الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة –

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع

أثر التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي

دراسة لعينة من المهنيين لمديرية الضرائب والأكاديميين المختصين في المحاسبة لولاية بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية

تخصص: محاسبة

إعداد الطالبة:

- معمري رحيمة

الأستاذة المشرفة:

- د/ كردودي سهام

رقم التسجيل:	*2018/.....*
تاريخ الإيداع	.....

الموسم الجامعي 2017-2018

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير (مجال LMD)
السنة الثانية ماستر
محاسبة

استبانة البحث

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص محاسبة بعنوان: " **أثر التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي**"

ونظرا لأهمية رأيكم في هذا المجال نرجو منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستمارة، حيث أن صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجابتكم، ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

إعداد الطالبة: معمري رحيمة

القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية . يرجى وضع إشارة (X) في المربع المناسب.

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

العمر: أقل من30 ☐ 30- اقل من40 ☐ 41- اقل 50 ☐ 50 سنة فأكثر ☐

التخصص العلمي: محاسبة ☐ علوم مالية ☐ إدارة ☐

المؤهل العلمي: بكالوريا ☐ ليسانس ☐ دراسات عليا ☐ شهادات أخرى ☐

عدد سنوات الخبرة:
أقل من 5 سنوات ☐
من 6- أقل من 10سنوات ☐
10 فأكثر ☐

القسم الثاني: البيانات المتعلقة بالموضوع، يرجى وضع إشارة (X) في المربع المناسب.

الرقم	العبارة	معارض	محايد	موافق
أولا	**تفعيل إستخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات وربط وتحصيل الضريبة.**			
01	يحتاج النظام الضريبي الحالي إلى تعديل وتطوير إجراءات ربط وتحصيل الضريبة لمواكبة التجارة الإلكترونية.			
02	هناك حاجة لوجود نظام ضريبي خاص بالمؤسسات التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية.			
03	هناك حاجة لتعديل أساليب الرقابة لتتلائم مع ما أحدثته التجارة الإلكترونية مع تغيرات في الإجراءات المتبعة.			
04	إستخدام التجارة الإلكترونية يتطلب تطوير الأساليب المصرفية بما يتلائم مع الأوضاع والمتغيرات الجديدة.			
ثانيا	**وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب.**			
01	تحسين قدرة المؤسسة على خدمة عملائها وسرعة التواصل مع مورديها.			
02	زيادة التعاملات التجارية وإمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية.			
ثالثا	**لا توجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية.**			
01	الإفتقار للإجراءات الإلكترونية للجباية الضريبية.			
02	الإفتقار للوجود المادي للفواتير والسندات المتعلقة بالصفقات الإلكترونية.			
03	الإفتقار لإجراءات حصر المجتمع الضريبي في التجارة الإلكترونية.			
04	إحتمالية الإزدواج الضريبي في جباية الضرائب على التجارة الإلكترونية.			
05	إنخفاض الحصيلة الضريبية نتيجة التوجه نحو إجراء الصفقات التجارية إلكترونيا.			
رابعا	**لا يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية.**			
01	توفير نماذج إلكترونية لكافة الخدمات الضريبية.			
02	ربط الدوائر الضريبية بشبكة الإنترنت.			

03	حفظ وفهرسة الملفات الضريبية ضمن سجلات الإلكترونية.			
04	توفير خدمة الدفع الإلكتروني للأرصدة الضريبية المستحقة على المكلفين.			
05	إتاحة الفرصة لتقديم كشف التقدير الذاتي إلكترونيا.			
خامسا	**لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.**			
01	التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الإلكترونية والمساهمة في تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها.			
02	عدم توافر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها.			
03	عدم وجود تنسيق قانوني دولي وإتفاقيات مشتركة لتفادي الإزدواج الضريبي الدولي.			
04	قصور التشريعات الضريبة المحلية مع التزايد السريع في التجارة الإلكترونية.			
05	عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية.			
06	صعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي للتجارة الإلكترونية.			
07	صعوبة تتبع وفهم المعاملات التي تتم عبر شبكة الإنترنت.			
08	وجود قصور في أداء مهام الإدارة الضريبية في حصر وفحص وتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.			
09	وجود فجوة مبدئية في المجتمع الضريبي في فهم المفردات الخاصة بالمعاملات على التجارة الإلكترونية.			

شكرا على دعمكم ومساعدتكم.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي و عملي المتواضع هذا إلى

من قال الله تعالى فيهما

"**واخفض لهما جناح الذل من الرحمة و قل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا.**"

الآية 24 من سورة الإسراء .

إلى من ربياني على الأخلاق والفضيلة وشملاني بالحنان و العطف وكانا لي درع أمان أحتمي به في نائبات الزمان وتحمل عبء الحياة حتى لا أحس بالحرمان و الذي لم يبخلا عليا يوما بالدعم والنصيحة والتشجيع تاج رأسي ووليا نعمتي رمز العطاء **والدايا العزيزان.**

إلى أخواني وأخواتي الأعزاء، وإلى كل عائلتي:

معمري، بومزراق

إلى من أحمل لهم الحب و الاحترام ، إلى من أرى التفاؤل بعينهم...والسعادة في ضحكتهم

إلى رفقاء دربي في هذه الحياة ومن لا تحلو الحياة من دونهم صديقاتي العزيزات **عفاف، إيمان، ليلى، نصيرة، هاجر. صبرينة، هند.**

وإلى كل من ذكرهم قلبي ونسيهم قلمي

أهدي عملي المتواضع.

بسم الله الرحمن الرحيم

تمهيد

إن العالم بأسره قد دخل مرحلة متطورة ضمن آفاق عصر تكنولوجيا التي أصبحت محرك الحضارة، خاصة ثورة المعلومات والاتصالات وكذا انتشار الانترنت عالميا، فالأنترنت بمثابة موسوعة علمية تقدم خدماتها المتنوعة لكافة المستفيدين عبر أنحاء العالم وفي كل المجالات كالأبحاث العلمية ومجال الأعمال قد أثرت الانترنت على نشاطات القطاعات الاقتصادية وأحدثت الكثير من التغييرات في المفاهيم الاقتصادية على اعتبار إن التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي، فكان لزاما عليها إن تساير التطورات التكنولوجية، وما تمخض عن هذه المسايرة هو ميلاد التجارة الالكترونية والتي ساهمت بفضل الانترنت في تحويل العالم واسع الأرجاء إلى سوق واحد ذو شكل جديد ومتطور وخالي من كل الحدود، يستطيع مرتادوه اقتناء حاجياتهم من السلع والخدمات بكل راحة وبكل وقت وتكلفة ممكنة.

وسنحاول من خلال هذا الفصل إبراز أهم المفاهيم والجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: الإطار العام للتجارة الالكترونية.

المبحث الثاني: متطلبات التجارة الالكترونية والتحديات القانونية.

المبحث الثالث: وسائل ونظم الدفع الالكتروني.

المبحث الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

لم يكن ظهور التجارة الالكترونية فجأة بل كانت نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم.

المطلب الأول: تطور ومفهوم التجارة الإلكترونية

أولا: تطور التجارة الالكترونية

التجارة الإلكترونية مصطلح حديث التداول نسبيا بدا ينتشر بشكل متسارع في الحقبة الاخيرة، وهو يعني ببساطة وسيلة وأسلوب من وسائل وأساليب التجارة والذي يعتمد على استخدام الوسائل الالكترونية الحديثة (الانترنت) والتي جعل الترابط والتراسل بين أطراف العملية التجارية غاية في السهولة والبساطة دون الحاجة إلى انتقال طرفي التراسل، وببساطة فهي إحدى ثمار ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.[1]

ترجع التجارة الالكترونية إلى الستينات وكانت تعرف باسم (التبادل الالكتروني) للبيانات،[2] ورغم استخدام الوسائل الالكترونية كالحاسبات وشبكات الاتصال والتبادل الالكتروني للبيانات EDIإلى انه كان مقتصرا على المصارف والبنوك والمنضمات والمؤسسات الضخمة التي يمكنها استخدام الحاسبات الكبيرة وشبكات الاتصال الخاصة باهظة التكاليف.[3] وفي عام 1964 بدأت تلك المؤسسات تستخدم أنظمة بين المؤسسات System inter organisation (ISO) فقد استخدمت مؤسسة الطيران الأمريكي نظام JABRE كنظام لتبادل المعلومات بينها وبين وكلاء السفر وحقق لها ميزة تنافسية ثم تطورت أنظمة المعلومات بين المؤسسات وقد ساعد التطور المستمر في تقنية المعلومات والاتصالات على نقل هذه التقنية خارج أسوار المؤسسات والحكومات وأدى ذلك بدوره إلى توثيق العلاقات بين الموردين والمصدرين والبائعين والمشترين عن طريق الربط الالكتروني الذي يعمل على تسريع العملية التجارية وفي عام 1969 تم إنشاء مؤسسة الانترنت وكانت تابعة للقوات المسلحة الأمريكية ولكنها تولت فيما بعد للاتصالات بين الجامعات الأوربية ثم الأسيوية وانتشرت شبكة الانترنت بشكل سريع في جميع الدول حيث أصبحت وسيلة هامة لإنجاز المعاملات بأساليب الكترونية، أما في

---

[1] عبد المطلب عبد الحميد، **اقتصاديات التجارة الإلكترونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص18.

[2] عكاب أحمد محمد العبادي، **الضريبة على الدخل الناجم عن التجارة الإلكترونية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015، ص28.

[3] عبد المطلب عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص18.

فترة السبعينات فقد بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية بالازدهار للاستعمال الداخلي فقط,أما عام 1992 فقد تم التوسع في عملية التبادل التجاري.[1] وفي عام 1996وذلك عقب تحويل الإشراف على شبكة الشبكات الالكترونية المعروفة بالأنترنت من الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة إلى القطاع الخاص منذ ابريل 1995.[2] ومنذ ذلك أصبحت معظم المؤسسات الكبيرة والمتوسطة لها موقع الكتروني[3]. إما في عام 1998 فقد وضع المجلس العام للمنظمة العالمية للتجارة برنامج عمل متكامل للتجارة الإلكترونية، في عام 1999 انعقد المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية في دورته الثالثة في مدينة سياتل في ولاية واشنطن وكان موضوع التجارة الإلكترونية على جدول أعماله، نتيجة تحول الانترنت من الاستخدامات البحثية إلى الاستخدامات التجارية بدأ مصطلح التجارة الإلكترونية في الظهور والبروز على السطح الذي استخدم في وصف تقنية المعلومات التي تساعد على إبرام الصفقات التجارية فالتجارة الالكترونية تعني القيام بالصفقات التجارية من خلال شبكات الاتصالات وهي ببساطة القدرة على القيام بالأعمال الالكترونية.[4]

ثانيا: مفهوم التجارية الالكترونية

تعد التجارة الالكترونية حديثة العهد ظهرت مع تطور التكنولوجيا ونضم المعلومات وأحدثت تطورا رهيبا وسريعا جدا، وقد ظهرت التجارة الالكترونية مع نهاية القرن العشرين وتحديدا في أوائل التسعينات القرن الماضي.

وبالرجوع للأصل اللغوي لمصطلح التجارة الالكترونية يتكون من مقطعين: [5]

- **التجارة commerce**

- هي (تعبير عن نشاط اقتصادي من خلاله تداول السلع والخدمات في الدولة الواحدة وبين دول مختلفة).

- **الالكترونية Electronique**

[1] عكاب أحمد العبادي، نفس المرجع السابق، ص29.

[2] هبايش فوزية، **دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة**، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي–الشلف، الجزائر، 2012، ص15.

[3] صراع كريمة، **واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران–الجزائر، 2014، ص11.

[4] عكاب أحمد العبادي، نفس المرجع السابق، ص30.

[5] عكاب أحمد محمد العبادي، نفس المرجع، ص32–22.

- يقصد بها (كل ما يستحدث أو يسجل أو يبث أو يخزن رقميا أو بصيغة غير ملموسة أخرى بوسيلة الكترونية أو مغناطيسية أو بصرية أو أية وسيلة أخرى قادرة على استحداث أو تسجيل أو بث أو ما يماثل هذه الوسائل مما ينطبق عليها لفظ الكترونيا).

وبالنتيجة فانه يمكن تعريف التجارة الالكترونية (بأنها الأعمال والنشاطات التجارية التي تتم ممارستها من خلال الشبكة المعلوماتية الدولية (الانترنت).

وقد ظهرت لها عدة تعريفات بسبب تعدد الجهات والمنظمات الدولية ويمكن تعريفها وفقا لمنظور بعض المنظمات الدولية كما يأتي: [1]

- **منظمة التجارة العالمية:** عرفت منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية بأنها (مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية).
- **منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:** عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التجارة الالكترونية بأنها (مجموعة من الصفقات التجارية تتم من خلال شبكات الاتصال العالمية المفتوحة)
- **الاتحاد الأوروبي:** تنبه الاتحاد الأوروبي إلى أهمية التجارة الالكترونية منذ بداية انتشارها في أوربا والولايات المتحدة وكان له دور فاعل في تنظيمها وقد عرفها بأنها (كل الأنشطة التي بوسائل الكترونية سواء تمت بين المؤسسات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حدا وبين الإدارات الحكومية.
- **البنك الدولي:** فقد عرف التجارة الالكترونية بأنها (استخدام شبكة الحاسبة في تسهيل المعاملات ويتضمن ذلك الإنتاج، التوزيع، البيع، الإعلان عن السلع والخدمات في السوق).
- وتعرف التجارة الالكترونية أنها (ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات).[2]
- وتعرف أيضا (هي بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسطاء استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب).[3]
- وجاء تعريف التجارة الالكترونية بأنها (هي وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت والأنظمة التقنية الشبيهة).[4]

---

[1] عكاب أحمد محمد العبادي، نفس المرجع السابق، ص23-24.

[2] عماد مجدى عبد المالك، **التجارة الإلكترونية عربيا ودوليا**، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2011، ص10.

[3] نهلة أحمد قنديل، **التجارة الإلكترونية المدير العصري رؤية تسويقية**، جامعة قناة السويس، القاهرة، 2005، ص17.

[4] أسامة عبد المنعم دميثان المجالي، **التجارة الإلكترونية**، درا وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص11.

- ويمكن تعريف التجارة الإلكترونية (هي مفهوم عام يغطي أي شكل للمعاملات في الأعمال أو تبادل المعلومات التي تنفذ باستخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، وتأخذ التجارة الإلكترونية مكانها بين المؤسسات وبين المؤسسات وعملائها أو بين المؤسسات والإدارات العامة، وتتضمن التجارة الإلكترونية في السلع والخدمات والموارد الإلكترونية).[1]
- وتعرف أيضا بأنها (النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية).[2]

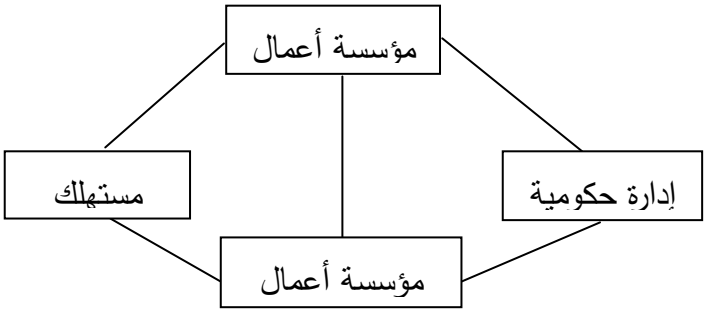
مما سبق يمكننا التوصل إلى تعريف أشمل للتجارة الإلكترونية كما يلي: التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى.

المطلب الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية وخصائصها

تتمثل التجارة الإلكترونية في كافة التعاملات التجارية التي تتم بصورة الكترونية عبر شبكة الانترنت، حيث تعددت أنواعها وتميزت هذه التجارة بمجموعة من الخصائص تميزها.

أولا: أنواع التجارة الإلكترونية: ويمكن تقسيم التجارة الإلكترونية إلى أربع مستويات وفق للأطراف المشتركة في عمليات التبادل الإلكتروني ويتضح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (01-01): أنواع التجارة الإلكترونية.



المصدر: محمد خليل أبوزلطة -زياد عبد الكريم القاضي، **مدخل إلى التجارة الإلكترونية**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2009، ص128.

[1] سراج الدين محمد، **التجارة الإلكترونية دراسة تكنولوجية وتطبيقية**، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2009، ص18.

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، **القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10مايو2018**، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، العدد28، الجزائر، 2018، ص05.

وتمثلت أنواع التجارة الإلكترونية كما يلي:[1]

1. **التعامل بين مؤسسة تجارية ومؤسسة تجارية أخرى:business to business B2B**

وهذا النوع من التجارة الالكترونية تتم فيه المعاملات من بيع وشراء وتبادل للمعلومات في مساحة سوقية الكترونية بين المؤسسات التجارية.

2. **التعامل بين المؤسسة أو المؤسسة التجارية والمستهلك:business to consumer B2C**

وهذا النوع من التجارة الالكترونية يتم فيه التعامل من بيع وشراء بين المؤسسات والأفراد والمستهلكين، ويشمل هذا السوق قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات والخدمات للمستهلكين عبر شبكة الانترنت. ويتم التعامل بين المؤسسة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي، حيث يقوم المستهلك بطلب السلعة أو الخدمة مباشرة إذا كانت منتجا وهميا رقميا أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان غير قابل للتسليم الكترونيا.

3. **التعامل بين المؤسسة التجارية والحكومية business to govermment B2G:** اغلب هذا النشاط يتركز على التفاعل الالكتروني بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية مثل عمليات إثباتات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البائع منها، بالإضافة إلى ما تقوم به المؤسسات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية الكترونيا.
4. **التعامل بين المستهلك والمستهلك Customer to Customer C2C :** حيث يكون التعامل التجاري الالكتروني بين الأفراد المستهلكين أنفسهم وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك ومستهلك أخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الانترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين.
5. **التعاملات الالكترونية بين الأفراد والمؤسسات الحكومية:** وهذا يشمل التعامل الالكتروني في مجال الخدمات والمعاملات الرسمية بين الأفراد والحكومة ويمكن اعتبار التعامل ما بين المؤسسات الحكومية من جهة والأفراد والمؤسسات التجارية من جهة أخرى من مفهوم الحكومة الالكتروني.

[1] عماد مجدى عبد الملك، نفس المرجع السابق، ص13-14.

ثانيا. خصائص التجارة الالكترونية: إن التجارة الالكترونية تختص بمجموعة من الخصائص ونذكر أهمها:[1]

- ✓ **الطابع العالمي للتجارة الالكترونية:**

إن أنشطة التجارة الالكترونية تتميز بطابع عالمي وهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الانترنت يمكن صاحب المؤسسات حتى ولو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل إلى الأسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله.

عدم وجود علاقة مباشرة بين أطراف العملية التجارية سواء كانت بين مشتري ومؤسسة (B2C) أو بين مؤسسة ومؤسسة أخرى(B2B)، حيث تتولى شبكة الاتصالات الوسيط بينهما.

- ✓ **صعوبة الإثبات القانوني لأي معاملات تجارية تتم بين المتعاملين.**[2]
- ✓ **توفير خيارات والتسوق الأفضل:**

إن طبيعة نشاط التجارة الالكترونية تمكن الشركات المنتجة من عرض أفضل المنتجات وبذل جهود لإشباع رغبات المشترين من خلال عرض خيارات متنوعة للتسوق على وفق تفاصيل دقيقة وصادقة تحقق رضا العملاء، فالتجارة الالكترونية تمكن المتسوقين من الحصول على المعلومات الحقيقة والتفصيلية بسهولة فيما يتعلق بمواصفات السلع والبضائع المراد التعامل بها من خلال البيانات فيستطيع جمع المعلومات عن المنتجات والخدمات ومن ثم اختيار الأفضل في جميع المواصفات والوجوه بما يتلاءم مع ظروف[3].

- ✓ **تطوير معايير المنافسة التجارية والأداء التجاري:**

في هذه الميزة للتجارة الالكترونية تتسابق الشركات في عرض أفضل ما لديها من منتجات بغية جذب أكبر قدر المشترين فيؤدي ذلك إلى زيادة حدة المنافسة فيما بين الشركات التجارية فالمهم في ذلك هو إيجاد طرق تقنع العملاء بضمان استمرار تعاملهم مع الشركة من خلال تقديم وعرض الأفضل حيث تهيأ الشركات الصغيرة فرصة المنافسة مع الشركات الكبيرة بغية الوصول إلى الأسواق المحلية والعالمية عن طريق الوسائل الالكترونية.[4]

---

[1] صراع كريمة، نفس المرجع السابق، ص20.

[2] نهلة أحمد قنديل، نفس المرجع السابق، ص19.

[3] عكاب أحمد محمد العبادي، نفس المرجع السابق ص38.

[4] نفس المرجع السابق، ص39.

- ✓ **تسليم المنتجات الكترونيا:**

أتاحت شبكة الانترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات الكترونيا أي التسليم المعنوي للمنتجات، مثل برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب، الأبحاث والتقارير الالكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات الطبية أو الهندسية.

- ✓ **وجود الوسيط الالكتروني:**

الوسيط الالكتروني بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة الكترونيا لكلمن الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم انفصالهم مكانيا.[1]

- ✓ **السرعة في انجاز الصفقات التجارية:**

تساهم التجارة الالكترونية بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة إذ تتم الصفقات التجارية دون حاجة لانتقال الطرفين والتقائهما في مكان معين وفي ذلك توفير للوقت والجهد والمال.[2]

المطلب الثالث: فوائد التجارة الالكترونية ومجالاتها

تتمتع التجارة الالكترونية بمجموعة من الفوائد يمكن إجمالها فيما يلي:

أولا. فوائد التجارة الالكترونية: نستطيع تحديد وإيجاز أهم فوائد التجارة الالكترونية بالآتي:

- إنها تسهل عمليات التبادل، حيث أنها تعمل على الربط بين كل من عملية الإنتاج من جهة، وعملية التوزيع من جهة أخرى.
- تؤمن فرص للعمل ولكنها في نفس الوقت توفر النفقات.
- تساعد على التطور في الابتكارات التقنية.
- تفتح للبائع منفذا تسويقيا عالميا، يعمل 24ساعة يوميا، ويوفر المعلومات كاملة عن منتجاته.
- كما إنها تفتح للمشتري المجال للمقارنة والاختبار بين مختلف المنتجات والأسلوب المناسب للدفع وطرق الشحن وخلافه.
- تقلل من أهمية الارتباط بين الزمان والمكان.

[1] عماد مجدى عبد الملك، نفس المرجع السابق، ص16.

[2] نفس المرجع السابق، ص17.

- توفر السرعة في الوصول للعملاء.
- تسهل التعامل مع المنافسة، بانفتاح واسع على المستجدات الفنية والتقنية.
- وهي فوق كل ذلك تساعد على إسراع عجلة التقدم البشري.[1]
- خفض تكاليف المراسلات البريدية، الدعاية والإعلان والتوزيع والتصميم بنسبة عالية.
- تجنب مخاطر التراكم مخزون البيانات، لسهولة تخزينها لحظة استلامها إلى جانب تقليل مخاطر تراكم مخزون البضائع وذلك بتقليل الزمن الذي تستغرقه معالجة البيانات المتعلقة بالبيع.
- قلة تكلفة إنتاج المتاجر الالكترونية، مقارنة بكلفة المتاجر التقليدية.
- قلة الأيدي العاملة وذلك لتطور السكر تبات وتطبيقات الانترنت بشكل كبير[2].

ثانيا. مجالات التجارة الالكترونية: نشير فيما يلي إلى مجالات التجارة الالكترونية ومنها:[3]

- **تجار التجزئة:** وهي المبيعات التي يتم التعاقد عليها ويتم دفع قيمتها من خلال شبكة الانترنت مع إرجاء التسليم مثل تجار الكتب والمجلات.
- **البنوك والتمويل:** وهي كافة الخدمات التي تقدمها البنوك من خلال شبكة الانترنت، ومنها الاستعلام عن الحساب، والتحويلات البنكية ومتابعة أسعار البورصات، بيع وشراء الأسهم.
- **التوزيع:** وهي المبيعات التي يتم تسليمها على الشبكة مثل، الأفلام، وبرامج الحاسب والأغاني والمعلومات، وتعد هذه المنتجات هي الأكثر مبيعا في الشبكة.
- **التصميمات الهندسية:** وهي الطريقة المثلى للعمل المشترك بين أكثر من شخص لا يجمعهم مكان واحد عن طريق الشبكة.
- **التعاملات التجارية:** وهي كافة المعاملات التجارية على الخط، كالتبادل التجاري بين المؤسسات، حيث يتم عرض المبيعات وتبادل المعلومات الكترونيا.
- **النشر:** وهي المنشورات التي تتم من خلال الانترنت، كالإصدارات التي تقوم دور النشر المختلفة (الجرائد والمجلات)، مثل مجلة الانترنت العربي.
- **خدمات مخصصة:** وهي الاستعلامات المتخصصة المختلفة عن طريق الشبكة مثل الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية والإدارية.

---

[1] قنديلجي عامر ابراهيم، **التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015، ص50.

[2] أبو الهيجاء محمد إبراهيم، نفس المرجع السابق، ص63.

[3] نفس المرجع السابق، ص58–59.

❖ **التجارة الدولية:** وهي مشاريع تم وضعها على شكل نقاط لتسهيل التجارة، وذلك من خلال تجميع بيانات عن الشركاء الحاليين والمنظمين في المستقبل مع تضمين المشروع سائر البيانات التجارية الأخرى كالجمارك والضرائب، والتسهيلات وطرق الدفع، وقواعد التصدير والاستيراد، والتشريعات القانونية، مثال ذلك برنامج نقاط التجارة الدولية الذي تم إنشاؤه برعاية الاونكتاد في عام 1992.

المطلب الرابع: ايجابيات وسلبيات التجارة الالكترونية

لقد اعتمدت التجارة الإلكترونية كنمط من أنماط النشاط التجاري، ولذلك سوف نستعرض المزايا المتحققة من التجارة الإلكترونية، كما سنبين بعض السلبيات التي ترافق أو تؤخر العمل بهذه التجارة.

أولا: إيجابيات التجارة الالكترونية

- ✓ الوصول العالمي: حيث يساعد استخدام تطبيقات التجارة الالكترونية في وصول مؤسسات الأعمال إلى الأسواق العالمية وبتكلفة قليلة تمكن المؤسسات من إيجاد المزيد من الزبائن والموردين والشركاء التجاريين في أي مكان في هذا العالم.
- ✓ تخفيض تكاليف الأعمال: يؤدي استخدام تطبيقات التجارة الالكترونية إلى تقليل تكاليف الإنشاء ومعالجة وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات المخزنة في الوثائق الورقية، فالتكاليف العالية للطباعة والتراسل عبر البريد التقليدي تم استبدالها بالبريد الالكتروني الأكثر كفاءة وفعالية وبتكاليف بسيطة.[1]
- ✓ وجود خيارات كثيرة ومتوفرة للمستهلكين والمتسوقين عبر الانترنت في مختلف مواقع المؤسسات التجارية الالكترونية يجد العديد من الخيارات قبل أن يقرروا عملية الشراء أم لا ويقرروا ما هو السعر الذي يرغبون بدفعه لمنتج معين ويساعدهم في ذلك أماكن البحث وموقع البوابات والتي تعرض لهم روابط ومداخل مواقع لمختلف المنتجات والخدمات المتوفرة في الانترنت.
- ✓ سرعة المقارنة يستطيع المستهلكين مقارنة الأسعار ونسبة جودة المنتجات أو الخدمات بسرعة كبيرة قبل اتخاذ قرار الشراء.

[1] برهان محمد–خطاب عزالدين، **التجارة الإلكترونية**، الطبعة الرابعة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2015، ص16.

- ✓ توفر معلومات كبيرة، إن المؤسسات في الانترنت تزود المستهلكين بكميات كبيرة من المعلومات عن المؤسسة وعن المنتجات وعن طريقة البيع والشراء وعن طريقة التسليم وغيرها مما يساعد المستهلك كثيرا في اتخاذه لقرار الشراء بشكل فعال.[1]
- ✓ إمكانية تبني أنظمة معلومات جديدة تساعد صناع القرار، وذلك من خلال ما يتيحه تبادل المعلومات من دقة في المعلومة وفي أسلوب نقلها وتحسين إمكانيات الرقابة والتدقيق المحاسبي وإعطاء الشركة الفرصة المناسبة للبحث عن أفضل الفرص التجارية والصناعية والاستثمارية واختيار الأفضل لها.
- ✓ تساعد التجارة الالكترونية المؤسسات التي تتعامل بها على تقليل المخاطر الخاصة بتراكم المخزون، وذلك بما تتيحه للمؤسسات من خفض الوقت المطلوب لمعالجة المعلومات الخاصة بالطلبيات، وبالتالي الوفاء بها بكفاءة زمنية أفضل وإتباع أساليب جديدة وسريعة لإدارة المخزون.
- ✓ تحقيق ما يسمى بديمقراطية التسوق أي أن الفرص تكون متاحة بنفس القدرة أمام المؤسسات الكبرى والصغرى.
- ✓ تغيير صورة المؤسسات من مؤسسات ضخمة المباني ومكتظة بالمواطنين وتعاني من تعقد الهياكل التنظيمية إلى مؤسسات صغيرة الحجم يعمل بها عدد قليل من العاملين المهرة على مستويات عالمية من الكفاءة والتدريب.[2]

ثانيا: سلبيات التجارة الالكترونية

- ✓ انتهاك خصوصية العملاء وذلك من خلال تلصص قراصنة الإنترنت على أرقام الكروت الائتمانية الخاصة بهم خلال تداول عبر الشبكة عند الشراء مما يعرض صاحب البطاقة إلى تحمل تبعات عمليات شراء لم يقم بتنفيذها.
- ✓ عدم تمكن المستهلك من رؤية السلعة رؤى العين قبل شرائها وعدم إمكانية تجربة السلعة عبر الانترنت بالإضافة إلى أنه من الممكن شراء سلع غير مصرح ببيعها.
- ✓ تزداد مخاطر التعاقدات الوهمية في حالة التعاقد عن طريق الانترنت ويترتب على ذلك عمليات نصب كبيرة من الممكن أن تجعل مستخدم الإنترنت يقع في شبكة من النصب والاحتيال حيث يصعب التحقق من

[1] خضر مصباح الطيطي، **التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2008، ص75.

[2] عبد المطلب عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص100.

العملاء الجادين في الشراء وكذلك التمييز بين المؤسسات الوهمية من غيره.[1]

- ✓ وجود منتجات ليست قابلة للبيع من خلال الانترنت هناك بعض المنتجات لا يمكن بيعها عبر الويب وذلك بسبب مشكلة التسليم مثل المنتجات الكبيرة كالأثاث أو ألواح الأخشاب الكبيرة وبيع السيارات ومثل هذه المنتجات يكون بيعها بالمحلات التقليدية أفضل.
- ✓ وجود الكثير من المعلومات الغير صحيحة أو الغير مفيدة، إن عملية تقديم المعلومات المفيدة لشراء المنتجات عبر الانترنت هي غير فعالة عبر الانترنت حيث هناك كم هائل من المعلومات والتي معظمها تكون تسويقية ولا تقدم النصائح كما في التسوق الفعلي.
- ✓ إن معظم المؤسسات التي تبيع عبر الويب لا تتخذ سياسة الإرجاع إذا لم يروق المنتج للزبون.[2]

[1] عبد المطلب عبد الحميد نفس المرجع السابق، ص102.

[2] خضر مصباح الطيطي، نفس المرجع السابق، ص77.

المبحث الثاني: متطلبات التجارة الالكترونية والتحديات القانونية

شاع استخدام التجارة الإلكترونية في كثير من الدول، ولتبني هذا النشاط في أي دولة وجب توفر مجموعة من المقومات الأساسية من بنية تحتية وقوانين وتشريعات وبيئة ملائمة، كما أن قياسها يمثل أحد التحديات الهامة المصاحبة لها، إضافة إلى اعتماد التجارة الإلكترونية يولد مجموعة من التحديات القانونية مما يستلزم إطار قانوني ينظم التعاملات في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: متطلبات التجارة الالكترونية وأساليب قياسها

أولا: متطلبات التجارة الالكترونية:

1. **المتطلبات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:**

لكي تصبح التجارة عبر شبكة الانترنت متاحة في أي مجتمع فانه لابد من توفر البيئة المناسبة لها وكذلك المتطلبات اللازمة لتحقيقها.

أ. **البنية التحتية الالكترونية:** وتشمل البني التحتية الداعمة للتجارة الالكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت، ومن ابرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات (ICT) وتشمل شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات من فاكس وهواتف ثابتة ومتنقلة، وكذلك الحواسب الآلية وبرامج التطبيقات والتشغيل وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال والتجارة الالكترونية، إضافة إلى توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الالكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الانترنت وتهيأ البيئة المناسبة للتجارة الالكترونية، ويعتبر انتشار الانترنت عاملا رئيسيا في الدخول للتجارة الالكترونية، لأنها بمثابة القناة الالكترونية أو السوق الالكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية، كما إن انتشار الانترنت يعتمد على توفر عناصر أساسية منها توفر أجهزة الحاسب الآلي الشخصية والهواتف والحاسبات المضيفة، وإمكانية الدخول إلى الانترنت من خلال معرفة عدد المستخدمين والمشتركين والمستخدمين المحتملين للأنترنت.[1]

[1] محمد خليل أبوزلطة– زياد عبد الكريم القاضي، نفس المرجع السابق، ص58.

ب. تأمين التشريعات والأنظمة المطلوبة للتجارة الالكترونية:

وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت. وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها، كما يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الإنترنت أو عبر البريد الإلكتروني، والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف في دول مختلفة، وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجاريا عبر شبكة الإنترنت الإثبات للأطراف المتنازعة تجاريا عبر شبكة الإنترنت، وتشمل أيضا هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، والجرائم الإلكترونية وتحديد مفهوم الضرر والإتلاف الناجم عن تلك الجرائم، والتعامل مع التوقعات الإلكترونية ما هي صيغة الإيجاب والقبول إلكترونيا.[1]

ت. توفر الكوادر البشرية:

ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت، ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الإلكترونية ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني (E-Readines) أي المجتمع القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عب شبكة الإنترنت. ويرتفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة وثقافة تكنولوجية، بالإضافة إلى توفير الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات، وتكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية.[2]

2. المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني:

تخضع المعاملات التجارية عن طريق الاتصال الالكتروني لمتطلبات وشروط تحكمها وهي كالآتي:[3]

- يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني.

[1] قنديلجي عامر إبراهيم، نفس المرجع السابق، ص53-54.

[2] شاهين محمد-محمد عبد الله، **التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو**، دار حميثرا للنشر، القاهرة، 2017، ص206.

[3] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، نفس المرجع السابق، ص06.

- يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة.
- تمر طلبية منتوج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية:

- وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة،
- التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة،
- تأكيد الطلبية يؤدي إلى تكوين العقد،
- يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبرا عنه بصراحة،
- يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره.

- يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية:

- الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات،
- شروط وكيفيات التسليم،
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع،
- شروط فسخ العقد الإلكتروني،
- شروط وكيفيات الدفع،
- شروط وكيفيات إعادة المنتوج،
- كيفيات معالجة الشكاوي،
- شروط وكيفيات الطلبية المسبقة عند الإقتضاء،
- الشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الإقتضاء،
- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع،
- مدة العقد حسب الحالة.

- لا يمكن أن تكون الطلبية المسبقة محل دفع إلا في حالة توفر المنتوج في المخزون، بمجرد توفر المنتوج تتحول الطلبية المسبقة بصفة ضمنية إلى طلبية مؤكدة، دون المساس بحق المستهلك الإلكتروني في التعويض، ويجب على المورد الإلكتروني إرجاع الثمن في حالة دفعه قبل توفر المنتوج في المخزون.[1]

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، نفس المرجع السابق، ص07.

ثانيا: أساليب قياس التجارة الإلكترونية

بالرغم من القصور في أساليب القياس التجارة الإلكترونية، إلى أن الدول وكذلك القطاعات الخاصة، كلها تعمل على إنشاء برامج قياس لغرض إيجاد مؤشرات تعكس طبيعة وتطور أنشطة التجارة الإلكترونية، وكذلك بهدف قياس أثرها على القطاعات الاقتصادية، وقياس نموها ومقارنتها بين مختلف الدول.

أما أهم الأساليب المتبعة في قياس حجم التجارة الإلكترونية فيمكن أن نحددها بالآتي:[1]

1) جمع البيانات الرقمية عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، واستخدام شبكة الانترنت. ويتميز هذا الأسلوب بسهولة تحصيله من مصادر مختلفة، وبالتالي توفر عنصر الثقة والدقة في مثل هذا الأرقام، ومن ثم تستخدم هذه الأرقام في معرفة أو تقدير حجم الأنشطة التجارية عبر الانترنت.
2) جمع بعض الإحصاءات ذات العلاقة بأنشطة التجارة الإلكترونية، مثل معرفة مؤشرات الاستعداد الإلكتروني في المجتمعات، وذلك بحصر المؤسسات والقطاعات التجارية التي لديها أجهزة حاسب آلي وتوفر إمكانية استخدامها للأنترنت، وكذلك معرفة مؤشرات الكثافة، أي تلك المؤسسات التجارية التي تستقبل طلبات العملاء والمدفوعات عبر شبكة الانترنت. وهذا الأسلوب يتناسب مع كثير من الدول النامية التي لا تزال في المراحل الأولى في استخدام الانترنت.
3) إجراء عدد من المسموحات الميدانية المطلوبة، على مستوى المؤسسات التجارية، سواء في قطاع الجملة أو قطاع التجزئة، وكذلك لمعرفة حجم أنشطتنا عبر شبكة الانترنت، ويجري هذا المسح سنويا أو ربع سنوي حتى يعطي الأنشطة التجارية المتجددة عبر الانترنت.
4) إجراء عدد من مُسوحات ميدانية أخرى على مستوى قطاع المستهلكين، أي مستوى الأفراد والأسر، أي على مستوى قطاع المستهلكين، وذلك بغرض معرفة توافر أجهزة الحاسوب وكذلك معرفة إمكانات الدخول إلى الانترنت وحجم إنفاقهم على التجارة الالكترونية.

[1] قنديلجي عامر إبراهيم، نفس المرجع السابق، ص52-51.

المطلب الثاني: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية

أصبح مصطلح التجارة الالكترونية متداولا بكثرة لدى مختلف القطاعات الاقتصادية ومصطلح بمثل هذا الانتشار أول ما يحتاج إلى إطار قانوني ينظم عمل هذا المصطلح ويضبط التعاملات التي ينظمها، ويعتبر قانون الاونستيرال القانون النموذجي لضبط تعاملات التجارة الالكترونية.

1. قانون الأونستيرال النموذجي بشان التجارة الالكترونية سنة 1996:

اعتمدت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري (الأونستيرال) في عام 1996[1] الذي ينص على السماح للدول بتكثيف تشريعاتها المحلية حتى تتلاءم مع التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصالات المطبقة على القوانين التجارية أو قوانين البنوك والشركات مثلا، مع الأخذ في الاعتبار وجود فرق أو اختلاف بين رسائل التبادل الالكتروني للبيانات عن المستندات الورقية. خاصة وان المستندات الورقية تقرأ بعين بشرية، في حين أن رسائل التبادل الالكتروني لا تقرأ بالعين إلا إذا تم اختزالها على ورق أو عرضت على شاشة الكمبيوتر.

ومن الجدير بالذكر أن القواعد العامة للأونستيرال لا تكتفي بوضع معايير وشروط قانونية على الموقع فقط، بل أنها تضع المعايير والشروط نفسها على من يقوم بمهمة توثيق وتصديق التوقيع إذ على مقدم هذه الخدمة التوثيقية بذل العناية المعقولة الواجبة عند قيامه بالتصديق على التوقيع الالكتروني وتوثيقه.

ونظرا بعين الاعتبار في إعداد هذا القانون إلى إمكانية معالجة العوائق الموجودة أو المحتملة أمام استخدام وسائل التجارة الالكترونية والتي تتمثل في اشتراط الكتابة (التوقيع على المستند) التي توجد في العديد من القوانين الوطنية، ومن بدائل معالجة العوائق العمل على توسيع نطاق مفاهيم الكتابة والتوقيع على المستند.

وكقاعدة مهمة نشير إلى أن القانون النموذجي وضع نطاق بلا حدود وللتقنيات المستخدمة في التجارة الالكترونية نظرا لأنه قد تنشأ الحاجة لاستخدام أو استيعاب التطورات التقنية التي تحدث في المستقبل، خاصة وأن هذه التقنيات تتجدد وتتغير كل يوم ولذا لابد من فتح المجال في القانون ليستوعب كل هذه التغيرات التقنية وفي كل وقت.[2]

[1] عماد مجدى عبد الملك، نفس المرجع السابق، ص21.

[2] نفس المرجع السابق، ص62.

والقصد من القانون النموذجي هو أن يكون نموذجا تهتدي به البلدان فيما يتعلق بتقديم وتحديث جوانب معينة من قوانينها وممارستها في ميدان العلاقات التجارية.[1]

2. التوجيه الأوربي بشأن التوقيع الالكتروني لسنة 1999:

لقد كان القانون النموذجي حول التجارة الالكترونية الذي أعدته لجنة الأمم المتحدة للقانون الدولي وأقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في 16 ديسمبر 1996، مصدر إلهام بالمشروع الأوربي، حيث أصدرت اللجنة الأوربية في 7 أكتوبر 1997، بيانا تعلن فيه عن نيتها في إعداد مشروع لتوجيه أوروبي حول إطار عام للتوقيع الإلكتروني وعمليات التشفير بهدف ضمان الأمن والثقة في المبادلات الإلكترونية.

وقد وافق مجلس وزراء المجموعة الأوربية على هذا المشروع في 30 نوفمبر 1999 كما وافق عليه البرلمان الأوربي بالقراءة الثانية 13 ديسمبر 1999.

ويتحدد نطاق التوجيه الأوربي من خلال تيسير استخدام التوقيع الالكتروني في المعاملات وضمان الاعتراف القانوني به كدليل للإثبات.

3. قانون الأونستيرال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية سنة 2001:

بهدف هذا القانون النموذجي الذي اعتمدته الأونستيرال في 5 جويلية 2001، إلى زيادة اليقين القانوني بشأن استخدام التوقيعات الإلكترونية، ليضع معايير التكافؤ التقني بين التوقيعات الإلكترونية والتوقعات بخط اليد[2].

4. اتفاقية الأمم المتحدة بشأن استخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية 2005:

تهدف الاتفاقيات التي اعتمدتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في 23 نوفمبر 2005 إلى تعزيز اليقين القانوني والتنبؤ التجاري عند استخدام الخطابات الإلكترونية فيما يتعلق بالعقود الدولية.

[1] نفس المرجع السابق، ص22.

[2] عماد مجدى عبد الملك، نفس المرجع السابق، ص40-41.

وتتطرق الاتفاقية إلى تحديد موقع طرف ما في بيئة إلكترونية ووقت ومكان إرسال واستلام الخطابات الإلكترونية واستخدام أنظمة الرسائل المؤتمنة لإنشاء العقود والمعايير المستخدمة لإنشاء مكافئات وظيفية بين الخطابات الالكترونية والمستندات الورقية.[1]

المطلب الثالث: التحديات القانونية في بيئة التجارة الإلكترونية

أولا: المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الإلكترونية:

يتطلب تحديد المشكلات القانونية التجارة الالكترونية تصور العملية من بدايتها حتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي، وتعتبر التجارة الالكترونية في صورتها العامة طلبات السلع نهايتها بشكل عام لا تفصيلي، وتعتبر التجارة الالكترونية في صورتها العامة طلبات السلع أو خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان المطلوب منه (السلعة أو الخدمة)، وتتم الإجابة بشأن توفر الخدمة أو السلعة على الخط. حيث تكون السلعة أو الخدمة المعروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة أو الشراء من الزبون المتصفح للموقع وعلى الخط أيضا، وبالتالي يمثل الموقع على شبكة الانترنت وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثمنه في حالة التجارة عبر شبكة الانترنت. وتشير هذه المرحلة (المرحلة الأولى) المشكلات والتحديات التالية:

- توثق المستخدم أو الزبون من حقيقة وجود الموقع أو الخدمة (السلعة).
- مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلات الملكية الفكرية).
- تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية المحتوى غير المشروع للخدمات والسلع المعروفة.
- الضرائب المقررة على عائدات التجارة الالكترونية ومعايير حسابها ومدى اعتبارها قيد حاد ومانع من ازدهار التجارة الالكترونية.[2]

هذه التحديات ترافق المراحل اللاحقة من خط نشاط التجارة الالكترونية.

فالموثوقية وحماية المستهلك تحديات يسيران بتوازي مع سائر مراحل التجارة الالكترونية.[3]

---

[1] نفس المرجع السابق، ص43.

[2] شاهين محمد–محمد عبد الله، نفس المرجع السابق، ص293.

[3] خضر مصباح الطيطي، نفس المرجع السابق، ص329.

المرحلة التالية والمتمثلة في إبرام العقد، حيث يتلاقى الإعجاب والقبول على الخط أيضا ويتم ذلك بصور عديدة حسب محتوى النشاط التجاري ووسائل التعاقد المقررة على الموقع وأشهرها العقود الإلكترونية على الويب والتعاقد بالمراسلات الالكترونية عبر البريد الالكتروني. وبوجه عام، بتلاقي إرادة المورد مع إرادة الزبون يبرم العقد على الخط وهنا تظهر مشكلتين رئيسيتين:

- توثق كل طرف من صفة وشخصية ووجود الطرف الآخر (التوثق من سلامة صفة المتعاقد).

ومن بين وسائل حل هذا التحدي إيجاد جهات محايدة تتوسط المتعاقدين لجهة ضمان التوثق وجود كل منهما وضمان أن المعلومات تتبادل بينهما حقيقة.

- حجية العقد الالكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد.

المرحلة الثالثة المتمثلة في تنفيذ المتعاقدين لالتزاماتهما، مورد الخدمة ملزم بتنفيذ الخدمة والزبون ملزم بالوفاء بالثمن ولهذان الالتزامان تحديات هي:

- الالتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم أو تأخره إضافة إلى مشكلات اختلاف مواصفات الاتفاق، وهي تحديات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان التجارة التقليدية.
- إشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقة الائتمان أو تزويد رقم البطاقة على الخط،إذ يثير أسلوب الدفع هذا مشكلة أمن المعلومات المنقولة وشهادات الجهات المتوسطة لعملية الوفاء.
- تحديات الأنشطة الإجرامية في ميدان إساءة استخدام بطاقات الائتمان كالاستيلاء على رقمها وإعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع.[1]

ويضاف الى هذه التحديات، تحديات يمكن وصفهما بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط ككل لا بمراحل تنفيذه وهما:

- تحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين وخصوصية المعلومات المتداولة بينهما.
- تحدي حماية النشاط ككل من العمليات الإجرامية لمخترقي نظم الكمبيوتر والشبكات أو ما يعرف عموما بجرائم الكمبيوتر.[2]

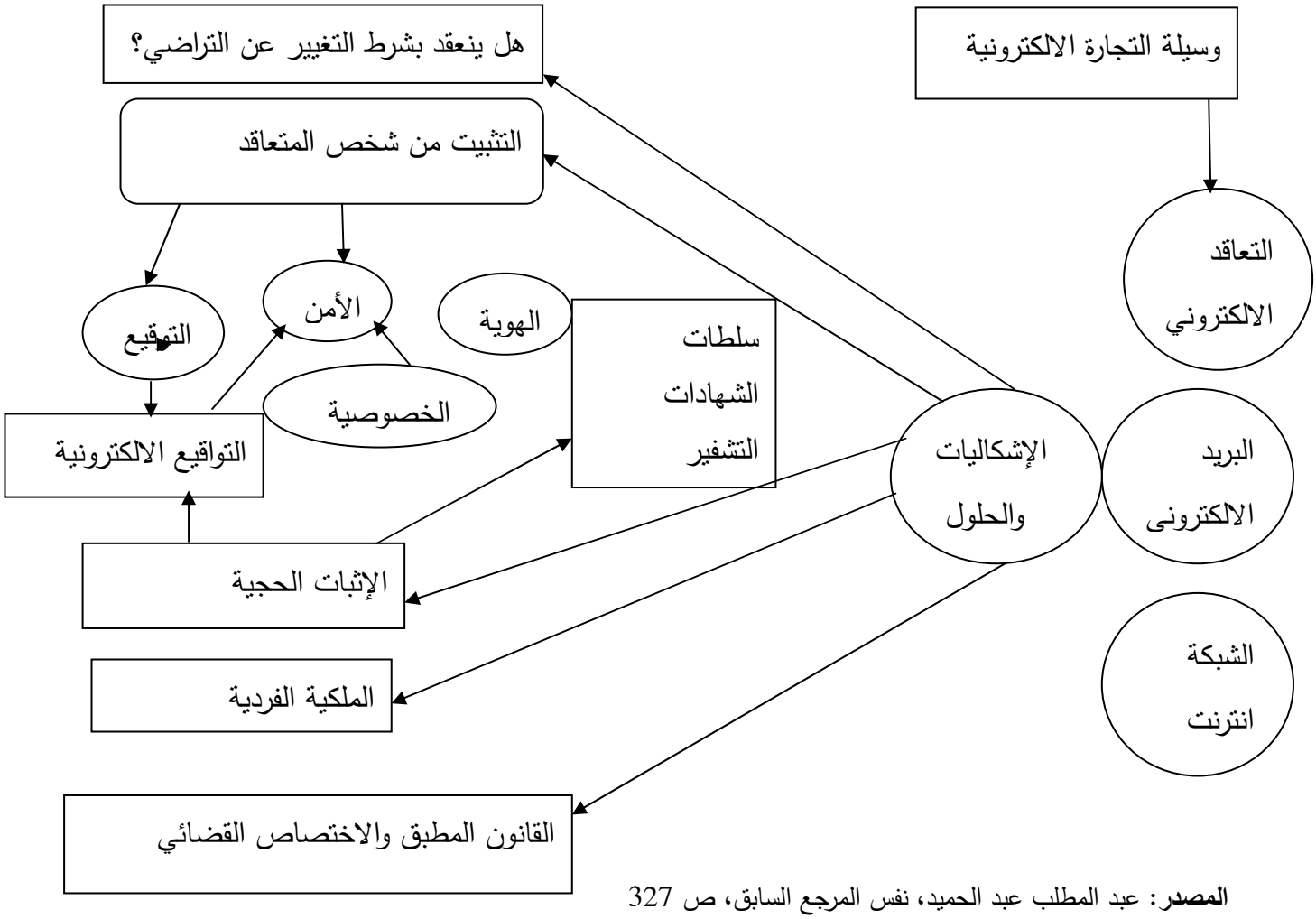
[1] خضر مصباح الطيطي، نفس المرجع السابق، ص329-330.

[2] محمد خليل أبوزلطة-زياد عبد الكريم القاضي، نفس المرجع السابق، ص104.

- تحدي مشكلات الاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين أطراف العلاقة التعاقدية، اذ في بيئة الانترنت تزول الحدود والفواصل الجغرافية وتزول معها الاختصاصات المكانية لجهات القضاء فأي قضاء يحكم المنازعات وأي قانون يطبق عليها عند اختلاف جنسية المتعاقدين، وهو الوضع الشائع في حقل التجارة الالكترونية.[1]

ويوضح الشكل الآتي الإطار العام لتحديات التجارة الالكترونية والوسائل التقنية لحل هذه التحديات:

الشكل رقم (01-02): الإطار العام لتحديات التجارة الالكترونية والوسائل التقنية لحل هذه التحديات.



المصدر: عبد المطلب عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص 327

ثانيا: تحديد عام للتحديات القانونية في بيئة التجارة الالكترونية

[1] نفس المرجع السابق،ص105.

أثارت التجارة الالكترونية جملة من التحديات والمشكلات القانونية التي تطلبت تنظيما قانونيا في جانب منها لعدم تعرض القوانين القائمة لتنظيمها أو تتطلب إعادة تقييم للقواعد القائمة لتتواءم مع الطبيعة الخاصة للتجارة الالكترونية، وهذه التحديات القانونية هي:

- **التعاقد الطرق الالكترونية:** حيث تواجه التجارة الالكترونية صعوبات من حيث اعتراف القوانين التقليدية بقانونية إبرام العقود بهذه الوسائل، ومسائل الإيجاب والقبول ومعيار إبرام العقد وطريقة التعبير عن الإرادة وما يتصل بذلك من مسائل تحديد زمان ومكان إبرام العقد. [1]
- **البيانات:** تثير التجارة الالكترونية تحدي حجية وقانونية الدليل والبنية بصيغتها الرقمية وفي إطارها يظهر الموضوع الأهم التواقيع الرقمية[2] ويرتبط به موضوع التشفير ويتصل بالإثبات مسألة الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية باعتبار أن عدم الاعتراف بقانونية هذا النمط من الوسائل يضعف إمكانية الاعتراف والتنظيم الكافي للتجارة الالكترونية على نحو مكافئ للتنظيم القانوني لوثائق التجارة الورقية التقليدية. وهذه المشكلة تؤثر على تطبيق قوانين التجارة التقليدية في بيئة التجارة الالكترونية على نحو يتسبب في إعاقة تطور التجارة الالكترونية.[3]
- **الملكية الفكرية:** تحديات حماية الملكية الفكرية في بيئة التجارة الالكترونية وتحديدا حماية العلامات التجارية وأسماء النطاقات ومحتوى مواقع التجارة الالكترونية من المواد المكتوبة والمرئية والمسموعة طبعا إضافة إلى حماية برمجيات التجارة الالكترونية وحلولها التقنية خاصة تلك التي يجري تنزيلها عن الموقع بصورة رقمية.
- **مسائل أمن المعلومات:** وتتعلق بأنماط اختراق مواقع التجارة الالكترونية ونظمها ومتطلبات أمن الشبكات من مختلف صور جرائم الكمبيوتر والانترنت.
- **الاختصاص والولاية القضائية والقانون الواجب التطبيق: إن** التجارة الالكترونية باعتبارها تجارة بلا حدود تثير مشكلة الاختصاص القضائي بسبب حقيقة إن القوانين الداخلية ذات نطاق إقليمي محدد بحدود الدولة المعنية، ويتصل بالاختصاص مسألة تحديد القانون الواجب الانطباق على العقد ومشكلات تنازع القوانين إلى جانب مشكلات تنفيذ قرارات القضاء والتحكيم الأجنبية.

[1] هبايش فوزية، نفس المرجع السابق، ص41.

[2] محمد خليل أبوزلطة–زياد عبد الكريم القاضي، نفس المرجع السابق، ص121.

[3] هبايش فوزية، نفس المرجع السابق، ص41.

- **الجمارك والتعريفة:** وتنظيم مسائل التسليم المادي للمنتجات المباعة على الخط، وتتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية والجمركية في بيئة التجارة الالكترونية.[1]
- **أنظمة الدفع الالكتروني:** تثير التجارة الالكترونية تحديات في حقل الوفاء بالثمن ومقابل الخدمة، وتتصل هذه التحديات بمفهوم النفوذ الالكترونية، الحوالات الالكترونية، واليات الدفع النقدي الالكتروني، و ما يتصل بذلك من مسائل الاعتراف بهذه الوسائل وتحديد مسؤوليات ذوي العلاقة.
- **المسؤولية القانونية للجهات الوسيطة في أنشطة التجارة الالكترونية:** مثل مسؤولية مزودي خدمة شبكة الانترنت، ومسؤولية الجهات القائمة بخدمة التسليم المادي، ومسؤولية جهات الإعلان، ومسؤولية التوثيق وإصدار الشهادات.
- **البنية التحتية:** وتتعلق بالاستراتيجيات الوطنية وبالتنظيم القانوني لخدمات الاتصال وتزويد خدمة الانترنت وجهات الإشراف على التجارة الالكترونية في الدولة المزودة لحلولها وروابطها وما يتصل بهذا التنظيم من معايير ومواصفات وقواعد قانونية ومسؤوليات قانونية.[2]
- **حماية المستهلك وتنفيذ القانون:** وذلك فيما يتعلق بنصوص التشريعات المتصلة بحقوق وحماية المستهلك أو الجمهور خاصة أن بعضها قد يتعارض مع قواعد التجارة الالكترونية من جهة وبعضها غير كاف للحماية من مخاطر التجارة الالكترونية من جهة أخرى.[3]
- **الخصوصية:** إن حماية البيانات المتصلة بالحياة الشخصية، أثير في معرض حماية قواعد المعلومات لكنه عاد ليحتل مكانا بارزا لدى بحث أسرار العلاقات التجارية وخطورة تفتيش النظم ولملاحقة المعلومات على حق الخصوصية، إذ تشيع وسائل تقنية، استلزمتها التجارة الالكترونية تتيح تعقب الاتصالات ومعرفة معلومات تفصيلية عم مستخدم الشبكة، وإذا كان التناقض قائما بين موجبات الحماية الأمنية وبين موجبات حماية الخصوصية فإن التوفيق بينهما جاء عبر القواعد التشريعية التي وضعت المعايير و أجازت أنشطة لا تخرق الخصوصية وفي الوقت ذاته تحصي نشاط التجارة الالكترونية.[4]

[1] نفس المرجع السابق، ص42.

[2] محمد خليل أبوزلطة، زياد عبد الكريم القاضي، نفس المرجع السابق، ص121.

[3] نفس مرجع سابق، ص122.

[4] عماد مجدى عبد الملك، نفس المرجع السابق، ص202.

- **الضرائب:** تتجه السياسات الحكومية إلى عدم إقرار أية ضرائب على أنشطة التجارة الالكترونية انسجاما مع تحرير التجارة والخدمات، فإذا كانت الأنشطة التقليدية تتجه نحو التحرير، فإنه من باب أولى ألا تفرض أية قيود على التجارة الالكترونية لأنها بذاتها وطبيعتها عالمية.[1]

المبحث الثالث: وسائل ونظم الدفع الالكتروني

على ضوء التغيرات العالمية التي شهدها عصرنا الحالي ومع تطور الأساليب الحديثة المستخدمة في كافة مجالات حياتنا، اتسع نطاق التجارة الإلكترونية واستحدثت وسائلها، حيث تطورت النقود وظهرت بشكل جديد مناسب تماما لمعاملات التجارة الإلكترونية وأخذت أساليب التقليدية للدفع تتراجع أمام نمو وانتشار النظام الإلكتروني للدفع. إلا أن هذه المعاملات يعرض المعلومات أثناء تدفقها عبر شبكة الشبكات يمكن أن يتحول ويقرأ محتواها، خصوصا المعلومات المالية (أرقام الحسابات وأرقام بطاقات الائتمان)، كما يمكن أن يتعرض موقع المؤسسات إلى عمليات الاختراق والتخريب، لذلك فإن سرية وأمن المعلومات والبيانات التي يجري تبادلها عند إبرام صفقات التجارة الإلكترونية من القضايا المهمة والضرورية.

المطلب الأول: وسائل ونظم الدفع الالكتروني

إن طريقة السداد الالكترونية هي أكثر كفاءة وفاعلية وأقل تكلفة من طريقة الدفع التقليدي التي تقوم على ارسال فواتير ورقية ليتم فيما بعد استلام المقابل وتأكيدا لما سبق يقول رئيس شركة بوسطن أديسون للطاقة وهي شركة لها أكثر من 640 ألف عميل "أن نظم السداد الالكترونية نظم رابحة"

وتتمثل أهم وسائل وتقنيات الدفع الالكتروني فيما يلي:

1) **النقود الالكترونية البرمجية:** ويطلق عليها البطاقة الذكية، وهي عبارة عن رقيقة الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل، الاسم، العنوان، أسلوب الصرف، المبلغ المتصرف وتاريخه...الخ ويشبه الكثيرون هذه الرقيقة لجهاز الكمبيوتر الشخصي للعميل لأنها تتضمن الكثير من المعلومات عنه وتلك البطاقة قادرة على تخزين المعلومات، ولذا فإنها بمثابة كمبيوتر تحمله البطاقة مما يعطيها مرونة كبيرة في الاستخدام، حيث يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو قد تكون قرصا يمكن إدخاله فيه لنقل القيمة المالية منه أو إليه عبر الانترنت. فهي بطاقة بلاستيكية قادرة على تخزين بيانات تساوي500 ضعف ما يتم

[1] نفس المرجع السابق، ص203.

تخزينه على البطاقات البلاستيكية الممغنطة، وأيضا استخدم البطاقة الذكية في دفع قيمة المشتريات عبر الانترنت وفي الأسواق التقليدية، وتعتبر بطاقة الموندكس Mondex مثالا لهذا النوع من الكروت.[1]

2) **الشبكات الالكترونية:** تحاول المؤسسات المالية تطويع كافة وسائل الدفع المعروفة لتتناسب مع مقتضيات التجارة الالكترونية وفي هذا المجال فقد جرى تطوير استخدام الشيكات الورقية إلى نظام الشيكات الالكترونية،[2] فالشيك الالكتروني هو الوسيط المكافئ الالكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها، والشيك الالكتروني هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك حامله ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم لإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك حامله ليكون دليلا على أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.[3]

ويحتوي الشيك الالكتروني على البيانات التالية:

رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع حدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الالكتروني للدافع والتظهير الالكتروني لشيك المستفيد.

ومن بين القضايا التي تثار حول استخدام الشيك الالكتروني هي قضية التوقيع الالكتروني الذي لا تعرفه أغلبية النظم القانونية القائمة ولا تكلفه، لذا كان لزاما وضع قواعد واضحة وجلية تكفل قبول هذه التوقيعات وتضمن حجتها و قوتها القانونية في الإثبات مثلها مثل التوقيع الفيزيائي وضرورة التخلي شيئا فشيئا عن أية قيود تحد من الإثبات في البيئة التقنية، وقد كانت هناك مبادرات على المستوى العالمي لقبول التوقيعات الالكترونية إذ قامت لجنة اليونستيرال Unicitiral في الأمم المتحدة بإنجاز القانون النموذجي للتجارة الالكترونية عام 1996 الذي عالج من بين ما عالج مسائل التوقيعات الالكترونية وقرر وجوب النص على قبولها كوسيلة للتعاقد واثبات الانعقاد، إلا انه لم يحدث معنى معينا للتوقيع الالكتروني أو معيار محددا لمسائلة الإجرائية واكتفى بالمبادئ العامة القائمة على فترى إيجاد وسيلة تكنولوجية تحقق نفس المفهوم والغرض الذي تحققه التوقيعات العادية.[4]

[1] نهلة أحمد قنديل، نفس المرجع السابق، ص83.

[2] عبد المطلب عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص140.

[3] قنديلجي عامر إبراهيم، نفس المرجع السابق، ص198.

[4] شاهين محمد، محمد عبد الله، نفس المرجع السابق، ص258.

3) **النقود البلاستيكية:** ظهرت النقود البلاستيكية مع تطور شكل ونوعية النقود، وهي تتمثل في البطاقاتالبلاستيكية والمغناطيسية كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستركارد... ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته، أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات، بالإضافة إلى إمكانية حصوله على النقد من خلال آلات الصرف الذاتي.[1]

وتنقسم البطاقات الممغنطة إلى ثلاثة أنواع هي[2]: (بطاقة الدفع، البطاقات الائتمانية، بطاقات الصرف الشهري)

أ. **بطاقة الدفع: Debit cards** وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الوقت والجهد للعملاء، وكذلك زيادة إيرادات البنك المصدر لها.

ب. **البطاقة الائتمانية: Credit cards** وهي البطاقات التي تصدره المصارف في حدود مبالغ معينة، ويتم استخدامها كأداة ضمان وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر كلا من الوقت والجهد عاملها، وكذلك تزيد من إيرادات البنك المصدر لها يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو من فوائد عن التأخر في السداد، ولا يتم إصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة جيدة لموقف العميل حتى لا يواجه البنك المصدر مخاطر عالية في حالة عدم السداد ومن أمثلة هذا النوع من البطاقات، بطاقة الفيزا والماستركارد وأمريكان اكسبريس.

وتتميز هذه البطاقات بعدة خصائصها من بينها توفير إمكانية الشراء الفوري والدفع الأجل، تصدر بالعمليتين المحلية والأجنبية، تحمل صورة العميل درءًا للتزوير أو السرقة وأخيرا أمكانية قيام حاملها بسداد المسحوبة من هذه البطاقات بالعملة المحلية سواء كان المبلغ المتصرف محليا أو خارج الدولة.

ت. **بطاقة الصرف البنكي:** تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي فترة الائتمان في هذه البطاقة لا تتجاوز شهرا)

4) الأساليب البنكية والحديثة في الدفع والسداد:

لقد ساعدت التكنولوجيا الحديثة التي يشهدها العصر، على ظهور أشكال بنكية أهمها الآتي:

- **الهاتف المصرفي:** هذه الخدمة يتم تقديمها عبر الهاتف حيث يستطيع العملاء على مدار 24ساعة من خلال إدخال الرقم السري، إجراء أي عملية سحب من حسابه، إجراء عملية تحويل من الحساب لصالح

[1] عبد المطلب عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص130.

[2] نفس المرجع السابق، ص131.

شركة أو شخص أو تسديد قيمة فاتورة من حسابه. وعلى الرغم أن أسلوب الدفع عن طريق بطاقة الائتمانية عبر الإنترنت هو أكثر طرق الدفع ارتباطا بالتجارة الإلكترونية إلا أنه ليس الوحيد، فأحيانا بروز المتسوق موقعا تجاريا على الشبكة ويقارب بين بيع السلع المعروضة فيه ثم بعد الانتقاء وإقرار الشراء يجد نفسه بدفع عن طريق شيك أو نقدا عند التسليم.[1]

- **الانترنت المصرفي:** انتشار الانترنت واستخدامه للبنوك إمكانية إتاحة خدمات المصروف المنزلي، من ثم اتجهت البنوك نحو التوسع في إنشاء مقار لها على الانترنت بدلا من إنشاء مقار ومباني جديدة له حتى يستطيع العميل أن يصل إلى الفرع الالكتروني بطريقة أسهل، ويوفر البنك على الانترنت خدمات مثل:
  - شكل بسيط من أشكال النشرات الالكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية.
  - إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدتهم.
  - تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليها الكترونيا.
  - كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم وسندات) للعملاء.
  - طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

ومع اتساع استخدام شبكة الانترنت، فإن العملاء سوف تكون لهم القدرة على مقابلة موظفي المصرف من خلال عقد اجتماعات على شاشات الكمبيوتر وسؤالهم واستقبالهم الودود والنصائح المالية من الخبراء ولقد قدمت شركة مايكروسفت سوق الانترنت المصرفي كفرصة تسويقية رئيسية لمنتجاتها ولتحديد التطبيقات المالية بنظام الويندوز للتشغيل الذي يسمح للمصارف أن تجري عملياتها المعقدة على شبكة الانترنت، وسوف يختار كل مصرف ما يناسبه من أشكال التواجد على الانترنت حيث أن العملاء يريدون الوصول إلى اكبر مدى من الاختيارات المصرفية وان يكونوا قادرين على رؤية كل ما لديهم من بيانات أو معلومات أو شبكات أو بطاقات ائتمانية [2] ومعرفة واكتشاف أي نوع من العمليات التي تجري على حساباتهم الجارية، كما يمكن للبنوك من خلال نظم الانترنت، توفير الخدمات لكافة المستخدمين بتقديم خدمات متنوعة والتسويق الجيد لخدماتها المالية للعملاء حتى في المناطق التي لا يوجد بها فروع مصارف محلية، ويتطلب ذلك أن تقوم المصارف بعرض وتنسيق بياناتها على الانترنت المصرفي بشكل جذاب للمستخدمين لهذه الشبكة، وذلك من خلال خفض التكلفة، والوفرة في الوقت وإقناع العملاء بان الانترنت المصرفي يعد وسيلة أمنة.[3]

[1] نهلة أحمد قنديل، نفس المرجع السابق، ص10.

[2] عبد المطلب عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص135.

[3] نفس المرجع السابق، ص136.

المطلب الثاني: أمن المعاملات الالكترونية

لقد أصبحت سرية وأمن البيانات من القضايا المهمة والضرورية جدا لنجاح التجارة الالكترونية، وسنذكر أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة في تأمين التعاملات المالية الالكترونية.

1. تقنية طبقة الفتحات الآمنة (SSL):

هذه التقنية طورت من طرف شركة نت سكيب التي ساعدت على زيادة الثقة في التجارة الالكترونية ومستوى الأمان فيها مما جعلها أساس التجارة الالكترونية في العالم حيث قامت معظم الشركات المنتجة لمتصفحات الانترنت بالأخذ بها وتزويد متصفحاتها بهذه التقنية[1]. وهي عبارة عن برنامج يحتوي على بروتوكول تشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الانترنت بطريقة أمنة بحيث لا يمكن قراءتها إلا من طرف المرسل أو المستقبل لأن قوة تشفيرها تكون قوية ويصعب فكها وهي تختلف عن طرق التشفير الأخرى في أمر واحد وهو أنه لا يطلب من مرسل البيانات تشفير المعلومات التي يريد حمايتها فقط عليه التأكد من أن البروتوكول مستخدم بالقوة المطلوبة. [2]

- **مبدأ عمل بروتوكول الطبقات الآمنة:**

يقوم مبدأ عمل بروتوكول SSL على تأسيس قناة اتصال آمنة ومنفصلة للرسائل وهي بمثابة طبقة إرسال خاصة ووسيطة تربط بين بروتوكول التحكم بالنقل وبروتوكول http، ولهذا سمي بروتوكول الطبقة الآمنة، وتمر عملية استخدام بروتوكول الطبقات الآمنة لبث المعلومات بأمان عبر الانترنت بالخطوات التالية :

- يتصل المتصفح بخادم ويب امن والذي يبدأ عنوانه ب http.
- يتبادل المتصفح والخادم معلومات التعريف التي تتضمن تفاصيل الصلاحيات (الشهادات الرقمية، قدرات التشفير).
- يتحقق المتصفح بإنشاء مفتاح سري جديد يستخدم التشفير المعلومات المتبادلة بين الطرفين.

[1] صراع كريمة، نفس المرجع السابق، ص77.

[2] بختي ابراهيم، **دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق**، رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003، ص134.

- يقوم المتصفح بتشفير المفتاح الجديد باستخدام المفتاح العام للخادم، ويرسله لهذا الأخير الذي يقوم بفك التشفير باستخدام مفتاحه الخاص ليتمكن من التعرف على هذا المفتاح الجديد، ولا يستطيع الخادم والمتصفح استخدام المفتاح السري للتبادل إلا في جلسة واحدة.[1]

2. الحركات المالية الآمنة (SET):

"جرى استخدام هذا البروتوكول في أول عملية تبادل مالي سنة 1997 في الولايات المتحدة الأمريكية" فالكثير من شركة بطاقات التأمين مثل (American،expren، Martercard، Visacard) تستخدم بروتوكول الحركات المالية كذلك فقد جرى اعتماده وقبوله من طرف المؤسسات الرائدة في البرمجيات مثل مؤسسة نت سكيب، ويشبه إلى حد كبير بروتوكول الطبقات الآمنة في استناده إلى التشفير والتوقيعات الرقمية ويستخدم هذا البروتوكول برمجيات تدعى برمجيات المحفظة الالكترونية وهذه المحفظة تحتوي على رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة له كذلك فإنه يحصل على شهادة رقمية صادرة من أحد البنوك الذي يعتمدها، وعند إجراء الحركات المالية عبر الإنترنت فإن كلا من التاجر وحامل البطاقة الشهادة الرقمية لكل منهما مما يتيح التحقق من هوية الآخر وأثناء إجراء الحركات المالية لا يمكن مشاهدة رقم البطاقة الائتمانية لهذا الزبون باستخدام هذا البروتوكول حيث ترسل الصيغ المشفرة لهذا الرقم إلى مصدر البطاقة للموافقة على إجراء الحركات المالية مع التاجر. كما يمكن للتاجر تلقي الدفعات من الزبائن دون شهادة بروتوكول SET في هذه ما على التاجر إلا استخدام شهادة SET الخاصة به لتوثيق الحركة المالية مع البنك أو معالج الحركات المالية الذي يتعامل معه وبعد من صحة التعاملات المالية وقبولها يولد التاجر السند ويرسل البضاعة. [2]

3. التشفير: وهو عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومة، ثم فك هذه الشفرة بعد وصولها إلى وحدة خدمة الويب الآمنة، أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن الإطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من طرف مستقبلها، ولهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص، البسيطة إلى رموز (حروف، أرقام، إشارات) قبل إرسالها إلى مستقبلها، شريطة أن يكون لهذا الأخير، لقد حل الشفرة وتحويل الرسالة إلى صيغتها الأصلية باستخدام مفتاح التشفير.[3]

---

[1] ديمش سمية، **التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر**، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري–قسنطينة، الجزائر،2010، ص78.

[2] صراع كريمة، نفس المرجع السابق، ص78.

[3] ديمش سمية، نفس المرجع السابق، ص8

وينقسم التشفير إلى تشفير متماثل وتشفير لا متماثل:[1]

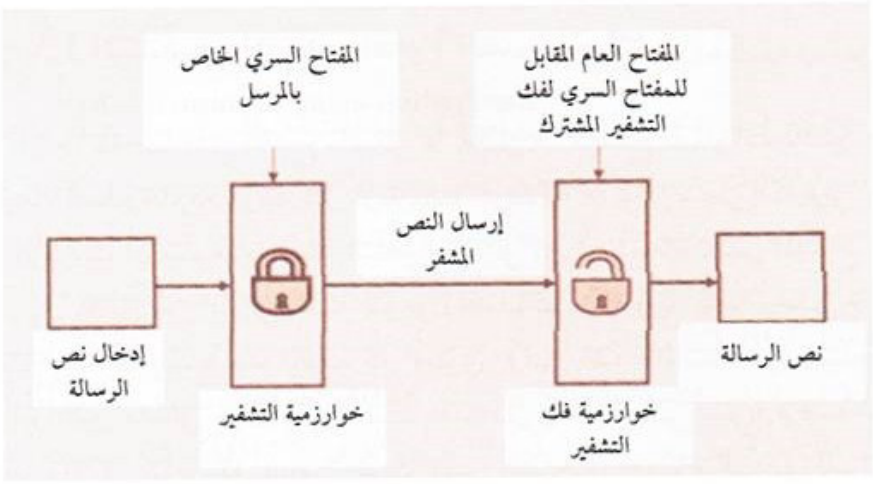
- **التشفير المتماثل:** وهي أنظمة تستخدم نفس المفتاح في عملية التشفير وعملية فك التشفير، حيث لابد من كل من المرسل والمستقبل من استخدام نفس المفتاح بدون كشف هذا المفتاح إلى أي طرف آخر لذلك يتم تسمية هذا النظام بالنظام المتماثل للتشفير حيث يعتمد أمن هذا النوع من التشفير على سرية المفتاح المستخدم، حيث أن طريقة عمل خوارزمية التشفير وفك التشفير معروفة للجميع لذا تعتمد فعالية وسرية أنظمة التشفير المتماثلة والتي تستخدم مفتاح واحد لكل من عملية التشفير وفك التشفير تعتمد على مفتاح التشفير ومدى توزيعه والحفاظ عليه سريا.
- **التشفير لا متماثل:** جاءت فكرة التشفير غير المتماثل حيث يكون هناك مفتاحين واحد يبقى سريا فرضا عند التاجر والأخر متاح لكل الناس حيث يمكن استخدام المفتاح السري للتشفير والمفتاح العام الأخر لفك التشفير أو العكس أي المفتاح العام للتشفير والسري لفك التشفير، حيث انه إذا تم تشفير رسالة ما بالمفتاح العام لذا فإنه فقط يمكن فك الشفرة بالمفتاح السري النظير لهذا المفتاح العام والذي يكون معروفا لشخص واحد فقط وهو مالك هذا المفتاح.

ولكن المشكلة الرئيسية لهذا النوع من التشفير فهي مشكلة السرعة في عملية التشفير إن هذه الطريقة تعتمد على مبدأ الأسس حيث يتم رفع الرقم المقابل للحرف المراد تشفيره إلى الرقم الممثل بالمفتاح وهذا يحتاج إلى وقت وخاصة عندما يكون المفتاح ذو طول كبير أو عندما تكون الرسالة كبيرة، لذا يستخدم هذا النوع من التشفير للرسائل القصيرة جدا فعلى سبيل المثال يمكن استخدام نظام التشفير العام لإرسال كلمات قصيرة تمثل مفاتيح يمكن استخدامها للتشفير بطريقة التشفير المتماثل. [2]

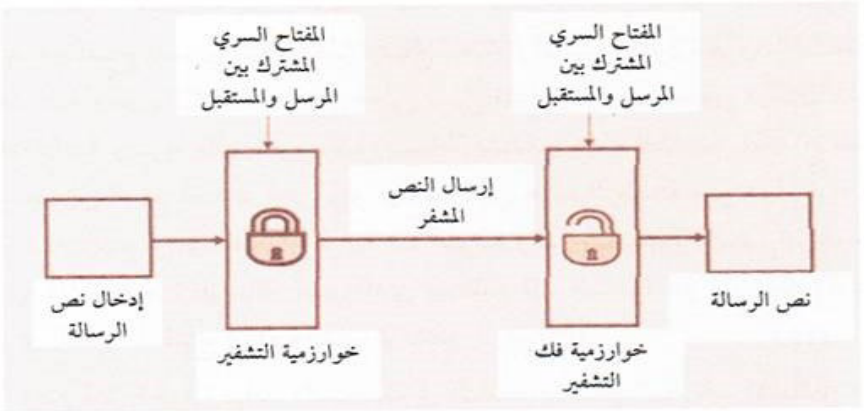
[1] خضر مصباح الطيطي، نفس المرجع السابق، ص233-235.

[2] خضر مصباح الطيطي، نفس المرجع السابق، ص236.

الشكل رقم(01-03): يمثل التشفير لا متماثل



الشكل رقم(01-04): يمثل التشفير المتماثل



المصدر: خضر مصباح الطيطي نفس المرجع السابق ص235-236.

4. **التواقيع الالكترونية:** إن من المهم في العمليات التجارية المعتمدة على الانترنت هي التأكيد على إن الرسالة المرسلة هي مرسلة من الشخص نفسه وليس شخص آخر يدعي ذلك والتأكيد على عدم إنكار هذا الشخص لإرسال رسالة ما قد تمثل عقدا الكترونيا بين طرفين وأيضا لابد للذي يستقبل الرسالة إلا يقوم بنفي تلقيه لا هذه الرسالة أو إنكاره لاستلامها.[1]

[1] خضر مصباح الطيطي نفس المرجع السابق، ص236.

لابد من استخدام تقنيات تضمن ما يلي:[1]

- أن المرسل لا يمكنه أن ينكر إرسال الرسالة.
- أن المستقبل لا يمكنه أن ينكر استقباله للرسالة.
- أن الرسالة لم يتم إجراء أي تغيير عليها أثناء انتقالها عبر الانترنت.
- أن المرسل هو نفسه الذي أرسل الرسالة وتحمل توقيعه الذي ليستطيع إنكاره.

5. الشهادات الرقمية:

هي عبارة عن وثائق الكترونية تثبت هوية المستخدمين عبر شبكة الانترنت ويتولى إصدار هذه الشهادات جهة موثوق فيها يسمى سلطة إصدار الشهادات، تحتوي على شهادة رقمية يتم إصدارها على معلومات مهمة تتعلق بمالكيها وبالسلطة التي أصدرت هذه الشهادة مثل:

- اسم حامل الشهادة.
- المفتاح العام لحامل الشهادة.
- اسم سلطة إصدار الشهادة الرقمية.
- رقم متسلسل.
- تاريخ الإصدار.
- مدة صلاحية الشهادة.[2]

تعتبر الشهادة الرقمية توسيع وتوثيق للمفتاح العام للتاجر والفرد مثل رقم بطاقة الفرد، حيث تحتوي على المفتاح وعلى ضمانات من أن هذا المفتاح يخص الفرد أو الشركة الحقيقية وليس شخص آخر يدعي ملكية مفتاح عام ما، وحيث أن المفتاح العام متوفر لكل شخص فإن هذه السلطة الموثوقة والمصدرة للشهادة الرقمية تضمن بأن صاحب هذا المفتاح هو نفس الشخص وليس مدعي آخر.[3]

6. الجدران النارية Fire Walls: فالجدار الناري هو نظام مؤلف من برنامج يستخدم في حاسوب، بغرض توفير بعض الحماية للبيانات المتوفرة فيه، حيث تقوم المؤسسات بوضع جدار ناري لعزل شبكتها الداخلية

[1] نفس المرجع السابق، ص237.

[2] صراع كريمة، نفس المرجع السابق، ص82.

[3] خضر مصباح الطيطي، نفس المرجع السابق، ص243.

عن شبكة الإنترنت،[1] ليقوم هذا الحاجز بتصفية وفحص كل عمليات الدخول والخروج إلى الشبكة لمنع دخول المستخدمين غير المصرح لهم وغير المسجلين ولتجنب خطر الفيروسات والبرامج الدخيلة.

تقوم حوائط المنع بإدارة عملية النفاذ إلى الموقع أو الشبكة من خلال ثلاث طرق أساسية:

أ. **طريقة إتاحة العام وغلق الخاص:** عندما تتخذ المؤسسة قرار إنشاء هذا النوع من حوائط المنع فإنها تقوم بتقسيم معلوماتها وبياناتها إلى معلومات سرية، فالمعلومات العامة يتم وضعها على خادم يقع خارج جدار النار يهدف تمكين جميع الأشخاص من الاطلاع عليها، أما المعلومات السرية فتوضع على خادم آخر يقع على الجدار الناري لمنع جميع محاولات الوصول إليها، وتتعلق هذه المعلومات بتطبيقات وقواعد بيانات المؤسسة.

ب. **طريقة حوائط المنع المزدوجة:** يحول هذا الجدار المزدوج دون وصول الطلبات المشكوك فيها مع الإنترنت إلى الخادمين العام والخاص مباشرة، فيتم وضع خادم الملفات العام بعد الجدار الناري الأول، ويوضع خادم الملفات بعد الجدار الناري الثاني لترشيح وتصفية كل الرزم الداخلة والخارجة من الشبكة، وبهذا يتم توفير حماية كاملة لجميع معلومات المؤسسة العامة منها والخاصة.

ج. **طريقة الفصل المطلق للخادمات:** ويتم لهذه الطريقة الفصل التام بين كل من خادم الملفات العام وخادم الملفات الخاص، حيث يكون الخادم الأخير بمثابة حاسب آلي مستقل بذاته يعمل بنظام تشغيل آمن يحول دون الدخول إلى الملفات الخاصة بالمنظمة.[2]

[1] قنديلجي عامر إبراهيم، نفس المرجع السابق، ص383.

[2] ديمش سمية، نفس المرجع السابق، ص94.

خلاصة الفصل:

على ضوء ما تم التعرض إليه في هذا الفصل والذي يخص التجارة الإلكترونية، وما تضمنته من استعراض للجوانب المختلفة لهذه الظاهرة، يمكن التوصل إلى هناك تنامي في الاهتمام بالتجارة الإلكترونية وبروزها كأحد أهم التحديات في تاريخ البشرية واعتبارها أداة مهمة في تغيير أنماط الحياة الاقتصادية، فتعددت أنواعها بناءًا على العلاقة بين أطرافها، إضافة إلى خصائصها وفوائدها المميزة كالاقتصاد في الوقت والتكاليف، ودعم الاقتصاد، حيث تعد وسيلة بسيطة ومتميزة للوصول للأسواق العالمية.

إضافة إلى وجوب توفر متطلبات قيامها وأهمها البنية التحتية التكنولوجية، وضرورة سن تشريعات والأنظمة المناسبة للتعامل عبر شبكة الانترنت وحقوق الملكية الفكرية وتوفر الإطارات البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة التعاملات الاقتصادية. ونظرا لتحديات القانونية التي تواجه التجارة الإلكترونية وجب توفر إطار قانوني ينظم هذه التعاملات.

وفي الأخير يمكن التأكيد على الأثر الإيجابي للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته.

تمهيـــــــد:

بعد تطرقنا في الجانب النظري إلى المفاهيم المرتبطة بمتغيري الدراسة الخاصة بالتجارة الإلكترونية والتحصيل الضريبي، وإبراز مدى تأثير التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي، وسعيا منا لاستكمال هذا البحث قمنا بدراسة ميدانية متمثلة في استمارة استبيان كونها الأنسب لطبيعة هذا البحث، وللتأكد من مدى صدق وثبات الأداة قمنا بتوزيعها على عينة الدراسة من ثم جمع الاستبيانات ومعالجتها بأساليب إحصائية وتحليله الخروج بنتائج الدراسة. قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: عرض الاستبيان ومنهجية الدراسة

المبحث الثاني: معالجة وتحليل نتائج الاستبيان

المبحث الأول: عرض الاستبيان ومنهجية الدراسة

قصد استيفاء جزء من الدراسة تم الاعتماد على الاستبيان وهو "عبارة عن قائمة من الأسئلة تهدف لدراسة فئة معينة وهو من أكثر أدوات البحث شيوعا، لما له من أهمية في الحصول على بيانات عينة من الأفراد، بالإضافة إلى معرفة أراء المتخصصين حول الموضوع.

سنتعرض في هذا المبحث لتحليل الظروف التي أعد فيها الاستبيان وكيفية بناءه، ثم إخضاعه للتحكيم العلمي وفي النهاية اختباره بالشكل الذي يفي بالغرض، إضافة إلى ذلك سنوضح المنهجية المتبعة في هذه الدراسة.

المطلب الأول: عرض الاستبيان

لاختبار الفرضيات استعملنا الاستبانة حيث تعتبر احدى وسائل البحث العلمي للحصول على بيانات أو معلومات حول موضوع الدراسة وتبعنا عدة مراحل لإعدادها

- **مراحل إعداد الاستبيان**

1. **بناء استمارة الاستبيان:**

تعرف الاستمارة على أنها:" تعتبر أداة جمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريقة استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها".[1]

ولإعدادها تمت طباعة الاستبيان على أوراق عادية، كما تم صياغته باللغة العربية، حيث تضمن 25 سؤالاً. ثم قمنا بإخضاعه للتحكيم العلمي من طرف أساتذة متخصصين في المجال الإحصائي والمجال المحاسبي، وبعدها تم نشر الاستبيان.

2. **نشر استمارة الاستبيان على عينة الدراسة:**

اعتمدنا في توزيع الاستبيان على المقابلة الشخصية لموظفي مديرية الضرائب لولاية بسكرة والمفتشيات التابعة لها، بالإضافة إلى الأساتذة الجامعيين المتخصصين في المجال.

[1] ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، **أساليب البحث العلمي**، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط4، عمان، الأردن، 2010، ص156.

3. معالجة استمارة الاستبيان:

تم في هذه المرحلة تكوين مصفوفة الاستبيان متعلقة بخمس فرضيات، الفرضية الأولى التي تضم 4 أسئلة، والفرضية الثانية تضم2أسئلة، أما الثالثة تضم 5 أسئلة،والفرضية الرابعة تضم 5 أسئلة، أما الفرضية الخامسة تضم 9أسئلة، وبعد ذلك تم تفريغ المصفوفة في البرنامج SPSSV 20 للحصول على النتائج المطلوبة.وبذلك بلغ عدد عباراتالفرضيات25 فقرة، وكانت الإجابة عليها وفق مقياس ليكارت الثلاثي، مستخدمين ثلاثة أنماط للإجابة حيث تتدرج من (معارض، محايد، موافق) حيث تعطى للإجابة التي تمثل أعلى مستوى للاتجاهات الإيجابية ثلاث درجات،وللإجابة التي تليها درجتين، ثم درجة واحدة و هكذا كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم(01-01): مجالات الإجابة على أسئلة الاستبيان و أوزانها:

الدرجة	1	2	3
التصنيف	معارض	محايد	موافق

المصدر : عز **عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي و الاستدلالي باستخدام SPSS ،بدون دار نشر، بدون سنة نشر، ج3، ص 538.**

و يتم بعد ذلك حساب المتوسط الحسابي المرجح ثم نحدد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح كما يلي:

جدول (01-02): معايير تحديد الاتجاه

المتوسط المرجح	**المستوى**
من 1 إلى 1,66	معارض
من 1,67 إلى 2,33	محايد
من 2,34 إلى 3	موافق

المصدر: عز عبد الفتاح، مرجع سابق.

ولقد تم استخدام هذا المستويات للحكم على المتوسطات الحسابية المدرجة كنتائج لفقرات الدراسة، وعلى ضوئها تتحدد درجة الموافقة.

4. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد تصميم الاستبيان واختباره وتعديله يتم تعميمه على العينة المستهدفة من الدراسة، وبعد جمعه من المبحوثين يتم تحليله وهناك عدة برامج للتحليل الإحصائي ولكننا سنستخدم برنامج SPSS 20 وهو اختصار لعبارة StatisticalPackage For the Social Sciencesوتعني (المجموعة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) ويسهل

لنا البرنامج صنع القرار حيال موضوع الدراسة من خلال إدارته للبيانات وتحليله الإحصائي السريع للنتائج، وفيما يلي سنحلل استبيان باستخدام البرنامج حيث اعتمدنا على الأساليب الإحصائية التي تتناسب وفرضيات الدراسة وتمثلت في:[1]

أ. **معامل الثبات Reliability:** يعني استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أنه يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة.

ولإجراء اختبار الثبات لأسئلة الاستبيان نستخدم معامل الثبات ألفا كرومباخ، ومعامل الثبات يأخذ قيماً تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمه المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام تكون قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح، وكلما اقتربت قيمة معامل الثبات من الواحد كان الثبات مرتفعاً وكلما اقتربت من الصفر كان الثبات منخفضاً.

ب. **معامل الصدق Validity:** يقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه. ويساوي رياضياً الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

ج. **المتوسط الحسابي Average or Mean:** ويصلح للبيانات الكمية فقط وهو وحيد ويتأثر بالقيم الشاذة **الانحراف المعياري Standard Ddeviation:** هو الجذر التربيعي الموجب للتباين.

المطلب الثاني: عرض بيانات أداة الدراسة

بعد تعريف أفراد عينة الدراسة بالهدف العلمي المرجو من هذا الاستبيان، والتأكيد لهم أن المعلومات التي سنحصل عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستحاط بالسرية التامة، قمنا بتقسيم هذا الاستبيان إلى قسمين كما يلي:

القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية:

يتضمن أسئلة عامة، الغرض منها جمع معلومات تخص الفرد المستجوب والتي تبدأ من السؤال 01 إلى غاية السؤال05.

القسم الثاني: البيانات المتعلقة بالموضوع:

[1] وليد عبد الرحمن خالد الفرا، **تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS**، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 2009، ص 38.

- **الفرضية الأولى:** تفعيل استخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات ربط وتحصيل الضريبة(تحتوي على 4 عبارات).
- **الفرضية الثانية:** وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب(تحتوي على 2 عبارات).
- **الفرضية الثالثة:** لاتوجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبية على أنشطة التجارة الإلكترونية(تحتوي على 5 عبارات).
- **الفرضية الرابعة:** لا يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية(تحتوي على 5 عبارات).
- **الفرضية الخامسة:** لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية(تحتوي على 9 عبارات).

المبحث الثاني: معالجة وتحليل نتائج الاستبيان

سيتم التحقق من الأهداف الموضوعة لهذه الدارسة واختبار صحة الفرضيات من خلال تبني المنهج التحليلي الذي سيتم إتباعه عند تناول الجوانب والأبعاد الخاصة بالدارسة الميدانية حيث سيتم جمع البيانات من أفراد العينة باستخدام الاستبانة.

المطلب الأول: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

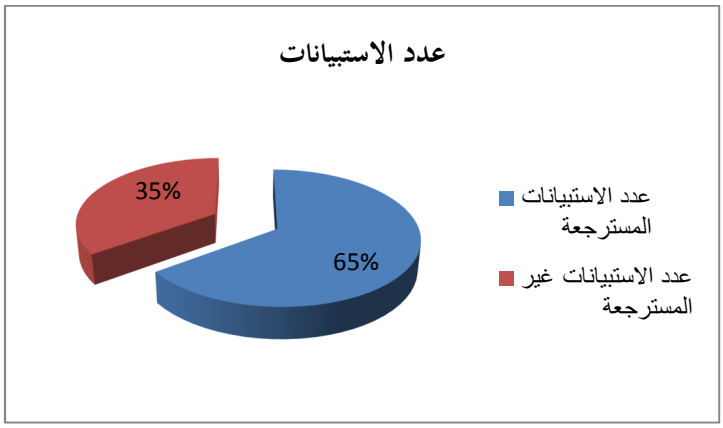
يتكون مجتمع الدراسة من60 مشاهدة تتكون من: موظفي مديرية الضرائب، ومفتشيات الضرائب التابعة لها الأساتذة الجامعيين المتخصصين في المحاسبة ومجال التسيير، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان في الفترة من 2017إلى 15 ماي 2018، وقد تم استرجاع 39 استمارة، وبذلك تكون النسبة المئوية للردود حوالي 65% وهي نسبة معقولة.

وهذا ما يوضحه الجدول رقم (03) كما يلي:

الجدول رقم(01-03): عدد الاستبيانات الموزعة

البيان	العدد	النسبة
عدد الاستبيانات المسترجعة	39	65%
عدد الاستبيانات غير المسترجعة	21	35%
مجموع الاستبيانات الموزعة	60	%100

الشكل رقم (03-01): عدد الاستبيانات الموزعة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان

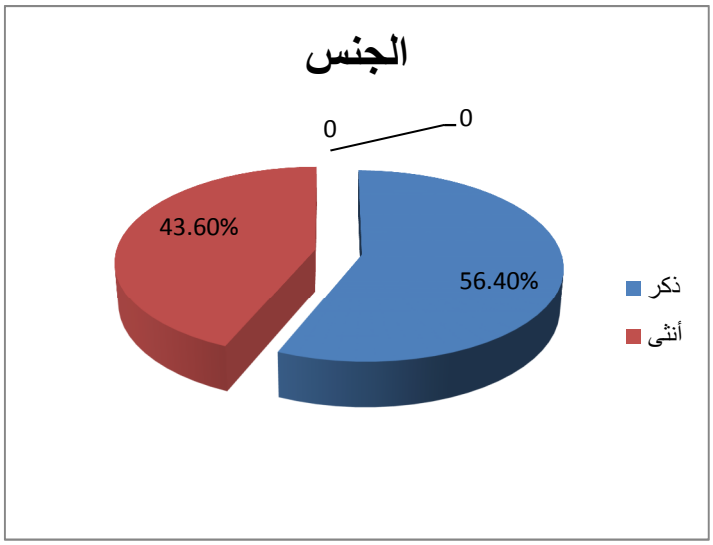
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXLL

يبين كل من الجدول رقم(03-03) والشكل رقم(03-01) أن: عدد الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة ونسبة الاستبيانات المسترجعة وغير المسترجعة، حيث بلغت الاستبيانات المسترجعة حوالي 65% أما نسبة الاستبيانات غير المسترجعة فبلغت حوالي 35% وهي نسبة معقولة لأغراض الدراسة.

جدول رقم(01-04): توزيع العينة حسب الجنس

البيان	التكرار	النسبة
ذكور	22	%56.4
إناث	17	%43.6
المجموع	39	%100

الشكل رقم(02-03):توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS V20 **المصدر**: من إعداد الطالبة بالاعتماد علىExl

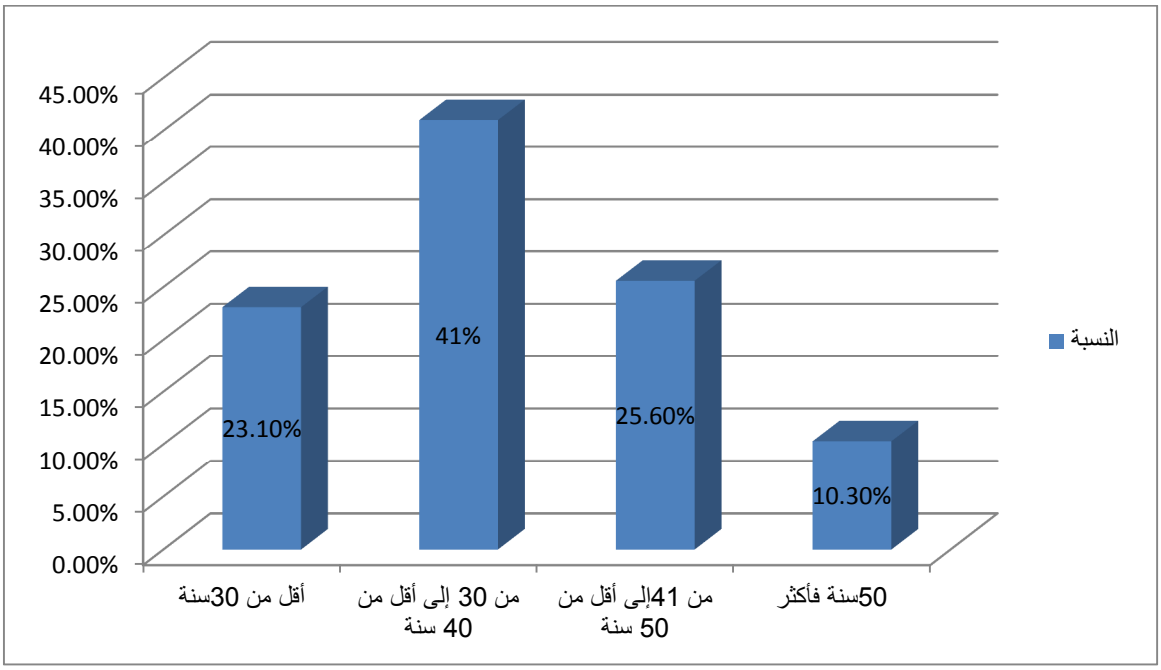
نلاحظ من خلال الجدول رقم (03-04) والشكل رقم (02-03) أن معظم أفراد العينة كانوا ذكورا إذ تقدر نسبتهم ب (56.4%) في مقابل (43.6%) من أفراد العينة كانوا إناث.

الجدول رقم(01-05): توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 30 سنة	09	23,1%
من30 سنة إلى اقل من 40 سنة	16	41%
من41 سنة إلى اقل من 50 سنة	10	25.6%
50 سنة فأكثر	4	10.3%
المجموع	39	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss v 20

الشكل رقم (03-03): توزيع العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على EXLL

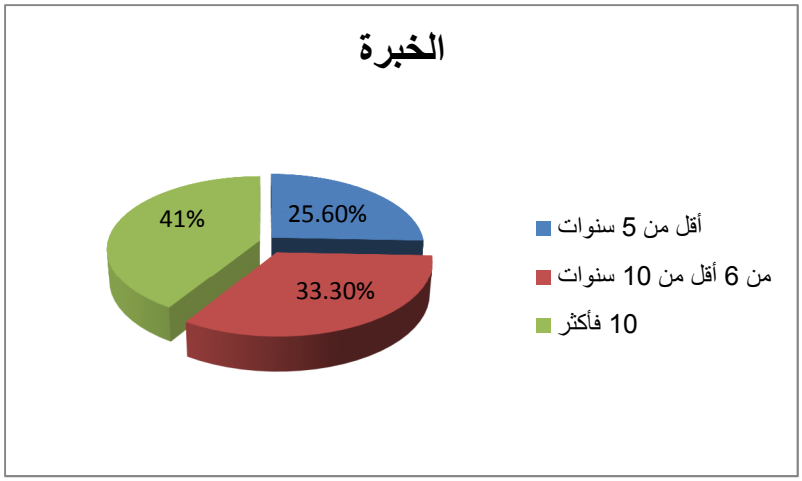
نلاحظ من خلال الجدول رقم (03-05) والشكل رقم (03-03)أن: الفئة العمرية الغالبة هي (من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة) إذ يمثلون مانسبته (41%) وتليها الفئة التي مجالها من(41سنة إلى أقل من 50 سنة)بنسبة(25.6%)، أما الفئة التي مجالها (أقل من 30 سنة) احتلت نسبة (23.1%)، وفي الأخير نجد أن نسبة الذين ينتمون إلى الفئة العمرية (من50 سنة فأكثر) بلغت (10.3%).

جدول رقم(03-06): توزيع العينة حسب الخبرة المهنية

الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 5سنوات	10	%25.6
من 6 أقل من 10 سنوات	13	%33.3
أكثر من 10 سنوات	16	%41
المجموع	39	%100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss

الشكل رقم (03-04): توزيع العينة حسب الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامجEXLL

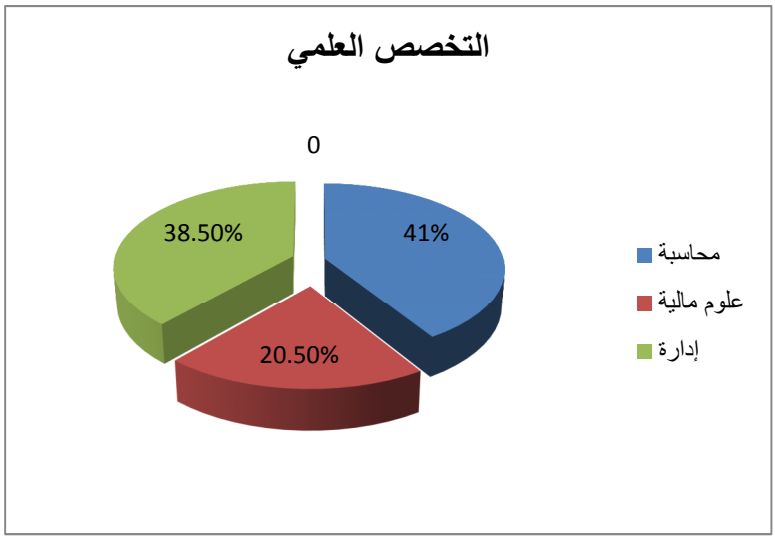
يبين الجدول رقم(03-08) والشكل رقم (03-04): أن عدد سنوات الخبرة لغالبية أفراد الدراسة أعلى من 10 سنوات، إذ يمثلون ما نسبته (41%) من إجمالي أفراد الدراسة مما يدل على أن غالبية أفراد العينة يملكون خبرة طويلة في المجال، ثم تليها الفئة التي سنوات الخبرة لديها من 6 أقل من10سنوات بنسبة تقدر ب(33.3%)، وأخيرا جاءت الفئة التي لديها خبرة أقل من5 سنوات بنسبة تقدر ب(25.6%).

جدول رقم(01-07): توزيع العينة حسب التخصص العلمي

التخصص العلمي	التكرار	النسبة
محاسبة	16	%41
علوم مالية	8	%20.5
إدارة	15	%38.5
المجموع	39	%100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج sps

الشكل رقم (03-05): توزيع العينة حسب التخصص العلمي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXLL

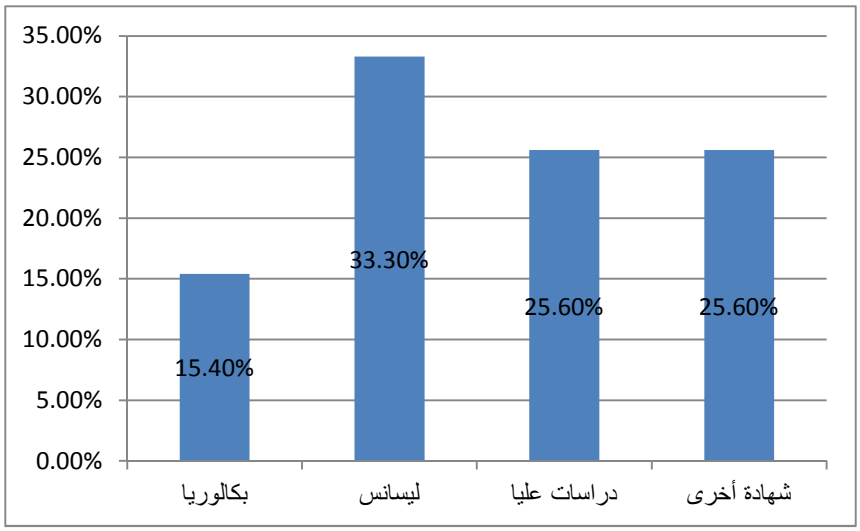
يبين الجدول رقم (03-07) والشكل رقم (03-05) أن: أعلى نسبة كانت للأفراد الذين يحملون شهادة بتخصص محاسبة حيث بلغت نسبتهم (41%)، ثم تبعهم من يحملون شهادة بتخصص إدارة بنسبة (38.5%)، وأخيرا كانت نسبة من يحملون شهادة بتخصص علوم مالية يمثلون القلية بنسبة (20.5%).

جدول رقم(01-08): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
بكالوريا	6	%15.4
ليسانس	13	%33.3
دراسات عليا	10	%25.6
شهادة أخرى	10	%25.6
المجموع	39	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss

الشكل رقم (03-06): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي:



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على EXLL

يبين الجدول رقم(03-08) والشكل رقم (03-06) الخاص بالتمثيل البياني لأفراد العينة حسب المؤهل العلمي أن غالبية أفراد العينة كانوا من حاملي شهادة الليسانس بنسبة تقدر ب(33.3%)، تليها نسبة للأفراد المتحصلين على شهادة الدراسات العليا وشهادات أخرى بنسبة متساوية تقدر ب (25.6%)، وفي الأخير حاملي شهادة البكالوريا بنسبة تقدر بـــ(15.4%).

المطلب الثاني: درجة صدق وثبات الاستبيان

يقصد بصدق الأداة أنها تتضمن عبارات ذات صلة بالمتغيرات التي تعمل على قياسها و أن مضمونها متفق مع الغرض الذي صممت من أجله و من أجل تأكيد صدق محتوى لأداة الدراسة تم عرض الاستبيان على مجموعة من أساتذة هيئة التدريس في جامعة محمد خيضر – بسكرة– للتحقق من مدى صدق عبارات الاستبيان ولقد تم الأخذ بجل مقترحاتهم و ليس الكل وإعادة صياغة بعض العبارات و إجراء التعديلات المطلوبة بشكل يحقق التوازن بين مضامين الاستبيان في عباراته مما أكد على صدق الأداة. و معامل الصدق هو الجذر التربيعي لمعامل الثبات .

1. **ثبات الاستبيان:** للتأكد من ثبات استمارة البحث تم حساب معامل ألفا كرونباخ، إذ تم تقدير معامل الثبات لكل فرضية، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم(01-09) مقياس الثبات ألفا كرومباخ لفرضيات الدراسة

الفرضيات	عدد عبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
الفرضية الأولى	4	0.623	0.789
الفرضية الثانية	2	0.642	0.801
الفرضية الثالثة	5	0.549	0.740
الفرضية الرابعة	5	0.603	0.676
الفرضية الخامسة	9	0.721	0.849
المجموع	**25**	**0.788**	**0.887**

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V 20

يلاحظ من الجدول رقم(03-09) أن: معامل الثبات للفرضية الأولى بلغ 0.623 في حين أن معامل الثبات للفرضية الثانية بلغ 0.642 أما الفرضية الثالثة 0.549، والفرضية الرابعة بلغ 0.603 أما الفرضية الخامسة 0.721، أما معامل الثبات الإجمالي فقد بلغ 0.788 وهي قيم مقبولة لأغراض الدراسة.

وهذا يعني أن الدراسة تتميز بالثبات والدقة، وعليه يمكننا القول أن هذه الاستمارة تتميز بالصدق مما يجعلنا على ثقة بصحتها وصلاحيتها لتحميل النتائج والإجابة على كافة تساؤلات الدراسة، واختبار الفرضيات.

المطلب الثالث: تحليل اتجاه أراء العينة

أولا. عرض نتائج أفراد المجتمع حول متغيرات الدراسة:

- **بالنسبة للفرضية الأولى**

الجدول رقم(01-10): اتجاهات أراء أفراد العينة حول الفرضية الأولى.

الفرضية الأولى: تفعيل استخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات ربط وتحصيل الضريبة.						
العبارة	**معارض**	**محايد**	**موافق**	**الانحراف المعياري**	**المتوسط الحسابي**	**الاتجاه**
	التكرار	**التكرار**	**التكرار**			
	النسبة%	**النسبة%**	**النسبة%**			

يحتاج النظام الضريبي الحالي إلى تعديل وتطوير إجراءات ربط وتحصيل الضريبة لمواكبة التجارة الإلكترونية.	7	6	26	0.790	2.49	موافق
	%17.9	%15.4	%66.7			
هناك حاجة لوجود نظام ضريبي خاص بالمؤسسات التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية.	7	6	26	0.790	2.49	موافق
	%17.9	%15.4	%66.7			
هناك حاجة لتعديل أساليب الرقابة لتتلائم مع ما أحدثته التجارة الإلكترونية مع تغيرات في الإجراءات المتبعة.	3	6	30	0.614	2.69	موافق
	%7.7	%15.4	%76.6			
استخدام التجارة الإلكترونية يتطلب تطوير الأساليب المصرفية بما يتلائم مع الأوضاع والمتغيرات الجديدة.	4	9	26	0.680	2.56	موافق
	%10.3	%23.1	%66.7			
اتجاه أراء أفراد العينة					**2.558**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات spss v20

يظهر الجدول رقم (03-10) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.49-2.69) بتقدير موافق ،والمتوسط العام للفرضية ككل فقد بلغ (2.55) و بتقدير موافق، إذ حصلت العبارة (3) "هناك حاجة لتعديل أساليب الرقابة لتتلاءم مع ما أحدثته التجارة الإلكترونية مع تغيرات في الإجراءات المتبعة." المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.69) وانحراف معياري (0.614) بتقدير موافق،تليها العبارة(4) في المرتبة الثانية"استخدام التجارة الإلكترونية يتطلب تطوير الأساليب المصرفية بما يتلاءم مع الأوضاع والمتغيرات الجديدة." بمتوسط حسابي (2.56) وانحراف معياري (0.680)، بتقدير موافق، ثم جاءت العبارتان (1) و(2) في المرتبة الثالثة " يحتاج النظام الضريبي الحالي إلى تعديل وتطوير إجراءات ربط وتحصيل الضريبة لمواكبة التجارة الإلكترونية"، "هناك حاجة لوجود نظام ضريبي خاص بالمؤسسات التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية، " بمتوسط حسابي قدره (2.49) و انحراف معياري قدره (0.790) بتقدير موافق.

- **بالنسبة للفرضية الثانية**

الجدول رقم (01-11): اتجاه أفراد العينة حول الفرضية الثانية.

الفرضية الثانية:وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب.						
العبارة	**معارض**	**محايد**	**موافق**	**الانحراف المعياري**	**المتوسط الحسابي**	**الاتجاه**
	التكرار	**التكرار**	**التكرار**			
	النسبة%	**النسبة%**	**النسبة%**			
تحسين قدرة المؤسسة على خدمة عملائها وسرعة التواصل مع مورديها .	4	4	31	2.69	2.69	موافق
	%10.3	%10.3	%79.5			
زيادة التعاملات التجارية وإمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية.	7	4	28	0.790	2.54	موافق
	%17.9	%10.3	%71.8			
اتجاه أراء أفراد العينة					**2.615**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات spss v20

يظهر الجدول رقم (03-11) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.54-2.69)بتقدير موافق، والمتوسط العام للفرضية ككل فقد بلغ (2.61بتقدير موافق،إذ حصلت العبارة (1)"تحسين قدرة المؤسسة على خدمة عملائها وسرعة التواصل مع مورديها." على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.69) وانحراف معياري (0.655)، بتقدير موافق، في حين حصلت العبارة (2) "زيادة التعاملات التجارية وإمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية." في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (2.54) بانحراف معياري (0.655) بتقدير موافق.

- **بالنسبة للفرضية الثالثة**

الجدول رقم (01-12): اتجاه افراد عينة الدراسة حول الفرضية الثالثة.

الفرضية الثالثة: لاتوجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية						
العبارة	**معارض**	**محايد**	**موافق**	**المتوسط**	**الانحراف المعياري**	**الوزن**
	التكرار	**التكرار**	**التكرار**			
	النسبة%	**النسبة %**	**النسبة %**			

الإفتقار للإجراءات الإلكترونية للجباية الضريبية.	10 %25.6	4 10.3 %	25 %64.1	0.877	2.38	موافق
الإفتقار للوجود المادي للفواتير والسندات المتعلقة بالصفقات الإلكترونية.	10 %25.6	4 10.3 %	25 %64.1	0.877	2.38	موافق
الافتقار لإجراءات حصر المجتمع الضريبي في التجارة الإلكترونية.	10 %25.6	5 12.8 %	24 %61.5	0.873	2.36	موافق
احتمالية الازدواج الضريبي في جباية الضرائب على التجارة الإلكترونية.	9 %23.11	2 %5.1	28 %71.8	0.854	2.49	موافق
انخفاض الحصيلة الضريبية نتيجة التوجه نحو إجراء الصفقات التجارية إلكترونيا.	9 %23.1	3 %7.7	27 %69.2	0.854	2.46	موافق
اتجاه أراء أفراد العينة					2.415	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات spss v20

يتضح لنا من الجدول رقم (03-11) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.36-2.49) بتقدير موافق ، وبلغ المتوسط العام للفرضية ككل فقد بلغ (2.415)بتقدير موافق ، إذ حصلت العبارة (4) "احتمالية الازدواج الضريبي في جباية الضرائب على التجارة الإلكترونية" على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.49) وانحراف معياري (0.854) بتقدير موافق، ثم العبارة (5) في المرتبة الثانية "انخفاض الحصيلة الضريبية نتيجة التوجه نحو إجراء الصفقات التجارية إلكترونيا" بمتوسط حسابي قدره (2.46) وانحراف معياري قدره (0.854) بتقديرموافق، ثم جاءت العبارة (1) و(2) في المرتبة الثالثة "الإفتقار للإجراءات الإلكترونية للجباية الضريبية."،"الإفتقار للوجود المادي للفواتير والسندات المتعلقة بالصفقات الإلكترونية."، بمتوسط حسابي (2.38) و انحراف معياري (0.877) و بتقدير موافق، وبعدها العبارة(3)"الافتقار لإجراءات حصر المجتمع الضريبي

في التجارة" في المرتبة الرابعة ، بمتوسط حسابي قدره (2.36) و انحراف معياري قدره (0.873) و بتقديرموافق.

- **بالنسبة للفرضية الرابعة**

الجدول رقم (01-13): اتجاه افراد عينة الدراسة حول الفرضية الرابعة

الفرضية االرابعة:لا يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية.						
العبارة	**معارض**	**محايد**	**موافق**	**المتوسط**	**الانحراف المعياري**	**الوزن**
	التكرار	**التكرار**	**التكرار**			
	النسبة%	**النسبة%**	**النسبة%**			
توفير نماذج إلكترونية لكافة الخدمات الضريبية.	12	4	23	2.24	0.916	محايد
	%30.8	% 10.3	%59			
ربط الدوائر الضريبية بشبكة الانترنت .	7	3	29	2.56	0.788	موافق
	%17.9	%7.7	%74.4			
حفظ وفهرسة الملفات الضريبية ضمن سجلات الإلكترونية.	4	6	29	2.64	0.668	موافق
	%10.3	%15.4	%74.4			
توفير خدمة الدفع الإلكتروني للأرصدة الضريبية المستحقة على المكلفين.	5	9	25	2.51	0.721	موافق
	%12.8	%23.1	%64.1			
إتاحة الفرصة لتقديم كشف التقدير الذاتي إلكترونيا.	2	9	29	2.67	0.577	موافق
	%5.1	%23.1	%71.8			
اتجاه أراء أفراد العينة					**2.533**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات spss v20

يتضح لنا من الجدول رقم (03-12) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.24-2.67) بتقدير موافق، والمتوسط العام للفرضية ككل فقد بلغ (2.533 وبتقدير موافق، حيث حصلت العبارة (5) على المرتبة الأولى "إتاحة الفرصة لتقديم كشف التقدير الذاتي إلكترونيا" بمتوسط حسابي (2.67) وانحراف معياري (0.577) بتقدير موافق. ثم العبارة (3) في المرتبة الثانية "حفظ وفهرسة الملفات الضريبية ضمن سجلات الإلكترونية" بمتوسط حسابي قدره (2.64) وانحراف معياري قدره (0.668) بتقدير موافق، ثم تليها العبارة (2) في المرتبة الثالثة "ربط الدوائر الضريبية بشبكة الانترنت " بمتوسط حسابي (2.56) و انحراف معياري (0.788) و بتقدير موافق، ثم العبارة(4)"توفير خدمة الدفع الإلكتروني للأرصدة الضريبية المستحقة على المكلفين" في المرتبة الرابعة بتقديرموافق، بمتوسط حسابي قدره (2.51) و انحراف معياري قدره (0.721) و بتقديرموافق وفي الأخير تأتي العبارة(1) "توفير نماذج إلكترونية لكافة الخدمات الضريبية" بمتوسط حسابي (2.24) وانحراف معياري (0.916)، بتقدير محايد.

- **للفرضية الخامسة**

الجدول رقم (01-14): اتجاهات أفراد العينة حول الفرضية الخامسة

الفرضية الخامسة: لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.						
العبارة	**معارض**	**محايد**	**موافق**	**المتوسط**	**الانحراف المعياري**	**الوزن**
	التكرار	**التكرار**	**التكرار**			
	النسبة%	**النسبة%**	**النسبة%**			
التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الإلكترونية والمساهمة في تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها.	11	3	25	2.36	0.903	موافق
	%28.2	%7.7	64.1%			
عدم توافر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها.	10	3	26	2.41	0.880	موافق
	%25.6	%7.7	%66.7			
عدم وجود تنسيق قانوني دولي وإتفاقيات مشتركة لتفادي الازدواج الضريبي الدولي.	12	2	25	2.33	0.927	محايد
	%30.8	%5.1	%54.1			
قصور التشريعات الضريبة المحلية مع التزايد السريع في التجارة الإلكترونية.	9	3	27	2.64	0.854	موافق
	%23.1	%7.7	%69.2			

عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية.	9 %23.1	4 %10.3	26 %66.7	2.44	0.852	موافق
صعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي للتجارة الإلكترونية.	8 %20.5	4 %10.3	27 %69.2	2.49	0.823	موافق
صعوبة تتبع وفهم المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت.	10 %25.6	5 %12.8	24 %61.5	2.36	0.873	موافق
وجود قصور في أداء مهام الإدارة الضريبية في حصر وفحص وتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.	14 %35.9	2 %5.1	23 %59	2.23	0.957	محايد
وجود فجوة مبدئية في المجتمع الضريبي في فهم المفردات الخاصة بالمعاملات على التجارة الإلكترونية.	7 %17.9	3 %7.7	29 %74.4	2.56	0.788	موافق
اتجاه أراء أفراد العينة				2.405		**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على مخرجات spss v20

يظهر الجدول رقم (03-13) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.23-2.64) بتقدير موافق في أغلب العبارات، أما المتوسط العام للفرضيات ككل فقد بلغ(2.40) بتقدير موافق، إذ بلغت العبارة (4) "قصور التشريعات الضريبة المحلية مع التزايد السريع في التجارة الإلكترونية." على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.64) وانحراف معياري (0.854) بتقدير موافق، تليها العبارة (9) في المرتبة الثانية "وجود فجوة مبدئية في المجتمع الضريبي في فهم المفردات الخاصة بالمعاملات على التجارة الإلكترونية." بمتوسط حسابي قدره (2.56) وانحراف معياري قدره (0.788) بتقدير موافق، ثم جاءت العبارة (6) في المرتبة الثالثة "صعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي للتجارة الإلكترونية." بمتوسط حسابي (2.49) و انحراف معياري (0.823) و بتقدير موافق، بعدها العبارة (5) "عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (2.44) و انحراف معياري قدره (0.852) بتقدير موافق، ثم العبارة (2)" عدم توافر المستندات و أدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها"

في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي (2.41) وانحراف معياري (0.880)، بتقدير موافق، تليها العبارتان (1و7)"التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الإلكترونية والمساهمة في تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها"، "صعوبة تتبع وفهم المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت"، في المرتبة السادسة، بمتوسط حسابي (2.36) وانحراف معياري (0.903)، بتقدير موافق، وتأتي العبارة (3)"عدم وجود تنسيق قانوني دولي و اتفاقيات مشتركة لتفادي الازدواج الضريبي الدولي. "في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي(2.33) وانحراف معياري (0.927) بتقدير محايد، ثم العبارة(8) "وجود قصور في أداء مهام الإدارة الضريبية في حصر وفحص وتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية" في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (2.23) وانحراف معياري (0.957)، بتقدير محايد.

ثانيا: إختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: (تفعيل استخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات وربط وتحصيل الضريبة).

- حصلت جميع عبارات الفرضية الأولى على تقدير موافق من قبل اتجاه أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للفرضية ككل (2.558) ومن خلال ذلك يمكن القول أن تفعيل استخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات وربط وتحصيل الضريبة، ومنه نقبل الفرضية ونثبت صحتها.

الفرضية الثانية:(وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب).

حصلت جميع عبارات الفرضية الثانية على تقدير موافق من قبل أفراد عينة الدراسة، حيث قدر المتوسط الحسابي لها ككل (2.615)، ومنه يمكن القول أن وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب، ومن هذا نقبل الفرضية.

الفرضية الثالثة: (لا توجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية).

حصلت عبارات الفرضية الثالثة على تقدير موافق من قبل أفراد عينة الدراسة وكان المتوسط الحسابي للفرضية ككل (2.415) بتقدير موافق، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية التي تنص على أنه (لا توجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية) ومنه يمكن القول أنه توجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية.

الفرضية الرابعة: لا يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية

- يؤكد أفراد عينة الدراسة على وجود حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية وهذا ما تؤكده العبارة(5)، (إتاحة الفرصة لتقديم كشف التقدير الذاتي)، حيث قدر متوسطها الحسابي ب 2.67، وبنسبة موافقة 71.8%.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة على الموافقة وبنسبة 74.4%، على حفظ وفهرسة الملفات ضمن سجلات الإلكترونية، حيث بلغ متوسطها الحسابي 2.64.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة على ربط الدوائر الضريبية بشبكة الانترنت، وبنسبة موافقة 74.4% حيث قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.56.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة على الموافقة وبنسبة 64.1%، علىتوفير خدمة الدفع الإلكتروني للأرصدة الضريبية المستحقة على المكلفين، بمتوسط حسابي قدر بـ2.51.
- وحصلت العبارة (1) توفير نماذج إلكترونية لكافة الخدمات الضريبية على تقدير محايد، وبمتوسط حسابي قدر ب2.24، وبنسبة 59%، في حين كانت نسبة الموافقة على العبارة (5) 71.8% وبلغ المتوسط الحسابي للفرضية ككل 2,533 و بدرجة موافق، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية التي تنص على أنه (لا يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبية لموكبة التحول للتجارة الإلكترونية).

ومن خلال ما سبق يمكن القول أنه يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبية لموكبة التحول للتجارة الإلكترونية.

الفرضية الخامسة: لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.

- يؤكد أفراد عينة الدراسة على قصور التشريعات الضريبة المحلية مع التزايد السريع في التجارة الإلكترونية، حيث قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 2.64 وبنسبة موافقة 69.2%.

- يؤكد أفراد عينة الدراسة على عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية، حيث قدر المتوسط الحسابي لها ب 2.44، بنسبة موافقة 66.7%.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة على عدم توافر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها حيث قدر المتوسط الحسابي لها ب 2.41 وبنسبة موافقة 66.7%.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة على صعوبة تتبع وفهم المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت، العبارة حيث قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 2.36و بنسبة موافقة 61.5%.
- حصلت العبارة (3) عدم وجود تنسيق قانوني دولي وإتفاقيات مشتركة لتفادي الازدواج الضريبي الدولي على تقدير محايد، بمتوسط حسابي(2.36) وبنسبة موافقة 54.1%
- حصلت العبارة (8) وجود قصور في أداء مهام الإدارة الضريبية في حصر وفحص وتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية على تقدير محايد، بمتوسط حسابي 2.23، وبنسبة موافقة 59%، في حين كانت نسبة الموافقة على العبارة (4) 69.2%، وبلغ المتوسط الحسابي للفرضية ككل 2.40، ومن هذا فإنه يتم رفض الفرضية التي تنص على أنه (لا يوجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية)

ومن خلال ما سبق يمكن القول أنه يوجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.

النتائج المتوصل إليها:

من خلال ما سبق ونتائج الاستبيان لاتجاهات أفراد عينة الدراسة، تبين أن للتجارة الإلكترونية أثر على التحصيل الضريبي وذلك من خلال:

- إن ظهور التجارة الإلكترونية يفرض تعديل وتطوير إجراءات التحصيل الضريبي للتلائم مع مجريات العصر الحالي وهذا ما يساهم في زيادة الحصيلة الضريبية.
- إن تبني إجراءات جديدة محددة قائمة على الانتفاع من التطورات التكنولوجية للجباية الضريبية على التجارة الالكترونية سوف يقود إلى وقف التآكل في الحصيلة الضريبية الناتجة عن ممارسة التجارة الالكترونية في ظل الافتقار لإجراءات محددة ومناسبة لعملية التحصيل الضريبي عليها.

- وجود حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبية لمواكبة التجارة الالكترونية من خلال الاستفادة من تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من حيث توفير الخدمات التي تقدمها الدوائر الضريبية للمكلفين وإتاحة الفرصة للمكلف لتقديم إقراره الذاتي ودفع ما هو مستحق عليه من ضرائب عبر الانترنت نتيجة اختصارها للوقت والجهد، وهذا له أهمية في نجاح عملية التحصيل الضريبي.

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل الإجابة على الإشكالية المتمثلة في أثر التجارة الالكترونية على التحصيل الضريبي، وتناولنا في ذلك عرض استبيان ومنهجية الدراسة وتمت معالجة وتحليل نتائج الاستبيان من اجل معرفة آراء أفراد عينة الدراسة حول موضوع الدراسة وخلصت، وعند تحليل النتائج لجأنا إلى استخدام برنامجي Excel وSpss، ثم قمنا بعرض النتائج قصد الإجابة عن الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية واختبار الفرضيات.

تمهيد:

تعد الضريبة إحدى الأدوات المالية لاقتطاع جزء من ثروة الأفراد، وتقوم بتحويله إلى الدولة، وذلك باستخدامه في تحقيق أهدافها المختلفة. ومن ثم فإن الضريبة تمثل انعكاسا حقيقيا للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمجتمع التي تفرض فيه، كما أن الضريبة تتغير حجما، ووعاءا، وغرضا، بتغير الأوضاع، وتعد عملية التحصيل الضريبي أهم مرحلة لأن فيها تجمع حصيلة الدولة، وفي إطار العولمة والتطور التكنولوجي الهائل الذي يعرفها عالمنا اليوم برزت للوجود العديد من القضايا الجبائية الحديثة، التي أثرت على الحصيلة الضريبية، حيث أصبحت النظم الضريبية لمختلف الدول عاجزة على تتبعها، وفي مقدمتها التحديات التي تفرضها التجارة الإلكترونية، فإنه يبدوا أن اقتران هذه الأخيرة بتحصيل الضريبة سيشكل تحديا أمام إدارة الضرائب، أمام تطبيق القوانين والقواعد الضريبية في ظل هذه التعاملات التجارية الإلكترونية مما يؤثر على الحصيلة الضريبية.

وفي سياق ذلك سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الاعتبارات الضريبية للتجارة الإلكترونية ضمن ثلاث مباحث وهما:

مبحث الأول: ماهية الضريبة.

مبحث الثاني: التحصيل الضريبي.

مبحث الثالث: فعالية التحصيل الضريبي على التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية الضريبة

تعد الضريبة مورد مالي هام للدولة لتغطية النفقات العمومية، وأداة فعالة تمكن الدولة من التدخل في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، تجسيدا لأهدافها السياسية والمالية وسيتم التطرق من خلال هذا المبحث إلى مفهوم وخصائص الضريبة والأهداف العامة لها.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الضريبة

عرف الإنسان الضريبة منذ الأزل واختلف في تسميتها عبر العصور إلا أن المعنى واحد وذلك نظرا لتغير طبيعة ومبررات الضريبة مع تغيير النظم السياسية والظروف الاقتصادية والمالية لكل دولة ويمكننا إعطاء مفهوم للضريبة.

أولا: مفهوم الضريبة

يمكن تعريف الضريبة بأنها: (الضريبة اقتطاع إلزامي ونهائي من المال، محدد سلفا، ودون مقابل يقع على كاهل الذمة المالية لبعض الجماعات والأفراد من أجل تحقيق نفعا عاما وتغطية النفقات العامة.[1]

وتعرف أيضا: (أنها مبلغ نقدي تفرض على المكلفين بها حسب قدراتهم التساهمية والتي تقوم، عن طريق السلطة، بتحويل الأموال المحصلة وبشكل نهائي ودون مقابل محدد، نحو تحقيق الأهداف المحددة من طرف السلطة العمومية.[2]

ومن خلال هذه التعاريف يمكن أن نقدم تعريف شامل للضريبة: (هي اقتطاع مالي إلزامي ونهائي تحدده الدولة ودون مقابل بغرض تحقيق أهداف عامة.)

انطلاقا من التعاريف السابقة نستخلص الخصائص التالية:[3]

ثانيا: خصائص الضريبة

[1] منصور بن اعماره، **الضرائب على الدخل الإجمالي**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص17.

[2] محمد عباس محرزي، **المدخل إلى الجباية والضرائب**، دار للنشرITCIS ، الجزائر، 2010، ص9.

[3] حميدة بوزيدة، **جباية المؤسسات دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2007، ص8.

1. **الضريبة اقتطاع مالي:** إلا أنه في العصر الحديث تفرض الضريبة في شكل نقدي خلافا للنظم الضريبية السابقة.
2. **الضريبة تدفع بصفة إلزامية وإجبارية:** من قبل الأفراد وذلك لانفراد الدولة عن طريق القانون الجبائي بتحديد طرق الربط والتحصيل وإجراءات المتابعات والمنازعات.
3. **تدفع الضريبة بصفة نهائية:** أي أنها غير قابلة للاستيراد فهي ليست أمانة أو وديعة يستردها صاحبها فيما بعد.
4. **تدفع الضريبة بدون مقابل:** أي أن دافع الضريبة لا يعرف مقدار، ولا طبيعة المنفعة التي ستعود عليه من خلال النفع العام الذي تحققه الضريبة، وبهذا فلا مقابل خاص يعود على دافع الضريبة.
5. **تجبى الضريبة لتحقيق منفعة عامة:** فهي لا تحصل لغرض الإنفاق على شيء معين بذاته، بل لمواجهة نفقات عامة تخص جميع المواطنين والدولة، فمنفعتها.

المطلب الثاني: أنواع الضرائب

تتعدد أنواع الضرائب وتختلف صورها الفنية باختلاف الزمان والمكان ولكل نوع من هذه الأنواع مزايا وعيوب، لذلك لا تقتصر النظم الضريبية الحديثة على نوع من هذه الأنواع دون سواه، بل تحاول كل دولة أن تتخير مزيجا متكاملا من أنواع الضرائب، وأن تصيغه في أكثر صور التنظيم الفني ملائمة لتحقيق أهداف المجتمع .

ويمكن تقسيم الضرائب بالاستناد إلى عدة معايير وهي:[1]

1. معيار وعاء الضريبة:

حسب هذا المعيار نجد الضريبة الوحيدة والمتعددة.

- **الضريبة الوحيدة:** ويقصد بها أن تفرض ضريبة موحدة على الدخل المتولد على مختلف المصادر، بعد خصم جميع التكاليف اللازمة للحصول على الدخل، وبعبارة أخرى يجمع ما يحصل عليه الشخص الواحد من الدخول المختلفة على أنها وعاء واحد.

وتمتاز الضريبة الوحيدة بما يلي:

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص18-19.

- سهولة تحصيلها وقلة نفقات جبايتها.
- تأخذ بعين الاعتبار كل إمكانيات المكلف، وكذا مختلف أعبائه.
- تمتاز بالوضوح.

ويؤخذ عليها التالي:

- لا تصيب إلا جزءا من الثروة أو مظهرا واحدا من مظاهر النشاط الاقتصادي.
- الضريبة الوحيدة ثقيلة العبء على المكلفين، حيث تؤدي إلى إرهاق وعاء الضريبة وتجعل المكلفين يتهربون من دفعها.

- **الضريبة المتعددة:** يعني نظام الضرائب المتعددة، إخضاع الممول لأنواع مختلفة من الضرائب. فحسب هذا النظام تعتمد الدولة على أنواع متعددة من الضرائب التي يخضع لها المكلفون، ومن ثم تتعدد وتختلف الأوعية الضريبية، ويبرر اللجوء إلى هذا النظام اختلاف مصادر الثروة، وتكاليف تحقيق الدخل. ولهذا النوع من الضرائب عدة مزايا أهمها:

- يقلل من ظاهرة التهرب الضريبي، حيث أنه إذا أفلح الممول من التهرب من الضريبة الوحيدة ولم يتحمل نصيبه من الأعباء العامة، فإنه في ظل هذا النظام يستحيل عليه التهرب من كافة الضرائب.
- يقلل العبء الضريبي على المكلفين، إذ لا يؤدي إلى إرهاق الممول كما هو الشأن في الضريبة الوحيدة.

وبالرغم من هذه المزايا، نسجل على هذا النوع من الضرائب ما يلي:

إن الإفراط في تعدد الضرائب يؤدي إلى تعقيد النظام الضريبي وإلى عرقلة سير النشاط الاقتصادي وزيادة نفقات الجباية.

2. **معيار معدل أو سعر الضريبة:** يعرف معدل الضريبة بأنه مبلغ الضريبة في علاقته بوعاء الضريبة ويتحدد معدل الضريبة بشكل عام من طرف السلطات العامة بناءا على احتياجاتها من تغطية أعبائها.[1]

وتبعا لمعيار معدل الضريبة نجد الضريبة النسبية والتصاعدية.[2]

- **الضريبة النسبية:** ويقصد بالضريبة النسبية، النسبة المئوية الثابتة للاقتطاع الذي يفرض على المادة الخاضعة للضريبة ولا تتغير بتغير قيمتها، وخير مثال على ذلك الضريبة على أرباح الشركات في الجزائر،

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص25.

[2] محمد عباس محرزي، المخل إلى الجباية والضرائب، نفس المرجع السابق، ص59-60.

أين تفرض بمعدل 25% ولا يتغير المعدل بتغير قيمة المادة الخاضعة للضريبة، وتزداد الحصيلة الضريبية في الضريبية النسبية بنفس نسبة الزيادة في قيمة المادة الخاضعة لها

- **الضريبة التصاعدية:** ضريبة تفرض بمعدلات مختلفة باختلاف قيمة المادة الخاضعة لها والعكس صحيح، أي تزداد الحصيلة الضريبية التصاعدية بنسبة أكبر من زيادة قيمة المادة الخاضعة لها، ومن المتصور أن يقسم المشرع وعاء الضريبة على عدة شرائح، على أن تطبق على كل شريحة معدل خاص بها وفقا للأسلوب التقني المتبع في تطبيق المعدل التصاعدي.

وتأخذ الضريبة التصاعدية الشكلين التاليين: [1]

- ✓ **التصاعدية الإجمالية:** وفق هذه الطريقة يتم تقسيم دخول الممولين إلى عدة طبقات، وترتب هذه الأخيرة تصاعديا، ثم تفرض الضريبة بمعدل متزايد كلما انتقلنا من طبقة أكبر، ويعاب على هذا الشكل أن معدل الضريبة يعرف قفزة فجائية قاسية بمجرد ازدياد مقدار الوعاء الضريبي زيادة ضعيفة، مما قد يجعل المكلف يضطر إلى عدم التصريح بالزيادة في دخله.
- ✓ **التصاعدية بالشرائح:** تجنبنا لعيوب التصاعدية الإجمالية، وجد نمط التصاعدية بالشرائح، ويتضمن هذا الأسلوب إعفاء الحد الأدنى الضروري للمعيشة، أي مراعاة أوضاع المكلف الشخصية، ويتم تقسيم الدخل إلى شرائح ثم تفرض الضريبة بنسب مختلفة تتزايد كلما انتقلنا من شريحة إلى أخرى.

3. معيار تحمل العبء الضريبي:

وفقا لهذا المعيار نميز بين الضرائب المباشرة وغير المباشرة ويعد هذا التقسيم أهم تقسيمات الضرائب على الإطلاق وبالرغم من أهمية هذا التقسيمّ إلا أنه لا يوجد حتى الآن معيار دقيق للتمييز بين هذين النوعين، فأغلبية الكتاب الاقتصاديون يتفقون على أن الضرائب المباشرة هي ضرائب على الدخل والثروة، بينما الضرائب غير المباشرة هي ضرائب على التداول والإنفاق.

1) الضرائب المباشرة: تعرف على أنها اقتطاع قائم مباشرة على الأشخاص أو على الممتلكات، والذي يتم تحصيله بواسطة قوائم اسمية، والتي تنتقل مباشرة من المكلف بالضريبة إلى الخزينة العمومية، فهي التي لا يمكن انتقال عبئها بصفة كلية، وأن المكلف بها هو الذي يتحملها نهائيا ويمكن تصنيفها إلى:[2]

- **الضريبة على الدخل:** نظرا لتعدد مصادر الدخل فقد أصبحت الضريبة عليه ذات أهمية كبيرة في النظم

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص 26-27.

[2] حجار مبروكة، **اثر السياسة الضريبية على استراتيجية الاستثمار في المؤسسة**، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف-مسيلة، 2006، ص16-17.

الضريبية الحديثة، فقد يكون المصدر من العمل أو من رأس المال أو منهما معا كما يمكن أن يكون العمل تجاريا أو صناعيا أو مهنة حرة، وكل مصدر من هذه المصادر يدر دخلا يطلق عليه الدخل النوعي والفرعي، ومجموع الدخول التي يحصل عليها الفرد من المصادر المختلفة تعرف بالدخل الكلي.

من مزايا هذه الضريبة البساطة والسهولة في تحديد السعر الضريبي، بالإضافة إلى قلة نفقاتها بالنسبة لإدارة الضرائب وذلك لسهولة الحصول على المعلومات عن المكلف بالضريبة.[1]

- **الضريبة على رأس المال:** هي الضرائب التي تنشأ عن واقعة تملك رأس المال، ويقصد بواقعة تملك رأس المال من الناحية الضريبية مجموع الأموال العقارية (المبنية وغير المبنية) والمنقولة (الأسهم، السندات) والتي يمتلكها الشخص في لحظة معينة والقابلة للتقدير بالنقود، سواء كانت تدر دخلا أم لا، ومن أمثلتها حقوق التسجيل المدفوعة بمناسبة تملك عقارا مبنيا، أو غير مبني وبمقابل.[2]

2) **الضريبة غير المباشرة:** هي الضريبة التي يدفعها المكلف (الممول) مؤقتا ويستطيع نقل عبئها لشخص آخر، فهي تقع في معظم الأحيان على عناصر الاستهلاك أو الخدمات المؤداة، وبالتالي يتم تسديدها بطريقة غير مباشرة من طرف الشخص الذي يود استهلاك هذه الأشياء أو استعمال الخدمات الخاضعة للضريبة، ونستطيع تقسيم هذه الضرائب إلى ضرائب على الاستهلاك وضرائب التداول.[3]

- **الضرائب على الاستهلاك:** ويطلق عليه بالنفقات الجارية وهو بديل الدخل كقاعدة للضريبة، وتفرض هذه الضريبة على الفرد بمناسبة حدوثا واقعة الاستهلاك أو الإنفاق، والفرق بين الضريبة على الدخل والضريبة على الاستهلاك هو أن الضريبة على الدخل تفرض مباشرة عند حصول الفرد على الدخل بينما ضريبة الاستهلاك تفرض عند استخدام الدخل في الاستهلاك أي بطريقة غير مباشرة، وتقسم ضرائب الاستهلاك إلى نوعين هما:

- **ضريبة خاصة:** في هذه الحالة تفرض ضريبة الاستهلاك على مجموعة معينة من السلع والخدمات مثل: البنزين، السجائر، العطور، السينما.
- **ضرائب عامة على المبيعات:** تفرض هذه الضريبة على جميع السلع في حالة بيعها أو تداولها، وهي تعتبر ضريبة تراكمية نظرا لكونها تفرض عند كل مرحلة من تداول السلع فتفرض مثلا عند البيع من المنتج إلى تاجر الجملة ومرة ثانية عند البيع من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة ومن تاجر التجزئة إلى المستهلك

[1] حجار مبروكة، نفس المرجع السابق، ص17.
[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص20.
[3] حجار مبروكة، نفس المرجع السابق، ص17.

الأخير، ومن أهم مميزات هذه الضريبة وفرة حصيلتها نظرا لتغطيتها جميع أنواع السلع بالإضافة إلى محاربة الغش والتهرب الضريبي.

- **الضرائب على التداول:** وهي الضريبة التي تفرض على انتقال الثروة والعقارات من شخص لآخر ومن أمثلتها :

- **الضريبة على التسجيل:** تفرض هذه الضريبة عند إثبات واقعة انتقال الملكية من شخص لآخر.
- **ضريبة الطابع:** وهي الضريبة التي تفرض على عملية تداول الأموال وانتقالها من شخص لآخر.[1]

المطلب الثالث: القواعد الأساسية للضريبة والأهداف العامة

أولا: القواعد الأساسية للضريبة

يقصد بالقواعد الأساسية للضريبة تلك الأسس التي تلتزم بها الدولة عند التنظيم الفني للضريبة، وتهدف هذه القواعد إلى التوفيق بين مصلحتي الدولة (الخزينة العمومية) ومصلحة الممولين. ولقد صاغ آدم سميث هذه القواعد في: العدالة، اليقين، الملائمة في التحصيل، والاقتصاد في النفقة.

1) **قاعدة العدالة:** تعني هذه القاعدة أن يقوم كل فرد بالمساهمة في التكاليف والأعباء العامة للدولة طبقا لمقدرته النسبية، وبالتالي فإن الالتزام بدفع الضريبة يجب أن يتماشى مع مبدأ القدرة على الدفع،[2]غير أنه حديثا أخذت فكرة العدالة منحنى آخر في سن القوانين الضريبية، ذا أبعاد سياسية واقتصادية واجتماعية، وعليه فلتحقيق عدالة أكبر في توزيع العبء الضريبي بين الأفراد، أصبح يؤخذ كاستثناء عن عمومية الضريبة عند التنظيم الفني للضريبة لمقابلة اعتبارات يراها المشرع ضرورية، فيلجأ لعملية الاختلاف في المعاملة الضريبية.[3]

2) **قاعدة اليقين:** أي أن الضريبة المفروضة على كل فرد مؤكدة لا تحكمية ومحددة بالقانون بشكل واضح من دون أي غموض، فوقت الوفاء وطريقته والمقدار الذي يدفع يجب أن يكون واضحا ومحددا للمكلف، إن مثل هذا الوضوح والتحديد سوف يتيح للمكلف حساب حجم الضرائب المطلوب دفعها مع النصوص القانونية القائمة وبالتالي تتيح الفرصة له للاعتراض في حالة عدم توافق حجم الضريبة للمكلف بدفعها والقوانين المنظمة للضرائب. [4]

[1] حجار مبروكة، نفس المرجع السابق، ص18.

[2] سالم محمد الشوابكة، **المالية العامة والتشريعات الضريبية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015، ص73.

[3] حميد بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص9.

[4] فتحي أحمد ذياب عواد، **اقتصاديات المالية العامة**، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عملن، 2013، ص131.

3) **قاعدة الملائمة:** إن قاعدة الملائمة تعني ضرورة أن تكون جباية كل ضريبة في الوقت وبالطريقة المناسبة للمكلفين سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين، فمثلا إن الضريبة على الدخل يجب أن تستوفي في نهاية السنة والضريبة على المزارع يجب أن يجبى بعد جني المحصول وحصول المزارع على الإيراد الناجم عن بيع المحصول كما أن ضرائب الإنتاج بالنسبة للمنشآت الاقتصادية يجب أن تتحصل بعد تحقق المبيعات وتوفير السيولة النقدية. وتشير قاعدة الملائمة أيضا إلى ضرورة إشعار المكلف بدفع الضريبة سنويا ليتسنى له دفعها من دون أن تتراكم وبالتالي تترتب عليه الغرامات التأخيرية بالنسبة لبعض أنواع الضرائب.[1]

4) **قاعدة الاقتصاد في النفقة:** ويقصد بها أن يتم تحصيل الضريبة بأسهل الطرق التي لا تكلف إدارة الضرائب مبالغ كبيرة، خاصة إذا سادت إجراءات وتدابير إدارية في غاية التعقيد، مما يكلف الدولة نفقات قد تتجاوز حصيلة الضريبة ذاتها. ومراعاة هذه القاعدة يضمن للضريبة فعاليتها كمورد هام تعتمد عليه الدولة دون ضياع جزء منه من أجل الحصول عليه.[2]

أخيرا فإن كافة القواعد السالفة الذكر تدور في فلك فكرتي العدالة والمساواة الضريبية وما هي إلا تطبيقات لهما.

ثانيا: الأهداف العامة للضريبة

يمكن حصر الأهداف العامة للضريبة فيما يلي:

- **الهدف المالي:** ويقصد به تغطية الأعباء العامة، أي أن الضريبة تسمح بتوفير الموارد المالية للدولة بصورة تضمن لها الوفاء بالتزاماتها اتجاه الإنفاق على الخدمات المطلوبة لأفراد المجتمع، أي تمويل الإنفاق على الخدمات المطلوبة لأفراد المجتمع، أي تمويل الإنفاق على الخدمات العامة وعلى استثمارات الإدارة الحكومية (كبناء السدود والمستشفيات والجامعات وشق الطرق .....الخ). [3]
- **الهدف الاقتصادي:** ويقصد بها أن الضريبة تستخدم بهدف الوصول إلى حالة الاستقرار الاقتصادي، غير مشوب بالتضخم أو بالانكماش وأصبحت في إطار الدولة الحديثة أداة للتأثير في الأوضاع الاقتصادية وتحقيق الاستقرار الاقتصادي.[4]

[1] فتحي أحمد ذياب عواد، نفس المرجع السابق، ص132.

[2] محمد عباس محرزي، **اقتصاديات الجباية والضرائب**، نفس المرجع السابق، ص30.

[3] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص12.

[4] نفس المرجع السابق، ص12.

- **الهدف الاجتماعي:** الذي يتمثل في استخدام الضريبة لإعادة توزيع الدخل الوطني لفائدة الفئات الفقيرة محدودة الدخل، على سبيل المثال أن يقرر المشرع الضريبي تخفيف الأعباء الضريبية على ذوي الأعباء الأعباء العائلية الكبيرة. كإعفاء بعض المؤسسات والجمعيات التي تقدم خدمات اجتماعية معينة من الضرائب، أو قد تساهم الضريبة في المحافظة على إمكانية اقتناء بعض السلع ذات الاستهلاك الواسع بفرض ضرائب منخفضة المعدل على سلع الاستهلاك كالخبز والحليب أو الحفاظ على الصحة العمومية بفرض ضرائب مرتفعة المعدل على بعض السلع التي ينتج عنها أضرار صحية مثل المشروبات الكحولية والتبغ، أو بفرض ضرائب تصاعدية عالية على الدخول وعلى التركات في نفس الوقت الذي خفضت فيه الضرائب على السلع الضرورية الواسعة الانتشار عكس السلع الكمالية التي فرضت عليها ضرائب مرتفعة. وقد سمحت هذه الإجراءات الضريبية، بشكل فعال من تحقيق نوع من العدالة الاجتماعية وذلك بزيادة القدرة الشرائية للفئات محدودة الدخل والحد من تلك التي تتمتع بها الفئات مرتفعة الدخل.[1]
- **الهدف السياسي:** أي أن الضريبة أصبحت مرتبطة بشكل مباشر بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية العامة"، ففرض رسوم جمركية مرتفعة على منتجات بعض الدول، وتخفيضها على منتجات أخرى يعتبر استعمالا للضريبة لأهداف سياسية، كما هو الحال في الحروب التجارية بين البلدان المتقدمة (اليابان والولايات المتحدة الأمريكية).[2]

[1] محمد عباس محرزي، نفس المرجع السابق، ص34.

[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص13.

المبحث الثاني: ماهية التحصيل الضريبي

يعتبر التحصيل الضريبي من أهم الإجراءات التي تقوم بها الإدارة الضريبية بعد قيام مصلحة الضرائب بتحديد وقياس المادة الخاضعة للضريبة وتقدير الضريبة وحسابها بناءا على التصريح المقدم من قبل المكلف، ويترتب على سوء الإدارة الضريبية العديد من الآثار السلبية التي تمس الضرائب أولا والمكلفين بها ثانيا ثم الخزينة العمومية أخيرا. ومنها ظاهرة التملص الضريبي والازدواج الضريبي ولتشخيص هذه الظواهر سوف نقوم بالإلمام بالجوانب المختلفة لهم.

المطلب الأول: التنظيم الفني للضريبة

التنظيم الفني للضريبة يتناول كيفية قياس المادة الخاضعة للضريبة وربط وتحصيل الضريبة.

1- **وعاء الضريبة:** يقصد بوعاء الضريبة المال الذي في حوزة الفرد والذي تفرض عليه الضريبة وجميع الضرائب في الأنظمة الاقتصادية الحديثة وعاؤها الأموال أما الضرائب التي وعاؤها الأشخاص أو الرؤوس فقد كانت تستخدم الأنظمة الاقتصادية القديمة.[1]

2- **طرق تقدير وعاء الضريبة:** يتم تقدير وعاء الضريبة أو المادة الخاضعة لها إما بواسطة الادارة الضريبية أو بإقرار يقدم من الممول أو ببلاغ يقدم من الغير.

❖ **التقدير غير المباشر:** تقدر مادة الضريبة بصورة تقريبية طبقا لدلائل أو قرائن معينة تميز بصددها بين طريقة المظاهر الخارجية وطريقة التقدير الجزافي.

أ) **طريقة المظاهر الخارجية:** وتستند الإدارة الجبائية في تقدير وعاء الضريبة طبقا لهذه الطريقة على بعض المظاهر والقرائن الخارجية المحيطة بالممول، أو بالنشاط الخاضع لها، بحيث يتم تحديد هذه المظاهر بطريقة تحكمية، تسمى بالطريقة القياسية أو البيانية وتنهض هذه الطريقة أساس العلاقة المفترضة بين حجم دخل الممول والظواهر المحيطة به، من ذلك تحسب ضريبة الدخل طبقا للقيمة الايجارية لمسكن الممول، أو طبقا لعدد العمال التابعين لصاحب العمل، أو عدد الآلات أو طاقتها الإنتاجية ....الخ. [2]

وعلى الرغم مما تتميز به هذه الطريقة من سهولة وبساطة واقتصاد في نفقات الجباية، وعدم إثارتها الخلافات بين الممولين والإدارة الجبائية والتقليل من حالات الغش والتهرب من دفع الضريبة. فإن فيها مجافاة لقواعد

[1] فتحي أحمد ذياب عواد، نفس المرجع السابق، ص138.

[2] أحمد يونس البطريق، **المالية العامة- الضرائب والنفقات العامة**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص60.

العدالة، نظرا لاعتماد هذه الإدارة الجبائية على مظاهر خارجية قد لا تعبر على المقدرة التكليفية الحقيقية للممول من جهة، واستحالة تشخيص الضرائب التي تطبق هذه الطريقة لتحديد وعائها من جهة أخرى.[1]

ب) التقدير الجزافي: في هذه الطريقة يقوم المشرع يتحدد المادة الخاضعة للضريبة جزافا أي على أساس تقريبي

يستند إلى قرائن قانونية.[2]ويمكن أن تحدد بصورة اتفاقية بين إدارة الضرائب والمكلف وغالبا ما يتم الاتفاق على رقم معين يمثل مقدار دخله، وتسمى هذه الطريقة بالجزاف الإتفاقي أو(الجزاف الإداري)، إن عيوب هذه الطريقة هي نفسها عيوب الطريقة الأولى أي أنهما لا تستندان على أسس دقيقة في تقدير وعاء الضريبة يعني ذلك لا تطبقان مبدأ العدالة.[3]

❖ **التقدير المباشر:** تمثل هذه الطريقة، عند تقدير المادة الخاضعة للضريبة، تحديدا أكثر انضباطا ودقة من الطرق سالفة الذكر، إذ أنها تستند مباشرة إلى معرفة المادة الخاضعة للضريبة.

أ) **تصريح المكلف بالضريبة:** مضمون هذه الطريقة أن يقوم المكلف بالضريبة بنفسه بتقديم تصريح في موعد يحدده القانون ويتضمن هذا التصريح عناصر ثروته أو دخله أو المادة الخاضعة للضريبة بصورة عامة.[4]

وما يعاب هذه الطريقة عجزها على تحديد الوعاء الحقيقي، جراء لجوء الممول للتقليل من قيمة المادة الخاضعة للضريبة المصرحة من خلال إخفاء بعض العمليات، وبذلك يستطيع أن يتهرب جزئيا من الضريبة.[5]

ب) التصريح المقدم من الغير: بموجب هذه الطريقة يلتزم شخص آخر، غير المكلف بالضريبة، بتقديم التصريح إلى إدارة الضرائب. ويشترط أن تكون علاقة قانونية تربط بين المكلف بالضريبة وشخص الغير. مثال ذلك: أن يكون الغير مدينا للمكلف بالضريبة بمبالغ تعد ضمن الدخل الخاضع للضريبة، كصاحب العمل الذي يقدم تصريحا إلى إدارة الضرائب بالمبالغ المستحقة لديه للعاملين عنده والخاضعة للضريبة على الأجور والمرتبات.[6]

---

[1] أحمد يونس البطريق، نفس المرجع السابق، ص61.

[2] مجدى شهاب، **أصول الإقتصاد العام المالية العامة**، دار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، 2004، ص384.

[3] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص31.

[4] محمد عباس محرزي، **إقتصاديات المالية العامة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص300.

[5] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص32.

[6] محمد عباس محرزي، إقتصاديات المالية العامة، نفس المرجع السابق، ص301.

ت) تحصيل الضريبة: تعد مرحلة تحصيل الضريبة المرحلة النهائية وأهم مرحلة وأخطر مرحلة حيث أن إخفاق الإدارة الضريبية في تحصيل الضريبة، ناهيك عما قد يترتب على ذلك من ارتباك في تنفيذ خطط الموازنة العامة للدولة.

1) مفهوم تحصيل الضريبة:

نعني بتحصيل الضريبة (مجموعة العمليات والإجراءات التي تؤدي إلى نقل دين الضريبة من ذمة المكلف إلى الخزانة العامة وفقا للقواعد القانونية والضريبية المطبقة في هذا الصدد).[1]

ونعني به كذلك (قيام الإدارة المالية بجميع العمليات الضرورية لاستيفاء الإيرادات الضريبية من المكلفين وإيداعها خزينة الدولة).[2]

وهو أيضا (مجموعة من الإجراءات الإدارية والتقنية التي يتم بواسطتها تحويل قيمة الضريبة من ملكية المكلف بدفعها إلى الخزينة العمومية).[3]

2) **طرق تحصيل الضريبة:** يجب على الإدارة الضريبة أن تتبع طرق مختلفة لتحصيل الضريبة بحيث تختار طريقة التحصيل المناسبة التي تحقق كل من الاقتصاد في النفقات الجبائية والملائمة في تحديد مواعيد.

أ- **طريق الوفاء المباشر:** بعد قيام مصلحة الضرائب بربط الضريبة على الممول تخطره بدين الضريبة ومواعيد الوفاء بهذا الدين ومقر الإدارة الضريبية المختصة، فيقوم الممول بتوريد الضريبة في الأوقات المحددة لمكتب الضرائب المختص، وقد يتم ذلك على قسط واحد أو على عدة أقساط يحددها القانون الضريبي. كما قد يتم الوفاء المباشر عن طريق شراء أوراق مدموغة أو طوابع دبغة تلصق على المحررات والوثائق التي يطلبها المكلف من الإدارات الحكومية المختلفة كالشهادات المدرسية أو طلبات استخراج وثائق السفر للخارج أو وثائق الملكية ...وغيرها.

ب- طريقة الأقساط المقدمة: قد لا تنتظر مصلحة الضرائب إلى نهاية العام حتى يقوم المكلف بتوريد الضريبة إلى خزانة الدولة، وإنما تلزمه بدفع مقدما أقساط (ربع سنوية مثلا) تتناسب مع دخله المتوقع ومقدار الضريبة[4]

---

[1] سوزي عدلي ناشد، **أساسيات المالية العامة**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص199.

[2] مهدي محفوظ، **علم المالية العامة والتشريع المالي والضريبي**، دراسة مقارنة، الطبعة الرابعة، 2005، ص341.

[3] Pierre beltrame. la fiscalitè en France. Hachette supèrieurs 5èmnè edition. 1997. p45.

[4] عبد المجيد حامد دراز، **المالية العامة الضرائب والنفقات العامة**، الدار الجامعية، الاسكندرية، ص 66-67.

التي يتوقع أن يدفعها سنويا. وفي نهاية العام تتم التسوية فإذا كانت المدفوعات الضريبة أقل من دين الضريبة في ذمة الممول قام الممول بتسديد ما تبقى عليه من ضريبة وأما إذا كان إجمالي ما دفعه من أقساط يفوق مقدار الضريبة الواجب دفعها، قامت مصلحة الضرائب بسداد مستحقاته أو قيدت له ذلك كأقساط مقدمة للسنة التالية، وعلى طريق الأقساط المقدمة تفضل الطريقة الأولى حيث أنها تجعل العبء الضريبي موزعا على عدة أقساط مما يجعله أخف نسبيا على الممول مقارنة بالحال الأول فتنخفض معدلات التهرب الضريبي كما تمتاز هذه الطريقة أيضا بتوفير موارد ضريبية متجددة للخزانة يساعدها في تلبية احتياجات الإنفاق العام المتجددة.

ت-**الحجز من المنبع:** لعل هذه الطريقة في تحصيل الضريبة من أهم طرق التحصيل لمصلحة الضرائب حيث

تنعدم فرصة التهرب الضريبي من قبل الممول لأنه في الواقع يحصل على الدخل الصافي بعد أن تدفع الضريبة بواسطة شخص آخر أو جهة أخرى(المكلف بتوريد الضريبة) إضافة إلى ذلك تمكن هذه الطريقة مصلحة الضرائب من الحصول على تيار متجدد من الإيرادات العامة لتتوافق مع تيار النفقات العامة، وأخيرا لا تتحمل مصلحة الضرائب تكلفة هامة لجباية هذه الضريبة، حيث يلتزم المكلف بتوريدها إلى مصلحة الضرائب في الآجال المحددة ودونما مقابل.[1]

3) أهداف تحصيل الضريبة: تلعب الضرائب دورا هاما في تزويد الخزينة العمومية للدولة التي تقوم بدورها بتوريد المرافق العمومية، ومختلف النفقات العامة، وتغطيتها وتحقيق توزن اجتماعي واقتصادي، لذلك تهدف الدولة من وراء عملية التحصيل إلى: [2]

- ❖ خلق التوازن بين الإيرادات والنفقات العامة.
- ❖ الحفاظ على الاقتصاد الوطني بفضل التموين المتواصل لميزانية الدولة.
- ❖ فرض ضرائب على أعمال السلطة العامة، وبالتالي ضمان تحصيلها من المكلفين.
- ❖ تنظيم الدولة وتسيير مرافقها.
- ❖ منع التهرب الضريبي عن طريق فرض مختلف العقوبات على المتهربين.

المطلب الثاني: التملص والازدواج الضريبي

من أهم المشكلات التي تواجه الإدارات الضريبية في تطبيق قانون ضريبة الدخل، تتمثل في الإزدواج والتملص الضريبي.

[1] عبد المجيد حامد دراز، نفس المرجع السابق، ص67.

[2] ناصر مرادا، **فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق**، دار هومة، الجزائر، 2003، ص265.

أولا: التملص الضريبي

1- تعريف التملص الضريبي: فالتهرب الضريبي يتمثل في سعي المكلف للتخلص الكلي أوالجزئي من التزامه القانوني بدفع الضريبة المستحقة عليه، مستعينا في ذلك بمختلف الوسائل غير المشروعة قانونا، ولذلك فإن البعض يسميه بالغش الضريبي نظرا لاعتماده على طرق احتيالية مخالفة للقوانين الضريبية المعمول به.[1]

ويتخذ التهرب الضريبي الشكلين التاليين:

- **التهرب المشروع:** يقصد به تخلص المكلف من أداء الضريبة، نتيجة استفادته من بعض الثغرات الموجودة في التشريع الضريبي، والتي ينتج عنها التخلص من دفع الضريبة دون أن تكون هناك مخالفة للنصوص القانونية، كإنتاج بعض السلع بمواصفات مختلفة عن المنصوص عنها في القانون، أو التهرب من ضريبة التركات عن طريق توزيع هذه الأخيرة في شكل هبات للذين تربطهم بصاحب التركة قرابة من الدرجة الأولى على قيد الحياة حتى لا تخضع بعد وفاته تلك الأموال لضريبة التركات.[2]
- **التهرب غير المشروع:** يتضمن مخالفة قوانين الضرائب وتندرج تحته كافة طرق الغش المالي وما تنطوي عليه من طرق احتيالية للتخلص من الضريبة كإدخال السلع المستوردة خفية أو تقديرها بأقل من قيمتها، أو إعلان قيمة أقل من القيمة الحقيقة للسلع موضوع الضريبة، أو إخفاء كل أو بعض عناصر الدخل أو الثروة الخاضعة للضريبة وقد حدث التهرب غير المشروع عند ربط الضريبة بالحيلولة دون حصر مادتها عن طريق عدم تقديم الإقرارات الضريبية أو تقديم إقرارات غير صحيحة أو عند تحصيل الضريبة بإخفاء الممول أمواله بحيث يتعذر على الإدارة المالية استيفاء الضريبة المستحقة عليه من تلك الأموال.[3]

2- أسباب التملص الضريبي

أ- **الأسباب النفسية:** تلعب العوامل النفسية دورا هاما في التهرب من الضريبة. فالضريبة تخلق لدى المكلف

بدفعها شعورا بالضعف تجاه السلطات العامة، التي تتمتع بجميع وسائل الإكراه لإجباره على دفع جزء من أمواله للدولة. فالمكلف يدفع أمواله ولا يحصل على شيء مباشرة مقابل ما دفعه، الأمر الذي يجعله يقارن بين ما يمكن أن يعمله بذلك الجزء من أمواله عند عدم دفعه للدولة وبين ما تفعله الدولة بذلك الجزء من تمويل لنفقات كمالية أحيانا، لذلك يستاء الشخص من الضرائب ويحاول التخلص منها، خاصة في الدول ذات الأنظمة

[1] منصور ميلاد يونس، **مبادئ المالية العامة**، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1994، ص181.

[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص39-40.

[3] علي زغدود، **المالية العامة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص210.

غير العادلة، حيث يشعر الأفراد أن السلطات العامة تعمل على محاباة فئة دون أخرى من المكلفين أو جهة دون أخرى من البلد مما يدفعهم إلى محاولة التهرب من الضريبة.

ب-**الأسباب الاقتصادية:** وهي متعلقة بنوعية النشاط الغالب في مجتمع معين، فقد لوحظ انه إذا كانت المهن

ذات الأجر هي الأكثر شيوعا في دولة معينة فإن ظاهرة التهرب الضريبي تكون قليلة ومحدودة الأثر، وبالعكس كلما كانت المهن الحرة (تجارة- صناعة) مهمة كلما زادت أهمية التهرب الضريبي. ففي المهن ذات الأجر يمكن للإدارة الحصول على جميع المعلومات المتعلقة بأجر المكلف من جهة عمله، كما يمكن للإدارة الاعتماد على طريقة الاقتطاع من المنبع. ولكن هذه الإجراءات المحكمة غير ممكنة التطبيق في المهن الحرة، لذلك يكثر فيها التهرب الضريبي. [1]

ت-**الأسباب الإدارية:** للإدارة الضريبية دورا كبيرا في التوسع أو التضييق من التهرب الضريبي، فإذا كانت الإدارة الضريبية على درجة كبيرة من الكفاية والنزاهة في فرض الضريبة، فإن ذلك سوف يحد من التهرب الضريبي. في حين عدم كفاية الإدارة الضريبية، وانتشار الفساد في هذه الإدارة الذي بدوره سوف يؤدي إلى إيقاع الظلم على المكلفين الذين ليس أمامهم في مواجهة هذا الظلم إلا عن طريق التهرب الضريبي.[2]

ث-**الأسباب التشريعية:** تعود هذه الأسباب إلى:[3]

- تعقد تشريعات الضرائب وعدم استقرار النظام الضريبي من شأنه أن يخلق عدة مشاكل للمكلف، تتجلى في عدم فهمه للنصوص القانونية ومن أمثلة هذه التعقيدات كثرة المعدلات والإعفاءات والتخفيضات والتعديلات التي تزيد من احتمال التهرب.
- تعدد الضرائب مما يؤدي إلى إرهاق المكلف بالضرائب وترك ثغرات يمكن التسلل منها بسهولة.
- إن النظام الجبائي هو نظام تصريحي يعتمد على التصريح المقدم من طرف المكلف، وهذا مايزيد من نسبة التهرب.

[1] منصور ميلاد يونس، نفس المرجع السابق، ص184.

[2] سالم محمد الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص131.

[3] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص42.

3- طرق مكافحة التملص الضريبي

يوجد هناك أكثر من طريقة لمكافحة التهرب الضريبي وذلك بعد معرفة السبب للتهرب، وتختلف كل طريقة من دولة لأخرى مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذه الطرق لا تمنع من التهرب وتقضي عليه بل قد تحد من انتشاره ومن هذه الطرق:[1]

- **حق الإطلاع:** يجوز لموظفي الضرائب الإطلاع على الوثائق والملفات التي بحوزة المكلف وذلك ضمن القانون، مما يجعل المكلف أن يجعل المكلف أن يقدم معلومات صحيحة.
- **تقديم إقرار مؤيد باليمين:** تلجأ بعض التشريعات إلى الطلب من المكلف حلف اليمين شأن صحة المعلومات التي يقدمها للدوائر الضريبية، كما يحصل في فرنسا هذه الطريقة لا تصلح في جميع الدول لذا فإن استخدامها محدود.
- **التبليغ بواسطة الغير:** تجيز بعض القوانين في بعض الأحوال لكل شخص أن يدلي إلى الدوائر المالية بمعلومات من شأنها أن تساعد على اكتشاف التهرب الضريبي.
- **عدم المبالغة في تعدد الضرائب:** يجب أن تفرض الضرائب بالسعر والعدد القابل للتطبيق وأن تتلاءم مع الوضع الاقتصادي السائد وإمكانيات المواطنين فليس من المنطق أن نكثر من الضرائب في الوقت الذي لا يستطيع المواطن تحمل أعبائه، ومن هذا تلجأ الكثير من الدول إلى إعادة صياغة القوانين الضريبية بما يتلائم مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمالية.
- **الجباية من المصدر:** تلجأ بعض الدول إلى جباية الضريبة من منبعها وذلك كي تضمن توريدها للخزانة وتقليل احتمالات التهرب كأن تقتطع الضريبة على دخل الموظف من رب العمل قبل توزيعه على العاملين أو اقتطاع ضريبة الإنتاج من المصنع، قد يلجأ المشرع الضريبي إلى هذه الأسلوب، حيث يوجد موظفي الضريبة في نفس مصانع الإنتاج لمراقبته وفرض الضريبة عليه.
- توقيع عقوبات على المتأخرين عن الدفع والمتهربين.

ثانيا: الازدواج الضريبي

1) **تعريف الازدواج الضريبي:** (يعني الازدواج الضريبي تعرض المكلف لدفع الضريبة أكثر من مرة على نفس الوعاء أو المادة الخاضعة لها، لأكثر من سلطة مالية واحدة).[2]

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص43.

[2] ميثم صاحب عجام-علي محمد مسعود، **المالية العامة بين النظرية والتطبيق**، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014، ص241.

ومن هذا التعريف نستنتج أن هذه الظاهرة لا تتحقق إلا إذا توفرت الشروط التالية:

- وحدة الممول (وحدة الشخص المكلف بدفع الضريبة).
- وحدة الوعاء أو المادة الخاضعة للضريبة.
- وحدة الضرائب المفروضة، أي من نفس النوع.
- وحدة المدة التي يدفع عنها الممول الضريبة وتجدر الإشارة إلى أن الازدواج الضريبي يحدث نتيجة لتطبيق قانون أكثر من دولة على نفس الممول، ونفس المادة الخاضعة للضريبة وعلى نفس المدة.

2) أنواع الازدواج الضريبي: ونذكر منها:

أ- **من حيث النطاق:** نجد الازدواج الداخلي والازدواج الدولي كالآتي: [1]

- **الازدواج الداخلي:** ويقصد به ذلك الازدواج الذي يتحقق إذا خضع ممول معين داخل دولة معينة لنفس الضريبة، أو ضريبة مشابهة لها أكثر مرة.
- **الازدواج الدولي:** ويقصد به الازدواج الذي يتحقق عندما تفرض دولتان أو أكثر نفس الضريبة على نفس الشخص بالنسبة لنفس الوعاء، أي تحمل الممول الضريبة مرتين، أحدهما بالنسبة لما يفرضه قانون الدولة التي يعمل بها من ضرائب على ما تحقق عنها من مداخيل، ومرة ثانية بالنسبة للدولة التي ينتمي إليها من ضريبة على نفس هذه المداخيل.

ب-**من حيث النوع:** على سبيل الذكر لا حصر تنقسم إلى:[2]

- **الازدواج الاقتصادي:** ينتج الازدواج الاقتصادي عندما يتم فرض نفس الضريبة أو ضريبة أخرى مشابهة لها أكثر من مرة على ذات الشخص بالنسبة لنفس الدخل.
- **الازدواج القانوني:** يحدث الازدواج القانوني نتيجة لصدور قوانين الضرائب في نفس البلد متفرقة، وقد تكون الضرائب الجديدة متشابهة، أو نفس نوع الضرائب القديمة القائمة.

ت-**من حيث الاعتراف به:** ينقسم إلى الازدواج المقصود والغير مقصود.

- **الازدواج المقصود والغير مقصود:** يكون الازدواج مقصودا إذا كانت السلطة المالية قد تعمدت إحداثه لسبب أو لآخر ويكون غير مقصودا إذا لم تعمده هذه السلطة وغالبا مايكون الازدواج الداخلي مقصودا والدولي غير مقصود.[3]

---

[1] حميد بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص56.

[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص60.

[3] علي زغدود، المالية العامة، نفس المرجع السابق، ص216.

3) **أسباب الازدواج الضريبي:**

- تعدد السلطات المالية داخل الدولة.
- اختلاف التشريعات الضريبية لمختلف الدول واستقلالها.
- تعمد المشرع الضريبي الازدواج الضريبي.
- إنشاء المشروعات الاقتصادية التي تمارس نشاطها في أكثر من دولة وانتشار شركات المساهمة التي يتم التعامل فيما تصدره من أسهم وسندات في مختلف الدول.[1]

المطلب الثالث: التحصيل الضريبي في التجارة الإلكترونية

تثير التجارة الإلكترونية العديد من الإشكالات ذات التأثير السلبي على قدرة الحكومات هي تحصيل الضرائب المختلفة المعمول بها في الدولة، فالصراع بلغ حدته عندما بدأ التناقص في الحصيلة الضريبية، وذلك بسبب زيادة الانتفاع بالوسائل الإلكترونية في الوسط التجاري. فدولية التجارة الإلكترونية شكلت عاملا مشجعا لدى الكثير إلى التفكير في فتح سبل جديدة لإمكانية التهرب من الهيئات الضريبية، وخاصة في ظل افتقار هذه الهيئات إلى أساليب ضبط هذه التجارة الأمر الذي يسهل عملية التهرب الضريبي. ومن الواضح أن هذه القضية تتعلق بالمنتجات الرقمية التي يتم تبادلها عبر شبكة الانترنت حيث تواجه الإدارة الضريبية صعوبة في حصرها وضبطها، لذلك فإن هناك جانبين يجب الاهتمام بها فيما يتعلق بفرض وتحصيل الضرائب على عمليات التجارة الإلكترونية، وهما:[2]

الجانب الأول: يتمثل في طبيعة المنتجات، ففي الماضي كانت السلع مادية وكان يعتبر ضرب من الخيال وجود سلع رقمية تنتقل عبر شبكات الاتصالات، فكانت هذه المنتجات يتم تسليمها ماديا عبر الحدود، وتفرض عليها الضرائب بكل سهولة، لكن مع التطور التكنولوجي تحولت عالمية المنتجات المادية إلى منتجات رقمية تخترق الحدود دون أن تلفت نظر الهيئات الضريبية مما يثير صعوبة في تحقيق الرقابة الجبائية على هذه المنتجات.

الجانب الثاني: يتمثل في مكان الاستهلاك، فالضرائب وفق مبدأها الأساسي تفرض وتحصل في مكان الاستهلاك (ضريبة القيمة المضافة)، وكما هو معروف أن المورد (البائع) هو من تقع عليه مسؤولية تحصيل ضريبة القيمة المضافة عندما تربطه علاقة تجارية مع أحد الأفراد المستهلكين في نطاق دولته، لكن ماذا لو كان

[1] سالم محمد الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص127.

[2] محمد عدنان أمين زيد، **التنظيم الضريبي للتجارة الإلكترونية ومقترحات لتبنيها في الواقع الفلسطيني**، مذكرة ماجستير في برنامج المنازعات الضريبية، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2014، ص77-78.

التاجر في دولة والمستهلك في دولة، فهذه إشكالية تثيرها التجارة الإلكترونية للضرائب الغير مباشرة على المنتجات الرقمية.

وفي سياق ذلك تم تناول مجموعة من المبادئ التوجيهية في مؤتمر إتاوة بخصوص هذا النوع من الضرائب (الضرائب على الاستهلاك) وهي:[1]

- لابد أن يؤدي تطبيق القواعد الضريبية على الاستهلاك في حالة التبادلات عبر الحدود إلى فرض الضرائب في الدولة التي يتم فيها الاستهلاك.
- يجب أن يعالج موضوع تقديم المنتجات الرقمية في إطار الضرائب على الاستهلاك كما لو أنه تقديم سلعة مادية.
- عندما تقوم مؤسسات أو أفراد في دولة ما بشراء خدمات أو سلع رقمية من قبل الموردين بالخارج، فإن الدول لا بد لها من اتخاذ أسلوب التصفية فيما بينهما للمحافظة على القاعدة الضريبية وعلى الموردين الوطنيين.

ومن أجل رفع كفاءة الإدارات الضريبية في عملية تحصيل وجباية الضرائب يجب عليها الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما استفادت منه بيئة الأعمال التجارية، وذلك عن طرق استغلال تقنيات الاتصالات في مجال والتواصل مع المكلفين وتعزيز عملية تقديم المعلومات والإرشادات الضريبية، كل ذلك يساعد على تحسين درجة الامتثال الطوعي من قبل المكلفين تجاه الدوائر الضريبية في دفع المبالغ المستحقة عليهم ومن آليات تحصيل ضريبة القيمة المضافةTVA على الصفقات التجارية المعقودة عبر شبكة الإنترنت ما يلي: [2]

- **التقدير الذاتي والتصفية الذاتية:** هنا يقوم الشخص الموجه إليه الخدمة بتحديد الضريبة الواجبة على الخدمات والمنتجات الرقمية ودفع المبلغ إلى الإدارة الضريبية.
- **فرض الضرائب على المنبع وتحويلها:** وفق هذه الآلية يقوم البائع الذي يمتلك متجرا على شبكة الإنترنت بتحصيل ضريبة القيمة المضافة على الصادرات نحو غير المقيمين. ثم يقوم بدفع المحصلة للسلطات الضريبة الوطنية والتي بدورها تقوم بتحويلها للسلطات الضريبة للبلد المستهلك، وذلك بموجب اتفاقية ضريبية تربط الدولتين معا.

[1] قدي عبد المجيد، **دراسات في علم الضرائب**، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2011، ص187.

[2] قدي عبد المجيد، نفس المرجع السابق، ص187–188.

- **تحصيل الضرائب من قبل طرف ثالث مثل الوسطاء الماليين:** حيث يتم وفق هذه الآلية قيام الطرف الثالث (مؤسسات الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال) بتحصيل الضرائب على الاستهلاك على المدفوعات التي تتم بين الزبائن والموردين للمنتجات الرقمية، ثم يقوم بتحويل الضرائب للدولة التي تشكل نقطة الاستهلاك.
- **تحصيل الضرائب بالاعتماد على تسهيلات التكنولوجيا:** أي أن يتم استخدام برمجيات معينة ذات مناعة عالية ضد أي تهديد خارجي من أجل الاعتماد عليها في حساب الضريبة آليا على التعاملات التجارية الإلكترونية وتحويلها لبلد المستهلك.[1]

[1] قدي عبد المجيد، نفس المرجع السابق، ص188.

المبحث الثالث: فعالية التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي

مما لاشك فيه أن الأنظمة الضريبية وضعت في سياق تقليدي لتحكم أنشطة التجارة التقليدية لكن التجارة الإلكترونية عبارة عن مجال حديث يستلزم التعامل معه بمرونة وبآلية عمل مختلفة وبالتالي ينشأ عن هذا التباين إشكاليات تحيط بالأنظمة الضريبية التقليدية والتي لازالت تسير على النهج التقليدي في التحاسب والتنظيم الضريبي التي لم تواجه حتى الآن تحديات كبيرة حول تأثير نمو التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي، وسنسلط الضوء في هذا المبحث للتحديات المترتبة على التعاملات التجارية الإلكترونية كما سنناقش عدة حلول ونقترح إطارا عاما لتطبيق الضرائب على مثل هذه التجارة.

المطلب الأول: تحديات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية

أولا: بين إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة وبين إعفائها منها

تختلف آراء الفقهاء والباحثين حول قضية إخضاع أو إعفاء المعاملات التي تتم إلكترونيا وكل له حجته. فالذين يرون الإعفاء يستندون إلى:

- تشجيع رجال الأعمال والمشروعات في الدخول في صفقات عبر الشبكة العالمية للإنترنت،

وهوما يساعد على اللحاق بركب التكنولوجيا الحديثة وعصر الاتصالات من ناحية، وكذلك إكسابهم الخبرة في عقد الصفقات إلكترونيا وما يرتبط بها من التعرف والتدريب على الأمور المتعلقة بالتجارة الإلكترونية من ناحية أخرى.[1]

- إن خصوصية المستهلك عن طريق الإنترنت سيتم تهديدها في حال فرضت ضريبة على الإنترنت، ذلك أن المعلومات المطلوبة لتقدير الضريبة وتحصيلها وإعادتها كأسماء المشترين وعناوينهم وطبيعة مشترياتهم قد تهدد إمكانية استخدام الإنترنت.
- إن التكاليف الإدارية العالية المرافقة لفرض ضريبة على الإنترنت وما يعنيه ذلك من حساب للضريبة ونسبها المختلفة في الدول وتتبعها وتحصيلها والتدقيق عليها، فمتطلبات فرض هذه الضريبة وتحصيلها في ضوء ما

[1] طارق عبد العال حماد، **التجارة الإلكترونية المفاهيم– التجارب– التحديات والأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص689.

تواجهه من صعوبات قانونية وفنية ستكون مكلفة جدا، الأمر الذي قد يحد من إمكانية فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية.[1]

- تفادي الازدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية.
- نظرا لكون التجارة الإلكترونية تعتبر مجالا حديثا، فإن عملية فرض الضرائب عليها يتسم بالغموض وعدم الإستقرار، وعليه فإن إعفاء مشروعات التجارة الإلكترونية من الضرائب يتيح فرصة كسب الوقت لدراسة المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة وأخذ ما يناسب الدول النامية منها، كما يمنح فرصة لتدريب الإطارات الجبائية (مفتشي الضرائب) على التعامل مع تكنولوجيا حديثة، من حيث الإعداد والحصر الضريبي.
- إن فرض الضريبة على صفقات التجارة الإلكترونية قد يحد من انطلاقها ويؤدي إلى تعثرها وهي في مهدها في الدول النامية بصفة خاصة.[2]

بينما تتجه بعض الآراء الأخرى إلى فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية أسوة بالتجارة التقليدية، ويستند أصحاب هذا الرأي إلى: [3]

- إن عدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية سيؤدي إلى تفاقم زيادة خسائر الدول من العوائد الضريبية.
- استخدام عوائد الضريبة المفروضة على الإنترنت لمعالجة مشكلة البطالة، فمن المتوقع أن تقلل التجارة الإلكترونية من فرص الحصول على عمل، كما قد تضطر الكثيرين للتخلي على وظائفهم والتكيف مع متطلبات العمل الجديد، مما يعني أن الحكومات ستواجه مشكلة بطالة كبيرة بين رعاياها ستضطر لإنفاق مبالغ طائلة لمواجهتها واستيعاب آثارها، فتأتي العوائد الضريبية المتحققة من فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية لتشكل رافدا هاما لسد نفقاتها في هذا المجال.
- أن إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية من الضريبة مع إخضاع معاملات التجارة التقليدية للضريبة سوف يؤدي إلى الإخلال بمبدأ العدالة وهو أحد المبادئ الأساسية لفرض الضرائب والإعفاء منها أو تعديلها.
- أن الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية سواء عند الحصر أو الفحص الضريبي لا يجب أن تقف حائلا أمام إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة، ويمكن في هذا المجال مراعاة

---

[1] إبراهيم كامل الشوابكة، **ضريبة المبيعات على التجارة الإلكترونية**، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد رقم 34، جامعة اليرموك، اربد، الأردن، 2007، ص518.

[2] طارق عبد العال حماد، نفس المرجع السابق، ص689-690.

[3] إبراهيم كامل الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص519.

خصوصية التجارة الإلكترونية وذلك بوضع شروط وأسس خاصة متعلقة بالنماذج والمستندات والإقرارات المرتبطة بخضوع المعاملات التي تتم بوسائل إلكترونية للضريبة.

- إن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية مبكرا سيتيح للإدارة الضريبية اكتساب الخبرة من الواقع العملي وعرض المشكلات والصعوبات أمام تحصيل الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية أولا بأول أمام المسؤولين لدراستها واتخاذ ما يلزم بشأنها.

وهناك رأي ثالث يتجه إلى ضرورة التفرقة بين نوعين من السلع والخدمات حيث: [1]

- **النوع الأول:** الصفقات التي يتم فيها الاتفاق بين الطرفين إلكترونيا ولكنها يجب أن تسلم بالطرق التقليدية، ويتجه الرأي هنا إلى إخضاعها للمعاملة الضريبية العادية حسب القواعد العامة المطبقة في هذا الشأن.
- **النوع الثاني:** عقد الصفقة وإتمامها إلكترونيا كما في حالة خدمات المعلومات والبرامج، ويتجه أنصار هذا الرأي إلى عدم خضوعها للضريبة لعدة أسباب أهمها:
  - ✓ تشجيع حركة التجارة الإلكترونية وعدم تقييدها.
  - ✓ منع الازدواج الضريبي.
  - ✓ صعوبة حصر هذه العمليات وفحصها.

إنها آراء متضاربة ولكنها مؤسسة، تستند إلى حجج واقعية ومنطقية، وما يمكن ملاحظته، لحد الآن، أن المعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية تتطلب وضع شروط وأسس خاصة بالنماذج والإقرارات المرتبطة بخضوع المعاملات التي تتم بوسائل إلكترونية.

وبغض النظر عن قضية الإعفاء أم الإخضاع فإنه ثمة سؤال آخر يتعلق بأساس فرض الضريبة، إذ يثور حول فرض الضرائب على الدخل على الصفقات التجارية الإلكترونية الكثير من الجدل والنقاش والذي ينصب على مبدأ الذي تفرض على أساسه هذه الضرائب، يستند مبدأ السيادة الضريبية على أنه لكل دولة ذات سيادة الحق في فرض ضريبة على الأشخاص أو الأموال التي تدفع داخل حدوده الإقليمية، ولها أن تمد نطاق هذا الحق ليشمل الأشخاص والأموال التابعين لها والموجودين في الخارج.

وتنقسم الدول في تحديد هذه السيادة وذلك وفقا لقانونها الداخلي إلى فئتين:

[1] طارق عبد العال حماد، نفس المرجع السابق، ص691.

- **الفئة الأولى:** هي تلك التي تعتمد على مبدأ الإقليمية الذي يعتمد على جنسية الممول، أو اتخاذه الدولة مقرا الإقامة الدائمة فيها كأساس في فرض الضريبة على المداخيل المحققة من مصادر داخل الدولة أو خارجها وهو ما يسمى بمبدأ عالمية الإيراد أما غير المقيمين فالضريبة تفرض على الدخل الذي تحقق من مصادر داخل الدولة فقط، يأخذ بهذا المبدأ معظم الدول الصناعية.
- **الفئة الثانية:** هي تلك الدول التي تأخذ بمبدأ الإقامة والتي تعتمد على مصدر الدخل كأساس لفرض الضريبة على الأفراد المواطنين والأجانب المقيمين داخل الدولة، ولا تفرض الضريبة على الدخول التي تحقق خارج حدود الدولة. ويأخذ بهذا المبدأ غالبية الدول النامية.

كما أن هناك صعوبات أمام الفاحص الضريبي متعلقة بمراقبة التعاملات الإلكترونية، نظرا لأنها تتغير عبر الخطوط (Online) وباستخدام مواقع الويب والبريد الإلكتروني ووسائل الدفع الإلكترونية وتتمثل أهم هذه الصعوبات:

- ✓ مشكلة تحديد المكلف والملتزم بسداد الضريبة، خاصة وأن كانت الصفقة تتم إلكترونيا.
- ✓ صعوبة فحص المستندات الإلكترونية التي تعتبر في واقع الأمر كأثر للصفقة التي تمت بين المتعاملين.
- ✓ سهولة تغيير وإخفاء البيانات في السجلات الإلكترونية وبالتالي يصعب من مهنة الفاحص الضريبي.[1]

ثانيا: الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية.

هناك العديد من التحديات التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية نورد أهمها في مايلي:

- **سيادة الدولة:** استقر العرف التشريعي في أغلبية دول العالم على خضوع الكيانات الأجنبية والمقيمة خارج دولة ما لمعدلات الضريبة المفروضة على التعاملات التي تتم داخل الدولة، وهذا حسب مبدأ الإقليمية (التواجد المكاني)، ولذلك تحاول المؤسسات تجنب ذلك عن طريق التواجد التجاري على الإنترنت، أين يطرح المبدأ السابق مشكلا في تحديده بدقة. [2]

[1] محمد الأمين كماسي، عبد الغني دادن، **معوقات الجباية في ظل التعاملات الرقمية والنقود الإلكترونية**، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة، الجزائر، أيام 15-16-17 مارس، 2004، ص7-8.

[2] سهام كشكول عبد، **أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب**، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد 18، العدد68، جامعة بغداد، 2005، ص469.

- **العدالة الضريبية:** مع تزيد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم، وفي إطار مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدأ ظهور اختلاف في تحقيق العدالة الضريبية.[1]
- **صعوبة إثبات التعاملات والعقود:** تشمل معظم القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية أحكاما تشترط أن يتم إثبات التعاملات كتابة (أو ما يعرف بالتوثيق)، وعلى هذا الأساس، فإن غياب التشريعات والقوانين التي تأخذ في الحسبان العمليات التي تتم إلكترونيا من شأنه أن يحدث صعوبة في هذا المجال. أضف إلى ذلك تطرح السرية مشكلة عدم قدرة الإدارة الجبائية على معرفة محتوى المبادلات وبالتالي قيمتها ولا أيضا أسماء المتعاملين في بعض الأحيان، وهذا ما يشكل عائقا بالنسبة لجباية الضرائب. ثم تطور الإمضاءات الإلكترونية والأنظمة المركزية للدفع الإلكتروني، التي تتم مراقبتها من قبل المصارف ليس بإمكانه إرضاء الإدارة الجبائية.
- **عدم وجود أرضية لعمليات العبور الإلكترونية:** حيث يعتبر ذلك تحديا كبيرا للنظام الجبائي الجاري والذي يعتمد أساسا على كل من مفهوم المؤسسة الدائمة ومفهوم المكان في المبادلات الدولية والملاحظ عدم تطبيق هذين المفهومين في التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يؤدي إلى غياب النتائج المترتبة عنهما.[2]
- **عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الإلكترونية للضريبة:** تواجه دول العالم تحد رئيسيا نتيجة عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الإلكترونية للقواعد الجبائية، ويرجع ذلك لصعوبة تحديد الهوية، إذ يرى طرفي التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر، ونتيجة لذلك قد يستغل هؤلاء الأطراف ذلك لأغراض التهرب الضريبي بعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية، ضف إلى ذلك التحول نحو إنتاج منتجات رقمية، حيث أن هناك عدد من المنتجات مثل الصور الفوتوغرافية، والتسجيلات الصوتية، والإستشارت الطبية والمالية والخدمات التعليمية والبرامج التطبيقية، يمكن حاليا الحصول عليها مباشرة من خلال الإنترنت، مما يشكا تحد فيما يخص المعاملة الجبائية لهذه المنتجات، كما أنه أصبح مكان المؤسسات أن تنشأ متجر افتراضي على الإنترنت وتستطيع من خلاله أن تعرض وتبيع منتجاتها، كما أصبح مكان الزبائن أن يتجولوا في هذا المتجر وأن يطلبوا خدمات معينة وأن يستفسروا عن أسعار المتوجات المعروضة...، مما يطرح إشكال بخصوص المؤسسة الافتراضية وهل يمكن اعتبارها مؤسسة يمكن الاعتماد

[1] سهام كشكول، نفس المرجع السابق، ص465.

[2] دادن عبد الوهاب، **الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية النقاشات، المشاكل والتحديات**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، العدد03، جامعة ورقلة، الجزائر، 2004، ص164.

عليها كأساس للإسناد الجبائي، ومع غموض فكرة الاختصاص الضريبي سوف يصعب تحديد من يجب عليه دفع الضريبة أو تحصيلها.[1]

- **التملص الضريبي في التجارة الإلكترونية:** عادة متخلف المعاملات التجارية في عالم التجارة الإلكترونية والناشئة عبر شبكة الإنترنت في تحقيق معاملات وصفقات تجارية بعيدة عن سلطة وعين الإدارة الضريبية، خاصة المعاملات الخاصة التي تتم عبر شبكة الانترنت ويتم تسليمها إلكترونيا، حيث لا تخضع عملية التسليم لنقطة جمركية حاكمة، وأمام تطور أسلوب الدفع الإلكتروني. الأمر الذي يصعب على جهاز الضرائب فرض رقابة على البضائع أو حتى على أطراف الصفقة الذين يقومون بهذه الأعمال، إنما تعتمد على الإدارة على ما يقر به المتعامل من تصريحات، بدون معاينة مكانية، وربما قد تكون الصفقة خارج حدود الوطن، أو ربما تكون في أيام العطل لديهم، وبالتالي من الصعب السيطرة على هذه التجارة الإلكترونية، إذ نجد كلما توسعت، توسعت معها ظاهرة التملص الضريبي.[2]
- **الازدواج الضريبي والتجارة الإلكترونية:** في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية التي يشهدها عصرنا الحالي، تنبهت الدول إلى مسألة الازدواج الضريبي الناتج عن هذه المتغيرات، فالعالم أصبح قرية صغيرة لا تقيده الحدود المكانية في ممارسة التجارة، وتركز الاهتمام على إيجاد سبل لمعالجة الازدواج الضريبي الذي قد يقع على دخل للمؤسسات العاملة بأسلوب التجارة الإلكترونية. ومع منح كل دولة الحق في فرض الضرائب الأمر الذي نتج عنه ظهور إشكالية الازدواج الضريبي على الصفقة الواحدة، لأن دولة مصدر الدخل ترى أن لها الحق في فرض الضريبة على الدخل كون المؤسسة مارست نشاط تجاري ضمن حدودها، في الوقت نفسه ترى دولة موطن المؤسسة أن لها الحق في فرض الضريبة، وهذا يعني أن الصفقة الواحدة قد تتعرض لفرض الضريبة مرتين، مرة من قبل دولة مصدر الدخل ومرة من قبل دولة الموطن وهذا يشكل عائقا أمام انتشار التجارة الإلكترونية.[3]
- **قصور في العلاقة بين هيكل النظام الجبائي ومستحدثات تقنية المعلومات:**

[1] عزوز علي، **جباية المعاملات الإلكترونية، المشاكل والحلول**، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد01، جامعة الشلف، الجزائر، 2015، ص75.

[2] فارس فضيل، حمزة ضويفي، **الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة**، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في الجزائر وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011 ص2.

[3] سهام كشكول عبد، نفس المرجع السابق، ص470.

بالإضافة إلى ما سبق تثير التجارة الإلكترونية مجموعة من التحديات أمام النظم الضريبية القائمة. فلكي نناقش هذه التحديات نشير إلى أن هيكل النظام الضريبي بصفة عامة يتشكل من ثلاث دعامات رئيسية وهي: [1]

1. **التشريع الضريبي:** ويقصد به مجموعة من اللوائح والقوانين والتشريعات الصادرة من الجهات المتخصصة والخاصة بفرض الضرائب وتنظيم أساليب تحصيلها، وكذلك أحكام المحاكم وقرارات اللجان المتعلقة بالمنازعات الضريبية.
2. **الإدارة الضريبية:** وهي الجهة المختصة بتنفيذ قوانين الضرائب وتحصيل الموارد العامة للدولة ومتابعة الممولين.
3. **المجتمع الضريبي:** وهو المجتمع الخاضع للتشريع الضريبي، سواء كان أشخاصا اعتباريين (معنويين) أو طبيعيين، في ظل التطبيقات الناتجة عن ثورة تقنيات الاتصالات والمعلومات، والتي من بينها التجارة الإلكترونية، فقد ظهر قصور في العلاقة بين هيكل النظام الضريبي ومستحدثات تقنيات المعلومات، مما يؤثر سلبا على كفاءة الأداء الضريبي.وفي هذا الصدد فإنه يمكن الوقوف على ثلاث فجوات رئيسية في العلاقة بين كل من مفردات هيكل النظام الضريبي وتكنولوجيا المعلومات: [2]

- **فجوة تشريعية:** يواجه التشريع الإداري الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة التعاملات التجارية التقليدية، قصورا في المعاملات التجارية الإلكترونية، وعلى الرغم من قيام بعض الدول بالإعلان عن برنامجها القومي للتجارة الإلكترونية، فإن ذلك لم يواكبه الإعلان عن بدء الإصلاحات التشريعية السائدة، وإجراء التعديلات الضرورية وصياغة تشريعات جديدة تتوافق وطبيعة التعاملات التجارية الإلكترونية.
- **فجوة إدارية:** تختص الإدارة الضريبية بتنفيذ القوانين والتشريعات وحماية حقوق كل من الدولة والمجتمع الضريبي (الممولين)، وبذلك يصبح لزاما عليها استخدام الابتكارات التكنولوجية لضمان أعلى مستوى من كفاءة النظام الضريبي، ورغم ذلك لا تزال الإدارة الضريبية تعاني قصورا في الاعتماد عند أداء مهامها من حصر وفحص وتحصيل الضرائب.
- **فجوة مفاهيمية:** حيث يعاني المجتمع الضريبي من وجود فجوة مفاهيمية، وعلى الرغم من تطور حجم التعاملات التجارية الإلكترونية، فإنه لا يزال هناك قصورا في فهم المفاهيم والمفردات الخاصة بها، وما يترتب على ذلك التعاملات من اعتبارات قانونية، ولعل أوضح مثال على هذه الفجوة تحديد طبيعة بعض

---

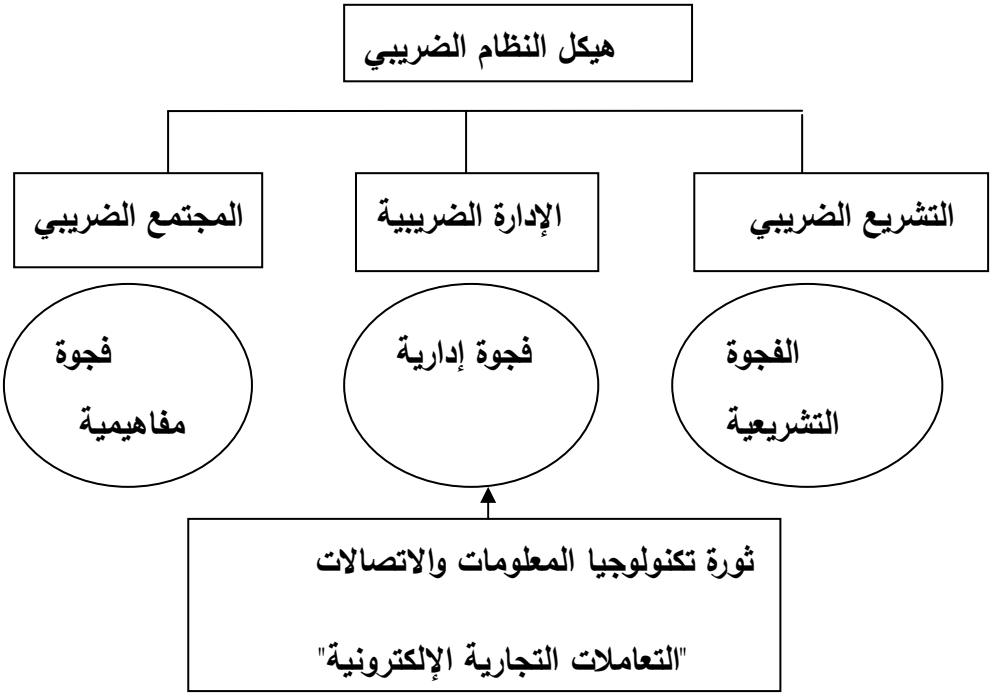
[1] رأفت رضوان وآخرون، **الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية**، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، مجلد02، العدد02، الكويت، 2000، ص5-6.

[2] التهامي طواهر محمد وآخرون، **تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية**، مجلة الاقتصاد والمجتمع، مجلد05، العدد02، جامعة ورقلة، الجزائر، 2003، ص11-12.

المنتجات من خلال شبكة الانترنت، وتصبح في هذه الحالة(منتجات رقمية)، وقد يقوم بطباعتها وبذلك تصبح (منتجا ماديا).

ويمكن توضيح ذلك في الشكل التالي:

الشكل رقم(02-01): العلاقة بين هيكل النظام الضريبي وتطبيقات تكونولوجيا المعلومات



المصدر: رأفت رضوان وآخرون، نفس المرجع السابق، ص06.

المطلب الثاني: الضرائب المقترح فرضها على التجارة الإلكترونية

على الرغم من الصعوبات التي تواجه موضوع الضرائب على التجارة الإلكترونية، إلا أنه لاعتبارات وأهداف عديدة لا يوجد ما يمنع الحكومات من البحث في ماهية الصورة الضريبية التي يمكن أن تفرض على معاملات التجارة الإلكترونية، ويمكن القول أن هناك نوعين من الضرائب يمكن النظر والبحث في فرضهما على التجارة الإلكترونية.

❖ **الضرائب الإلكترونية:** تعتبر الضرائب الإلكترونية صورة مستحدثة من الضرائب وتعتمد على المفاهيم الإلكترونية والتطورات التكنولوجية وبشكل يتفق مع مقتضيات التجارة الإلكترونية، ومن أهم أنواع الضرائب الإلكترونية ما يلي:

1- ضريبة الوحدة الرقمية(Bit tax): نتيجة الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب التقليدية على التجارة

الإلكترونية تم اللجوء للبحث عن ضريبة تتسم بخصائص إلكترونية متناسقة مع هذه التجارة، فظهر ما يسمى بضريبة(البت) والتي تم اقترحها من قبل(Arthur Cordell) (Thomas 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 واللاسلكية والتي تحمل وتمرر المعلومات الرقمية، فالضريبة ستفرض على حجم تدفق البيانات والتي سوف يتم جمعها وجبايتها من خلال مؤسسات الاتصالات ومن ثم العمل على إرسالها لسلطات الضريبية، وتعتبر ضريبة البت بديلا مناسبا لضريبة القيمة المضافة على السلع والخدمات 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 (bits8) تمثل واحد(byte) ويستخدم الأخير لتمثيل حرف واحد في كل اتصال، وبناءا على ذلك لن يكون هناك فرق عند فرض هذه الضريبة بين إذا ما كان المستخدم قد بعث بريد إلكتروني عادي أو كان طرفا في معاملة تجارية ضخمة، فالضريبة تقدر على أساس عدد الوحدات الرقمية المبثوثة بغض النظر عن قيمة المعلومات التي يتم بثها، وتعرضت ضريبة البت للانتقاد من عدة جهات منها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية من المؤتمر الوزاري الذي عقد في أتاواه عام 1998، ومنظمة التجارة العالمية والإتحاد الأوروبي، وذلك لكونها ضريبة محددة لا تأخذ في حسابها قيمة السلع التي تخضع للضريبة، كما أن قياس القيمة المضافة التي تنتج عن الوصول للإنترنت أمر معقد وبالتالي من الصعب فرض الضريبة عليها، ولذلك تواجه هذه الضريبة عقدات فنية تتمثل في تجهيز نقاط الوصول للإنترنت بأدوات تكنولوجية لقياس بث المعلومات، وعلاوة على ذلك فإن المستخدمون للإنترنت قد يقومون بإخفاء تدفق بياناتهم من خلال برمجيات تشفير خاصة وبذلك يتخلصوا من عبء ضريبة البت أضف لذلك أن ضريبة البت تفرض على كافة الاتصالات دون أخذ قيمتها بعين الاعتبار. فهي تساوي بين اتصال على الإنترنت لحضور فلم سينمائي وبين آخر لعقد صفقة تجارية بآلاف الدولارات، فأساس فرضها هو عدد الوحدات الرقمية المبثوثة دون النظر لقيمتها، الأمر الذي يجعل منها ضريبة عمياء. [1]

ويستنتج أن فرض ضريبة البت قد يخل بمبدأ العدالة الضريبية، كونها لا تميز في استخدام الإنترنت بين الفرد العادي الذي يستخدم الإنترنت للتصفح وبين الأفراد الذين يتخذون من الإنترنت وسيلة لإتمام صفقاتهم التجارية، وبذلك فهي لا تصلح لحل مشكلة الضرائب على التجارة الإلكترونية.[2]

2- فرض رسم على التجهيزات الإلكترونية: مضمون هذه الفكرة هو أن يتم فرض رسم على التجهيزات

[1] إبراهيم كامل الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص523.

[2] نفس المرجع السابق، ص524.

الإلكترونية التي تتيح للأفراد والمؤسسات الدخول إلى شبكة الإنترنت واستخدمها في ممارسة تجارتهم، حيث أن مايميز هذا الرسم أنه لا يعطي الفرصة للمؤسسات أو المستخدمين إلى الهروب والانتقال لممارسة تجارتهم في فضاء دولة أخرى لا تفرضه، وذلك لأنه يعتمد بالأساس على الرابطة المادية التي تتجسد في ربط المستخدم بالأنترنت، فالتجهيزات الإلكترونية من حاسوب وغيره ومستلزمات لها كيان مادي على أرض الواقع يسهل عملية ضبطها.[1]

❖ **الضرائب التقليدية:** هذا الاتجاه يستند إلى أن الضرائب المطبقة فعلا على التجارة التقليدية والمستقرة معاييرها وأنظمة تطبيقها وتحصيلها، هي من يجب أن تفرض على التجارة الإلكترونية بدلا من إيجاد أنواع جديدة من الضرائب بجانب الضرائب التقليدية، مع الأخذ بعين الاعتبار الطبيعة الخاصة للتجارة الإلكترونية ومحاولة إيجاد الحلول للصعوبات التي قد تنشأ في تطبيق الضرائب التقليدية على هذه التجارة. ومن أهم هذه الضرائب ما يلي:

1- **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 الإنترنت، وبذلك تساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين منها وذلك لأن أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الإنترنت 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 والخدمات الرقمية عبر الأنترنت.[2]

2- **الضريبة على المبيعات:** تعد الضريبة على المبيعات من أهم أنواع الضرائب الغير مباشرة لما تتميز فيه من سهولة الفرص والضبط والتحصيل، وقد تم تطبيق هذه الضريبة في بعض الولايات المتحدة الأمريكية التي اعتبرت المؤسسات التي تبيع البرامج الجاهزة(Software) موجودة في الولاية التي تحصل فيها على مقابل لاستعمال حقوقها داخل الولاية كاسمها التجارية أو علامتها التجارية، الأمر الذي يعني منح الحق للولاية في تحصيل الضريبة من مبيعات هذه المؤسسة داخل الولاية والتي يجري بيعها عبر شبكة الانترنت.[3] وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية العضو الوحيد في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الذي لا يفرض ضريبة القيمة

[1] https/www.taxweb.com.

[2] رأفت رضوان وآخرون، نفس المرجع السابق، ص15.

[3] عواد قبس، حسن، **مشكلات فرض وتحصيل الضرائب على عقود التجارة الإلكترونية**، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد12، العدد43، جامعة الموصل، العراق، 2010،ص205.

المضافة وإنما تستعيض عنها بفرض ضريبة المبيعات، والتي تقتصر إلى حد كبير على مبيعات التجزئة من السلع المادية، وتستثني السلع والخدمات المقدمة بصورة إلكترونية مثل(الموسيقى الرقمية) من ضريبة المبيعات فهي ليست خاضعة، لكن بالرغم من ذلك فهذه السياسة ليست موحدة في كل الولايات، حيث ان هناك عدد متزايد من الولايات تقوم بتوسيع فرض ضريبة المبيعات لتغطي السلع والخدمات الإلكترونية، كما أن إمكانية فرض هذه الضريبة يستبعد المعاملات الوسيطة مثل المعاملات التجارية التي تقع بين المصنع وتاجر الجملة والتجزئة كما هو الحال في ضريبة القيمة المضافة.[1]

وإنما تقتصر على مبيعات التجزئة للمستهلك النهائي. وهذا يعني أن تطبيق ضريبة المبيعات يقتصر على المعاملات التجارية بين قطاع الأعمال والمستهلكين(Business to Costomer) أي على المعاملات التي يكون المستهلك النهائي أحد أطرافها، ولا تطبق هذه الضريبة على المعاملات التجارية بين قطاعات الأعمال نفسها(Business to Business) شرط أن تكون السلع والخدمات التي يتم استبعادها من فرض الضرائب يعتزم بيعها فيما بعد إلى المستهلك النهائي، كما يقع عبء جمع وتحصيل وتقديم تقرير الضريبة المفروضة على مبيعات التجزئة في نفس الولاية على عاتق البائع الذي يلتزم بتحويلها فيما بعد إلى إدارة الضرائب.

ثانيا: مقارنة بين نظم وأساليب السيطرة على التجارة للأسلوبين التقليدي والإلكتروني

- **التعاملات التقليدية:** تتمثل أول نقطة تحكم التجارة التقليدية عند الجمارك منذ دخول السلعة أراضي البلد، حيث يتم أخذ رسوم الجمارك المقررة وفقا لكمية ونوع السلعة. وتقوم المؤسسة، بعد استلام السلعة تسجيلها في دفاترها المحاسبية الخاصة، التي يتم ترحيل حساباتها إلى حساب الأرباح والخسائر، حيث تقوم المؤسسة بدفع ضريبة وفقا لذلك في نهاية السنة (ضريبة مباشرة) وفي المقابل تقوم بفرض سعر للسلعة (أو المنتجات) يتضمن ضريبة المبيعات التي تحصلها من المشترين وتوردها إلى الحكومة (ضريبة غير مباشرة).[2]

وبالتالي فإن النظام التقليدي للسيطرة على المعاملات التجارية، داخليا وخارجيا، يعتمد أساليب متعددة أهمها: [3]

[1] Fredric huet , **la fiscalitè du commerce èlectronique**,edition litec, paris, 2000,p23

[2] التهامي طواهر محمد وآخرون، نفس المرجع السابق،3.

[3] نفس المرجع السابق، ص4.

- **نقاط الدخول والخروج:** يقصد بها فرض رقابة على نقاط الدخول والخروج من خلال الجمارك التي تضمن للدولة للسيطرة على المعاملات مع العالم الخارجي سواء أكانت هذه المعاملات تصديرا أو استيرادا في حالة السلع المادية.
- **قيد (تسجيل) المعاملات التجارية:** تفرض معظم الدول قيد المعاملات التجارية كافة، التي تقوم بها مؤسسات الأعمال. وعلى الرغم من اختلاف شروط القيد بالنسبة إلى المؤسسات الفردية والصغيرة بين دولة وأخرى، فإن كل دول العالم تفرض على المؤسسات ذات الحجم المناسب لاقتصادها إمساك دفاتر منتظمة تسجل فيها الوقائع والمعاملات التجارية.
- **حق فحص دفاتر القيد:** تتيح النظم الضريبية لمأموري الضرائب حق فحص دفاتر القيد للمؤسسات المفروض عليها إمساك الدفاتر المنظمة كإحدى أدوات الضبط والتحقق الحكومي، ويحق لمأموري الضرائب فحص أصل المعاملات كافة أو استخدام الأوراق الأصلية المنشأة العاملة.
- **العقود التجارية والقانون التجاري:** تضمن الدول استيفاء العقود التجارية المكتوبة، وبالتالي فقد ألزمت بطريقة غير مباشرة المتعاملين تجاريا كافة أن تتم تعاقداتهم من خلال تحرير عقود مكتوبة لتكون الأصل عند نشوء أي اختلاف في تنفيذ هذه العقود.

❖ **التعاملات الإلكترونية:**

تختلف نظم وأساليب التجارة الإلكترونية في هذا السياق عن الأسلوب التقليدي في بعض الأوجه التي تجعل من العسير فرض نفس نظم السيطرة الحالية ويتضمن ذلك:

- **استمرار نقاط الدخول والخروج:** ويتعلق الأمر بدورها في فرض السيطرة على المعاملات الخارجية للمؤسسات والشركات غير أن دورها سوف يقتصر على السيطرة على السلع المادية، وسيتقلص هذا الدور تبعا في السيطرة على المعاملات في السلع غير المادية، كالبرمجيات والتسجيلات الصوتية والمرئية.
- **استمرار قيد المعاملات التجارية إلكترونيا:** تحقق منظومة التجارة الإلكترونية سواء بالنسبة للمؤسسات الكبيرة أو الفردية والصغيرة إمكانية عير مسبوقة لإمساك دفاتر إلكترونية تسجل فيها كل المعاملات التجارية بصورة منظمة للغاية.
- **استمرار حق فحص دفاتر القيد الإلكتروني:** تحقق القوانين الحالية استمرار حق فحص دفاتر القيد، غير أن صورة هذه الدفاتر سوف تختلف عن الدفاتر الإلكترونية، كما سيواجه مأمورو الضرائب بعدم وجود وثائق أصلية يمكن المراجعة عليها، وهو ما يتطلب وجود آليات جديدة للمراجعة الضريبية تتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية.

- **العقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني:** سوف تواجه السلطات التشريعية في دول العالم بوجود مشكلات تتعلق بإثبات التعاقدات نظرا لطبيعة العقود الإلكترونية التي يتم تحريرها باستخدام نظم التوقيع الإلكتروني وأساليبه، وهو ما يتطلب إعادة النظر في وسائل الإثبات والتحقق.

المطلب الثالث: الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية

أولا: الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية:

يمكن الوقوف على عدد من الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتعاملات التجارية الإلكترونية، من بينها فرض ضريبة على الاستهلاك بدلا من فرضها على الوحدات الإنتاجية، وتطبيق ضريبة البيت Bit Tax.

- **فرض ضريبة على الاستهلاك:** تصب هذه الفكرة في إمكانية فرض ضريبة على المستهلك من خلال المؤسسات التي تقدم خدمة الإنترنت، بمعنى أن تقوم هذه المؤسسات بمحاسبة عملائها على التعاملات التي يجرونها عبر الإنترنت، أي تفرض ضريبة مبيعات على المعاملات المختلفة ثم تقوم بتحويل هذه الضريبة إلى الحكومة، أي أنها وسيط بين كل من الحكومة والمستهلكين، وتثير هذه الفكرة العديد من المواضيع المتعقلة بطرق تتبع المعاملات الإلكترونية للعملاء ومدى تضارب ذلك مع قوانين السرية والأمن، كذلك فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك إلى زيادة الأعباء الملقاة على كاهل المستهلكين، فبالإضافة إلى ثمن السلعة أو الخدمة سوف يقوم المستهلكون بدفع ضريبة للمؤسسات، وعليه فقد يؤدي ذلك إلى عرقلة نمو التجارة الإلكترونية، خاصة إذا قامت هذه المؤسسات بفرض أعباء ضريبية مرتفعة.[1]
- **تطبيق ضريبة البيت Bit tax:** ضريبة البيت Bit tax هي أحد الحلول المقترحة لتنظيم المعاملات التي تنطوي على انتقال الكتروني للبيانات، ويتم تحصيلها على أساس كمية البيتس bits الرقمية التي استخدامها أو نقلها، ويتطلب ذلك وجود معدات ذات مواصفات خاصة في الأجهزة المختلفة التي تقوم بنقل المعلومات "الكمبيوتر، الفاكس، وغيرها" خاصة بقياس البيانات على أساس البيتس، وقد نبعت هذه الفكرة من الأهمية القصوى التي تحتلها المعلومات والبيانات في عالم اليوم، حيث تعد دعامة البيئة الجديدة، فانتقال وتبادل

[1] سعيد عبد العزيز عتمان– العشماوي شكري رجب، **اقتصاديات الضرائب سياسات– نظم قضايا معاصرة**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص603.

المعلومات هو النشاط الرئيسي لهذه البيئة وعلى الرغم من ذلك فإن المكاسب المتولدة عن هذا النشاط غير منظورة حيث أنه لا توجد رقابة كافية أو رصد تام لهذا النشاط، وبالتالي فهو مصدر ثروة لا تنتفع به الدول المختلفة، ويمكن اعتبار ضريبة البيت من بين أفضل الحلول المقترحة لفرض ضريبة على انتقال السلع والخدمات غير الإلكترونية عبر الإنترنت، حيث أن هذه السلع يتم تحويلها إلى كمية من البيتس وتتم عملية انتقالها عبر الإنترنت وبالتالي فإن البيت تاكس سوف تتمكن من حصر العدد الفعلي من البيتس الذي تم نقله وتقوم بفرض هذه ضريبة عليه، وقد وجهت لهذه الفكرة العديد من الانتقادات، حيث أن فرض هذه الضريبة ستنطوي عليه العديد من المشاكل منها:

- الازدواج الضريبي، حيث أن المستهلك سوف يقوم بدفع ضريبة القيمة المضافة Tva عند شرائه الأجهزة الإلكترونية المختلفة التي يستخدمها في عملية تبادل ونقل المعلومات بالإضافة إلى ضريبة البيت Bit tax عند استخدامه لهذه الأجهزة في تبادل البيانات وهذا يؤدي بالتالي إلى فقدان الإنترنت وأجهزة نقل البيانات الأخرى إلى الميزة الأساسية التي تتمتع بها وهي انخفاض التكلفة.
- انخفاض نمو الإنترنت وما يترتب عليه من انخفاض في الأنشطة والأعمال المتوقع انبثاقها عن هذه الصناعة الجديدة التي تستوعب العديد من العمالة، وبالتالي فإن العديد من الفرص التي من شأنها تدعيم ودفع هذه الصناعة سوف تفقد الدافع لها للبدء أو الاستمرار، حيث أنها سوف تواجه بالعديد من الأعباء.
- إن تتبع تدفق البيانات ورصدها بهدف فرض ضريبة عليها يعد نوعا من أنواع الإعتداء على الخصوصية.
- ينطوي هذا النظام الجديد العديد من التكاليف والتعقيدات التي قد تؤدي إلى ظهور العديد من المشاكل التي قد تزيد نفقات إصلاحها عن الإيرادات المتوقع تولدها عن هذا النظام.

بالإضافة إلى ماسبق فإن تحديد قيمة الضريبة المفروضة وفقا لكمية البيتس المنتقلة قد ينطوي على نوع من الخداع، فقد تتكون السلعة أو الخدمة المنقولة من عدد صغير من البيتس وبالتالي يتم فرض قيمة ضريبية قليلة، وفي الوقت نفسه قد تكون قيمة بيع هذه السلعة أو الخدمة مرتفعة. وقد يكون الأمر مختلفا، عندما تتكون السلعة أو الخدمة من عدد كبير من البيتس وبالتالي تخضع لالتزامات ضريبية أكبر، وفي الوقت نفسه تكون قيمة بيع هذه السلعة منخفضة، وبالتالي فإن ذلك يتطلب محاولة لتطوير المقترح حتى يمكنه التغلب على هذه العقبة التي

قد تؤدي إلى اقتصار عملية الانتقال على وعاء معين من السلع والخدمات وهو الذي لا يحتوي على عدد كبير من البيتس ولكن قيمة بيعه غاية في الارتفاع.[1]

ثانيا: الإطار العام المقترح للضرائب على التجارة الإلكترونية.

من أجل توفير إطار عام ملائم ومنسجم مع عالم التجارة الإلكترونية، لا بد من إجراء تعديلات على النظام الضريبي.

- ❖ **الاطار المفاهيمي:** ومما لا شك فيه أن العديد من المفاهيم السائدة في عالم الضرائب يحتاج إلى إعادة مراجعة بصورة تحقق اتساق هذه المفاهيم مع المتغيرات التكنولوجية، ويشمل ذلك على سبيل المثال المفاهيم التالية:

- **مفهوم الإقليمية:** ويقصد هنا امتداد مفهوم الوجود ليشمل مقار المعلومات على شبكة الإنترنت ليس قصرها فقط على مفهوم التواجد المادي.
- **مفهوم العدالة الضريبية:** ويقصد بها هنا اتساع مفهوم العدالة الضريبية على المستوى العالمي بصورة تضمن تقليل حركة الأفراد والمؤسسات من جانب، ومن جانب آخر وجود اختلال في أسعار الحصول على السلع نتيجة الوسط الذي يتم تسليمها من خلاله.
- **مفهوم السلع والخدمات:** في إطار تزايد وتنامي السلع المادية وتحول بعض هذه السلع إلى خدمات، فإن هذه المفاهيم تحتاج إلى إعادة صياغة، بما لا يفرق بين نشاط تجاري ونشاط تجاري آخر بناء على نوع السلعة المتداولة، حيث يمكن تغيير بعض أشكال السلع من الصورة المادية إلى الصورة الإلكترونية.

- ❖ **الإطار التشريعي:** مهما حولنا تطبيق أساليب القياس فستبقى قضية إقرار الوثائق والعقود الإلكترونية هي مربط الفرس في إطار إطلاق طاقات التجارة الإلكترونية، وبالتالي فإن الإطار التشريعي يحتاج إلى إعادة الصياغة مع مراعاة مايلي:

- **إقرار التوقيعات الإلكترونية:** إن نظم التجارة الإلكترونية الحالية وما تشهده من تطور تجعل التوقيعات الإلكترونية أكثر صعوبة في التزوير من النظم الرقية، وهو ما يتطلب وجود آليات تشريعية تقر هذه التوقيعات الإلكترونية.
- **التعاقدات الإلكترونية:** إن التطور المستقبلي للتجارة الإلكترونية بمقتضى توفر بيئة قانونية تسهل وتعترف بالعمليات التجارية الإلكترونية، وتكون قادرة على تنظيم العقود الإلكترونية من حيث الشروط الواجب توفرها

[1] سعيد عبد العزيزعتمان- العشماوي شكري رجب، نفس المرجع السابق، ص604-605.

في العقد، والقبول والإيجاب بالعقد، وبذلك تشكل هذه البيئة القانونية مرجعا كاملا للتحقق الإلكتروني في الإثبات حين النزاع.

- **التشريعات الخاصة بتأمين الموارد التكنولوجية:** بوصفها أحد الموارد المطلوب حمايتها ويشمل ذلك كلمة السر مثلا، وكذا قواعد البيانات والبحث فيها بوصفها مرجعية يعتمد عليها.

❖ **الإطار التنفيذي:** يعتمد النظام الضريبي في المقام الأول على قيام مأموري الضرائب بمراجعة القيود الدفترية الواردة في ميزانية المؤسسات والشركات وحساب الأرباح والخسائر على الوثائق الأصلية (فواتير الشراء والبيع)، وذلك للتحقق من صحة ماورد من بيانات وبالتأكيد فإن التحول إلى نظم القيد الإلكتروني والعقود الإلكترونية وما قد يتبادر إلى الأذهان من إمكانية تعديل هذه العقود، يحتم اقتراح نظام للتحقق الإلكتروني من العقود من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية بين المؤسسة تحت الفحص الضريبي والمؤسسات التي تعاملت معها شراءا وبيعا. [1]

- **التحقق الإلكتروني:** إن التعامل الإلكتروني يتم بين طرفين كلاهما مجهز إلكترونيا بصورة تحقق تنفيذ هذا التعامل. حيث يكون لأحد أطراف الصفقة الرغبة في إثبات التعامل سواء بالقيمة الأساسية أو بقيمة أعلى (المصروفات) بينما يلجأ الطرف الآخر إلى قيده بقيمته الأصلية أو بقيمة أقل (الإيرادات) الأمر الذي يشكل نظاما رقابيا متكامل. بحيث تتم عملية التحقق الإلكتروني وفقا للخطوات التالية:

أ- إن القيد الإلكتروني موجود لدى الطرفين ويمكن التحقق منه من خلال رسالة إلكترونية ترسلها الجهة تحت الفحص بمعرفة مأمور الضرائب ويتم الرد عليها، ويتطلب ذلك الأسلوب وجود ما يسمى حق التحقق الإلكتروني، ويمكن برمجته أوتوماتيكيا بصورة تحقق عدم تحميل الجهة الأخرى أي أعباء إدارية للرد (تكون الرسالة من حاسب إلى حاسب).

ب- يقوم مأمور الضرائب بمراجعة العقود الإلكترونية باستخدام نظم المراجعة الحديثة أو التقليدية، وفي حالة رغبة مأمور الضرائب في التحقق من صحة أحد التعاقدات، فإنه يقوم بالضغط على زر خاص يقوم بإرسال رسالة إلى المؤسسة التي تم التعامل معها، وهي مسجلة في العقد الإلكتروني، تتضمن هذه الرسالة طلب إرسال نسخة من العقد كما هو مخزن لدى المؤسسة التي تم التعامل معها.

ت- تقوم المؤسسة المتعامل معها بالرد بإرسال رسالة إلكترونية تتضمن نسخة من صورة العقد، كما هي مسجلة لدى المؤسسة، ويتم المقارنة بين العقدين، وبناء على هذه المقارنة يمكن قبول أو رفض المعاملة.[2]

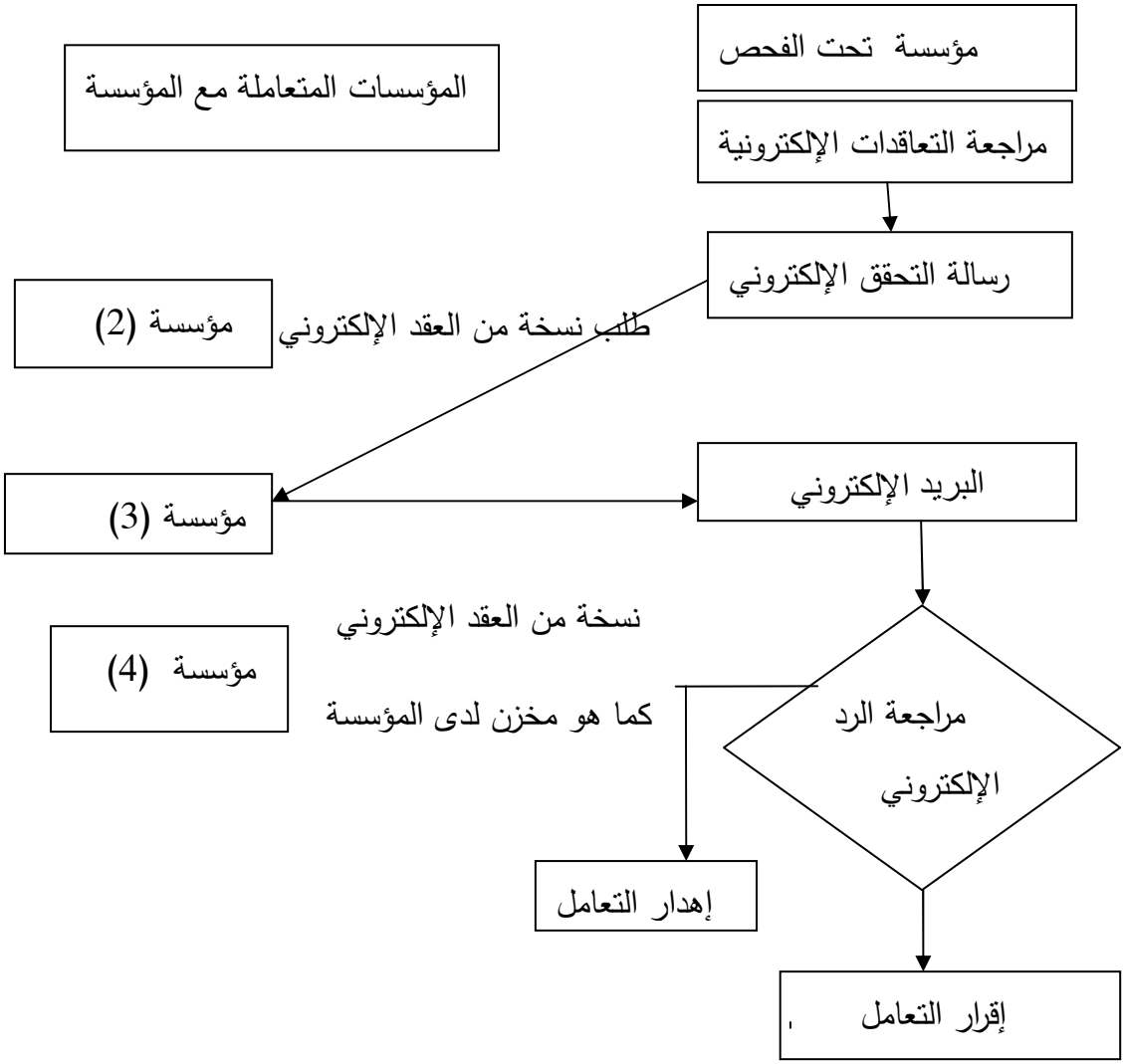
---

[1] محمد الأمين كماسي- عبد الغني دادن، نفس المرجع السابق، ص81.

[2] سعيد عبد العزيز عتمان- العشماوي شكري رجب، نفس المرجع السابق، ص608.

والشكل التالي يوضح الإطار الخاص بهذا النظام:

الشكل رقم(02-02): الإطار الخاص بنظام التحقق الإلكتروني



المصدر: رأفت رضوان وآخرون، نفس المرجع السابق، ص20.

❖ **الإطار الإجرائي**: اعتادت العديد من الدول على تقسيم الأنشطة المرتبطة بتحصيل الرسوم والضرائب بين عدة جهات متنوعة كالجمارك والضرائب العامة وضريبة المبيعات ...الخ. ولكن تشابك الأنشطة المختلفة أدى إلى توكيل بعض أنشطة قطاع معين ليقوم بها قطاع آخر، فقد نجد على سبيل المثال مصلحة الجمارك تقوم بتحصيل ضريبة المبيعات على الواردات من المستوردين عند نقطة الفحص الجمركي، ويعد تقدير

مصلحة الجمارك نهائيا، كما تعد هي صاحبة الاختصاص والولاية في تقدير الربط علما بأن ما يتم تحصيله يحول إلى ضريبة مبيعات.[1]

مع دخول التجارة الإلكترونية وإمكانية دخول السلع غير المادية دون العبور على المنافذ الجمركية فإننا أمام أحد الحلين الآتيين:

- إعفاء هذه السلع من الضرائب الجمركية وهو ما يخل بمبدأ المساواة الضريبية.
- أو فرض الضرائب الجمركية عليها عند قيام مأمور الضريبة العامة بالمراجعة السنوية لحسابات المؤسسات، ويتم التحصيل لصالح مصلحة الجمارك.

ولكن الاتجاه الأسلم قد يكون في توحيد الجهات التي تقوم بتحصيل الضريبة وتكامل أعمالها في المراحل المختلفة لضمان الحصول على الإيرادات وتحقيق العدالة الضريبية بغض النظر عن المنظمة التي يتم فيها التحصيل.[2]

[1] سعيد عبد العزيز عتمان، نفس المرجع السابق، ص609.

[2] سعيد عبد العزيز عتمان– العشماوي شكري رجب، نفس المرجع السابق، ص610.

خلاصة الفصل:

بعد التطرق لكل المفاهيم المرتبطة بالموضوع من مفهوم الضريبة، التي هي تعتبر اقتطاع نقدي تجبره الدولة على المكلف مساهمة منه في التكاليف والأعباء العامة ومن ثم تعرضنا لتعريف التحصيل الضريبي وطرق تحصيل الضرائب من المكلف والمشاكل التي تواجه عملية التحصيل من التهرب والازدواج الضريبي، وكذلك ظهور ما يسمى بالتجارة الإلكترونية والتي أثارت بدخولها في اقتصاديات الدول العديد من التحديات، فالآراء انقسمت والمواقف تعددت فهناك المؤيدة لفكرة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية وهناك من عارض ذلك، ومما لاشك فيه أن إشكالية التحصيل الضريبي على التجارة الإلكترونية تكمن في عمليات التبادل التجاري للمنتجات الرقمية من السلع والخدمات، أما بخصوص المنتجات المادية التي تطلب بصورة إلكترونية وتسلم بطريقة تقليدية فهي تعامل وفق نظام ضريبي منظم للتجارة التقليدية مع بعض الاختلافات التي تتعلق بالانتقال نحو إبرام العقود التجارية بالطريقة الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية والتي يجب أن يكون لكل منهما قانون خاص ينظم القضايا المتعلقة بهما.

تمهيد:

تعد الضريبة إحدى الأدوات المالية لاقتطاع جزء من ثروة الأفراد، وتقوم بتحويله إلى الدولة، وذلك باستخدامه في تحقيق أهدافها المختلفة. ومن ثم فإن الضريبة تمثل انعكاسا حقيقيا للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمجتمع التي تفرض فيه، كما أن الضريبة تتغير حجما، ووعاءا، وغرضا، بتغير الأوضاع، وتعد عملية التحصيل الضريبي أهم مرحلة لأن فيها تجمع حصيلة الدولة، وفي إطار العولمة والتطور التكنولوجي الهائل الذي يعرفها عالمنا اليوم برزت للوجود العديد من القضايا الجبائية الحديثة، التي أثرت على الحصيلة الضريبية، حيث أصبحت النظم الضريبية لمختلف الدول عاجزة على تتبعها، وفي مقدمتها التحديات التي تفرضها التجارة الإلكترونية، فإنه يبدوا أن اقتران هذه الأخيرة بتحصيل الضريبة سيشكل تحديا أمام إدارة الضرائب، أمام تطبيق القوانين والقواعد الضريبية في ظل هذه التعاملات التجارية الإلكترونية مما يؤثر على الحصيلة الضريبية.

وفي سياق ذلك سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الاعتبارات الضريبية للتجارة الإلكترونية ضمن ثلاث مباحث وهما:

مبحث الأول: ماهية الضريبة.

مبحث الثاني: التحصيل الضريبي.

مبحث الثالث: فعالية التحصيل الضريبي على التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية الضريبة

تعد الضريبة مورد مالي هام للدولة لتغطية النفقات العمومية، وأداة فعالة تمكن الدولة من التدخل في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، تجسيدا لأهدافها السياسية والمالية وسيتم التطرق من خلال هذا المبحث إلى مفهوم وخصائص الضريبة والأهداف العامة لها.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الضريبة

عرف الإنسان الضريبة منذ الأزل واختلف في تسميتها عبر العصور إلا أن المعنى واحد وذلك نظرا لتغير طبيعة ومبررات الضريبة مع تغيير النظم السياسية والظروف الاقتصادية والمالية لكل دولة ويمكننا إعطاء مفهوم للضريبة.

أولا: مفهوم الضريبة

يمكن تعريف الضريبة بأنها: (الضريبة اقتطاع إلزامي ونهائي من المال، محدد سلفا، ودون مقابل يقع على كاهل الذمة المالية لبعض الجماعات والأفراد من أجل تحقيق نفعا عاما وتغطية النفقات العامة.[1]

وتعرف أيضا: (أنها مبلغ نقدي تفرض على المكلفين بها حسب قدراتهم التساهمية والتي تقوم، عن طريق السلطة، بتحويل الأموال المحصلة وبشكل نهائي ودون مقابل محدد، نحو تحقيق الأهداف المحددة من طرف السلطة العمومية.[2]

ومن خلال هذه التعاريف يمكن أن نقدم تعريف شامل للضريبة: (هي اقتطاع مالي إلزامي ونهائي تحدده الدولة ودون مقابل بغرض تحقيق أهداف عامة.)

انطلاقا من التعاريف السابقة نستخلص الخصائص التالية:[3]

ثانيا: خصائص الضريبة

[1] منصور بن اعماره، **الضرائب على الدخل الإجمالي**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص17.

[2] محمد عباس محرزي، **المدخل إلى الجباية والضرائب**، دار للنشرITCIS ، الجزائر، 2010، ص9.

[3] حميدة بوزيدة، **جباية المؤسسات دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2007، ص8.

1. **الضريبة اقتطاع مالي:** إلا أنه في العصر الحديث تفرض الضريبة في شكل نقدي خلافا للنظم الضريبية السابقة.
2. **الضريبة تدفع بصفة إلزامية وإجبارية:** من قبل الأفراد وذلك لانفراد الدولة عن طريق القانون الجبائي بتحديد طرق الربط والتحصيل وإجراءات المتابعات والمنازعات.
3. **تدفع الضريبة بصفة نهائية:** أي أنها غير قابلة للاستيراد فهي ليست أمانة أو وديعة يستردها صاحبها فيما بعد.
4. **تدفع الضريبة بدون مقابل:** أي أن دافع الضريبة لا يعرف مقدار، ولا طبيعة المنفعة التي ستعود عليه من خلال النفع العام الذي تحققه الضريبة، وبهذا فلا مقابل خاص يعود على دافع الضريبة.
5. **تجبى الضريبة لتحقيق منفعة عامة:** فهي لا تحصل لغرض الإنفاق على شيء معين بذاته، بل لمواجهة نفقات عامة تخص جميع المواطنين والدولة، فمنفعتها.

المطلب الثاني: أنواع الضرائب

تتعدد أنواع الضرائب وتختلف صورها الفنية باختلاف الزمان والمكان ولكل نوع من هذه الأنواع مزايا وعيوب، لذلك لا تقتصر النظم الضريبية الحديثة على نوع من هذه الأنواع دون سواه، بل تحاول كل دولة أن تتخير مزيجا متكاملا من أنواع الضرائب، وأن تصيغه في أكثر صور التنظيم الفني ملائمة لتحقيق أهداف المجتمع .

ويمكن تقسيم الضرائب بالاستناد إلى عدة معايير وهي:[1]

1. معيار وعاء الضريبة:

حسب هذا المعيار نجد الضريبة الوحيدة والمتعددة.

- **الضريبة الوحيدة:** ويقصد بها أن تفرض ضريبة موحدة على الدخل المتولد على مختلف المصادر، بعد خصم جميع التكاليف اللازمة للحصول على الدخل، وبعبارة أخرى يجمع ما يحصل عليه الشخص الواحد من الدخول المختلفة على أنها وعاء واحد.

وتمتاز الضريبة الوحيدة بما يلي:

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص18-19.

- سهولة تحصيلها وقلة نفقات جبايتها.
- تأخذ بعين الاعتبار كل إمكانيات المكلف، وكذا مختلف أعبائه.
- تمتاز بالوضوح.

ويؤخذ عليها التالي:

- لا تصيب إلا جزءا من الثروة أو مظهرا واحدا من مظاهر النشاط الاقتصادي.
- الضريبة الوحيدة ثقيلة العبء على المكلفين، حيث تؤدي إلى إرهاق وعاء الضريبة وتجعل المكلفين يتهربون من دفعها.

- **الضريبة المتعددة:** يعني نظام الضرائب المتعددة، إخضاع الممول لأنواع مختلفة من الضرائب. فحسب هذا النظام تعتمد الدولة على أنواع متعددة من الضرائب التي يخضع لها المكلفون، ومن ثم تتعدد وتختلف الأوعية الضريبية، ويبرر اللجوء إلى هذا النظام اختلاف مصادر الثروة، وتكاليف تحقيق الدخل. ولهذا النوع من الضرائب عدة مزايا أهمها:

- يقلل من ظاهرة التهرب الضريبي، حيث أنه إذا أفلح الممول من التهرب من الضريبة الوحيدة ولم يتحمل نصيبه من الأعباء العامة، فإنه في ظل هذا النظام يستحيل عليه التهرب من كافة الضرائب.
- يقلل العبء الضريبي على المكلفين، إذ لا يؤدي إلى إرهاق الممول كما هو الشأن في الضريبة الوحيدة.

وبالرغم من هذه المزايا، نسجل على هذا النوع من الضرائب ما يلي:

إن الإفراط في تعدد الضرائب يؤدي إلى تعقيد النظام الضريبي وإلى عرقلة سير النشاط الاقتصادي وزيادة نفقات الجباية.

2. **معيار معدل أو سعر الضريبة:** يعرف معدل الضريبة بأنه مبلغ الضريبة في علاقته بوعاء الضريبة ويتحدد معدل الضريبة بشكل عام من طرف السلطات العامة بناءا على احتياجاتها من تغطية أعبائها.[1]

وتبعا لمعيار معدل الضريبة نجد الضريبة النسبية والتصاعدية.[2]

- **الضريبة النسبية:** ويقصد بالضريبة النسبية، النسبة المئوية الثابتة للاقتطاع الذي يفرض على المادة الخاضعة للضريبة ولا تتغير بتغير قيمتها، وخير مثال على ذلك الضريبة على أرباح الشركات في الجزائر،

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص25.

[2] محمد عباس محرزي، المخل إلى الجباية والضرائب، نفس المرجع السابق، ص59-60.

أين تفرض بمعدل 25% ولا يتغير المعدل بتغير قيمة المادة الخاضعة للضريبة، وتزداد الحصيلة الضريبية في الضريبية النسبية بنفس نسبة الزيادة في قيمة المادة الخاضعة لها

- **الضريبة التصاعدية:** ضريبة تفرض بمعدلات مختلفة باختلاف قيمة المادة الخاضعة لها والعكس صحيح، أي تزداد الحصيلة الضريبية التصاعدية بنسبة أكبر من زيادة قيمة المادة الخاضعة لها، ومن المتصور أن يقسم المشرع وعاء الضريبة على عدة شرائح، على أن تطبق على كل شريحة معدل خاص بها وفقا للأسلوب التقني المتبع في تطبيق المعدل التصاعدي.

وتأخذ الضريبة التصاعدية الشكلين التاليين: [1]

- ✓ **التصاعدية الإجمالية:** وفق هذه الطريقة يتم تقسيم دخول الممولين إلى عدة طبقات، وترتب هذه الأخيرة تصاعديا، ثم تفرض الضريبة بمعدل متزايد كلما انتقلنا من طبقة أكبر، ويعاب على هذا الشكل أن معدل الضريبة يعرف قفزة فجائية قاسية بمجرد ازدياد مقدار الوعاء الضريبي زيادة ضعيفة، مما قد يجعل المكلف يضطر إلى عدم التصريح بالزيادة في دخله.
- ✓ **التصاعدية بالشرائح:** تجنبنا لعيوب التصاعدية الإجمالية، وجد نمط التصاعدية بالشرائح، ويتضمن هذا الأسلوب إعفاء الحد الأدنى الضروري للمعيشة، أي مراعاة أوضاع المكلف الشخصية، ويتم تقسيم الدخل إلى شرائح ثم تفرض الضريبة بنسب مختلفة تتزايد كلما انتقلنا من شريحة إلى أخرى.

3. معيار تحمل العبء الضريبي:

وفقا لهذا المعيار نميز بين الضرائب المباشرة وغير المباشرة ويعد هذا التقسيم أهم تقسيمات الضرائب على الإطلاق وبالرغم من أهمية هذا التقسيمّ إلا أنه لا يوجد حتى الآن معيار دقيق للتمييز بين هذين النوعين، فأغلبية الكتاب الاقتصاديون يتفقون على أن الضرائب المباشرة هي ضرائب على الدخل والثروة، بينما الضرائب غير المباشرة هي ضرائب على التداول والإنفاق.

1) الضرائب المباشرة: تعرف على أنها اقتطاع قائم مباشرة على الأشخاص أو على الممتلكات، والذي يتم تحصيله بواسطة قوائم اسمية، والتي تنتقل مباشرة من المكلف بالضريبة إلى الخزينة العمومية، فهي التي لا يمكن انتقال عبئها بصفة كلية، وأن المكلف بها هو الذي يتحملها نهائيا ويمكن تصنيفها إلى:[2]

- **الضريبة على الدخل:** نظرا لتعدد مصادر الدخل فقد أصبحت الضريبة عليه ذات أهمية كبيرة في النظم

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص 26-27.

[2] حجار مبروكة، **اثر السياسة الضريبية على استراتيجية الاستثمار في المؤسسة**، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف-مسيلة، 2006، ص16-17.

الضريبية الحديثة، فقد يكون المصدر من العمل أو من رأس المال أو منهما معا كما يمكن أن يكون العمل تجاريا أو صناعيا أو مهنة حرة، وكل مصدر من هذه المصادر يدر دخلا يطلق عليه الدخل النوعي والفرعي، ومجموع الدخول التي يحصل عليها الفرد من المصادر المختلفة تعرف بالدخل الكلي.

من مزايا هذه الضريبة البساطة والسهولة في تحديد السعر الضريبي، بالإضافة إلى قلة نفقاتها بالنسبة لإدارة الضرائب وذلك لسهولة الحصول على المعلومات عن المكلف بالضريبة.[1]

- **الضريبة على رأس المال:** هي الضرائب التي تنشأ عن واقعة تملك رأس المال، ويقصد بواقعة تملك رأس المال من الناحية الضريبية مجموع الأموال العقارية (المبنية وغير المبنية) والمنقولة (الأسهم، السندات) والتي يمتلكها الشخص في لحظة معينة والقابلة للتقدير بالنقود، سواء كانت تدر دخلا أم لا، ومن أمثلتها حقوق التسجيل المدفوعة بمناسبة تملك عقارا مبنيا، أو غير مبني وبمقابل.[2]

2) **الضريبة غير المباشرة:** هي الضريبة التي يدفعها المكلف (الممول) مؤقتا ويستطيع نقل عبئها لشخص آخر، فهي تقع في معظم الأحيان على عناصر الاستهلاك أو الخدمات المؤداة، وبالتالي يتم تسديدها بطريقة غير مباشرة من طرف الشخص الذي يود استهلاك هذه الأشياء أو استعمال الخدمات الخاضعة للضريبة، ونستطيع تقسيم هذه الضرائب إلى ضرائب على الاستهلاك وضرائب التداول.[3]

- **الضرائب على الاستهلاك:** ويطلق عليه بالنفقات الجارية وهو بديل الدخل كقاعدة للضريبة، وتفرض هذه الضريبة على الفرد بمناسبة حدوثا واقعة الاستهلاك أو الإنفاق، والفرق بين الضريبة على الدخل والضريبة على الاستهلاك هو أن الضريبة على الدخل تفرض مباشرة عند حصول الفرد على الدخل بينما ضريبة الاستهلاك تفرض عند استخدام الدخل في الاستهلاك أي بطريقة غير مباشرة، وتقسم ضرائب الاستهلاك إلى نوعين هما:

- **ضريبة خاصة:** في هذه الحالة تفرض ضريبة الاستهلاك على مجموعة معينة من السلع والخدمات مثل: البنزين، السجائر، العطور، السينما.
- **ضرائب عامة على المبيعات:** تفرض هذه الضريبة على جميع السلع في حالة بيعها أو تداولها، وهي تعتبر ضريبة تراكمية نظرا لكونها تفرض عند كل مرحلة من تداول السلع فتفرض مثلا عند البيع من المنتج إلى تاجر الجملة ومرة ثانية عند البيع من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة ومن تاجر التجزئة إلى المستهلك

[1] حجار مبروكة، نفس المرجع السابق، ص17.
[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص20.
[3] حجار مبروكة، نفس المرجع السابق، ص17.

الأخير، ومن أهم مميزات هذه الضريبة وفرة حصيلتها نظرا لتغطيتها جميع أنواع السلع بالإضافة إلى محاربة الغش والتهرب الضريبي.

- **الضرائب على التداول:** وهي الضريبة التي تفرض على انتقال الثروة والعقارات من شخص لآخر ومن أمثلتها :

- **الضريبة على التسجيل:** تفرض هذه الضريبة عند إثبات واقعة انتقال الملكية من شخص لآخر.
- **ضريبة الطابع:** وهي الضريبة التي تفرض على عملية تداول الأموال وانتقالها من شخص لآخر.[1]

المطلب الثالث: القواعد الأساسية للضريبة والأهداف العامة

أولا: القواعد الأساسية للضريبة

يقصد بالقواعد الأساسية للضريبة تلك الأسس التي تلتزم بها الدولة عند التنظيم الفني للضريبة، وتهدف هذه القواعد إلى التوفيق بين مصلحتي الدولة (الخزينة العمومية) ومصلحة الممولين. ولقد صاغ آدم سميث هذه القواعد في: العدالة، اليقين، الملائمة في التحصيل، والاقتصاد في النفقة.

1) **قاعدة العدالة:** تعني هذه القاعدة أن يقوم كل فرد بالمساهمة في التكاليف والأعباء العامة للدولة طبقا لمقدرته النسبية، وبالتالي فإن الالتزام بدفع الضريبة يجب أن يتماشى مع مبدأ القدرة على الدفع،[2]غير أنه حديثا أخذت فكرة العدالة منحنى آخر في سن القوانين الضريبية، ذا أبعاد سياسية واقتصادية واجتماعية، وعليه فلتحقيق عدالة أكبر في توزيع العبء الضريبي بين الأفراد، أصبح يؤخذ كاستثناء عن عمومية الضريبة عند التنظيم الفني للضريبة لمقابلة اعتبارات يراها المشرع ضرورية، فيلجأ لعملية الاختلاف في المعاملة الضريبية.[3]

2) **قاعدة اليقين:** أي أن الضريبة المفروضة على كل فرد مؤكدة لا تحكمية ومحددة بالقانون بشكل واضح من دون أي غموض، فوقت الوفاء وطريقته والمقدار الذي يدفع يجب أن يكون واضحا ومحددا للمكلف، إن مثل هذا الوضوح والتحديد سوف يتيح للمكلف حساب حجم الضرائب المطلوب دفعها مع النصوص القانونية القائمة وبالتالي تتيح الفرصة له للاعتراض في حالة عدم توافق حجم الضريبة للمكلف بدفعها والقوانين المنظمة للضرائب. [4]

[1] حجار مبروكة، نفس المرجع السابق، ص18.

[2] سالم محمد الشوابكة، **المالية العامة والتشريعات الضريبية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015، ص73.

[3] حميد بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص9.

[4] فتحي أحمد ذياب عواد، **اقتصاديات المالية العامة**، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عملن، 2013، ص131.

3) **قاعدة الملائمة:** إن قاعدة الملائمة تعني ضرورة أن تكون جباية كل ضريبة في الوقت وبالطريقة المناسبة للمكلفين سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين، فمثلا إن الضريبة على الدخل يجب أن تستوفي في نهاية السنة والضريبة على المزارع يجب أن يجبى بعد جني المحصول وحصول المزارع على الإيراد الناجم عن بيع المحصول كما أن ضرائب الإنتاج بالنسبة للمنشآت الاقتصادية يجب أن تتحصل بعد تحقق المبيعات وتوفير السيولة النقدية. وتشير قاعدة الملائمة أيضا إلى ضرورة إشعار المكلف بدفع الضريبة سنويا ليتسنى له دفعها من دون أن تتراكم وبالتالي تترتب عليه الغرامات التأخيرية بالنسبة لبعض أنواع الضرائب.[1]

4) **قاعدة الاقتصاد في النفقة:** ويقصد بها أن يتم تحصيل الضريبة بأسهل الطرق التي لا تكلف إدارة الضرائب مبالغ كبيرة، خاصة إذا سادت إجراءات وتدابير إدارية في غاية التعقيد، مما يكلف الدولة نفقات قد تتجاوز حصيلة الضريبة ذاتها. ومراعاة هذه القاعدة يضمن للضريبة فعاليتها كمورد هام تعتمد عليه الدولة دون ضياع جزء منه من أجل الحصول عليه.[2]

أخيرا فإن كافة القواعد السالفة الذكر تدور في فلك فكرتي العدالة والمساواة الضريبية وما هي إلا تطبيقات لهما.

ثانيا: الأهداف العامة للضريبة

يمكن حصر الأهداف العامة للضريبة فيما يلي:

- **الهدف المالي:** ويقصد به تغطية الأعباء العامة، أي أن الضريبة تسمح بتوفير الموارد المالية للدولة بصورة تضمن لها الوفاء بالتزاماتها اتجاه الإنفاق على الخدمات المطلوبة لأفراد المجتمع، أي تمويل الإنفاق على الخدمات المطلوبة لأفراد المجتمع، أي تمويل الإنفاق على الخدمات العامة وعلى استثمارات الإدارة الحكومية (كبناء السدود والمستشفيات والجامعات وشق الطرق .....الخ). [3]
- **الهدف الاقتصادي:** ويقصد بها أن الضريبة تستخدم بهدف الوصول إلى حالة الاستقرار الاقتصادي، غير مشوب بالتضخم أو بالانكماش وأصبحت في إطار الدولة الحديثة أداة للتأثير في الأوضاع الاقتصادية وتحقيق الاستقرار الاقتصادي.[4]

[1] فتحي أحمد ذياب عواد، نفس المرجع السابق، ص132.

[2] محمد عباس محرزي، **اقتصاديات الجباية والضرائب**، نفس المرجع السابق، ص30.

[3] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص12.

[4] نفس المرجع السابق، ص12.

- **الهدف الاجتماعي:** الذي يتمثل في استخدام الضريبة لإعادة توزيع الدخل الوطني لفائدة الفئات الفقيرة محدودة الدخل، على سبيل المثال أن يقرر المشرع الضريبي تخفيف الأعباء الضريبية على ذوي الأعباء الأعباء العائلية الكبيرة. كإعفاء بعض المؤسسات والجمعيات التي تقدم خدمات اجتماعية معينة من الضرائب، أو قد تساهم الضريبة في المحافظة على إمكانية اقتناء بعض السلع ذات الاستهلاك الواسع بفرض ضرائب منخفضة المعدل على سلع الاستهلاك كالخبز والحليب أو الحفاظ على الصحة العمومية بفرض ضرائب مرتفعة المعدل على بعض السلع التي ينتج عنها أضرار صحية مثل المشروبات الكحولية والتبغ، أو بفرض ضرائب تصاعدية عالية على الدخول وعلى التركات في نفس الوقت الذي خفضت فيه الضرائب على السلع الضرورية الواسعة الانتشار عكس السلع الكمالية التي فرضت عليها ضرائب مرتفعة. وقد سمحت هذه الإجراءات الضريبية، بشكل فعال من تحقيق نوع من العدالة الاجتماعية وذلك بزيادة القدرة الشرائية للفئات محدودة الدخل والحد من تلك التي تتمتع بها الفئات مرتفعة الدخل.[1]
- **الهدف السياسي:** أي أن الضريبة أصبحت مرتبطة بشكل مباشر بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية العامة"، ففرض رسوم جمركية مرتفعة على منتجات بعض الدول، وتخفيضها على منتجات أخرى يعتبر استعمالا للضريبة لأهداف سياسية، كما هو الحال في الحروب التجارية بين البلدان المتقدمة (اليابان والولايات المتحدة الأمريكية).[2]

[1] محمد عباس محرزي، نفس المرجع السابق، ص34.

[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص13.

المبحث الثاني: ماهية التحصيل الضريبي

يعتبر التحصيل الضريبي من أهم الإجراءات التي تقوم بها الإدارة الضريبية بعد قيام مصلحة الضرائب بتحديد وقياس المادة الخاضعة للضريبة وتقدير الضريبة وحسابها بناءا على التصريح المقدم من قبل المكلف، ويترتب على سوء الإدارة الضريبية العديد من الآثار السلبية التي تمس الضرائب أولا والمكلفين بها ثانيا ثم الخزينة العمومية أخيرا. ومنها ظاهرة التملص الضريبي والازدواج الضريبي ولتشخيص هذه الظواهر سوف نقوم بالإلمام بالجوانب المختلفة لهم.

المطلب الأول: التنظيم الفني للضريبة

التنظيم الفني للضريبة يتناول كيفية قياس المادة الخاضعة للضريبة وربط وتحصيل الضريبة.

1- **وعاء الضريبة:** يقصد بوعاء الضريبة المال الذي في حوزة الفرد والذي تفرض عليه الضريبة وجميع الضرائب في الأنظمة الاقتصادية الحديثة وعاؤها الأموال أما الضرائب التي وعاؤها الأشخاص أو الرؤوس فقد كانت تستخدم الأنظمة الاقتصادية القديمة.[1]

2- **طرق تقدير وعاء الضريبة:** يتم تقدير وعاء الضريبة أو المادة الخاضعة لها إما بواسطة الادارة الضريبية أو بإقرار يقدم من الممول أو ببلاغ يقدم من الغير.

❖ **التقدير غير المباشر:** تقدر مادة الضريبة بصورة تقريبية طبقا لدلائل أو قرائن معينة تميز بصددها بين طريقة المظاهر الخارجية وطريقة التقدير الجزافي.

أ) **طريقة المظاهر الخارجية:** وتستند الإدارة الجبائية في تقدير وعاء الضريبة طبقا لهذه الطريقة على بعض المظاهر والقرائن الخارجية المحيطة بالممول، أو بالنشاط الخاضع لها، بحيث يتم تحديد هذه المظاهر بطريقة تحكمية، تسمى بالطريقة القياسية أو البيانية وتنهض هذه الطريقة أساس العلاقة المفترضة بين حجم دخل الممول والظواهر المحيطة به، من ذلك تحسب ضريبة الدخل طبقا للقيمة الايجارية لمسكن الممول، أو طبقا لعدد العمال التابعين لصاحب العمل، أو عدد الآلات أو طاقتها الإنتاجية ....الخ. [2]

وعلى الرغم مما تتميز به هذه الطريقة من سهولة وبساطة واقتصاد في نفقات الجباية، وعدم إثارتها الخلافات بين الممولين والإدارة الجبائية والتقليل من حالات الغش والتهرب من دفع الضريبة. فإن فيها مجافاة لقواعد

[1] فتحي أحمد ذياب عواد، نفس المرجع السابق، ص138.

[2] أحمد يونس البطريق، **المالية العامة- الضرائب والنفقات العامة**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص60.

العدالة، نظرا لاعتماد هذه الإدارة الجبائية على مظاهر خارجية قد لا تعبر على المقدرة التكليفية الحقيقية للممول من جهة، واستحالة تشخيص الضرائب التي تطبق هذه الطريقة لتحديد وعائها من جهة أخرى.[1]

ب) التقدير الجزافي: في هذه الطريقة يقوم المشرع يتحدد المادة الخاضعة للضريبة جزافا أي على أساس تقريبي

يستند إلى قرائن قانونية.[2]ويمكن أن تحدد بصورة اتفاقية بين إدارة الضرائب والمكلف وغالبا ما يتم الاتفاق على رقم معين يمثل مقدار دخله، وتسمى هذه الطريقة بالجزاف الإتفاقي أو(الجزاف الإداري)، إن عيوب هذه الطريقة هي نفسها عيوب الطريقة الأولى أي أنهما لا تستندان على أسس دقيقة في تقدير وعاء الضريبة يعني ذلك لا تطبقان مبدأ العدالة.[3]

❖ **التقدير المباشر:** تمثل هذه الطريقة، عند تقدير المادة الخاضعة للضريبة، تحديدا أكثر انضباطا ودقة من الطرق سالفة الذكر، إذ أنها تستند مباشرة إلى معرفة المادة الخاضعة للضريبة.

أ) **تصريح المكلف بالضريبة:** مضمون هذه الطريقة أن يقوم المكلف بالضريبة بنفسه بتقديم تصريح في موعد يحدده القانون ويتضمن هذا التصريح عناصر ثروته أو دخله أو المادة الخاضعة للضريبة بصورة عامة.[4]

وما يعاب هذه الطريقة عجزها على تحديد الوعاء الحقيقي، جراء لجوء الممول للتقليل من قيمة المادة الخاضعة للضريبة المصرحة من خلال إخفاء بعض العمليات، وبذلك يستطيع أن يتهرب جزئيا من الضريبة.[5]

ب) التصريح المقدم من الغير: بموجب هذه الطريقة يلتزم شخص آخر، غير المكلف بالضريبة، بتقديم التصريح إلى إدارة الضرائب. ويشترط أن تكون علاقة قانونية تربط بين المكلف بالضريبة وشخص الغير. مثال ذلك: أن يكون الغير مدينا للمكلف بالضريبة بمبالغ تعد ضمن الدخل الخاضع للضريبة، كصاحب العمل الذي يقدم تصريحا إلى إدارة الضرائب بالمبالغ المستحقة لديه للعاملين عنده والخاضعة للضريبة على الأجور والمرتبات.[6]

---

[1] أحمد يونس البطريق، نفس المرجع السابق، ص61.

[2] مجدى شهاب، **أصول الإقتصاد العام المالية العامة**، دار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، 2004، ص384.

[3] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص31.

[4] محمد عباس محرزي، **إقتصاديات المالية العامة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص300.

[5] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص32.

[6] محمد عباس محرزي، إقتصاديات المالية العامة، نفس المرجع السابق، ص301.

ت) تحصيل الضريبة: تعد مرحلة تحصيل الضريبة المرحلة النهائية وأهم مرحلة وأخطر مرحلة حيث أن إخفاق الإدارة الضريبية في تحصيل الضريبة، ناهيك عما قد يترتب على ذلك من ارتباك في تنفيذ خطط الموازنة العامة للدولة.

1) مفهوم تحصيل الضريبة:

نعني بتحصيل الضريبة (مجموعة العمليات والإجراءات التي تؤدي إلى نقل دين الضريبة من ذمة المكلف إلى الخزانة العامة وفقا للقواعد القانونية والضريبية المطبقة في هذا الصدد).[1]

ونعني به كذلك (قيام الإدارة المالية بجميع العمليات الضرورية لاستيفاء الإيرادات الضريبية من المكلفين وإيداعها خزينة الدولة).[2]

وهو أيضا (مجموعة من الإجراءات الإدارية والتقنية التي يتم بواسطتها تحويل قيمة الضريبة من ملكية المكلف بدفعها إلى الخزينة العمومية).[3]

2) **طرق تحصيل الضريبة:** يجب على الإدارة الضريبة أن تتبع طرق مختلفة لتحصيل الضريبة بحيث تختار طريقة التحصيل المناسبة التي تحقق كل من الاقتصاد في النفقات الجبائية والملائمة في تحديد مواعيد.

أ- **طريق الوفاء المباشر:** بعد قيام مصلحة الضرائب بربط الضريبة على الممول تخطره بدين الضريبة ومواعيد الوفاء بهذا الدين ومقر الإدارة الضريبية المختصة، فيقوم الممول بتوريد الضريبة في الأوقات المحددة لمكتب الضرائب المختص، وقد يتم ذلك على قسط واحد أو على عدة أقساط يحددها القانون الضريبي. كما قد يتم الوفاء المباشر عن طريق شراء أوراق مدموغة أو طوابع دبغة تلصق على المحررات والوثائق التي يطلبها المكلف من الإدارات الحكومية المختلفة كالشهادات المدرسية أو طلبات استخراج وثائق السفر للخارج أو وثائق الملكية ...وغيرها.

ب- طريقة الأقساط المقدمة: قد لا تنتظر مصلحة الضرائب إلى نهاية العام حتى يقوم المكلف بتوريد الضريبة إلى خزانة الدولة، وإنما تلزمه بدفع مقدما أقساط (ربع سنوية مثلا) تتناسب مع دخله المتوقع ومقدار الضريبة[4]

---

[1] سوزي عدلي ناشد، **أساسيات المالية العامة**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص199.

[2] مهدي محفوظ، **علم المالية العامة والتشريع المالي والضريبي**، دراسة مقارنة، الطبعة الرابعة، 2005، ص341.

[3] Pierre beltrame. la fiscalitè en France. Hachette supèrieurs 5èmnè edition. 1997. p45.

[4] عبد المجيد حامد دراز، **المالية العامة الضرائب والنفقات العامة**، الدار الجامعية، الاسكندرية، ص 66-67.

التي يتوقع أن يدفعها سنويا. وفي نهاية العام تتم التسوية فإذا كانت المدفوعات الضريبة أقل من دين الضريبة في ذمة الممول قام الممول بتسديد ما تبقى عليه من ضريبة وأما إذا كان إجمالي ما دفعه من أقساط يفوق مقدار الضريبة الواجب دفعها، قامت مصلحة الضرائب بسداد مستحقاته أو قيدت له ذلك كأقساط مقدمة للسنة التالية، وعلى طريق الأقساط المقدمة تفضل الطريقة الأولى حيث أنها تجعل العبء الضريبي موزعا على عدة أقساط مما يجعله أخف نسبيا على الممول مقارنة بالحال الأول فتنخفض معدلات التهرب الضريبي كما تمتاز هذه الطريقة أيضا بتوفير موارد ضريبية متجددة للخزانة يساعدها في تلبية احتياجات الإنفاق العام المتجددة.

ت-**الحجز من المنبع:** لعل هذه الطريقة في تحصيل الضريبة من أهم طرق التحصيل لمصلحة الضرائب حيث

تنعدم فرصة التهرب الضريبي من قبل الممول لأنه في الواقع يحصل على الدخل الصافي بعد أن تدفع الضريبة بواسطة شخص آخر أو جهة أخرى(المكلف بتوريد الضريبة) إضافة إلى ذلك تمكن هذه الطريقة مصلحة الضرائب من الحصول على تيار متجدد من الإيرادات العامة لتتوافق مع تيار النفقات العامة، وأخيرا لا تتحمل مصلحة الضرائب تكلفة هامة لجباية هذه الضريبة، حيث يلتزم المكلف بتوريدها إلى مصلحة الضرائب في الآجال المحددة ودونما مقابل.[1]

3) أهداف تحصيل الضريبة: تلعب الضرائب دورا هاما في تزويد الخزينة العمومية للدولة التي تقوم بدورها بتوريد المرافق العمومية، ومختلف النفقات العامة، وتغطيتها وتحقيق توزن اجتماعي واقتصادي، لذلك تهدف الدولة من وراء عملية التحصيل إلى: [2]

- ❖ خلق التوازن بين الإيرادات والنفقات العامة.
- ❖ الحفاظ على الاقتصاد الوطني بفضل التموين المتواصل لميزانية الدولة.
- ❖ فرض ضرائب على أعمال السلطة العامة، وبالتالي ضمان تحصيلها من المكلفين.
- ❖ تنظيم الدولة وتسيير مرافقها.
- ❖ منع التهرب الضريبي عن طريق فرض مختلف العقوبات على المتهربين.

المطلب الثاني: التملص والازدواج الضريبي

من أهم المشكلات التي تواجه الإدارات الضريبية في تطبيق قانون ضريبة الدخل، تتمثل في الإزدواج والتملص الضريبي.

[1] عبد المجيد حامد دراز، نفس المرجع السابق، ص67.

[2] ناصر مرادا، **فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق**، دار هومة، الجزائر، 2003، ص265.

أولا: التملص الضريبي

1- تعريف التملص الضريبي: فالتهرب الضريبي يتمثل في سعي المكلف للتخلص الكلي أوالجزئي من التزامه القانوني بدفع الضريبة المستحقة عليه، مستعينا في ذلك بمختلف الوسائل غير المشروعة قانونا، ولذلك فإن البعض يسميه بالغش الضريبي نظرا لاعتماده على طرق احتيالية مخالفة للقوانين الضريبية المعمول به.[1]

ويتخذ التهرب الضريبي الشكلين التاليين:

- **التهرب المشروع:** يقصد به تخلص المكلف من أداء الضريبة، نتيجة استفادته من بعض الثغرات الموجودة في التشريع الضريبي، والتي ينتج عنها التخلص من دفع الضريبة دون أن تكون هناك مخالفة للنصوص القانونية، كإنتاج بعض السلع بمواصفات مختلفة عن المنصوص عنها في القانون، أو التهرب من ضريبة التركات عن طريق توزيع هذه الأخيرة في شكل هبات للذين تربطهم بصاحب التركة قرابة من الدرجة الأولى على قيد الحياة حتى لا تخضع بعد وفاته تلك الأموال لضريبة التركات.[2]
- **التهرب غير المشروع:** يتضمن مخالفة قوانين الضرائب وتندرج تحته كافة طرق الغش المالي وما تنطوي عليه من طرق احتيالية للتخلص من الضريبة كإدخال السلع المستوردة خفية أو تقديرها بأقل من قيمتها، أو إعلان قيمة أقل من القيمة الحقيقة للسلع موضوع الضريبة، أو إخفاء كل أو بعض عناصر الدخل أو الثروة الخاضعة للضريبة وقد حدث التهرب غير المشروع عند ربط الضريبة بالحيلولة دون حصر مادتها عن طريق عدم تقديم الإقرارات الضريبية أو تقديم إقرارات غير صحيحة أو عند تحصيل الضريبة بإخفاء الممول أمواله بحيث يتعذر على الإدارة المالية استيفاء الضريبة المستحقة عليه من تلك الأموال.[3]

2- أسباب التملص الضريبي

أ- **الأسباب النفسية:** تلعب العوامل النفسية دورا هاما في التهرب من الضريبة. فالضريبة تخلق لدى المكلف

بدفعها شعورا بالضعف تجاه السلطات العامة، التي تتمتع بجميع وسائل الإكراه لإجباره على دفع جزء من أمواله للدولة. فالمكلف يدفع أمواله ولا يحصل على شيء مباشرة مقابل ما دفعه، الأمر الذي يجعله يقارن بين ما يمكن أن يعمله بذلك الجزء من أمواله عند عدم دفعه للدولة وبين ما تفعله الدولة بذلك الجزء من تمويل لنفقات كمالية أحيانا، لذلك يستاء الشخص من الضرائب ويحاول التخلص منها، خاصة في الدول ذات الأنظمة

[1] منصور ميلاد يونس، **مبادئ المالية العامة**، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1994، ص181.

[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص39-40.

[3] علي زغدود، **المالية العامة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص210.

غير العادلة، حيث يشعر الأفراد أن السلطات العامة تعمل على محاباة فئة دون أخرى من المكلفين أو جهة دون أخرى من البلد مما يدفعهم إلى محاولة التهرب من الضريبة.

ب-**الأسباب الاقتصادية:** وهي متعلقة بنوعية النشاط الغالب في مجتمع معين، فقد لوحظ انه إذا كانت المهن

ذات الأجر هي الأكثر شيوعا في دولة معينة فإن ظاهرة التهرب الضريبي تكون قليلة ومحدودة الأثر، وبالعكس كلما كانت المهن الحرة (تجارة- صناعة) مهمة كلما زادت أهمية التهرب الضريبي. ففي المهن ذات الأجر يمكن للإدارة الحصول على جميع المعلومات المتعلقة بأجر المكلف من جهة عمله، كما يمكن للإدارة الاعتماد على طريقة الاقتطاع من المنبع. ولكن هذه الإجراءات المحكمة غير ممكنة التطبيق في المهن الحرة، لذلك يكثر فيها التهرب الضريبي. [1]

ت-**الأسباب الإدارية:** للإدارة الضريبية دورا كبيرا في التوسع أو التضييق من التهرب الضريبي، فإذا كانت الإدارة الضريبية على درجة كبيرة من الكفاية والنزاهة في فرض الضريبة، فإن ذلك سوف يحد من التهرب الضريبي. في حين عدم كفاية الإدارة الضريبية، وانتشار الفساد في هذه الإدارة الذي بدوره سوف يؤدي إلى إيقاع الظلم على المكلفين الذين ليس أمامهم في مواجهة هذا الظلم إلا عن طريق التهرب الضريبي.[2]

ث-**الأسباب التشريعية:** تعود هذه الأسباب إلى:[3]

- تعقد تشريعات الضرائب وعدم استقرار النظام الضريبي من شأنه أن يخلق عدة مشاكل للمكلف، تتجلى في عدم فهمه للنصوص القانونية ومن أمثلة هذه التعقيدات كثرة المعدلات والإعفاءات والتخفيضات والتعديلات التي تزيد من احتمال التهرب.
- تعدد الضرائب مما يؤدي إلى إرهاق المكلف بالضرائب وترك ثغرات يمكن التسلل منها بسهولة.
- إن النظام الجبائي هو نظام تصريحي يعتمد على التصريح المقدم من طرف المكلف، وهذا مايزيد من نسبة التهرب.

[1] منصور ميلاد يونس، نفس المرجع السابق، ص184.

[2] سالم محمد الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص131.

[3] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص42.

3- طرق مكافحة التملص الضريبي

يوجد هناك أكثر من طريقة لمكافحة التهرب الضريبي وذلك بعد معرفة السبب للتهرب، وتختلف كل طريقة من دولة لأخرى مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذه الطرق لا تمنع من التهرب وتقضي عليه بل قد تحد من انتشاره ومن هذه الطرق:[1]

- **حق الإطلاع:** يجوز لموظفي الضرائب الإطلاع على الوثائق والملفات التي بحوزة المكلف وذلك ضمن القانون، مما يجعل المكلف أن يجعل المكلف أن يقدم معلومات صحيحة.
- **تقديم إقرار مؤيد باليمين:** تلجأ بعض التشريعات إلى الطلب من المكلف حلف اليمين شأن صحة المعلومات التي يقدمها للدوائر الضريبية، كما يحصل في فرنسا هذه الطريقة لا تصلح في جميع الدول لذا فإن استخدامها محدود.
- **التبليغ بواسطة الغير:** تجيز بعض القوانين في بعض الأحوال لكل شخص أن يدلي إلى الدوائر المالية بمعلومات من شأنها أن تساعد على اكتشاف التهرب الضريبي.
- **عدم المبالغة في تعدد الضرائب:** يجب أن تفرض الضرائب بالسعر والعدد القابل للتطبيق وأن تتلاءم مع الوضع الاقتصادي السائد وإمكانيات المواطنين فليس من المنطق أن نكثر من الضرائب في الوقت الذي لا يستطيع المواطن تحمل أعبائه، ومن هذا تلجأ الكثير من الدول إلى إعادة صياغة القوانين الضريبية بما يتلائم مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمالية.
- **الجباية من المصدر:** تلجأ بعض الدول إلى جباية الضريبة من منبعها وذلك كي تضمن توريدها للخزانة وتقليل احتمالات التهرب كأن تقتطع الضريبة على دخل الموظف من رب العمل قبل توزيعه على العاملين أو اقتطاع ضريبة الإنتاج من المصنع، قد يلجأ المشرع الضريبي إلى هذه الأسلوب، حيث يوجد موظفي الضريبة في نفس مصانع الإنتاج لمراقبته وفرض الضريبة عليه.
- توقيع عقوبات على المتأخرين عن الدفع والمتهربين.

ثانيا: الازدواج الضريبي

1) **تعريف الازدواج الضريبي:** (يعني الازدواج الضريبي تعرض المكلف لدفع الضريبة أكثر من مرة على نفس الوعاء أو المادة الخاضعة لها، لأكثر من سلطة مالية واحدة).[2]

[1] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص43.

[2] ميثم صاحب عجام-علي محمد مسعود، **المالية العامة بين النظرية والتطبيق**، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014، ص241.

ومن هذا التعريف نستنتج أن هذه الظاهرة لا تتحقق إلا إذا توفرت الشروط التالية:

- وحدة الممول (وحدة الشخص المكلف بدفع الضريبة).
- وحدة الوعاء أو المادة الخاضعة للضريبة.
- وحدة الضرائب المفروضة، أي من نفس النوع.
- وحدة المدة التي يدفع عنها الممول الضريبة وتجدر الإشارة إلى أن الازدواج الضريبي يحدث نتيجة لتطبيق قانون أكثر من دولة على نفس الممول، ونفس المادة الخاضعة للضريبة وعلى نفس المدة.

2) أنواع الازدواج الضريبي: ونذكر منها:

أ- **من حيث النطاق:** نجد الازدواج الداخلي والازدواج الدولي كالآتي: [1]

- **الازدواج الداخلي:** ويقصد به ذلك الازدواج الذي يتحقق إذا خضع ممول معين داخل دولة معينة لنفس الضريبة، أو ضريبة مشابهة لها أكثر مرة.
- **الازدواج الدولي:** ويقصد به الازدواج الذي يتحقق عندما تفرض دولتان أو أكثر نفس الضريبة على نفس الشخص بالنسبة لنفس الوعاء، أي تحمل الممول الضريبة مرتين، أحدهما بالنسبة لما يفرضه قانون الدولة التي يعمل بها من ضرائب على ما تحقق عنها من مداخيل، ومرة ثانية بالنسبة للدولة التي ينتمي إليها من ضريبة على نفس هذه المداخيل.

ب-**من حيث النوع:** على سبيل الذكر لا حصر تنقسم إلى:[2]

- **الازدواج الاقتصادي:** ينتج الازدواج الاقتصادي عندما يتم فرض نفس الضريبة أو ضريبة أخرى مشابهة لها أكثر من مرة على ذات الشخص بالنسبة لنفس الدخل.
- **الازدواج القانوني:** يحدث الازدواج القانوني نتيجة لصدور قوانين الضرائب في نفس البلد متفرقة، وقد تكون الضرائب الجديدة متشابهة، أو نفس نوع الضرائب القديمة القائمة.

ت-**من حيث الاعتراف به:** ينقسم إلى الازدواج المقصود والغير مقصود.

- **الازدواج المقصود والغير مقصود:** يكون الازدواج مقصودا إذا كانت السلطة المالية قد تعمدت إحداثه لسبب أو لآخر ويكون غير مقصودا إذا لم تعمده هذه السلطة وغالبا مايكون الازدواج الداخلي مقصودا والدولي غير مقصود.[3]

---

[1] حميد بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص56.

[2] حميدة بوزيدة، نفس المرجع السابق، ص60.

[3] علي زغدود، المالية العامة، نفس المرجع السابق، ص216.

3) **أسباب الازدواج الضريبي:**

- تعدد السلطات المالية داخل الدولة.
- اختلاف التشريعات الضريبية لمختلف الدول واستقلالها.
- تعمد المشرع الضريبي الازدواج الضريبي.
- إنشاء المشروعات الاقتصادية التي تمارس نشاطها في أكثر من دولة وانتشار شركات المساهمة التي يتم التعامل فيما تصدره من أسهم وسندات في مختلف الدول.[1]

المطلب الثالث: التحصيل الضريبي في التجارة الإلكترونية

تثير التجارة الإلكترونية العديد من الإشكالات ذات التأثير السلبي على قدرة الحكومات هي تحصيل الضرائب المختلفة المعمول بها في الدولة، فالصراع بلغ حدته عندما بدأ التناقص في الحصيلة الضريبية، وذلك بسبب زيادة الانتفاع بالوسائل الإلكترونية في الوسط التجاري. فدولية التجارة الإلكترونية شكلت عاملا مشجعا لدى الكثير إلى التفكير في فتح سبل جديدة لإمكانية التهرب من الهيئات الضريبية، وخاصة في ظل افتقار هذه الهيئات إلى أساليب ضبط هذه التجارة الأمر الذي يسهل عملية التهرب الضريبي. ومن الواضح أن هذه القضية تتعلق بالمنتجات الرقمية التي يتم تبادلها عبر شبكة الانترنت حيث تواجه الإدارة الضريبية صعوبة في حصرها وضبطها، لذلك فإن هناك جانبين يجب الاهتمام بها فيما يتعلق بفرض وتحصيل الضرائب على عمليات التجارة الإلكترونية، وهما:[2]

الجانب الأول: يتمثل في طبيعة المنتجات، ففي الماضي كانت السلع مادية وكان يعتبر ضرب من الخيال وجود سلع رقمية تنتقل عبر شبكات الاتصالات، فكانت هذه المنتجات يتم تسليمها ماديا عبر الحدود، وتفرض عليها الضرائب بكل سهولة، لكن مع التطور التكنولوجي تحولت عالمية المنتجات المادية إلى منتجات رقمية تخترق الحدود دون أن تلفت نظر الهيئات الضريبية مما يثير صعوبة في تحقيق الرقابة الجبائية على هذه المنتجات.

الجانب الثاني: يتمثل في مكان الاستهلاك، فالضرائب وفق مبدأها الأساسي تفرض وتحصل في مكان الاستهلاك (ضريبة القيمة المضافة)، وكما هو معروف أن المورد (البائع) هو من تقع عليه مسؤولية تحصيل ضريبة القيمة المضافة عندما تربطه علاقة تجارية مع أحد الأفراد المستهلكين في نطاق دولته، لكن ماذا لو كان

[1] سالم محمد الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص127.

[2] محمد عدنان أمين زيد، **التنظيم الضريبي للتجارة الإلكترونية ومقترحات لتبنيها في الواقع الفلسطيني**، مذكرة ماجستير في برنامج المنازعات الضريبية، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2014، ص77-78.

التاجر في دولة والمستهلك في دولة، فهذه إشكالية تثيرها التجارة الإلكترونية للضرائب الغير مباشرة على المنتجات الرقمية.

وفي سياق ذلك تم تناول مجموعة من المبادئ التوجيهية في مؤتمر إتاوة بخصوص هذا النوع من الضرائب (الضرائب على الاستهلاك) وهي:[1]

- لابد أن يؤدي تطبيق القواعد الضريبية على الاستهلاك في حالة التبادلات عبر الحدود إلى فرض الضرائب في الدولة التي يتم فيها الاستهلاك.
- يجب أن يعالج موضوع تقديم المنتجات الرقمية في إطار الضرائب على الاستهلاك كما لو أنه تقديم سلعة مادية.
- عندما تقوم مؤسسات أو أفراد في دولة ما بشراء خدمات أو سلع رقمية من قبل الموردين بالخارج، فإن الدول لا بد لها من اتخاذ أسلوب التصفية فيما بينهما للمحافظة على القاعدة الضريبية وعلى الموردين الوطنيين.

ومن أجل رفع كفاءة الإدارات الضريبية في عملية تحصيل وجباية الضرائب يجب عليها الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما استفادت منه بيئة الأعمال التجارية، وذلك عن طرق استغلال تقنيات الاتصالات في مجال والتواصل مع المكلفين وتعزيز عملية تقديم المعلومات والإرشادات الضريبية، كل ذلك يساعد على تحسين درجة الامتثال الطوعي من قبل المكلفين تجاه الدوائر الضريبية في دفع المبالغ المستحقة عليهم ومن آليات تحصيل ضريبة القيمة المضافةTVA على الصفقات التجارية المعقودة عبر شبكة الإنترنت ما يلي: [2]

- **التقدير الذاتي والتصفية الذاتية:** هنا يقوم الشخص الموجه إليه الخدمة بتحديد الضريبة الواجبة على الخدمات والمنتجات الرقمية ودفع المبلغ إلى الإدارة الضريبية.
- **فرض الضرائب على المنبع وتحويلها:** وفق هذه الآلية يقوم البائع الذي يمتلك متجرا على شبكة الإنترنت بتحصيل ضريبة القيمة المضافة على الصادرات نحو غير المقيمين. ثم يقوم بدفع المحصلة للسلطات الضريبة الوطنية والتي بدورها تقوم بتحويلها للسلطات الضريبة للبلد المستهلك، وذلك بموجب اتفاقية ضريبية تربط الدولتين معا.

[1] قدي عبد المجيد، **دراسات في علم الضرائب**، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2011، ص187.

[2] قدي عبد المجيد، نفس المرجع السابق، ص187–188.

- **تحصيل الضرائب من قبل طرف ثالث مثل الوسطاء الماليين:** حيث يتم وفق هذه الآلية قيام الطرف الثالث (مؤسسات الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال) بتحصيل الضرائب على الاستهلاك على المدفوعات التي تتم بين الزبائن والموردين للمنتجات الرقمية، ثم يقوم بتحويل الضرائب للدولة التي تشكل نقطة الاستهلاك.
- **تحصيل الضرائب بالاعتماد على تسهيلات التكنولوجيا:** أي أن يتم استخدام برمجيات معينة ذات مناعة عالية ضد أي تهديد خارجي من أجل الاعتماد عليها في حساب الضريبة آليا على التعاملات التجارية الإلكترونية وتحويلها لبلد المستهلك.[1]

[1] قدي عبد المجيد، نفس المرجع السابق، ص188.

المبحث الثالث: فعالية التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي

مما لاشك فيه أن الأنظمة الضريبية وضعت في سياق تقليدي لتحكم أنشطة التجارة التقليدية لكن التجارة الإلكترونية عبارة عن مجال حديث يستلزم التعامل معه بمرونة وبآلية عمل مختلفة وبالتالي ينشأ عن هذا التباين إشكاليات تحيط بالأنظمة الضريبية التقليدية والتي لازالت تسير على النهج التقليدي في التحاسب والتنظيم الضريبي التي لم تواجه حتى الآن تحديات كبيرة حول تأثير نمو التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي، وسنسلط الضوء في هذا المبحث للتحديات المترتبة على التعاملات التجارية الإلكترونية كما سنناقش عدة حلول ونقترح إطارا عاما لتطبيق الضرائب على مثل هذه التجارة.

المطلب الأول: تحديات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية

أولا: بين إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة وبين إعفائها منها

تختلف آراء الفقهاء والباحثين حول قضية إخضاع أو إعفاء المعاملات التي تتم إلكترونيا وكل له حجته. فالذين يرون الإعفاء يستندون إلى:

- تشجيع رجال الأعمال والمشروعات في الدخول في صفقات عبر الشبكة العالمية للإنترنت،

وهوما يساعد على اللحاق بركب التكنولوجيا الحديثة وعصر الاتصالات من ناحية، وكذلك إكسابهم الخبرة في عقد الصفقات إلكترونيا وما يرتبط بها من التعرف والتدريب على الأمور المتعلقة بالتجارة الإلكترونية من ناحية أخرى.[1]

- إن خصوصية المستهلك عن طريق الإنترنت سيتم تهديدها في حال فرضت ضريبة على الإنترنت، ذلك أن المعلومات المطلوبة لتقدير الضريبة وتحصيلها وإعادتها كأسماء المشترين وعناوينهم وطبيعة مشترياتهم قد تهدد إمكانية استخدام الإنترنت.
- إن التكاليف الإدارية العالية المرافقة لفرض ضريبة على الإنترنت وما يعنيه ذلك من حساب للضريبة ونسبها المختلفة في الدول وتتبعها وتحصيلها والتدقيق عليها، فمتطلبات فرض هذه الضريبة وتحصيلها في ضوء ما

[1] طارق عبد العال حماد، **التجارة الإلكترونية المفاهيم– التجارب– التحديات والأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص689.

تواجهه من صعوبات قانونية وفنية ستكون مكلفة جدا، الأمر الذي قد يحد من إمكانية فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية.[1]

- تفادي الازدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية.
- نظرا لكون التجارة الإلكترونية تعتبر مجالا حديثا، فإن عملية فرض الضرائب عليها يتسم بالغموض وعدم الإستقرار، وعليه فإن إعفاء مشروعات التجارة الإلكترونية من الضرائب يتيح فرصة كسب الوقت لدراسة المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة وأخذ ما يناسب الدول النامية منها، كما يمنح فرصة لتدريب الإطارات الجبائية (مفتشي الضرائب) على التعامل مع تكنولوجيا حديثة، من حيث الإعداد والحصر الضريبي.
- إن فرض الضريبة على صفقات التجارة الإلكترونية قد يحد من انطلاقها ويؤدي إلى تعثرها وهي في مهدها في الدول النامية بصفة خاصة.[2]

بينما تتجه بعض الآراء الأخرى إلى فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية أسوة بالتجارة التقليدية، ويستند أصحاب هذا الرأي إلى: [3]

- إن عدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية سيؤدي إلى تفاقم زيادة خسائر الدول من العوائد الضريبية.
- استخدام عوائد الضريبة المفروضة على الإنترنت لمعالجة مشكلة البطالة، فمن المتوقع أن تقلل التجارة الإلكترونية من فرص الحصول على عمل، كما قد تضطر الكثيرين للتخلي على وظائفهم والتكيف مع متطلبات العمل الجديد، مما يعني أن الحكومات ستواجه مشكلة بطالة كبيرة بين رعاياها ستضطر لإنفاق مبالغ طائلة لمواجهتها واستيعاب آثارها، فتأتي العوائد الضريبية المتحققة من فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية لتشكل رافدا هاما لسد نفقاتها في هذا المجال.
- أن إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية من الضريبة مع إخضاع معاملات التجارة التقليدية للضريبة سوف يؤدي إلى الإخلال بمبدأ العدالة وهو أحد المبادئ الأساسية لفرض الضرائب والإعفاء منها أو تعديلها.
- أن الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية سواء عند الحصر أو الفحص الضريبي لا يجب أن تقف حائلا أمام إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة، ويمكن في هذا المجال مراعاة

---

[1] إبراهيم كامل الشوابكة، **ضريبة المبيعات على التجارة الإلكترونية**، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد رقم 34، جامعة اليرموك، اربد، الأردن، 2007، ص518.

[2] طارق عبد العال حماد، نفس المرجع السابق، ص689-690.

[3] إبراهيم كامل الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص519.

خصوصية التجارة الإلكترونية وذلك بوضع شروط وأسس خاصة متعلقة بالنماذج والمستندات والإقرارات المرتبطة بخضوع المعاملات التي تتم بوسائل إلكترونية للضريبة.

- إن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية مبكرا سيتيح للإدارة الضريبية اكتساب الخبرة من الواقع العملي وعرض المشكلات والصعوبات أمام تحصيل الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية أولا بأول أمام المسؤولين لدراستها واتخاذ ما يلزم بشأنها.

وهناك رأي ثالث يتجه إلى ضرورة التفرقة بين نوعين من السلع والخدمات حيث: [1]

- **النوع الأول:** الصفقات التي يتم فيها الاتفاق بين الطرفين إلكترونيا ولكنها يجب أن تسلم بالطرق التقليدية، ويتجه الرأي هنا إلى إخضاعها للمعاملة الضريبية العادية حسب القواعد العامة المطبقة في هذا الشأن.
- **النوع الثاني:** عقد الصفقة وإتمامها إلكترونيا كما في حالة خدمات المعلومات والبرامج، ويتجه أنصار هذا الرأي إلى عدم خضوعها للضريبة لعدة أسباب أهمها:
  - ✓ تشجيع حركة التجارة الإلكترونية وعدم تقييدها.
  - ✓ منع الازدواج الضريبي.
  - ✓ صعوبة حصر هذه العمليات وفحصها.

إنها آراء متضاربة ولكنها مؤسسة، تستند إلى حجج واقعية ومنطقية، وما يمكن ملاحظته، لحد الآن، أن المعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية تتطلب وضع شروط وأسس خاصة بالنماذج والإقرارات المرتبطة بخضوع المعاملات التي تتم بوسائل إلكترونية.

وبغض النظر عن قضية الإعفاء أم الإخضاع فإنه ثمة سؤال آخر يتعلق بأساس فرض الضريبة، إذ يثور حول فرض الضرائب على الدخل على الصفقات التجارية الإلكترونية الكثير من الجدل والنقاش والذي ينصب على مبدأ الذي تفرض على أساسه هذه الضرائب، يستند مبدأ السيادة الضريبية على أنه لكل دولة ذات سيادة الحق في فرض ضريبة على الأشخاص أو الأموال التي تدفع داخل حدوده الإقليمية، ولها أن تمد نطاق هذا الحق ليشمل الأشخاص والأموال التابعين لها والموجودين في الخارج.

وتنقسم الدول في تحديد هذه السيادة وذلك وفقا لقانونها الداخلي إلى فئتين:

[1] طارق عبد العال حماد، نفس المرجع السابق، ص691.

- **الفئة الأولى:** هي تلك التي تعتمد على مبدأ الإقليمية الذي يعتمد على جنسية الممول، أو اتخاذه الدولة مقرا الإقامة الدائمة فيها كأساس في فرض الضريبة على المداخيل المحققة من مصادر داخل الدولة أو خارجها وهو ما يسمى بمبدأ عالمية الإيراد أما غير المقيمين فالضريبة تفرض على الدخل الذي تحقق من مصادر داخل الدولة فقط، يأخذ بهذا المبدأ معظم الدول الصناعية.
- **الفئة الثانية:** هي تلك الدول التي تأخذ بمبدأ الإقامة والتي تعتمد على مصدر الدخل كأساس لفرض الضريبة على الأفراد المواطنين والأجانب المقيمين داخل الدولة، ولا تفرض الضريبة على الدخول التي تحقق خارج حدود الدولة. ويأخذ بهذا المبدأ غالبية الدول النامية.

كما أن هناك صعوبات أمام الفاحص الضريبي متعلقة بمراقبة التعاملات الإلكترونية، نظرا لأنها تتغير عبر الخطوط (Online) وباستخدام مواقع الويب والبريد الإلكتروني ووسائل الدفع الإلكترونية وتتمثل أهم هذه الصعوبات:

- ✓ مشكلة تحديد المكلف والملتزم بسداد الضريبة، خاصة وأن كانت الصفقة تتم إلكترونيا.
- ✓ صعوبة فحص المستندات الإلكترونية التي تعتبر في واقع الأمر كأثر للصفقة التي تمت بين المتعاملين.
- ✓ سهولة تغيير وإخفاء البيانات في السجلات الإلكترونية وبالتالي يصعب من مهنة الفاحص الضريبي.[1]

ثانيا: الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية.

هناك العديد من التحديات التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية نورد أهمها في مايلي:

- **سيادة الدولة:** استقر العرف التشريعي في أغلبية دول العالم على خضوع الكيانات الأجنبية والمقيمة خارج دولة ما لمعدلات الضريبة المفروضة على التعاملات التي تتم داخل الدولة، وهذا حسب مبدأ الإقليمية (التواجد المكاني)، ولذلك تحاول المؤسسات تجنب ذلك عن طريق التواجد التجاري على الإنترنت، أين يطرح المبدأ السابق مشكلا في تحديده بدقة. [2]

[1] محمد الأمين كماسي، عبد الغني دادن، **معوقات الجباية في ظل التعاملات الرقمية والنقود الإلكترونية**، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة، الجزائر، أيام 15-16-17 مارس، 2004، ص7-8.

[2] سهام كشكول عبد، **أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب**، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد 18، العدد68، جامعة بغداد، 2005، ص469.

- **العدالة الضريبية:** مع تزيد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم، وفي إطار مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدأ ظهور اختلاف في تحقيق العدالة الضريبية.[1]
- **صعوبة إثبات التعاملات والعقود:** تشمل معظم القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية أحكاما تشترط أن يتم إثبات التعاملات كتابة (أو ما يعرف بالتوثيق)، وعلى هذا الأساس، فإن غياب التشريعات والقوانين التي تأخذ في الحسبان العمليات التي تتم إلكترونيا من شأنه أن يحدث صعوبة في هذا المجال. أضف إلى ذلك تطرح السرية مشكلة عدم قدرة الإدارة الجبائية على معرفة محتوى المبادلات وبالتالي قيمتها ولا أيضا أسماء المتعاملين في بعض الأحيان، وهذا ما يشكل عائقا بالنسبة لجباية الضرائب. ثم تطور الإمضاءات الإلكترونية والأنظمة المركزية للدفع الإلكتروني، التي تتم مراقبتها من قبل المصارف ليس بإمكانه إرضاء الإدارة الجبائية.
- **عدم وجود أرضية لعمليات العبور الإلكترونية:** حيث يعتبر ذلك تحديا كبيرا للنظام الجبائي الجاري والذي يعتمد أساسا على كل من مفهوم المؤسسة الدائمة ومفهوم المكان في المبادلات الدولية والملاحظ عدم تطبيق هذين المفهومين في التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يؤدي إلى غياب النتائج المترتبة عنهما.[2]
- **عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الإلكترونية للضريبة:** تواجه دول العالم تحد رئيسيا نتيجة عدم وجود آليات محددة لإخضاع التعاملات الإلكترونية للقواعد الجبائية، ويرجع ذلك لصعوبة تحديد الهوية، إذ يرى طرفي التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر، ونتيجة لذلك قد يستغل هؤلاء الأطراف ذلك لأغراض التهرب الضريبي بعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية، ضف إلى ذلك التحول نحو إنتاج منتجات رقمية، حيث أن هناك عدد من المنتجات مثل الصور الفوتوغرافية، والتسجيلات الصوتية، والإستشارت الطبية والمالية والخدمات التعليمية والبرامج التطبيقية، يمكن حاليا الحصول عليها مباشرة من خلال الإنترنت، مما يشكا تحد فيما يخص المعاملة الجبائية لهذه المنتجات، كما أنه أصبح مكان المؤسسات أن تنشأ متجر افتراضي على الإنترنت وتستطيع من خلاله أن تعرض وتبيع منتجاتها، كما أصبح مكان الزبائن أن يتجولوا في هذا المتجر وأن يطلبوا خدمات معينة وأن يستفسروا عن أسعار المتوجات المعروضة...، مما يطرح إشكال بخصوص المؤسسة الافتراضية وهل يمكن اعتبارها مؤسسة يمكن الاعتماد

[1] سهام كشكول، نفس المرجع السابق، ص465.

[2] دادن عبد الوهاب، **الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية النقاشات، المشاكل والتحديات**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، العدد03، جامعة ورقلة، الجزائر، 2004، ص164.

عليها كأساس للإسناد الجبائي، ومع غموض فكرة الاختصاص الضريبي سوف يصعب تحديد من يجب عليه دفع الضريبة أو تحصيلها.[1]

- **التملص الضريبي في التجارة الإلكترونية:** عادة متخلف المعاملات التجارية في عالم التجارة الإلكترونية والناشئة عبر شبكة الإنترنت في تحقيق معاملات وصفقات تجارية بعيدة عن سلطة وعين الإدارة الضريبية، خاصة المعاملات الخاصة التي تتم عبر شبكة الانترنت ويتم تسليمها إلكترونيا، حيث لا تخضع عملية التسليم لنقطة جمركية حاكمة، وأمام تطور أسلوب الدفع الإلكتروني. الأمر الذي يصعب على جهاز الضرائب فرض رقابة على البضائع أو حتى على أطراف الصفقة الذين يقومون بهذه الأعمال، إنما تعتمد على الإدارة على ما يقر به المتعامل من تصريحات، بدون معاينة مكانية، وربما قد تكون الصفقة خارج حدود الوطن، أو ربما تكون في أيام العطل لديهم، وبالتالي من الصعب السيطرة على هذه التجارة الإلكترونية، إذ نجد كلما توسعت، توسعت معها ظاهرة التملص الضريبي.[2]
- **الازدواج الضريبي والتجارة الإلكترونية:** في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية التي يشهدها عصرنا الحالي، تنبهت الدول إلى مسألة الازدواج الضريبي الناتج عن هذه المتغيرات، فالعالم أصبح قرية صغيرة لا تقيده الحدود المكانية في ممارسة التجارة، وتركز الاهتمام على إيجاد سبل لمعالجة الازدواج الضريبي الذي قد يقع على دخل للمؤسسات العاملة بأسلوب التجارة الإلكترونية. ومع منح كل دولة الحق في فرض الضرائب الأمر الذي نتج عنه ظهور إشكالية الازدواج الضريبي على الصفقة الواحدة، لأن دولة مصدر الدخل ترى أن لها الحق في فرض الضريبة على الدخل كون المؤسسة مارست نشاط تجاري ضمن حدودها، في الوقت نفسه ترى دولة موطن المؤسسة أن لها الحق في فرض الضريبة، وهذا يعني أن الصفقة الواحدة قد تتعرض لفرض الضريبة مرتين، مرة من قبل دولة مصدر الدخل ومرة من قبل دولة الموطن وهذا يشكل عائقا أمام انتشار التجارة الإلكترونية.[3]
- **قصور في العلاقة بين هيكل النظام الجبائي ومستحدثات تقنية المعلومات:**

[1] عزوز علي، **جباية المعاملات الإلكترونية، المشاكل والحلول**، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد01، جامعة الشلف، الجزائر، 2015، ص75.

[2] فارس فضيل، حمزة ضويفي، **الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة**، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في الجزائر وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011 ص2.

[3] سهام كشكول عبد، نفس المرجع السابق، ص470.

بالإضافة إلى ما سبق تثير التجارة الإلكترونية مجموعة من التحديات أمام النظم الضريبية القائمة. فلكي نناقش هذه التحديات نشير إلى أن هيكل النظام الضريبي بصفة عامة يتشكل من ثلاث دعامات رئيسية وهي: [1]

1. **التشريع الضريبي:** ويقصد به مجموعة من اللوائح والقوانين والتشريعات الصادرة من الجهات المتخصصة والخاصة بفرض الضرائب وتنظيم أساليب تحصيلها، وكذلك أحكام المحاكم وقرارات اللجان المتعلقة بالمنازعات الضريبية.
2. **الإدارة الضريبية:** وهي الجهة المختصة بتنفيذ قوانين الضرائب وتحصيل الموارد العامة للدولة ومتابعة الممولين.
3. **المجتمع الضريبي:** وهو المجتمع الخاضع للتشريع الضريبي، سواء كان أشخاصا اعتباريين (معنويين) أو طبيعيين، في ظل التطبيقات الناتجة عن ثورة تقنيات الاتصالات والمعلومات، والتي من بينها التجارة الإلكترونية، فقد ظهر قصور في العلاقة بين هيكل النظام الضريبي ومستحدثات تقنيات المعلومات، مما يؤثر سلبا على كفاءة الأداء الضريبي.وفي هذا الصدد فإنه يمكن الوقوف على ثلاث فجوات رئيسية في العلاقة بين كل من مفردات هيكل النظام الضريبي وتكنولوجيا المعلومات: [2]

- **فجوة تشريعية:** يواجه التشريع الإداري الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة التعاملات التجارية التقليدية، قصورا في المعاملات التجارية الإلكترونية، وعلى الرغم من قيام بعض الدول بالإعلان عن برنامجها القومي للتجارة الإلكترونية، فإن ذلك لم يواكبه الإعلان عن بدء الإصلاحات التشريعية السائدة، وإجراء التعديلات الضرورية وصياغة تشريعات جديدة تتوافق وطبيعة التعاملات التجارية الإلكترونية.
- **فجوة إدارية:** تختص الإدارة الضريبية بتنفيذ القوانين والتشريعات وحماية حقوق كل من الدولة والمجتمع الضريبي (الممولين)، وبذلك يصبح لزاما عليها استخدام الابتكارات التكنولوجية لضمان أعلى مستوى من كفاءة النظام الضريبي، ورغم ذلك لا تزال الإدارة الضريبية تعاني قصورا في الاعتماد عند أداء مهامها من حصر وفحص وتحصيل الضرائب.
- **فجوة مفاهيمية:** حيث يعاني المجتمع الضريبي من وجود فجوة مفاهيمية، وعلى الرغم من تطور حجم التعاملات التجارية الإلكترونية، فإنه لا يزال هناك قصورا في فهم المفاهيم والمفردات الخاصة بها، وما يترتب على ذلك التعاملات من اعتبارات قانونية، ولعل أوضح مثال على هذه الفجوة تحديد طبيعة بعض

---

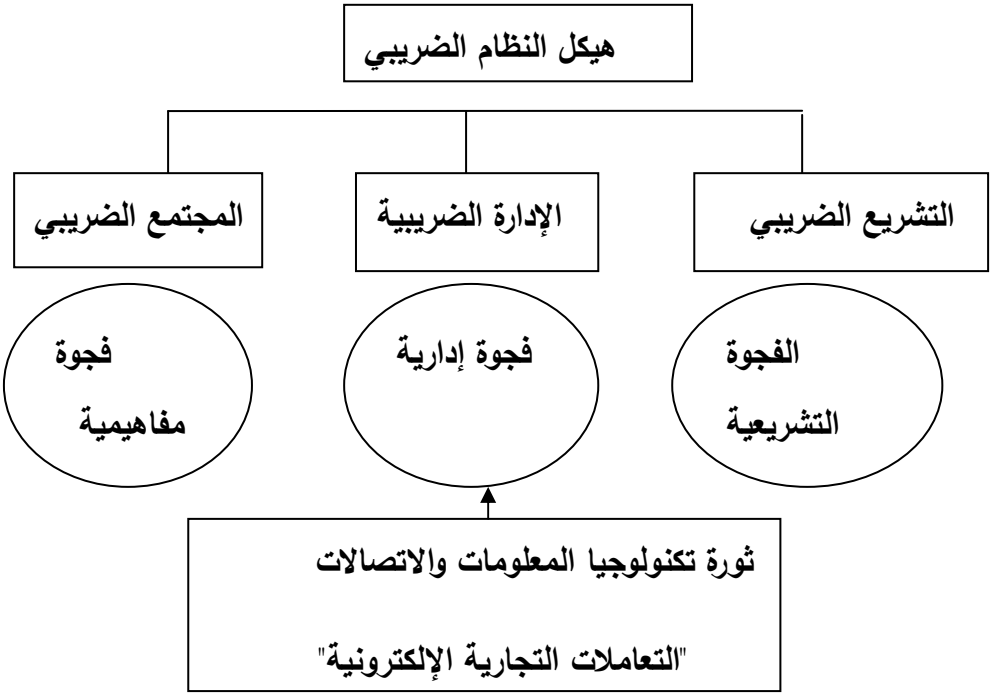
[1] رأفت رضوان وآخرون، **الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية**، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، مجلد02، العدد02، الكويت، 2000، ص5-6.

[2] التهامي طواهر محمد وآخرون، **تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية**، مجلة الاقتصاد والمجتمع، مجلد05، العدد02، جامعة ورقلة، الجزائر، 2003، ص11-12.

المنتجات من خلال شبكة الانترنت، وتصبح في هذه الحالة(منتجات رقمية)، وقد يقوم بطباعتها وبذلك تصبح (منتجا ماديا).

ويمكن توضيح ذلك في الشكل التالي:

الشكل رقم(02-01): العلاقة بين هيكل النظام الضريبي وتطبيقات تكونولوجيا المعلومات



المصدر: رأفت رضوان وآخرون، نفس المرجع السابق، ص06.

المطلب الثاني: الضرائب المقترح فرضها على التجارة الإلكترونية

على الرغم من الصعوبات التي تواجه موضوع الضرائب على التجارة الإلكترونية، إلا أنه لاعتبارات وأهداف عديدة لا يوجد ما يمنع الحكومات من البحث في ماهية الصورة الضريبية التي يمكن أن تفرض على معاملات التجارة الإلكترونية، ويمكن القول أن هناك نوعين من الضرائب يمكن النظر والبحث في فرضهما على التجارة الإلكترونية.

❖ **الضرائب الإلكترونية:** تعتبر الضرائب الإلكترونية صورة مستحدثة من الضرائب وتعتمد على المفاهيم الإلكترونية والتطورات التكنولوجية وبشكل يتفق مع مقتضيات التجارة الإلكترونية، ومن أهم أنواع الضرائب الإلكترونية ما يلي:

1- ضريبة الوحدة الرقمية(Bit tax): نتيجة الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب التقليدية على التجارة

الإلكترونية تم اللجوء للبحث عن ضريبة تتسم بخصائص إلكترونية متناسقة مع هذه التجارة، فظهر ما يسمى بضريبة(البت) والتي تم اقترحها من قبل(Arthur Cordell) (Thomas 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 واللاسلكية والتي تحمل وتمرر المعلومات الرقمية، فالضريبة ستفرض على حجم تدفق البيانات والتي سوف يتم جمعها وجبايتها من خلال مؤسسات الاتصالات ومن ثم العمل على إرسالها لسلطات الضريبية، وتعتبر ضريبة البت بديلا مناسبا لضريبة القيمة المضافة على السلع والخدمات 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 (bits8) تمثل واحد(byte) ويستخدم الأخير لتمثيل حرف واحد في كل اتصال، وبناءا على ذلك لن يكون هناك فرق عند فرض هذه الضريبة بين إذا ما كان المستخدم قد بعث بريد إلكتروني عادي أو كان طرفا في معاملة تجارية ضخمة، فالضريبة تقدر على أساس عدد الوحدات الرقمية المبثوثة بغض النظر عن قيمة المعلومات التي يتم بثها، وتعرضت ضريبة البت للانتقاد من عدة جهات منها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية من المؤتمر الوزاري الذي عقد في أتاواه عام 1998، ومنظمة التجارة العالمية والإتحاد الأوروبي، وذلك لكونها ضريبة محددة لا تأخذ في حسابها قيمة السلع التي تخضع للضريبة، كما أن قياس القيمة المضافة التي تنتج عن الوصول للإنترنت أمر معقد وبالتالي من الصعب فرض الضريبة عليها، ولذلك تواجه هذه الضريبة عقدات فنية تتمثل في تجهيز نقاط الوصول للإنترنت بأدوات تكنولوجية لقياس بث المعلومات، وعلاوة على ذلك فإن المستخدمون للإنترنت قد يقومون بإخفاء تدفق بياناتهم من خلال برمجيات تشفير خاصة وبذلك يتخلصوا من عبء ضريبة البت أضف لذلك أن ضريبة البت تفرض على كافة الاتصالات دون أخذ قيمتها بعين الاعتبار. فهي تساوي بين اتصال على الإنترنت لحضور فلم سينمائي وبين آخر لعقد صفقة تجارية بآلاف الدولارات، فأساس فرضها هو عدد الوحدات الرقمية المبثوثة دون النظر لقيمتها، الأمر الذي يجعل منها ضريبة عمياء. [1]

ويستنتج أن فرض ضريبة البت قد يخل بمبدأ العدالة الضريبية، كونها لا تميز في استخدام الإنترنت بين الفرد العادي الذي يستخدم الإنترنت للتصفح وبين الأفراد الذين يتخذون من الإنترنت وسيلة لإتمام صفقاتهم التجارية، وبذلك فهي لا تصلح لحل مشكلة الضرائب على التجارة الإلكترونية.[2]

2- فرض رسم على التجهيزات الإلكترونية: مضمون هذه الفكرة هو أن يتم فرض رسم على التجهيزات

[1] إبراهيم كامل الشوابكة، نفس المرجع السابق، ص523.

[2] نفس المرجع السابق، ص524.

الإلكترونية التي تتيح للأفراد والمؤسسات الدخول إلى شبكة الإنترنت واستخدمها في ممارسة تجارتهم، حيث أن مايميز هذا الرسم أنه لا يعطي الفرصة للمؤسسات أو المستخدمين إلى الهروب والانتقال لممارسة تجارتهم في فضاء دولة أخرى لا تفرضه، وذلك لأنه يعتمد بالأساس على الرابطة المادية التي تتجسد في ربط المستخدم بالأنترنت، فالتجهيزات الإلكترونية من حاسوب وغيره ومستلزمات لها كيان مادي على أرض الواقع يسهل عملية ضبطها.[1]

❖ **الضرائب التقليدية:** هذا الاتجاه يستند إلى أن الضرائب المطبقة فعلا على التجارة التقليدية والمستقرة معاييرها وأنظمة تطبيقها وتحصيلها، هي من يجب أن تفرض على التجارة الإلكترونية بدلا من إيجاد أنواع جديدة من الضرائب بجانب الضرائب التقليدية، مع الأخذ بعين الاعتبار الطبيعة الخاصة للتجارة الإلكترونية ومحاولة إيجاد الحلول للصعوبات التي قد تنشأ في تطبيق الضرائب التقليدية على هذه التجارة. ومن أهم هذه الضرائب ما يلي:

1- **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 الإنترنت، وبذلك تساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين منها وذلك لأن أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الإنترنت 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 والخدمات الرقمية عبر الأنترنت.[2]

2- **الضريبة على المبيعات:** تعد الضريبة على المبيعات من أهم أنواع الضرائب الغير مباشرة لما تتميز فيه من سهولة الفرص والضبط والتحصيل، وقد تم تطبيق هذه الضريبة في بعض الولايات المتحدة الأمريكية التي اعتبرت المؤسسات التي تبيع البرامج الجاهزة(Software) موجودة في الولاية التي تحصل فيها على مقابل لاستعمال حقوقها داخل الولاية كاسمها التجارية أو علامتها التجارية، الأمر الذي يعني منح الحق للولاية في تحصيل الضريبة من مبيعات هذه المؤسسة داخل الولاية والتي يجري بيعها عبر شبكة الانترنت.[3] وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية العضو الوحيد في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الذي لا يفرض ضريبة القيمة

[1] https/www.taxweb.com.

[2] رأفت رضوان وآخرون، نفس المرجع السابق، ص15.

[3] عواد قبس، حسن، **مشكلات فرض وتحصيل الضرائب على عقود التجارة الإلكترونية**، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد12، العدد43، جامعة الموصل، العراق، 2010،ص205.

المضافة وإنما تستعيض عنها بفرض ضريبة المبيعات، والتي تقتصر إلى حد كبير على مبيعات التجزئة من السلع المادية، وتستثني السلع والخدمات المقدمة بصورة إلكترونية مثل(الموسيقى الرقمية) من ضريبة المبيعات فهي ليست خاضعة، لكن بالرغم من ذلك فهذه السياسة ليست موحدة في كل الولايات، حيث ان هناك عدد متزايد من الولايات تقوم بتوسيع فرض ضريبة المبيعات لتغطي السلع والخدمات الإلكترونية، كما أن إمكانية فرض هذه الضريبة يستبعد المعاملات الوسيطة مثل المعاملات التجارية التي تقع بين المصنع وتاجر الجملة والتجزئة كما هو الحال في ضريبة القيمة المضافة.[1]

وإنما تقتصر على مبيعات التجزئة للمستهلك النهائي. وهذا يعني أن تطبيق ضريبة المبيعات يقتصر على المعاملات التجارية بين قطاع الأعمال والمستهلكين(Business to Costomer) أي على المعاملات التي يكون المستهلك النهائي أحد أطرافها، ولا تطبق هذه الضريبة على المعاملات التجارية بين قطاعات الأعمال نفسها(Business to Business) شرط أن تكون السلع والخدمات التي يتم استبعادها من فرض الضرائب يعتزم بيعها فيما بعد إلى المستهلك النهائي، كما يقع عبء جمع وتحصيل وتقديم تقرير الضريبة المفروضة على مبيعات التجزئة في نفس الولاية على عاتق البائع الذي يلتزم بتحويلها فيما بعد إلى إدارة الضرائب.

ثانيا: مقارنة بين نظم وأساليب السيطرة على التجارة للأسلوبين التقليدي والإلكتروني

- **التعاملات التقليدية:** تتمثل أول نقطة تحكم التجارة التقليدية عند الجمارك منذ دخول السلعة أراضي البلد، حيث يتم أخذ رسوم الجمارك المقررة وفقا لكمية ونوع السلعة. وتقوم المؤسسة، بعد استلام السلعة تسجيلها في دفاترها المحاسبية الخاصة، التي يتم ترحيل حساباتها إلى حساب الأرباح والخسائر، حيث تقوم المؤسسة بدفع ضريبة وفقا لذلك في نهاية السنة (ضريبة مباشرة) وفي المقابل تقوم بفرض سعر للسلعة (أو المنتجات) يتضمن ضريبة المبيعات التي تحصلها من المشترين وتوردها إلى الحكومة (ضريبة غير مباشرة).[2]

وبالتالي فإن النظام التقليدي للسيطرة على المعاملات التجارية، داخليا وخارجيا، يعتمد أساليب متعددة أهمها: [3]

[1] Fredric huet , **la fiscalitè du commerce èlectronique**,edition litec, paris, 2000,p23

[2] التهامي طواهر محمد وآخرون، نفس المرجع السابق،3.

[3] نفس المرجع السابق، ص4.

- **نقاط الدخول والخروج:** يقصد بها فرض رقابة على نقاط الدخول والخروج من خلال الجمارك التي تضمن للدولة للسيطرة على المعاملات مع العالم الخارجي سواء أكانت هذه المعاملات تصديرا أو استيرادا في حالة السلع المادية.
- **قيد (تسجيل) المعاملات التجارية:** تفرض معظم الدول قيد المعاملات التجارية كافة، التي تقوم بها مؤسسات الأعمال. وعلى الرغم من اختلاف شروط القيد بالنسبة إلى المؤسسات الفردية والصغيرة بين دولة وأخرى، فإن كل دول العالم تفرض على المؤسسات ذات الحجم المناسب لاقتصادها إمساك دفاتر منتظمة تسجل فيها الوقائع والمعاملات التجارية.
- **حق فحص دفاتر القيد:** تتيح النظم الضريبية لمأموري الضرائب حق فحص دفاتر القيد للمؤسسات المفروض عليها إمساك الدفاتر المنظمة كإحدى أدوات الضبط والتحقق الحكومي، ويحق لمأموري الضرائب فحص أصل المعاملات كافة أو استخدام الأوراق الأصلية المنشأة العاملة.
- **العقود التجارية والقانون التجاري:** تضمن الدول استيفاء العقود التجارية المكتوبة، وبالتالي فقد ألزمت بطريقة غير مباشرة المتعاملين تجاريا كافة أن تتم تعاقداتهم من خلال تحرير عقود مكتوبة لتكون الأصل عند نشوء أي اختلاف في تنفيذ هذه العقود.

❖ **التعاملات الإلكترونية:**

تختلف نظم وأساليب التجارة الإلكترونية في هذا السياق عن الأسلوب التقليدي في بعض الأوجه التي تجعل من العسير فرض نفس نظم السيطرة الحالية ويتضمن ذلك:

- **استمرار نقاط الدخول والخروج:** ويتعلق الأمر بدورها في فرض السيطرة على المعاملات الخارجية للمؤسسات والشركات غير أن دورها سوف يقتصر على السيطرة على السلع المادية، وسيتقلص هذا الدور تبعا في السيطرة على المعاملات في السلع غير المادية، كالبرمجيات والتسجيلات الصوتية والمرئية.
- **استمرار قيد المعاملات التجارية إلكترونيا:** تحقق منظومة التجارة الإلكترونية سواء بالنسبة للمؤسسات الكبيرة أو الفردية والصغيرة إمكانية عير مسبوقة لإمساك دفاتر إلكترونية تسجل فيها كل المعاملات التجارية بصورة منظمة للغاية.
- **استمرار حق فحص دفاتر القيد الإلكتروني:** تحقق القوانين الحالية استمرار حق فحص دفاتر القيد، غير أن صورة هذه الدفاتر سوف تختلف عن الدفاتر الإلكترونية، كما سيواجه مأمورو الضرائب بعدم وجود وثائق أصلية يمكن المراجعة عليها، وهو ما يتطلب وجود آليات جديدة للمراجعة الضريبية تتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية.

- **العقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني:** سوف تواجه السلطات التشريعية في دول العالم بوجود مشكلات تتعلق بإثبات التعاقدات نظرا لطبيعة العقود الإلكترونية التي يتم تحريرها باستخدام نظم التوقيع الإلكتروني وأساليبه، وهو ما يتطلب إعادة النظر في وسائل الإثبات والتحقق.

المطلب الثالث: الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية

أولا: الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية:

يمكن الوقوف على عدد من الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتعاملات التجارية الإلكترونية، من بينها فرض ضريبة على الاستهلاك بدلا من فرضها على الوحدات الإنتاجية، وتطبيق ضريبة البيت Bit Tax.

- **فرض ضريبة على الاستهلاك:** تصب هذه الفكرة في إمكانية فرض ضريبة على المستهلك من خلال المؤسسات التي تقدم خدمة الإنترنت، بمعنى أن تقوم هذه المؤسسات بمحاسبة عملائها على التعاملات التي يجرونها عبر الإنترنت، أي تفرض ضريبة مبيعات على المعاملات المختلفة ثم تقوم بتحويل هذه الضريبة إلى الحكومة، أي أنها وسيط بين كل من الحكومة والمستهلكين، وتثير هذه الفكرة العديد من المواضيع المتعقلة بطرق تتبع المعاملات الإلكترونية للعملاء ومدى تضارب ذلك مع قوانين السرية والأمن، كذلك فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك إلى زيادة الأعباء الملقاة على كاهل المستهلكين، فبالإضافة إلى ثمن السلعة أو الخدمة سوف يقوم المستهلكون بدفع ضريبة للمؤسسات، وعليه فقد يؤدي ذلك إلى عرقلة نمو التجارة الإلكترونية، خاصة إذا قامت هذه المؤسسات بفرض أعباء ضريبية مرتفعة.[1]
- **تطبيق ضريبة البيت Bit tax:** ضريبة البيت Bit tax هي أحد الحلول المقترحة لتنظيم المعاملات التي تنطوي على انتقال الكتروني للبيانات، ويتم تحصيلها على أساس كمية البيتس bits الرقمية التي استخدامها أو نقلها، ويتطلب ذلك وجود معدات ذات مواصفات خاصة في الأجهزة المختلفة التي تقوم بنقل المعلومات "الكمبيوتر، الفاكس، وغيرها" خاصة بقياس البيانات على أساس البيتس، وقد نبعت هذه الفكرة من الأهمية القصوى التي تحتلها المعلومات والبيانات في عالم اليوم، حيث تعد دعامة البيئة الجديدة، فانتقال وتبادل

[1] سعيد عبد العزيز عتمان– العشماوي شكري رجب، **اقتصاديات الضرائب سياسات– نظم قضايا معاصرة**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص603.

المعلومات هو النشاط الرئيسي لهذه البيئة وعلى الرغم من ذلك فإن المكاسب المتولدة عن هذا النشاط غير منظورة حيث أنه لا توجد رقابة كافية أو رصد تام لهذا النشاط، وبالتالي فهو مصدر ثروة لا تنتفع به الدول المختلفة، ويمكن اعتبار ضريبة البيت من بين أفضل الحلول المقترحة لفرض ضريبة على انتقال السلع والخدمات غير الإلكترونية عبر الإنترنت، حيث أن هذه السلع يتم تحويلها إلى كمية من البيتس وتتم عملية انتقالها عبر الإنترنت وبالتالي فإن البيت تاكس سوف تتمكن من حصر العدد الفعلي من البيتس الذي تم نقله وتقوم بفرض هذه ضريبة عليه، وقد وجهت لهذه الفكرة العديد من الانتقادات، حيث أن فرض هذه الضريبة ستنطوي عليه العديد من المشاكل منها:

- الازدواج الضريبي، حيث أن المستهلك سوف يقوم بدفع ضريبة القيمة المضافة Tva عند شرائه الأجهزة الإلكترونية المختلفة التي يستخدمها في عملية تبادل ونقل المعلومات بالإضافة إلى ضريبة البيت Bit tax عند استخدامه لهذه الأجهزة في تبادل البيانات وهذا يؤدي بالتالي إلى فقدان الإنترنت وأجهزة نقل البيانات الأخرى إلى الميزة الأساسية التي تتمتع بها وهي انخفاض التكلفة.
- انخفاض نمو الإنترنت وما يترتب عليه من انخفاض في الأنشطة والأعمال المتوقع انبثاقها عن هذه الصناعة الجديدة التي تستوعب العديد من العمالة، وبالتالي فإن العديد من الفرص التي من شأنها تدعيم ودفع هذه الصناعة سوف تفقد الدافع لها للبدء أو الاستمرار، حيث أنها سوف تواجه بالعديد من الأعباء.
- إن تتبع تدفق البيانات ورصدها بهدف فرض ضريبة عليها يعد نوعا من أنواع الإعتداء على الخصوصية.
- ينطوي هذا النظام الجديد العديد من التكاليف والتعقيدات التي قد تؤدي إلى ظهور العديد من المشاكل التي قد تزيد نفقات إصلاحها عن الإيرادات المتوقع تولدها عن هذا النظام.

بالإضافة إلى ماسبق فإن تحديد قيمة الضريبة المفروضة وفقا لكمية البيتس المنتقلة قد ينطوي على نوع من الخداع، فقد تتكون السلعة أو الخدمة المنقولة من عدد صغير من البيتس وبالتالي يتم فرض قيمة ضريبية قليلة، وفي الوقت نفسه قد تكون قيمة بيع هذه السلعة أو الخدمة مرتفعة. وقد يكون الأمر مختلفا، عندما تتكون السلعة أو الخدمة من عدد كبير من البيتس وبالتالي تخضع لالتزامات ضريبية أكبر، وفي الوقت نفسه تكون قيمة بيع هذه السلعة منخفضة، وبالتالي فإن ذلك يتطلب محاولة لتطوير المقترح حتى يمكنه التغلب على هذه العقبة التي

قد تؤدي إلى اقتصار عملية الانتقال على وعاء معين من السلع والخدمات وهو الذي لا يحتوي على عدد كبير من البيتس ولكن قيمة بيعه غاية في الارتفاع.[1]

ثانيا: الإطار العام المقترح للضرائب على التجارة الإلكترونية.

من أجل توفير إطار عام ملائم ومنسجم مع عالم التجارة الإلكترونية، لا بد من إجراء تعديلات على النظام الضريبي.

- ❖ **الاطار المفاهيمي:** ومما لا شك فيه أن العديد من المفاهيم السائدة في عالم الضرائب يحتاج إلى إعادة مراجعة بصورة تحقق اتساق هذه المفاهيم مع المتغيرات التكنولوجية، ويشمل ذلك على سبيل المثال المفاهيم التالية:

- **مفهوم الإقليمية:** ويقصد هنا امتداد مفهوم الوجود ليشمل مقار المعلومات على شبكة الإنترنت ليس قصرها فقط على مفهوم التواجد المادي.
- **مفهوم العدالة الضريبية:** ويقصد بها هنا اتساع مفهوم العدالة الضريبية على المستوى العالمي بصورة تضمن تقليل حركة الأفراد والمؤسسات من جانب، ومن جانب آخر وجود اختلال في أسعار الحصول على السلع نتيجة الوسط الذي يتم تسليمها من خلاله.
- **مفهوم السلع والخدمات:** في إطار تزايد وتنامي السلع المادية وتحول بعض هذه السلع إلى خدمات، فإن هذه المفاهيم تحتاج إلى إعادة صياغة، بما لا يفرق بين نشاط تجاري ونشاط تجاري آخر بناء على نوع السلعة المتداولة، حيث يمكن تغيير بعض أشكال السلع من الصورة المادية إلى الصورة الإلكترونية.

- ❖ **الإطار التشريعي:** مهما حولنا تطبيق أساليب القياس فستبقى قضية إقرار الوثائق والعقود الإلكترونية هي مربط الفرس في إطار إطلاق طاقات التجارة الإلكترونية، وبالتالي فإن الإطار التشريعي يحتاج إلى إعادة الصياغة مع مراعاة مايلي:

- **إقرار التوقيعات الإلكترونية:** إن نظم التجارة الإلكترونية الحالية وما تشهده من تطور تجعل التوقيعات الإلكترونية أكثر صعوبة في التزوير من النظم الرقية، وهو ما يتطلب وجود آليات تشريعية تقر هذه التوقيعات الإلكترونية.
- **التعاقدات الإلكترونية:** إن التطور المستقبلي للتجارة الإلكترونية بمقتضى توفر بيئة قانونية تسهل وتعترف بالعمليات التجارية الإلكترونية، وتكون قادرة على تنظيم العقود الإلكترونية من حيث الشروط الواجب توفرها

[1] سعيد عبد العزيزعتمان- العشماوي شكري رجب، نفس المرجع السابق، ص604-605.

في العقد، والقبول والإيجاب بالعقد، وبذلك تشكل هذه البيئة القانونية مرجعا كاملا للتحقق الإلكتروني في الإثبات حين النزاع.

- **التشريعات الخاصة بتأمين الموارد التكنولوجية:** بوصفها أحد الموارد المطلوب حمايتها ويشمل ذلك كلمة السر مثلا، وكذا قواعد البيانات والبحث فيها بوصفها مرجعية يعتمد عليها.

❖ **الإطار التنفيذي:** يعتمد النظام الضريبي في المقام الأول على قيام مأموري الضرائب بمراجعة القيود الدفترية الواردة في ميزانية المؤسسات والشركات وحساب الأرباح والخسائر على الوثائق الأصلية (فواتير الشراء والبيع)، وذلك للتحقق من صحة ماورد من بيانات وبالتأكيد فإن التحول إلى نظم القيد الإلكتروني والعقود الإلكترونية وما قد يتبادر إلى الأذهان من إمكانية تعديل هذه العقود، يحتم اقتراح نظام للتحقق الإلكتروني من العقود من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية بين المؤسسة تحت الفحص الضريبي والمؤسسات التي تعاملت معها شراءا وبيعا. [1]

- **التحقق الإلكتروني:** إن التعامل الإلكتروني يتم بين طرفين كلاهما مجهز إلكترونيا بصورة تحقق تنفيذ هذا التعامل. حيث يكون لأحد أطراف الصفقة الرغبة في إثبات التعامل سواء بالقيمة الأساسية أو بقيمة أعلى (المصروفات) بينما يلجأ الطرف الآخر إلى قيده بقيمته الأصلية أو بقيمة أقل (الإيرادات) الأمر الذي يشكل نظاما رقابيا متكامل. بحيث تتم عملية التحقق الإلكتروني وفقا للخطوات التالية:

أ- إن القيد الإلكتروني موجود لدى الطرفين ويمكن التحقق منه من خلال رسالة إلكترونية ترسلها الجهة تحت الفحص بمعرفة مأمور الضرائب ويتم الرد عليها، ويتطلب ذلك الأسلوب وجود ما يسمى حق التحقق الإلكتروني، ويمكن برمجته أوتوماتيكيا بصورة تحقق عدم تحميل الجهة الأخرى أي أعباء إدارية للرد (تكون الرسالة من حاسب إلى حاسب).

ب- يقوم مأمور الضرائب بمراجعة العقود الإلكترونية باستخدام نظم المراجعة الحديثة أو التقليدية، وفي حالة رغبة مأمور الضرائب في التحقق من صحة أحد التعاقدات، فإنه يقوم بالضغط على زر خاص يقوم بإرسال رسالة إلى المؤسسة التي تم التعامل معها، وهي مسجلة في العقد الإلكتروني، تتضمن هذه الرسالة طلب إرسال نسخة من العقد كما هو مخزن لدى المؤسسة التي تم التعامل معها.

ت- تقوم المؤسسة المتعامل معها بالرد بإرسال رسالة إلكترونية تتضمن نسخة من صورة العقد، كما هي مسجلة لدى المؤسسة، ويتم المقارنة بين العقدين، وبناء على هذه المقارنة يمكن قبول أو رفض المعاملة.[2]

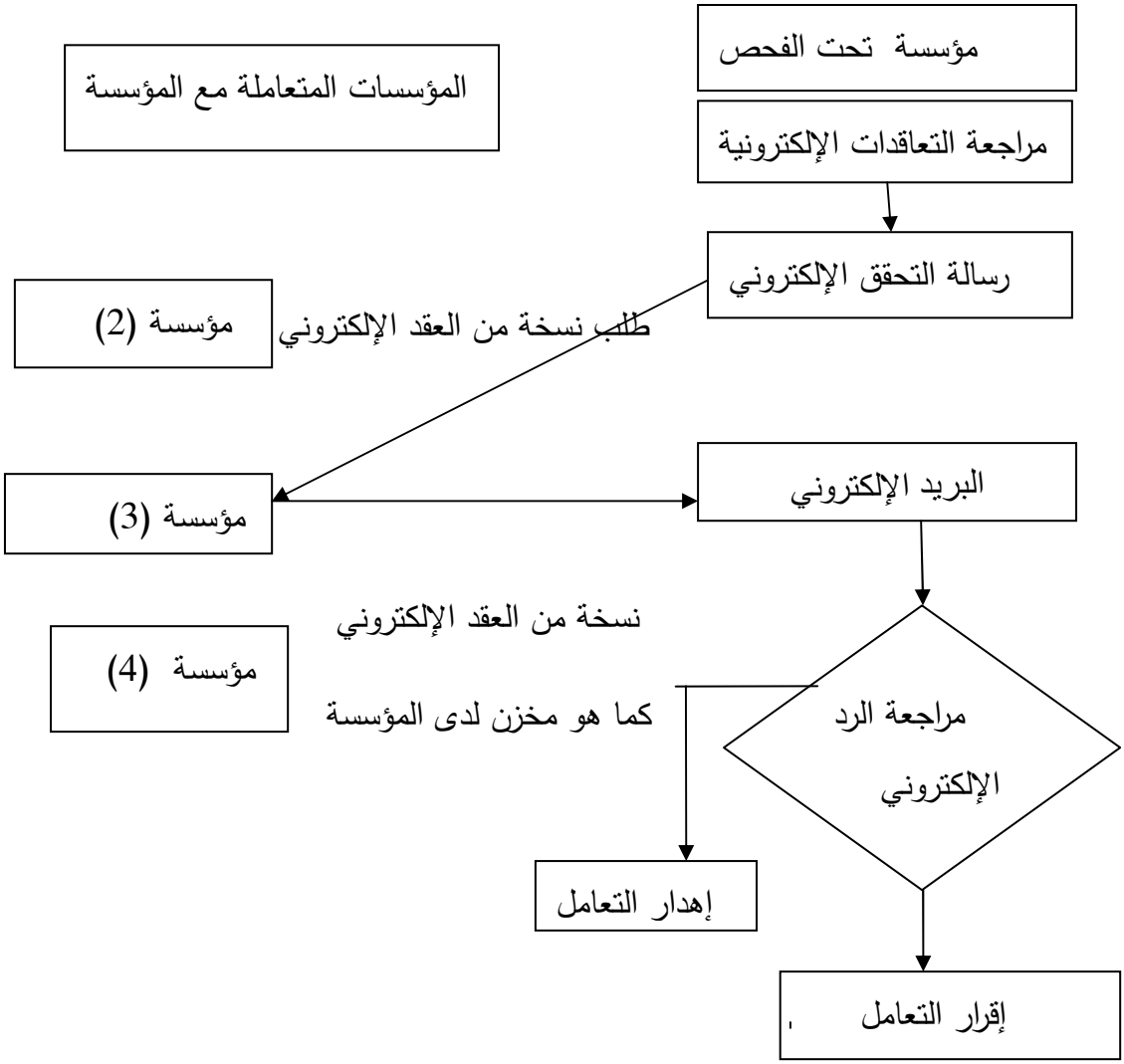
---

[1] محمد الأمين كماسي- عبد الغني دادن، نفس المرجع السابق، ص81.

[2] سعيد عبد العزيز عتمان- العشماوي شكري رجب، نفس المرجع السابق، ص608.

والشكل التالي يوضح الإطار الخاص بهذا النظام:

الشكل رقم(02-02): الإطار الخاص بنظام التحقق الإلكتروني



المصدر: رأفت رضوان وآخرون، نفس المرجع السابق، ص20.

❖ **الإطار الإجرائي**: اعتادت العديد من الدول على تقسيم الأنشطة المرتبطة بتحصيل الرسوم والضرائب بين عدة جهات متنوعة كالجمارك والضرائب العامة وضريبة المبيعات ...الخ. ولكن تشابك الأنشطة المختلفة أدى إلى توكيل بعض أنشطة قطاع معين ليقوم بها قطاع آخر، فقد نجد على سبيل المثال مصلحة الجمارك تقوم بتحصيل ضريبة المبيعات على الواردات من المستوردين عند نقطة الفحص الجمركي، ويعد تقدير

مصلحة الجمارك نهائيا، كما تعد هي صاحبة الاختصاص والولاية في تقدير الربط علما بأن ما يتم تحصيله يحول إلى ضريبة مبيعات.[1]

مع دخول التجارة الإلكترونية وإمكانية دخول السلع غير المادية دون العبور على المنافذ الجمركية فإننا أمام أحد الحلين الآتيين:

- إعفاء هذه السلع من الضرائب الجمركية وهو ما يخل بمبدأ المساواة الضريبية.
- أو فرض الضرائب الجمركية عليها عند قيام مأمور الضريبة العامة بالمراجعة السنوية لحسابات المؤسسات، ويتم التحصيل لصالح مصلحة الجمارك.

ولكن الاتجاه الأسلم قد يكون في توحيد الجهات التي تقوم بتحصيل الضريبة وتكامل أعمالها في المراحل المختلفة لضمان الحصول على الإيرادات وتحقيق العدالة الضريبية بغض النظر عن المنظمة التي يتم فيها التحصيل.[2]

[1] سعيد عبد العزيز عتمان، نفس المرجع السابق، ص609.

[2] سعيد عبد العزيز عتمان– العشماوي شكري رجب، نفس المرجع السابق، ص610.

خلاصة الفصل:

بعد التطرق لكل المفاهيم المرتبطة بالموضوع من مفهوم الضريبة، التي هي تعتبر اقتطاع نقدي تجبره الدولة على المكلف مساهمة منه في التكاليف والأعباء العامة ومن ثم تعرضنا لتعريف التحصيل الضريبي وطرق تحصيل الضرائب من المكلف والمشاكل التي تواجه عملية التحصيل من التهرب والازدواج الضريبي، وكذلك ظهور ما يسمى بالتجارة الإلكترونية والتي أثارت بدخولها في اقتصاديات الدول العديد من التحديات، فالآراء انقسمت والمواقف تعددت فهناك المؤيدة لفكرة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية وهناك من عارض ذلك، ومما لاشك فيه أن إشكالية التحصيل الضريبي على التجارة الإلكترونية تكمن في عمليات التبادل التجاري للمنتجات الرقمية من السلع والخدمات، أما بخصوص المنتجات المادية التي تطلب بصورة إلكترونية وتسلم بطريقة تقليدية فهي تعامل وفق نظام ضريبي منظم للتجارة التقليدية مع بعض الاختلافات التي تتعلق بالانتقال نحو إبرام العقود التجارية بالطريقة الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية والتي يجب أن يكون لكل منهما قانون خاص ينظم القضايا المتعلقة بهما.

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير (مجال LMD)
السنة الثانية ماستر
محاسبة

استبانة البحث

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص محاسبة بعنوان: " **أثر التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي**"

ونظرا لأهمية رأيكم في هذا المجال نرجو منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستمارة، حيث أن صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجابتكم، ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

إعداد الطالبة: معمري رحيمة

القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية. يرجى وضع إشارة (X) في المربع المناسب.

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

العمر: أقل من30 ☐ 30- اقل من40 ☐ 41- اقل 50 ☐

عدد سنوات الخبرة:

أقل من 5 سنوات ☐
من 6- أقل من 10سنوات ☐
10 فأكثر ☐
50 سنة فأكثر ☐

التخصص العلمي: محاسبة ☐ علوم مالية ☐ إدارة ☐

المؤهل العلمي: بكالوريا ☐ ليسانس ☐ دراسات عليا ☐ شهادات أخرى ☐

القسم الثاني: البيانات المتعلقة بالموضوع، يرجى وضع إشارة (x) في المربع المناسب.

الرقم	العبارة	معارض	محايد	موافق
أولا	**تفعيل إستخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات وربط وتحصيل الضريبة.**			
01	يحتاج النظام الضريبي الحالي إلى تعديل وتطوير إجراءات ربط وتحصيل الضريبة لمواكبة التجارة الإلكترونية.			
02	هناك حاجة لوجود نظام ضريبي خاص بالمؤسسات التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية.			
03	هناك حاجة لتعديل أساليب الرقابة لتتلائم مع ما أحدثته التجارة الإلكترونية مع تغيرات في الإجراءات المتبعة.			
04	إستخدام التجارة الإلكترونية يتطلب تطوير الأساليب المصرفية بما يتلائم مع الأوضاع والمتغيرات الجديدة.			
ثانيا	**وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب.**			
01	تحسين قدرة المؤسسة على خدمة عملائها وسرعة التواصل مع مورديها.			
02	زيادة التعاملات التجارية وإمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية.			
ثالثا	**لا توجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبة على أنشطة التجارة الإلكترونية.**			
01	الإفتقار للإجراءات الإلكترونية للجباية الضريبية.			
02	الإفتقار للوجود المادي للفواتير والسندات المتعلقة بالصفقات الإلكترونية.			
03	الإفتقار لإجراءات حصر المجتمع الضريبي في التجارة الإلكترونية.			
04	إحتمالية الإزدواج الضريبي في جباية الضرائب على التجارة الإلكترونية.			
05	إنخفاض الحصيلة الضريبية نتيجة التوجه نحو إجراء الصفقات التجارية إلكترونيا.			
رابعا	**لا يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية.**			

01	توفير نماذج إلكترونية لكافة الخدمات الضريبية.			
02	ربط الدوائر الضريبية بشبكة الإنترنت.			
03	حفظ وفهرسة الملفات الضريبية ضمن سجلات الإلكترونية.			
04	توفير خدمة الدفع الإلكتروني للأرصدة الضريبية المستحقة على المكلفين.			
05	إتاحة الفرصة لتقديم كشف التقدير الذاتي إلكترونيا.			
خامسا	**لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.**			
01	التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الإلكترونية والمساهمة في تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها.			
02	عدم توافر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها.			
03	عدم وجود تنسيق قانوني دولي وإتفاقيات مشتركة لتفادي الإزدواج الضريبي الدولي.			
04	قصور التشريعات الضريبة المحلية مع التزايد السريع في التجارة الإلكترونية.			
05	عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية.			
06	صعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي للتجارة الإلكترونية.			
07	صعوبة تتبع وفهم المعاملات التي تتم عبر شبكة الإنترنت.			
08	وجود قصور في أداء مهام الإدارة الضريبية في حصر وفحص وتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.			
09	وجود فجوة مبدئية في المجتمع الضريبي في فهم المفردات الخاصة بالمعاملات على التجارة الإلكترونية.			

شكرا على دعمكم ومساعدتكم.

الملحق رقم 02: قائمة الأساتذة المحكمين

الأستاذ	الجامعة
كردودي سهام	جامعة بسكرة
نور الدين أحمد قايد	جامعة بسكرة
الحاج عامر	جامعة بسكرة

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي، حيث أن نطاق التجارة الإلكترونية غامض وغير مستقر، لأن تجارة الانترنت غير ملموسة ويصعب تتبعها وفرض الضرائب عليها وهدا ما يؤثر على الحصيلة الضريبية.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة قمنا بتوزيع استمارة على مديرية الضرائب والمصالح التابعة لها وعلى الأساتذة المتخصصين في المحاسبة، حيث بلغ مجتمع الدراسة 60 فردا، تم استرجاع 39 استمارة كعينة صالحة للتحليل الإحصائي وذلك بنسبة 65%.

وقد خلصت الدراسة إلى وجود مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وأن وضع نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية يساعد على زيادة حصيلة الضرائب الأمر الذي يحتم على الهيئات والحكومات إلى ضرورة إجراء تعديلات قانونية وتشريعية على النظام الضريبي بما يتلاءم مع التطور الاقتصادي والتقني للتكيف مع متطلبات التجارة عبر الانترنت.

الكلمات المفتاحية: تجارة الكترونية، دفع الكتروني، نقود رقمية، تحصيل ضريبي.

Sammury

The purpose of this study is to illustrate the effect of the electronic commerce on the tax collection , Well the domain of the electronic trade is mysterious and instable because trade by internet is intangible work, also it hard to follow it and put taxes on it and this has a great impact on tha tax collection.

To improve the goals of this study we destribute a from to the tax derectorate, the services that has relation with it and also to specialized professors un accounting. The outcome of the outcome of the study was 60 person and we take back 39 form as a sample for statistical analyses that consider 65%.

This research resume that ther is proplems that face the basic of putting taxes on the electronic commerciale treatments moreover it shows that creating a tax system specialized with the electronic tarde treatments helps in increasing the tax outcome because of this the authority and the gouvernment are obliged to, put legal and legeslative adjustments , for the tax system and take to consideration all what fits the technology and economic devlopment,to improve the recquirements of the electronic trade.

Key words: electronic trade, electronic payment, degital money, information tecnology.

في عالم طغت فيه لغة المعرفة، أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، وأضحى تطور الأمم وازدهارها يقاس بمدى تبنيها لهذه التكنولوجيا، وهو ما جعل العديد من دول العالم تدرك أهمية هذه التكنولوجيا، وتسعى لتسخيرها لخدمة الاقتصاد بأسره لاسيما الجانب التجاري منه.

وإن الاهتمام بالتجارة المعتمدة على وسيط الكتروني دليل على وعي اقتصادي ناضج، هذه التجارة كانت مجرد حلم، فرضت اليوم نفسها في تحديد المستقبل الاقتصادي للدول، وأصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري، فقد نمى حجمها بسرعة خيالية في مختلف انحاء العالم، بسبب المزايا العديدة التي توفرها خاصة اختصارها للزمن والمسافات واختزالها للتكاليف. الأمر الذي أدى إلى نمو وتطور التجارة الإلكترونية على حساب التجارة التقليدية، مما سيؤثر على التحصيل الضريبي وهذا ما جعل الأنظمة الضريبية تواجه تحديا أمام فرض الضرائب على التجارة الالكترونية. وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا حول "أثر التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي" بحيث حاولنا الإجابة عليها من خلال إشكالية الدراسة "ما مدى تأثير التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي؟"

من خلال الفصول الثلاثة باستخدام المناهج المشار إليها في المقدمة، وانطلاقا من الفرضيات المعتمدة، وبهذا تقسم هذه الخاتمة إلى نتائج البحث واختبار الفرضيات والتوصيات والاقتراحات.

1. النتائج:

- تعمل التجارة الإلكترونية في بيئة افتراضية لا تعترف بالحدود المكانية والقيود الزمانية فهي تتخطى حدود الدول دون إذن مسبق وبذلك فهي تعمل ضمن سوق عالمي.
- إن التبادل التجاري قد يكون محله منتجات مادية أو منتجات رقمية (سلع وخدمات رقمية) وتعتبر الأخيرة أحد إفرازات هذه التجارة.
- يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية وجود بنية تحتية داعمة لها من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوفر وسائل الدفع الإلكترونية، بالإضافة لتوفر بيئة قانونية قادرة على احتضان التجارة الإلكترونية بداخلها من حيث تنظيمها للعقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية.
- تعتبر قضية الضرائب على التجارة الإلكترونية إحدى الإشكاليات المعقدة التي تواجه الدول في احلالها للتجارة الإلكترونية ضمن اقتصادياتها.
- إن الأنظمة الضريبية التي وضعت في سياق تقليدي لتحكم التجارة التقليدية لم تعد ملائمة لتطبيقها على التجارة الإلكترونية نظرا لاختلاف طبيعة هذه التجارة من حيث انفتاحها على الأسواق العالمية دون التقيد

بالعمل ضمن نطاق دولة معينة، أضف لذلك أن المؤسسات الإلكترونية تمارس عملها عبر شبكة الانترنت دون أن يكون هناك حاجة لتواجد مادي لها على أرض الواقع وخاصة المؤسسات التي تتخصص بالمنتجات الرقمية من برمجيات وغيرها والمؤسسات التي تقدم الخدمات الإستشارية.

- تواجه علمية فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية العديد من الصعوبات منها مشكلة حصر المجتمع الضريبي، وتحصيل الضريبة على التجارة الإلكترونية، والازدواج الضريبي، وصعوبة تتبع معاملات التجارة الإلكترونية، وتحديد أساس فرض الضريبة عليها.

- تفتقر القوانين الضريبية للنصوص صريحة توضح المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية.

- يعد اختفاء الوثائق الورقية والانفصال المكاني والمنتجات الرقمية غير الملموسة، وعدم إمكانية تحديد الهوية على قائمة المشاكل التي تواجه عملية التحصيل الضريبي على التجارة الإلكترونية.

- هناك حاجة فعلية لتعديل النظام الضريبي الحالي وتعديل اجراءات الربط والتحصيل إضافة إلى الحاجة إلى تعديل أساليب الرقابة لتتلائم مع ما أحدثته التجارة الإلكترونية من تغييرات في الاجراءات المتبعة.

- سيؤدي وجود نظام ضريبي خاص بمعاملات التجارة الإلكترونية إلى زيادة الحصيلة الضريبية.

2. التوصيات:

على ما تقدم من نتائج خرجت الدراسة بعدة توصيات وهي كالآتي:

- اعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة والعمل على تبني النظم والأساليب الإدارية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة واحلالها مكان الأنظمة التقليدية.
- الاهتمام بتدريب موظفي الدوائر وتأهيلهم من الناحية العلمية والعملية لمواكبة التطورات التكنولوجية وما أفرزته من أسلوب تجاري جديد (التجارة الإلكترونية).
- اعادة النظر في القوانين الضريبية الحالية والعمل على اجراء تعديلات عليها تجعل منها قوانين صالحة لتطبيق على انشطة التجارة الالكترونية.
- تعريف موظفي الضرائب بأدلة اثبات عمليات التجارة الإلكترونية من عقود وتوقيعات الكترونية وكيفية التأكد من صحتها.

- عقد الاتفاقيات الضريبية مع الدول الأخرى لضمان جباية وتحصيل الضرائب والحد من فقدانها وخاصة ما يتعلق بالضرائب على الاستهلاك.

- استخدام التقنيات الحديثة والوسائل الإلكترونية لرفع مستوى أداء الجهاز الضريبي ورفع كفاءة الأفراد العاملين في الدوائر الضريبية وزيادة معلوماتهم عن طبيعة المتعاملين في التجارة الإلكترونية.

- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال التشريع الضريبي للمعاملات الإلكترونية ومعالجة الثغرات الموجودة فيها وتطبيقها مستقبلاً.

آفاق الدراسة:

من خلال دراستنا هذه يمكن اقتراح بعض المواضيع التي تمثل إشكاليات لمواضيع أخرى، أهمها ما يلي:

- أمن المعاملات التجارية في ظل التجارة الإلكترونية.
- مستقبل اليد العاملة في ظل استخدام الصيرفة الإلكترونية.
- تقييم التجربة الجزائرية في ميدان المقاصة الإلكترونية.

شكر وعرفان

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركا فيه كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

شكري لله الذي أمدني بالعزم والصبر على إنجاز هذا العمل.

قال الله تعالى :" وإن شكرتم لأزيدنكم "

وأتم الصلاة وأفضل التسليم لأشرف الخلق.

الذي بلغ الرسالة و أدى الأمانة ...ونصح الأمة ...إلى نبي الرحمة و نور العالمين...

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

من هذا المنطلق وإيمانا مني بالوفاء ورد الجميل لأهل الفضل، فقد كان لزاما عليا بأن أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان، والتوجه بالامتنان:

إلى أستاذتي الفاضلة **(كردودي سهام)**.

وأتوجه بالتحية والتقدير لكل من لقنني من العلم حرفا،

كما لا أنسى أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من أمدني يد العون

لإنجاز هذا العمل المتواضع ولو بكلمة طيبة.

وفي الأخير نحتسب هذا العمل لله ولا نزكي على الله عملا راجين منه أن يجعله من صالح الأعمال وأن ينفع به كل من يلتمس طريق العلم به ولله الحمد والمنة.

رحيمة

شكر وعرفان

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركا فيه كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

شكري لله الذي أمدني بالعزم والصبر على إنجاز هذا العمل.

قال الله تعالى :" وإن شكرتم لأزيدنكم "

وأتم الصلاة وأفضل التسليم لأشرف الخلق.

الذي بلغ الرسالة و أدى الأمانة ...ونصح الأمة ...إلى نبي الرحمة و نور العالمين...

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

من هذا المنطلق وإيمانا مني بالوفاء ورد الجميل لأهل الفضل، فقد كان لزاما عليا بأن أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان، والتوجه بالامتنان:

إلى أستاذتي الفاضلة **(كردودي سهام)**.

وأتوجه بالتحية والتقدير لكل من لقنني من العلم حرفا،

كما لا أنسى أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من أمدني يد العون

لإنجاز هذا العمل المتواضع ولو بكلمة طيبة.

وفي الأخير نحتسب هذا العمل لله ولا نزكي على الله عملا راجين منه أن يجعله من صالح الأعمال وأن ينفع به كل من يلتمس طريق العلم به ولله الحمد والمنة.

رحيمة

الفصل الأول
الإطار النظري للتجارة الالكترونية

الفصل الأول
الإطار النظري للتجارة الالكترونية

الفصل الثالث
دراسة اتجاه أراء عينة من المهنيين والأكاديميين

الفصل الثالث

دراسة ميدانية لعينة من الشركات الاقتصادية

بسملة	
شكر وعرفان	
إهداء	
ملخص	
قائمة المختصرات	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
مقدمة	أ– و
الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية	
تمهيد	2
المبحث الأول: الإطار العام للتجارة الإلكترونية	3
المطلب الأول: تطور ومفهوم التجارة الإلكترونية	3
المطلب الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية وخصائصها	6
المطلب الثالث: فوائد التجارة الإلكترونية ومجالاتها	9
المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية	11
المبحث الثاني: متطلبات التجارة الالكترونية والتحديات القانونية	14
المطلب الأول: متطلبات التجارة الإلكترونية وأساليب قباسها	14
المطلب الثاني: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية	18
المطلب الثالث: التحديات القانونية في بيئة التجارة الإلكترونية	19
المبحث الثالث: وسائل ونظم الدفع الالكتروني	25
المطلب الأول: وسائل ونظم الدفع الالكتروني	25
المطلب الثاني: المطلب الثاني: أمن المعاملات الالكترونية	29
خلاصة الفصل	34
الفصل الثاني: الإطار النظري للتحصيل الضريبي	
تمهيد	38
المبحث الأول: ماهية الضريبة	39

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الضريبة	39
المطلب الثاني: أنواع الضرائب	40
المطلب الثالث: القواعد الأساسية والأهداف العامة	44
المبحث الثاني: ماهية التحصيل الضريبي	47
المطلب الأول: التنظيم الفني للضريبة	47
المطلب الثاني: التملص والازدواج الضريبي	50
المطلب الثالث: التحصيل الضريبي في التجارة الإلكترونية	55
المبحث الثالث: فعالية التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي	58
المطلب الأول: تحديات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية	58
المطلب الثاني: الضرائب المقترح فرضها على التجارة الإلكترونية	65
المطلب الثالث: الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية	70
خلاصة الفصل	76
الفصل الثالث: دراسة اتجاه أراء عينة من المهنيين والأكاديميين	
تمهيد	78
المبحث الأول: عرض الاستبيان ومنهجية الدراسة	79
المطلب الأول: عرض الاستبيان	79
المطلب الثاني: عرض بيانات أداة الدراسة	81
المبحث الثاني: معالجة وتحليل نتائج الاستبيان	83
المطلب الأول: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة	83
المطلب الثاني: درجة صدق وثبات الاستمارة	88
المطلب الثالث: تحليل اتجاه أراء العينة	90
خلاصة الفصل	100
الخاتمة	102
قائمة المراجع	106
الملاحق	110

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01-01	أنواع التجارة الإلكترونية	06
02-01	الإطار العام لتحديات التجارة الالكترونية والوسائل التقنية لحل هذه التحديات	22
03-01	التشفير لا متماثل	32
04-01	التشفير المتماثل	32
01-02	العلاقة بين هيكل النظام الضريبي وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات	65
02-02	الإطار الخاص بنظام التحقق الإلكتروني	74
01-03	عدد الاستبيانات الموزعة	83
02-03	توزيع العينة حسب الجنس	84
03-03	توزيع العينة حسب العمر	85
04-03	توزيع العينة حسب الخبرة المهنية	86
05-03	توزيع العينة حسب التخصص العلمي	87
06-03	توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	88

نموذج

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01-01	مجالات الإجابة على أسئلة الاستبيان وأوانها	80
02-01	معايير تحديد الاتجاه	80
03-01	عدد الاستبيانات الموزعة	83
04-01	توزيع العينة حسب الجنس	84
05-01	توزيع العينة حسب العمر	84
06-01	توزيع العينة حسب الخبرة المهنية	85
07-03	توزيع العينة حسب التخصص العلمي	86
08-01	توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	87
09-01	مقياس الثبات ألفا كرونباخ لفرضيات الدراسة	89
10-01	اتجاهات آراء أفراد العينة حول الفرضية الأولى	90
11-01	اتجاهات آراء أفراد العينة حول الفرضية الثانية	91
12-01	اتجاهات آراء افراد العينة حول الفرضية الثالثة	92
13-01	اتجاهات آراء أفراد العينة حول الفرضية الرابعة	93
14-01	اتجاهات آراء أفراد العينة حول الفرضية الخامسة	95

نموذج

الاختصار	تفسير الاختصار باللغة الانجليزية	تفسير الاختصار باللغة العربية
ISO	System inter organisation	المنظمة العالمية للمؤسسات
ICT	Information and cominication technology	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
SSL	Secure soket layer	طبقة الفتحات الآمنة
SET	Secure electronic transactions	الحركات

المراجع باللغة العربية:

I. الكتب باللغة العربية

1.أحمد يونس البطريق، المالية العامة– الضرائب والنفقات العامة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
2.أسامة عبد المنعم دميثان المجالي، التجارة الإلكترونية، درا وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
3.برهان محمد–خطاب عزالدين، التجارة الإلكترونية، الطبعة الرابعة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2015.
4.حميدة بوزيدة، جباية المؤسسات دراسة تحليلية في النظرية العامة للضريبة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2007.
5.خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2008.
6.سالم محمد الشوابكة، المالية العامة والتشريعات الضريبية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015.
7.سراج الدين محمد، التجارة الإلكترونية دراسة تكنولوجية وتطبيقية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2009.
8.سعيد عبد العزيز عتمان– العشماوي شكري رجب، **إقتصاديات الضرائب سياسات– نظم قضايا معاصرة**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
9.سوزي عدلي ناشد، **أساسيات المالية العامة**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
10.شاهين محمد–محمد عبد الله، التجارة الإلكترونيةالعربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميثرا للنشر، القاهرة، 2017.
11.طارق عبد العال حماد، **التجارة الإلكترونية المفاهيم– التجارب– التحديات والأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
12.عبد المجيد حامد دراز، **المالية العامة الضرائب والنفقات العامة**، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007.
13.عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2014.
14.عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام spss، بدون دار نشر، ج3، 2007، ص538.
15.عكاب أحمد محمد العبادي، الضريبة على الدخل الناجم عن التجارة الإلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015.
16.علي زغدود، **المالية العامة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص210.

17.عماد مجدى عبد المالك، التجارة الإلكترونية عربيا ودوليا، دار المطبوعات الجامعية ،الإسكندرية.
18.فتحي أحمد ذياب عواد، اقتصاديات المالية العامة، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عملن، 2013.
19.قدي عبد المجيد، **دراسات في علم الضرائب**، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2011.
20.قنديلجي عامرابراهيم، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015.
21.مجدى شهاب، **أصول الإقتصاد العام المالية العامة**، دار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، 2004.
22.محمد عباس محرزي، المدخل إلى الجباية والضرائب،دار للنشرITCIS ،الجزائر،2010.
23.منصور بن اعماره، الضرائب على الدخل الإجمالي، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
24.منصور ميلاد يونس، **مبادئ المالية العامة**، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1994.
25.مهدي محفوظ، **علم المالية العامة والتشريع المالي والضريبي**، دراسة مقارنة، الطبعة الرابعة، 2005.
26.ميثم صاحب عجام–علي محمد مسعود، **المالية العامة بين النظرية والتطبيق**، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014.
27.ناصر مرادا، **فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق**، دار هومة، الجزائر، 2003.
28.نهلة أحمد قنديل، التجارة الإلكترونية المدير العصري رؤية تسويقية، جامعة قناة السويس، القاهرة، 2005.

II. المذكرات والرسائل

1.بختي ابراهيم، **دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق**، رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2003.
2.حجار مبروكة، **اثر السياسة الضريبية على استراتيجية الاستثمار في المؤسسة**، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف–مسيلة، 2006.
3.ديمش سمية، **التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر**،مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة منتوري–قسنطينة، الجزلئر،2010.
4.صراع كريمة، **واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران–الجزائر، 2014.
5.محمد عدنان أمين زيد، **التنظيم الضريبي للتجارة الإلكترونية ومقترحات لتبنيها في الواقع الفلسطيني**، مذكرة ماجستير في برنامج المنازعات الضريبية، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2014.
6.هبايش فوزية، **دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة**، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي–الشلف، الجزائر، 2012.

III. الملتقيات والمداخلات:

1.فارس فضيل، حمزة ضويفي، **الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكتروية في ظل وسائل الدفع المعتمدة**، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في الجزائر وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر– عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011.

2.محمد الأمين كماسي، عبد الغني دادن، **معوقات الجباية في ظل التعاملات الرقمية والنقود الإلكترونية،** مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة، الجزائر، أيام 15–16–17 مارس، 2004.

3.وليد عبد الرحمن خالد الفرا، **تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS**، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 2009.

IV. المجلات:

1.التهامي طواهر محمد شفيقة حني–عبد الوهاب دادن، **تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية**، مجلة الإقتصاد والمجتمع، مجلد05، العدد02، جامعة ورقلة، الجزائر، 2003.

2.دادن عبد الوهاب، **الجباية الإفتراضية والتجارة الإلكترونية النقاشات، المشاكل والتحديات**، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير، العدد03، جامعة ورقلة، الجزائر، 2004.

3.رأفت رضوان –رشا عوض–ولاء –الحسيني، **الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية**، مجلة التمنية والسياسات الإقتصادية، مجلد02، العدد02، الكويت، 2000.

4.سهام كشكول عبد، **أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب**، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، مجلد 18، العدد68، جامعة بغداد، 2005.

5.عزوز علي، **جباية المعاملات الإلكترونية– المشاكل والحلول**، مجلة الردة لإقتصادات الأعمال، العدد01، جامعة الشلف، الجزائر، 2015.

6.عواد قبس، حسن، **مشكلات فرض وتحصيل الضرائب على عقود التجارة الإلكترونية**، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد12، العدد43، جامعة الموصل، العراق، 2010.

V. القوانين

1.الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، **القانون رقم 18–05 المؤرخ في 10مايو2018**، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، العدد28، الجزائر، 2018، ص05.

VI. المراجع باللغة الأجنبية:

1. Fredric huet، la fiscalitè du commerce èlectronique,edition litec, paris, 2000.
2. Pierre beltrame. la fiscalitè en France. Hachette supèrieurs 5èmnè edition.1997.

.

VII. الموقع الالكتروني:

1. https/www.taxweb.com.

مقدمة

يشهد العالم في وقتنا الحاضر ثورة حقيقة في تقنية المعلومات والاتصالات والتي أثرت بدرجة كبيرة على كافة مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ،حيث شكلت العولمة وظهور الانترنت منعطفا هاما في الحياة الاقتصادية، حيث لعبت الشبكة الدولية للمعلومات دورا رئيسا ومهما كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر، فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الالكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الالكترونية واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية، ويشمل مفهوم التجارة الالكترونية كافة أشكال التعاملات التجارية التي تتم الكترونيا عبر شبكات الاتصالات.

إن التحول من بيئة التجارة المحدودة ماديا إلى البيئة الالكترونية جعل التجارة الالكترونية والعولمة بجوانبها الاقتصادية تتحديان الأنظمة الضريبية التقليدية حيث أن الحصيلة الضريبية من أهم الموارد المالية للدولة، فانه يبدوا اقتران التجارة الالكترونية بجباية الضرائب سيشكل موردا هاما للدولة يتميز بالزيادة المستمرة التي تتناسب وحجم التبادل التجاري الالكتروني، حيث يستدعي ذلك وضع سياسة جبائية تتلاءم مع طبيعة النشاط التجاري الالكتروني.

الواقع أن موضوع الضرائب على التجارة الالكترونية ينظر له من زاويتين مختلفتين ،فمن جهة يرى البعض أن إخضاع الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت إلى ضرائب (أو رسوم) يعد كبحا لنمو التكنولوجي، بينما يرى البعض الآخر أن الإعفاء الضريبي للتجارة الالكترونية يؤدي إلى التقليل من أهم موارد الدولة. ذلك أن الأفراد والمؤسسات أصبحوا يفضلون إبرام العقود والصفقات التجارية على الانترنت لنقص تكاليفها من حيث القيمة والزمن على حد سواء، أضف إلى ذلك أن اقتصار الأنظمة الضريبية على التعاملات التجارية التقليدية دون الالكترونية يجعل منها أنظمة ضريبية محدودة الكفاءة، وبناءً على تم عقد العديد من النقاشات في مجال الضرائب على التجارة الإلكترونية، وتبين فيها أن المفاهيم التقليدية لضرائب أصبحت غير قابلة لتطبيق 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 والتفريق بين السلع المادية والرقمية واثبات هوية البائع والمشتري، كل ذلك أوجب على الدول إعادة صياغة القوانين والنظم الضريبية لمواجهة هذا التغيير في بيئة التجارة.

1. إشكالية الدراسة:

إن نطاق ضرائب على التجارة الإلكترونية غامض وغير مستقر،لأن تجارة الانترنت غير ملموسة وأن فرض المزيد من الضرائب وزيادة نسبتها من شأنه أن يحد من حجم النشاط التجاري.

ومن هنا نطرح الإشكالية التالية :

ما مدى تأثير التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي؟

وتترتب على هذه الإشكالية بعض التساؤلات الفرعية التالية :

1. هل تفعيل استخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات وربط وتحصيل الضريبة؟
2. هل وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب؟
3. هل هناك حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبية على أنشطة التجارة الإلكترونية؟
4. هل هناك حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية؟
5. هل يوجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية؟

2. فرضيات الدراسة:

من خلال إشكالية البحث والتساؤلات الفرعية تم وضع الفرضيات التالية :

1. تفعيل استخدام أساليب التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ضرورة تعديل وتطوير إجراءات وربط وتحصيل الضريبة.
2. وجود نظام ضريبي خاص لمعاملات التجارة الإلكترونية للمؤسسات والأفراد يساعد على زيادة حصيلة الدولة من الضرائب.
3. لا توجد حاجة لآليات محددة واضحة للجباية الضريبية على أنشطة التجارة الإلكترونية.
4. لا يوجد حاجة لإعادة تأهيل البنية التحتية لدوائر الضريبة لمواكبة التحول للتجارة الإلكترونية.
5. لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.

3. أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في بيئة الأعمال، إذ أصبحت عاملا مؤثرا في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية من تسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين. إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من

الطلب الفوري للسلع والخدمات، ولذلك اهتمت الدول المتقدمة وغيرها من الدول بتهيئة اقتصادياتها وبيئتها ومؤسساتها، للتحول إلى الاقتصاد الرقمي واستلزم النظر للتحدي الذي تثيره هذه التجارة في حول الحصيلة الضريبية وضرورة مواكبة التطورات الحديثة.

4. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي وذلك من أجل تحقيق الأهداف التالية:

- إلقاء الضوء على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة وهي التجارة الإلكترونية، باعتبارها من المفاهيم الجديدة في المجال التجاري، والعالم الاقتصادي.
- تحقيق حصيلة ضريبية ملائمة لتمويل برامج النفقات العامة ورفع مستويات الكفاءة الاقتصادية.
- دراسة إمكانية تطوير النظام الضريبي الحالي بما يجعله ذا كفاءة مناسبة بحيث يصبح قادر على مواكبة انتشار التجارة الالكترونية.
- الخروج بإطار مقترح للتنظيم الضريبي على التجارة الإلكترونية.
- تحديد ومعرفة أهم التحديات التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية.

5. دوافع اختيار الموضوع :

تعددت دوافع وأسباب اختيارنا للموضوع نذكرها فيما يلي:

- أنها تعالج موضوع مستجد فرضته تطورات العصر خصوصا في ظل ندرة وقلة الدراسات التي أجريت عليه.
- توفير مادة علمية ومقترحات تساعد على الارتقاء وسد الفجوة في الأنظمة الضريبية اتجاه دورها في تنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية، بحيث تعطي هذه الدراسة أهمية في إضافة شيء ولو بالقليل في هذا المجال والتي سوف تشكل مرجعا مكملا و مفيدا للباحثين و المتخصصين في الأمور الضريبية من طلاب جامعات أو عاملين لدى الدوائر الضريبية.
- رغبتنا في دراسة موضوع مهم خاصة في عصرنا عصر التكنولوجيا الرقمية والسريعة وكذا اكتشاف دور التجارة الالكترونية وأهمية فرض الضرائب عليها.

6. مناهج الدراسة :

سنعتمد في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي والتحليلي:

المنهج الوصفي: إبراز مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالتجارة الالكترونية والضريبة.

المنهج التحليلي الإحصائي: لتحليل نتائج الدراسة الميدانية **و**للإجابة على التساؤلات واختبار صحة الفرضيات.

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الاعتماد على مجموعة من أدوات الدراسة تجسدت في البحث المكتبي القائم على الاستعانة بالمراجع المتنوعة كالكتب، والمجلات الاقتصادية والملتقيات والبحوث الأكاديمية.

7. حدود الدراسة:

الإطار المكاني: دراسة عينة من الموظفين العاملين بمديرية الضرائب بولاية بسكرة والمصالح التابعة لها.

الإطار الزماني: أجريت الدراسة خلال الفترة الواقعة مابين شهر أفريل 2017 حتى جوان2018.

8. صعوبات الدراسة :

1. اتساع مجال التجارة الالكترونية وصعوبة الإلمام بالمعلومات كلها.
2. قلة اهتمام موضوع محل الدراسة فيما يخص حداثته مما يصعب الدراسة في الجانب التطبيقي.

9. الدراسات السابقة:

1. دراسة بختي إبراهيم، (دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق) رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، سنة 2003، وهدفت هذه الدراسة لمعرفة تأثير الانترنت على وظيفة التسويق في المؤسسة ومعرفة طبيعة التجارة الإلكترونية، وما يمكن أن تحققه من كقيمة مضافة من خلال تطبيقها والاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في عملية المبادلات التجارية، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن الوضع الذي تعيشه الجزائر وطبيعة السوق الافتراضية يدعوا إلى إنشاء تجارة إلكترونية قائمة على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة مع ضرورة تكامل جميع القطاعات كقطاع مؤسسات المالية والاتصال.
2. دراسة هبايش فوزية، (دور التجارة الالكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة) رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 2012، وهدفت هذه الدراسة للتعرف على مفهوم وطبيعة التجارة الإلكترونية باعتبارها أحد المستجدات الحديثة في عولمة الاقتصاد، ومعرفة الدور الذي تلعبه

مناطق التجارة الحرة في العالم، والتعرف على واقع حجم التجارة الإلكترونية الدولية والعربية وإمكانية الاستفادة من مزاياها، إضافة إلى أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها.

3. دراسة دادن عبد الوهاب، (الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية، النقاشات، المشاكل والتحديات) مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، سنة، العدد03. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إشكاليات فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، حيث اهتمت الدراسة بالمشاكل والتحديات التي تواجه المعاملة الضريبية للصفقات التجارية الإلكترونية، كما ركزت الدراسة على إشكالية الجباية الافتراضية الذي يفرضها التطور التكنولوجي في المعاملات التجارية والتي من ضمنها التجارة الإلكترونية والتي أثارت القلق لدى الحكومات في العديد من الدول، وتوصلت الدراسة إلى أن منح الإعفاء الضريبي بشكل عام مشجع لنمو التجارة الإلكترونية، وأن فرض ضرائب على المبادلات الافتراضية التجارية يعد كبحا لنمو التكنولوجي، كما أن تحرير التجارة الإلكترونية بإعفائها من الضرائب له أثر سلبي على أهم موارد الدولة، بالإضافة إلى ذلك فإن الأنظمة الضريبية سوف تواجه تحديا كبيرا أمام هذا التطور التكنولوجي الذي يصعب إن لم نقل يتعذر معه تكييف السياسات الجبائية.

4. دراسة محمد عدنان أمين زيد، (التنظيم الضريبي للتجارة الإلكترونية ومقترحات لتبنيها في الواقع الفلسطيني) رسالة ماجستير في برنامج المنازعات الضريبية بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التنظيم الضريبي للتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال تناول مفهوم التجارة الإلكترونية وأبعادها والكشف عن الاتجاهات الدولية الإقليمية بخصوص فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية، والتعرف على بعض التجارب الدولية في وضع تنظيم ضريبي على التجارة الإلكترونية، وخلصت الدراسة إلى إعادة النظر في القوانين الضريبية الحالية والعمل على إجراء تعديلات عليها تجعل منها قوانين صالحة لتطبيق أنشطة التجارة الإلكترونية، وكذلك إعادة النظر في هيكل الدوائر الضريبية والعمل على تبني الأنظمة والأساليب الإدارية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وحلالها مكان الأنظمة التقليدية، والخروج بمقترحات للتنظيم الضريبي على التجارة الإلكترونية لتبنيها في الواقع الفلسطيني.

5. **هيكل الدراسة:**

قصد الإحاطة بالموضوع ارتأينا أن تقسم دراستنا إلى ثلاثة فصول كما يلي:

الفصل الأول: وكان تحت عنوان الإطار النظري للتجارة الإلكترونية، تناولنا فيه ثلاثة مباحث تطرقنا فيها إلى عرض الإطار العام للتجارة الإلكترونية، مع عرض لمختلف التعريفات التجارة الإلكترونية التي اجتهد

ووضعها ثلة من الاقتصاديين والهيئات الدولية المتخصصة، بالإضافة إلى التطرق إلى أنواع التجارة الإلكترونية ومجالاتها ومزاياها وعيوبها، ومتطلباتها والتحديات القانونية، ووسائل ونظم الدفع الإلكتروني التي يمكن اعتمادها في هذا النوع من المبادلات، فضلا عن الإشارة إلى أهم الحلول والطرق التكنولوجية المستخدمة لتأمين الحماية اللازمة لهذه المبادلات.

الفصل الثاني: والمعنون بالتحصيل الضريبي في التجارة الإلكترونية وقسمناه إلى ثلاثة مباحث تناولنا فيها ماهية الضريبة من خلال تعريفها وذكر أنواعها وقواعدها وأهدافها، بالإضافة إلى التطرق إلى التحصيل الضريبي من خلال التنظيم الفني للضريبة وطرق تقدير المادة الخاضعة لها وعرض لمفهوم التحصيل الضريبي والمشاكل التي قد تعيق الإدارة الضريبية في عملية التحصيل، مع الإشارة للتحصيل الضريبي في التجارة الإلكترونية وفعاليتها على التحصيل الضريبي من خلال التحديات التي تواجه فرض الضريبة على مثل هذه التجارة مع ذكر الضرائب المقترح فرضها على التجارة الإلكترونية والوقوف على أهم الحلول المقترحة للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائيSPSS20، لمعرفة مدى تأثير التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي.