يتم ذلك أجاب المبحوث (1) أن مراقبة شركات التوصيل دور فعال في التحصيل الضريبي من خلال استخدام بيانات عمليات التوصيل، فيما كانت إجابة المبحوثين (3،4 و 5) أن تقديم التصريحات الحقيقية يساهم في زيادة الإيرادات.

أجوبة المبحوثين تبرهن على صحة الفرضية الأولى: تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمي مصلحة الضرائب لولايي عناية و ايليزي.

ثانيا: هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولايي عناية و ايليزي في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية؟

يمكن تلخيص إجابة المبحوثين لأسئلة المحور الثاني (نعم، لا) في الجدول أدناه

الجدول رقم(2-2): جدول يلخص إجابات المبحوثين ب(نعم أو لا) لأسئلة المحور الثاني

| المبحوثين<br>الأسئلة | المبحوث 1 | المبحوث 2 | المبحوث 3 | المبحوث 4 | المبحوث 5 |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| السؤال 1             | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       |
| السؤال 2             | نعم       | لا        | لا        | نعم       | لا        |
| السؤال 3             | نعم       | لا        | نعم       | نعم       | نعم       |
| السؤال 4             | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       |
| السؤال 5             | نعم       | لا        | نعم       | نعم       | لا        |
| السؤال 6             | لا        | لا        | لا        | لا        | لا        |
| السؤال 7             | لا        | لا        | لا        | نعم       | لا        |
| السؤال 8             | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       | نعم       |

المصدر: من إعداد الطالبين.

السؤال الأول: هل هناك معوقات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

حسب إجابة كل المبحوثين فان لمصالح الضرائب معوقات تعترض طريقها في فرض الضريبة على التجارة الالكترونية، و من أهم هذه المعوقات:

-عدم التصريح الجبائي و عدم وجود قوانين فعالة،

-غياب الوعي الجبائي لدى المتعاملين.

السؤال الثاني: هل هناك حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي؟

أجاب (60%) من المبحوثين بعدم وجود حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي و أن الأمر يرجع للسلطة التشريعية لسن قوانين تحاكي أنشطة التجارة الالكترونية، فيما أكد المبحوثان (1و4) على ضرورة التوعية و الرقمنة لهذا القطاع.

السؤال الثالث: هل يمكن أن تتماشى التجارة الالكترونية مع الضرائب المفروضة عليها؟

أغلب المبحوثين أجابوا بنعم شريطة تطبيق أو إصدار نصوص تشريعية جديدة.

السؤال الرابع: هل توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية؟

توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية حسب كل المبحوثين، و من خلال إجاباتهم نستنتج أنه من بين هذه المشاكل صعوبة تحديد هوية المتعاملين يؤدي بالضرورة إلى التهرب الضريبي، هناك تحديات تقنية تواجهها مصالح الضرائب لمتابعة العمليات المالية عبر شبكة الانترنت.

**السؤال الخامس:** هل يوجد تنسيق قانوني لتفادي الازدواج الضريبي على معاملات التجارة الالكترونية ؟

نستنتج من خلال إجابات المبحوثين أن التنسيق القانوني يلعب دورا حيويا في تفادي الازدواج الضريبي و تحديد السياق القانوني لتطبيق الضرائب من خلال الاتفاقيات الدولية و التشريعات المشتركة.

**السؤال السادس:** هل يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الالكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب؟

حسب كل المبحوثين لا يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الالكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب بغية التهرب الضريبي و بالتالي الوفرة المالية.

**السؤال السابع:** هل مصالح الضرائب لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية؟

أغلب المبحوثين أشاروا أن مصالح الضرائب ليس لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية بسبب غياب الرقابة و الرقمنة و نقص الخبرة في هذا المجال.

**السؤال الثامن:** هل هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية؟

أكد كل المبحوثين على أنه هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية لصعوبة عملية الرقابة لأن هذه التجارة غير مرئية.

أجوبة المبحوثين تبرهن على صحة الفرضية الثانية: هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولاية ايليزي في فرض ضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية.

### خلاصة

من خلال هذا الفصل تطرقنا إلى قياس مدى مساهمة التجارة الالكترونية في الرفع من التحصيل الضريبي من وجهة نظر مصلحة الضرائب في كل من ولايتي عنابة و ايليزي.

و توصلنا إلى أن التجارة الالكترونية تساهم بشكل كبير في الرفع من التحصيل الضريبي، و هذا من خلال توسيع الوعاء الضريبي، حيث أن التجارة الالكترونية تمكن المؤسسة من الوصول إلى أسواق جديدة و عملاء في مناطق جغرافية متنوعة مما يؤدي إلى زيادة حجم المبيعات و النشاط التجاري، هذا التوسع يعزز الإيرادات التي يمكن تحصيل الضرائب عليها.

كما توصلنا إلى أن هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية بسبب قلة وعي المكلفين و صعوبة الاتصال بهم.

الخاتمة

التجارة الالكترونية تمثل تحديا و فرصة في آن واحد للنظم الضريبية، حيث أدى انتشار التجارة الالكترونية بسرعة و في ظرف وجيز إلى خلق فجوات في التشريعات الضريبية التقليدية مما أتاح مجالا واسعا للتهرب الضريبي و صعوبة تتبع المعاملات الالكترونية. و مع ذلك تعد التجارة الالكترونية موردا هاما يعمل على تعزيز الخدمات العامة، الأمر الذي يعود بالفائدة على الدولة و على المجتمع بشكل عام.

و من خلال دراستنا هذه تطرقنا إلى العلاقة بين التجارة الالكترونية و التحصيل الضريبي، و هذا من خلال الإجابة على الإشكالية الرئيسية: هل هناك أثر للتجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي، و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجزها في مايلي:

#### 1-النتائج:

- التجارة الالكترونية تمثل تحديا و فرصة لأنظمة التحصيل الضريبي،
- تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية في حال التزام المكلفين بالتصريح بنشاطاتهم و امتثالهم لدفع الضرائب الواقعة على عاتقهم،
- هناك صعوبات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية و هذا لعدم تصريح البعض منهم في هذا و عدم تمكن مصلحة الضرائب من الاتصال بهم.

#### 2-أفاق الدراسة:

- إشكالية فرض الضرائب على التجارة الالكترونية في الجزائر،
- تكييف النظام الضريبي الجزائري في ظل تبني التجارة الالكترونية،
- التجارة الالكترونية و التهرب الضريبي.

# قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

1. البشكاني، هادي مسلم يونس، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، القاهرة، مصر، 2008.
2. حامد عبد المجيد دراز، المالية العامة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، المرسي سيد حجازي، 2004. ص 107.
3. حميد بوزيدة، "جباية المؤسسات دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2007. ص 36.
4. خضر مصباح الطيبي، التجارة الالكترونية من منظور تقني و تجاري إداري، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2008، ص 76.
5. سعيد عبد العزيز عثمان، شكري رجب العشماوي، النظم الضريبية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص 13.
6. عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الالكترونية و تطبيقاتها، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2015، ص 50.
7. عبد المطلب عبد الحميد. اقتصاديات التجارة الإلكترونية. الدارة الجامعية. الإسكندرية، مصر، 2014 .
8. قدي عبد المجيد، دراسات في علم الضرائب، الطبعة الأولى، دار جريز للنشر و التوزيع، 2011، ص 22.
9. محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، "مدخل إلى التجارة الالكترونية"، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2009، ص 58.
10. منصور بن اعمار، "الضرائب على الدخل الإجمالي"، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2010.
11. نور عبد الناصر و الشريف عليان، "المحاسبة الضريبية". الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2006.
12. يوسف يوسف، التجارة الالكترونية و أبعادها القانونية، دار المناهج، عمان، الأردن، 2011.
13. يونس أحمد البطريق، النظم الضريبية، الدار الجامعية المحقق، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2003.

ثانياً: أطروحات الدكتوراه

14. دراسة أحمد و شان، بعنوان: "متطلبات تكييف النظام الضريبي الجزائري في ظل تحديات التجارة الالكترونية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة حسية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2016-2017، ص 31.
15. دراسة بختي ابراهيم، دور الانترنت و تطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003.

## ثالثا: المقالات العلمية

16. إبراهيم كامل الشوابكة، "ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية"، مجلة دراسات علوم الشريعة و القانون، المجلد رقم 34، جامعة اليرموك، الأردن، 2007.
17. برهان محمد خطاب عز الدين، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، المجلد 1، العدد 1، 2015، ص 16.
18. د.جمال معتوق و ط.د.كموش إيمان، "الإشكاليات التي تثيرها التجارة الالكترونية و المتعلقة بالمجال الضريبي"، المجلد الثالث، العدد الأول، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2019.
19. رأفت رضوان و آخرون، "الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية"، مجلة التنمية و السياسات الاقتصادية، المجلد 02، العدد 02، 2000، مصر.
20. درشيد بوعافية ، "التجارة الالكترونية و الاستثمار عبر شبكة الانترنت"، مجلة الاقتصاد الجديد، الجزائر، المجلد 1، العدد 18، 2018.
21. د. زينب بوسنة ، الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر على ضوء أهداف التنمية المستدامة، مجلة البصائر للدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 1، العدد 1، الجزائر، 2021.
22. سامية أحمد سمل و تهاني أبو القاسم أحمد، "تحديات التحاسب الضريبي و أثرها على التجارة الإلكترونية" مجلة الباحث الاقتصادي، السودان، المجلد 9، العدد 2، 2021.
23. د.سماعين عيسى، "تطبيقات طرق التحصيل الضريبي في النظام الضريبي الجزائري"، مجلة القانون العقاري، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 8، العدد 2، الجزائر، 2021.
24. شجاع عوض ذعار زبيد ، "تأثير التجارة الالكترونية على الضرائب"، المجلة العربية للنشر العلمي، المجلد 5، العدد 50، 2022.
25. عواد قبس حسن، "مشكلات فرض و تحصيل الضرائب على عقود التجارة الالكترونية"، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد 12، العدد 43، جامعة الموصل، العراق، 2010.
26. د.مروان أبو هلال و د.شيرين شعبان، "التجارة الالكترونية و التهرب الضريبي من وجهة نظر موظفي الضرائب"، المجلة العربية للإدارة، فلسطين، المجلد 42، العدد 2، 2022، ص 5.

## رابعاً: المطبوعات

27. د. الأخضر العياشي، مطبوعة دروس في مقياس: منهجية البحث العلمي، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر محاسبة و جباية معمقة و إدارة الأعمال، المركز الجامعي الشيخ أمود، ايليزي، الجزائر، 2023/2024.
28. أ. فاطمة مفتاح مطبوعة دروس في مقياس: النظم الضريبية الدولية، موجهة لطلبة السنة أولى ماستر محاسبة و جباية معمقة ، جامعة ابن خلدون-تيارت، الجزائر، 2019-2020.

29. أ. ويراد زواوي، مطبوعة دروس بعنوان: "منهجية إعداد مذكرة التخرج"، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، مالية و تجارة دولية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2020-2021.

خامسا: القوانين والمراسيم

30. المادة 42 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة، 2008.

31. المادة 356 من قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة، 2021.

32. قانون 07.20، المؤرخ في 04/06/2020، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2020، الجزائر، ج رقم 33 الصادرة في 04/06/2020، ص 11.

المراجع باللغة الأجنبية

1. *Aizhen Li "Research on Tax Collection and Management System of E-Commerce", Scientific Research Publishing, Boston University, Boston, USA, 2018.*

2. *M.Laurent chappus "Problématique fiscales actuelle relatives au commerce électronique", 2011.*

3. *Nora Fauzana Zainal and Noraza Mat Udin "The impacts and challenges of Electronic Commerce on Taxation", international conference on E-Commerce, Sarawak, Malaysia, 2015.*

4. *Schneider, (G.P). E-Business (Ninth Edition ed). Cours Technology Cenegage Learning, P13, 2001.*

الملاحق

ملحق رقم (1-2): أسئلة المقابلة الخاصة بالجانب التطبيقي.

## استمارة مقابلة

مذكرة لنيل شهادة الماجستير تحت عنوان:

أثر التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي

-دراسة ميدانية بمديرية الضرائب بولاية عنابة و ايليزي-

إشراف الدكتور:

- خالد بعاشي

من إعداد الطالبين:

- سعدي الشريف

- بن التومي عمر

السنة الجامعية: 2024/2023

هل تساهم التجارة الالكترونية في الرفع من الإيرادات الضريبية من وجهة نظر مستخدمى مصلحة الضرائب لولايتى عنابة وايليزى؟

س1: هل أنشطة التجارة الالكترونية تمثل إضافة دائمة لزيادة التحصيل الضريبي؟

ج1: .....

س2: هل يتأثر الوعاء الضريبي بعدم فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج2: .....

س3: هل هناك آليات محددة تمكن من زيادة الحصيلة الضريبية بفرض الضريبة على أنشطة التجارة الالكترونية؟

ج3: .....

س4: هل هناك تحصيل ضريبي على الحجم الحقيقي للتجارة الالكترونية؟

ج4: .....

س5: هل هناك أنواع محددة للتجارة الالكترونية تفرض عليها الضريبة؟

ج5: .....

س6: هل يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة و الناتج عن بيع السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت و كيف ذلك؟

ج6: .....

هل هناك صعوبات تعيق مصلحة الضرائب لولايي عناية وايليزي في فرض الضرائب على الناشطين في التجارة الالكترونية؟

س1: هل هناك معيقات تعترض مصلحة الضرائب في فرض الضريبة على التجارة الالكترونية؟

ج1: .....

س2: هل هناك حلول مقترحة لمواجهة تحديات إخضاع التجارة الالكترونية للنظام الضريبي؟

ج2: .....

س3: هل يمكن أن تتماشى التجارة الالكترونية مع الضرائب المفروضة عليها؟

ج3: .....

س4: هل توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية؟

ج4: .....

س5: هل يوجد تنسيق قانوني لتفادي الازدواج الضريبي على معاملات التجارة الالكترونية؟

ج5: .....

س6: هل يوجد إقبال من طرف التجار الناشطين في التجارة الالكترونية على التصريح الحقيقي لدى مصالح الضرائب؟

ج6: .....

س7: هل مصالح الضرائب لها القدرة على الإحصاء الجيد للناشطين في التجارة الالكترونية؟

ج7: .....

س8: هل هناك صعوبات بالإعداد و الفحص الضريبي للتجارة الالكترونية؟

ج8: .....