

دراسة تحليلية للأحكام الجبائية المفروضة على التجارة الالكترونية في الجزائر

An analytical study of the tax provisions imposed on electronic commerce in Algeria

د. يوسف حاج سعيد*، جامعة تيسمسيلت، (الجزائر)، hadji.said.youcef@cuniv-tissemsilt.dz

د. رابحي بوعبد الله، جامعة تيسمسيلت، (الجزائر)، Bouabdelleh.rabhi@cuniv-tissemsilt.dz

تاريخ الاستلام: 2021/10/02 تاريخ القبول: 2022/02/28 تاريخ النشر: 2022/03/29

ملخص:

تهدف الدراسة إلى الوقوف على أهم الأحكام الجبائية المفروضة على التجارة الالكترونية في الجزائر، وما توصلت له الدراسة قيام الادارة الجبائية باستحداث اقتطاع من المصدر محرر من الضريبة الجزافية الوحيدة بنسبة 5% يطبق على الأشخاص الطبيعيين الذين يعملون كوسطاء لتوزيع البضائع عن طريق الشبكة، وفرض الرسم على القيمة المضافة على عمليات البيع إلكترونيا التي يقوم بها الأشخاص المعنويين بمعدل 9%.

كلمات مفتاحية: تجارة الكترونية، منصات رقمية، أحكام جبائية، ضرائب.

تصنيفات JEL: H25, L81

Abstract:

The study aims to stand On the most important tax provisions imposed on electronic commerce in Algeria, And what the study found that the fiscal administration has created a 5% deduction from the source freed from the single basic-rate tax to all natural persons who act as intermediaries for distributing goods through the network, and imposing the value-added tax on electronic sales operations carried out by moral persons at a rate of 9%.

Keywords: E. commerce, Digital platforms, tax provisions, Taxes.

Jel Classification Codes : H25, L81

1. مقدمة :

تعتبر التجارة الالكترونية أحد أهم مخرجات التطورات التكنولوجية المعاصرة، والتي فرضت نفسها في الآونة الأخيرة، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، حيث صار المتعاملون الاقتصاديون يفضلون المعاملات الإلكترونية كونها أسهل وأسرع وأقل تكلفة.

تعتبر القوانين التشريعية والضريبية إحدى أهم الأدوات التي تؤثر وتضبط عملية فرض الضرائب على الأنشطة الاقتصادية من طرف السلطة العامة بهدف تحقيق الأهداف المسطرة (المالية، الاقتصادية، الاجتماعية)، إلا أنه ومع انتشار التجارة الالكترونية تزايد الاهتمام والتفكير جدياً بكيفية مجازة هذا التطور المتسارع مع القوانين التشريعية والضريبية، وهذا من أجل الاستفادة من أرقام الأعمال القياسية والأرباح التي تحققها مواقع التجارة الالكترونية في الرفع من الحصيلة الجبائية للدول، وتوسيع وعائها الضريبي.

على هذا الأساس أدركت الجزائر أهمية التجارة الالكترونية، فسارعت إلى إرساء هذا النوع من التجارة من خلال تكييف منظومتها القانونية، أين أصدرت قانون 05/18 الخاص بالتجارة الالكترونية من أجل التأطير القانوني لهذا النوع من المعاملات وضبط لواجبات المتعاملين وحماية لحقوقهم. اعتمادا على ماسبق تتوضح لدينا معالم إشكالية هذه الدراسة التي نستعرضها بالطريقة التالية:

ما مدى مساهمة المشرع الجبائي للتطور الذي يشهده نشاط البيع الالكتروني في الجزائر؟

أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في كونه يلقي الضوء على التجارة الالكترونية كنوع جديد من المعاملات التي تساهم في نمو اقتصاديات الكثير من الدول، كما هو محاولة لتفصيل لأهم الأحكام الجبائية الجديدة والتي فرضها المشرع الجبائي الجزائري على المتعاملين بالبيع الالكتروني.

أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى:

- التعرف على ماهية التجارة الالكترونية أنواعها وخصائصها.
- عرض واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- التعرف على المستجدات القانونية التي تحكم نشاط التجارة الالكترونية في الجزائر.

- الوقوف على أهم الأحكام الجبائية التي تخضع لها عمليات البيع الإلكتروني في الجزائر.
منهجية البحث: اتبعت الدراسة الأسلوب الوصفي من أجل وصف متغيرات الدراسة، والتحليلي من خلال تحليل المعطيات والأحكام التشريعية، حيث تم استخدام مختلف المراجع من كتب، مقالات، أطروحات، قوانين، مواقع... الخ

وللإلمام بالجوانب المختلفة للموضوع ارتأينا تقسيم محتويات هذا العمل إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الاطار النظري للتجارة الإلكترونية

المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

المحور الثالث: الأحكام الجبائية المفروضة على التجارة الإلكترونية في الجزائر.

2. الاطار النظري للتجارة الإلكترونية:

1.1. تعريف التجارة الإلكترونية:

عرف مصطلح التجارة الإلكترونية عدة تعاريف نوجز أهمها فيما يلي:

عرفت منظمة التنمية والتعاون الإقتصادي (OCDE) التجارة الإلكترونية بأنها: "صفقة إلكترونية تتمثل في بيع أو شراء البضائع أو الخدمات، سواء كان ذلك بين الهيئات والأفراد والحكومات وغيرها من الجمهور أو المنظمات الخاصة، والتي تجرى عبر شبكة الأنترنت، حيث يتم طلب السلع والخدمات عبر الأنترنت، لكن الدفع والتسليم النهائي للسلعة يمكن أن يكون عبر الشبكة أو خارجها". (ELECTRONIC COMMERCE, 2002)

وعرفت منظمة التجارة العالمية التجارة بأنها: "إنتاج السلع والخدمات أو توزيعها أو تسويقها أو بيعها أو تسليمها بالوسائل الإلكترونية، ويمكن أن تتم معاملة التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والأسر والأفراد والحكومات وغيرها من المؤسسات العامة أو الخاصة". (Electronic commerce, 2020)

في حين عرفها القانون الجزائري من خلال المادة - 6 من القانون رقم 18 - 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان أو توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".¹ (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 2018، صفحة 5)

من خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نستنتج ما يلي:

* التجارة الإلكترونية هي شكل متطور من أشكال التجارة تشمل مختلف الأنشطة التجارية من بيع سلع وخدمات ملموسة وغير ملموسة عبر الأنترنت؛

- * التجارة الإلكترونية تتم بين متعاملين إقتصاديين يمكن أن يكونوا أفراد أو مؤسسات أو حكومات؛
- * يتم الاعتماد في التجارة الإلكترونية على تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لإجراء المعاملات؛
- * العمليات تتم بين طرفي المعاملة الكترونيا، بدون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات.

2.2. خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص يمكن أن نلخصها فيما يلي: (دادان، 2004، الصفحات 154-155)

- صعوبة وعدم إمكانية تحديد هوية طرفي التعامل التجاري الإلكتروني أحيانا، وقد لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضهما البعض كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية؛
- إمكانية التسوق في مختلف الأسواق العالمية بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة بطريقة بسيطة؛
- لا ترتبط المعاملة الإلكترونية بوجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملة، مما يشكل صعوبة في إثبات العقود والتعاملات، ذلك أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونيا؛
- ظهور المنتجات الرقمية، حيث أتاحت شبكة الإنترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونيا، مثل برامج الحاسوب الآلي، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب والأبحاث والتقارير الإلكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات.

3.2. أشكال التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل، نوضحها فيما يلي: (زويبر و ديواني، 2021، الصفحات 108-109)

- التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والزبائن (B to C): وهو التجارة الإلكترونية التي تكون بين وحدة أعمال والمستهلك، وتسمى أيضا باسم التسوق الإلكتروني أو تجارة التجزئة الإلكترونية.
- التجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية والمؤسسات (B to G): تقع التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والمؤسسات الحكومية، تتم عملية التوريد بالسلع والخدمات من كلا الطرفين، أي أنه يمكن أن تكون مؤسسات الأعمال طالبة للسلع والخدمات أو عرضة لها من القطاعات الحكومية.
- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى (B to B): هو التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى، حيث تقوم المؤسسات بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات، كما يمكنها أن تسلم الفواتير.

- هناك آراء تدرج كل من التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك (C to C) والتجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية والمستهلك (C to G) كأحد أشكال التجارة الإلكترونية، وآراء أخرى لا تدرجها باعتبار أن الخدمات أو السلع التي يتم تبادلها بين المستهلكين فيما بينهم لا تعد عملاً تجارياً، أما بالنسبة للخدمات والسلع المتبادلة بين المستهلكين والإدارات الحكومية ليست سوى خدمات عمومية، لا تهدف إلى الربحية. (نافع و جميل، 2020، صفحة 4)

- كما نجد نوعاً آخر وهي التجارة الإلكترونية غير الربحية حيث يهتم بهذا النوع من التجارة المؤسسات الدينية والاجتماعية والجمعيات الخيرية والتي تكون غايتها إنسانية، وتركز على خدمة المجتمع العام.

4.2. مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية:

للتجارة الإلكترونية مجموعة من المزايا والعيوب نوجزها فيما يلي:

1.4.2. المزايا: توفر التجارة الإلكترونية العديد من المزايا نذكر منها: (النجار، 2007، الصفحات 102-103)

- توفير الجهد والوقت: يكفي أن يتصفح الزبون الموقع الإلكتروني من منزله فيختار المنتج الذي يريد ويقوم بالدفع إلكترونياً ليصله المنتج إلى منزله.

- حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، كما أنها تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ويتم ذلك بدون أي ضغوط من الباعة.

- خفض الأسعار: حيث توجد العديد من المواقع الإلكترونية تباع السلع والخدمات بأسعار أدنى مقارنة بالتاجر التقليدي، وذلك لأن التسوق على الإنترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسوق المادي، وهذا ما يصب في مصلحة الزبائن.

- نيل رضا المستخدم: يوفر الإنترنت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الإلكتروني الاستفادة من هذه المميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم.

2.2.4. العيوب: كما تحوز التجارة الإلكترونية على مجموعة من العيوب من أبرزها: (ديمش، 2011، الصفحات 62-63)

- حقوق الملكية الفكرية: إن نشر الأعمال والإبداعات الفنية على شبكة الإنترنت يؤدي إلى انتقالها بسرعة بدون الترخيص باستخدامها أو بيعها ويعني ذلك القفز على حقوق الملكية في البراءة وحق النشر والتعرض لخطر الانتهاكات والقرصنة.

- **تهديد أنظمة أمان الشركة:** من بين التهديدات الخطيرة التي تواجه الشركة هي محاولة ال مخترقين التسلسل إلى قواعد معلومات هذه الشركة والعبث بمهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء استغلالها، كما قد يقومون بزرع الفيروسات مما قد يهدد بوقف البرمجيات الأساسية للشركة.
- **عدم جدية التعاملات:** قد يحصل الزبون على سلعة أو خدمة غير مطابقة لتوقعاته أو مخالفة المواصفات المعلن عنه من خلال الموقع الإلكتروني، كما قد لا تصل السلعة في الوقت المحدد؛ من جهة أخرى قد يتعرض البائع لعمليات نصب منظمة من قبل عملائه الذين يعطون معلومات غير صحيحة.
- **خطر المنافسة العالمية في السوق المحلي:** لقد أزلت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود الجغرافية أمام مختلف الأعمال، وبالتالي تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي، مما يجعل الشركات تعاني من مشكلة عدم القدرة على تحقيق عوائد حقيقية وربحية فعلية، مع إمكانية فقدانها للكثير من المستهلكين التقليديين بسبب المنافسة الشرسة.

3. واقع التجارة الالكترونية في الجزائر:

1.3. تطورات التجارة الالكترونية بالجزائر:

مسّ التطور المستمر لتكنولوجيات الاتصالات في الجزائر العديد من القطاعات لاسيما قطاع التجارة الذي شهد منذ بداية سنة 2010 انتشارا واسعا لمواقع البيع عبر الانترنت أطلقتها مؤسسات تمارس التجارة الالكترونية، ولقد ساهم بشكل كبير انتشار التدفق العالي للإنترنت الثابت والنقال عن طريق الجيلين الثالث 3G والرابع 4G في إطلاق العشرات من مواقع البيع عبر شبكة الانترنت في الجزائر، وحسب التقرير الصادر عن موقع datareporta والمتعلق بـ"الاستخدام الرقمي في الجزائر لسنة 2020"، حيث يحتوي التقرير على أحدث الإحصائيات حول استخدام الإنترنت و الهواتف المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الالكترونية في الجزائر، فقد جاء فيه: (KEMP, 2021)

➤ بلغ عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر في يناير 2021 حوالي 26,35 مليون مستخدم للإنترنت بنسبة 59.6 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان، وقد ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر بمقدار 3.6 مليون (+ 16٪) بين عامي 2020 و 2021.

➤ حسب التقرير هناك 25 مليون مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر في يناير 2021، وقد ارتفع العدد بمقدار 3 مليون (+ 14٪) بين عامي 2020 و 2021، حيث يمتلك 23 مليون جزائري حساب على فايسبوك، و 625 ألف مستخدم لمنصة تويتر، و 6.8 مليون مشترك على

الانستغرام، وتقدر نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر مقارنة بالعدد الإجمالي للسكان بـ 56.5٪ في يناير 2021.

➤ أما فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، يملك 42,8 بالمائة ممن يفوق سنهم 15 سنة حساب بإحدى المؤسسات المالية، و3,2 بالمائة على بطاقة إئتمان، كما يقوم 4,6 بالمائة بعمليات شراء عبر النت. - أما ما يتعلق بعدد المواقع الناشطة في مجال التجارة الإلكترونية بصفة رسمية (من يملك سجل تجاري) فقد صرح المركز الوطني للسجل التجاري أنه تم إحصاء 1092 مؤسسة مقسمة إلى 519 شخص طبيعي و573 شخص معنوي إلى نهاية سنة 2020.

- ولقد ساهمت جائحة كورونا في تحسن سوق التجارة الإلكترونية بالجزائر حيث وحسب التقرير السنوي لسنة 2020 الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)، فقد تحسن ترتيب الجزائر من خلال المؤشر العالمي للتجارة الإلكترونية أين انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 على الصعيد العالمي، واحتلت المرتبة 04 إفريقيا. (الجزائر تحتل المرتبة الرابعة إفريقيا في التجارة الإلكترونية، 2021).

2.3. مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

ارتفع عدد المواقع الإلكترونية الناشطة في مجال البيع عبر الانترنت في الجزائر خلال السنوات الأخيرة خاصة بعد تحسين جودة الانترنت، إضافة إلى اصدار قانون 05/18 والذي ينظم التجارة الإلكترونية في الجزائر، وفيما يلي أهم المواقع:

الجدول (1): أهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

اسم الموقع	مجال النشاط
موقع واد كنيس https://www.ouedkniss.com	بيع وشراء مختلف المنتجات من آلات وعتاد وسيارات إلى أبسط المنتجات واللوازم.
موقع جوميا الجزائر https://www.jumia.dz	بيع الألبسة والأحذية الرجالية والنسائية والأجهزة الإلكترونية والمجوهرات وزينة وأزياء النساء والساعات وكل أشكال العطور ومواد تجميلية وهواتف ذكية
موقع إيديال فورم https://idealforme.dz	بيع ملابس نسائية وفساتين متنوعة وحفائب وأحذية إضافة لمستحضرات التجميل والعطور والمكياج ومنتجات العناية بالشعر ومنتجات العناية بالبشرة والجسم ويضم كذلك الساعات والمجوهرات وجميع الإكسسوارات الأخرى

دراسة تحليلية للأحكام الجبائية المفروضة على التجارة الالكترونية في الجزائر

موقع باتوليس https://batolis.com	بيع مختلف المنتجات من ألبسة رياضية ولوازم التجميل ومختلف الأجهزة الالكترونية ومعدات الديكور
موقع أشريلي https://echrily.com	بيع جميع أنواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته وكل أنواع المصبرات والعجائن والتوابل وكل أنواع الحبوب والزيوت والسكريات ومواد التنظيف ومنتجات تخص الأطفال الصغار
موقع يسير https://yassir.com	يقدم خدمة نقل مبتكرة و يمكن استخدامها عن طريق الهاتف الذكي في أي مكان وفي أي وقت، وهي تسمح للجميع بحجز سائق والتحرك بأمان
موقع قيديني https://www.guiddini.com.dz	المنتجات والأجهزة الإلكترونية والهواتف الذكية ومستلزماتها والملابس والأزياء النسائية ومستحضرات التجميل والعطور وكل أثاث المنزل

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على:

<https://read.opensooq.com> و <http://www.arabicshopping.com>

3.3. وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر:

إن تطور التجارة الالكترونية مرهون بتطور وسائل الدفع الالكتروني إلا أنه في الجزائر مازال أمامه أشواط كبيرة ليقطعها كون الدفع الالكتروني في الجزائر، وفيما يلي بعض وسائل الدفع الالكتروني الموجودة في الجزائر:

أ- **بطاقة السحب ما بين البنوك CIB** : هي بطاقة دفع و سحب ما بين البنوك الجزائرية داخل التراب الوطني و نجدها على نوعين: البطاقة البلاستيكية والبطاقة الذهبية، ويمكن للزبون حامل البطاقة المحلية CIB دفع ثمن المشتريات من السلع والخدمات عبر الشبكة التابعة للتجار في المصرفية الإلكترونية بين البنوك TPE. (مسعودي و لعروس، 2017، صفحة 319)

ب- **البطاقات الدولية**: حيث تتيح بعض البنوك العاملة بالجزائر بطاقات دولية تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة على الموزعات الآلية للأموال، ونقاط البيع الالكترونية وعلى شبكة الانترنت في جميع دول العالم، مثل visa card، master card، amex card، كما يمكن القيام بدفع ثمن المشتريات والخدمات المقتناة من طرف الزبون باستعمال هذه البطاقات في المراكز التجارية والفنادق والمطاعم... الخ (مسعودي و لعروس، 2017، صفحة 320)

ج-البطاقة الذهبية: هي بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV (يوروباد-ماستركارد-فيزا) تحمل الرسم البياني لبريد الجزائر، ويمكن لحامل هذه البطاقة أن يجري مختلف العمليات بواسطتها كعملية سحب الأموال، العمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية، وعمليات دفع الأموال عبر نهائيات الدفع الإلكتروني.

تقدم البطاقة الذهبية التي يمكن طلبها في حالة التوفر على حساب بريدي جاري لدى بريد الجزائر، كما قد عززت خدماتها للدفع الإلكتروني بتطبيق بريدي موب الذي يسمح بإجراء العديد من العمليات دون التنقل إلى عين المكان، والتطبيق اعتمد في عدة مشاريع ريادية في الجزائر التي توفر خدمة بريدي موب للدفع الإلكتروني لبيع خدماتها ومنتجاتها، (الشروط العامة لبطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية"، 2016)

4.3. المستجدات القانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر وفق قانون 05/18:

شهدت التجارة الإلكترونية في الجزائر تطورا سريعا وارتفاعا واسعا في عدد الناشطين والمهتمين بهذا المجال، ومن أجل التأطير القانوني لهذا النوع من المعاملات، أصدر المشرع الجزائري قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات في الجريدة الرسمية رقم 28 الصادرة يوم: 16 ماي 2018، وقد قام المشرع بتقسيم مواد هذا القانون ضمن ثلاثة أبواب:

الباب الأول: والمتضمن لأحكام عامة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 2018، صفحة 5)

مما جاء في هذا الباب ذكر الشروط الواجب توافرها في أطراف العقد الإلكتروني حتى يطبق عليهم قانون 05/18 ، وفصلت هذه الشروط في أن يكون أحد أطراف العقد الإلكتروني متمتعاً بالجنسية الجزائرية، أو مقيماً إقامة شرعية في الجزائر، أو شخصا معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري، أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر.

كما تم التطرق في هذا الباب إلى السلع والخدمات الممنوعة من التجارة الإلكترونية منها على سبيل المثال: لعب القمار والرهان واليناصيب، والمشروبات الكحولية والتبغ، و المنتجات الصيدلانية...الخ.

الباب الثاني: والمتضمن لمختلف الممارسات الإلكترونية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 2018، الصفحات 6-9)

من أهم ما جاء به قانون 05/18 ضمن هذا الباب الشروط اللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث ألزم المشرع التاجر الذي يريد ممارسة التجارة الإلكترونية التسجيل في السجل التجاري ضمن حساب النشاط 607074، أو في سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية كل حسب حالته، وكذا

امتلاك موقع الكتروني يحمل اسم نطاق "com.dz"، كما تتكفل الدولة بإنشاء بطاقة وطنية تحمل كل أسماء التجار الالكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية وهؤلاء فقط من يمكنهم النشاط.

كما تم التأكيد في هذا الباب أن كل معاملة الكترونية لا بد أن يسبقها في بداية الأمر عرض تجاري الكتروني يجب أن يكون بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، وأن يتضمن مختلف المعلومات (رقم السجل التجاري، أسعار السلعة، شروط الضمان، كيفية إجراء الدفع....)، على أن يقوم المستهلك الالكتروني بعد اختياره للمنتوج بارسال طلبية ليقوم المورد الالكتروني باعداد عقد الكتروني يوثق من خلاله المعاملة. لقد أوجب المشرع في هذا الباب على المورد الالكتروني وبعد إبرام العقد الالكتروني مع المستهلك أن يقوم بتنفيذ جميع الالتزامات المترتبة ضمن هذا العقد ويرسل نسخة الكترونية من العقد إلى المستهلك. كما يجب عليه القيام بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وارسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

في حين فرض المشرع على المستهلك الالكتروني وفور تسلمه للعقد الالكتروني دفع الثمن المتفق عليه، وأن يقوم بتوقيع وصل استلام السلعة فور تسلمها. كما يمكن للمستهلك الالكتروني أن يطلب من المورد الفاتورة في شكلها الورقي.

فيما يخص طرق الدفع في المعاملات الالكترونية فقد أشار المشرع إلى أن الدفع يكون إما عن بعد أو فور تسلم السلعة، وفي حال كان الدفع الكترونيا فيجب أن يكون من خلال منصات الدفع الالكتروني والمنشأة حصريا من قبل البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبنك الجزائر وموصولة بمحطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلوكية واللاسلكية سواء تمت المعاملة داخليا أو خارجيا، وقد أكد المشرع على ضرورة تأمين اتصال الموقع الخاص بالمورد الإلكتروني بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام تصديق الكتروني.

أما ما يتعلق بالاشهار الالكتروني فقد حرص المشرع الجزائري على ضرورة شموله على رسالة تجارية اشهارية واضحة ومحددة، وأن لايمس بالأداب العامة والنظام العام، وعلى المورد الالكتروني أن لا يرسل أي إشهار لأي شخص لم يبدى رغبته في تلقي إشهار منه، وفي حال أبدى رغبته يجب أن يرسل له وصل استلام عن طريق الاتصالات الالكترونية يؤكد من خلاله للشخص تسجيل طلبه.

الباب الثالث: والمتضمن الجرائم والعقوبات المتخذة في مجال التجارة الالكترونية : (الجريدة الرسمية

للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 2018، الصفحات 9-10)

تضمن هذا الباب ضرورة القيام بالرقابة على الموردين الالكترونيين ومعاينة المخالفات المرتكبة، وقد أسندت المهمة إلى ضباط وأعوان الشرطة القضائية والأعوان المكلفون أهم القوانين الجبائية التي تخضع لها التجارة الالكترونية بالجزائر: لم يخصص المشرع الجزائري قبل صدور قانون 05/18 قوانين جبائية خاصة بالتجارة الالكترونية، ولكن بعد صدور قانون 05/18 للتجارة الالكترونية في 16 ماي 2018 صدرت بعض القوانين الخاصة بالمعاملات الالكترونية وتمثل في: بالرقابة والتابعون للادارات المكلفة بالتجارة، وكما يجب على المورد الالكتروني السماح لأعوان الرقابة بالولوج بحرية لكل تواريخ المعاملات التجارية. كما نص هذا الباب على مجموعة من العقوبات تفرض على حسب المخالفة أو الجريمة الالكترونية المرتكبة.

4. عرض وتحليل الأحكام الجبائية المفروضة على التجارة الالكترونية في الجزائر:

1.1. التجارة الالكترونية بين الإخضاع للضرائب أو الإعفاء:

اختلفت الآراء حول فرض الضرائب على التجارة الالكترونية، وفيما يلي نستعرض الحجج والأسباب التي اعتمد عليها كل فريق:

أ- استبعاد التجارة الالكترونية من نطاق الضرائب: يؤيد هذا الرأي مجموعة من الباحثين، ومن حججهم:

- إن فرض الضريبة على التجارة الالكترونية سيكون من أكثر العوامل المعيقة لنمو الانترنت وانتشاره.
- خصوصية المستهلك عن طريق الانترنت سيتم تهديدها في حال فرضت الضرائب عليها، ذلك أن المعلومات المطلوبة لتقدير الضريبة وتحصيلها قد تهدد إمكانية استخدام الانترنت بشكل سري.
- إن فرض الضرائب على الانترنت سيزيد من حركة المؤسسات العاملة في مجال التجارة الالكترونية وهروبها إلى بلدان ذات ضرائب منخفضة.
- التكاليف الإدارية العالية المرافقة لفرض الضرائب على الانترنت بما في ذلك حساب الضريبة ونسبها المختلفة في الدول وتتبعها وتحصيلها في ضوء ما تواجهه من صعوبات قانونية وفنية ستكون مكلفة جدا. (قشام، 2015، الصفحات 147-148)

ب- إخضاع التجارة الالكترونية لنطاق الضريبة: أنصار فرض الضريبة على التجارة الالكترونية يطالبون بذلك للأسباب التالية:

- إن فرض الضريبة على التجارة التقليدية وإعفاء التجارة الالكترونية يؤدي إلى الإخلال بمبدأ العدالة الضريبية وهو أحد المبادئ الأساسية التي تقوم عليها الضريبة.

- عدم فرض الضرائب أدى بحرمان الدولة الأم من حصيلة الضرائب بسبب دفع المؤسسات إلى مزاوله أعمالها وتشغيل مواقعها من الدول الأخرى التي لا تفرض القيود الضريبية وهذا سيؤدي إلى تفاقم خسائر الدول من العوائد الضريبية. (قشام، 2015، الصفحات 147-148)

ج- ضرورة التفرقة بين نوعين من السلع والخدمات: هناك رأي ثالث في هذا المجال يدعو إلى ضرورة التفرقة بين نوعين من السلع والخدمات وهو كما يلي:

النوع الأول: الصفقات التي يتم فيها الاتفاق بين الطرفين إلكترونيا ولكنها تسلم بالطرق التقليدية، ويتجه هذا الرأي 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 نظرا لعدة أسباب أهمها:

- تشجيع حركة نمو التجارة الإلكترونية وعدم تقييدها؛
- منع الازدواج الضريبي؛
- صعوبة حصر هذه العمليات وفحصها؛

وعليه فإن هذه الآراء هي آراء متضاربة ولكنها مؤسسة، كونها 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. (دادان، 2004، صفحة 159)

4.2. التحديات الضريبية للتجارة الالكترونية:

تثير التجارة الإلكترونية مجموعة من التحديات أمام النظم الضريبية القائمة وتمثل أهمها فيما يلي:

أ. 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، وهو ما يسمى بمبدأ الإقليمية (التواجد المكاني)، ولذلك تحاول الشركات تجنب ذلك عن طريق التواجد التجاري على الانترنت.

ب. العدالة الضريبية: يتجلى الاختلال في تحقيق العدالة الضريبية في فرض ضرائب مرتفعة على التجارة التقليدية رغم تحملها لمصاريف كبيرة مقابل فرض ضرائب بنسب أقل على التجارة الالكترونية بهدف تشجيعها رغم تحقيقها لأرباح عالية. (كشكول عبد، 2012، الصفحات 469-470)

ت. مشكلة الازدواج الضريبي: إن المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية يمكن أن تؤدي إلى الازدواج الضريبي المحلي أو الدولي الذي يعرف على أنه فرض أكثر من ضريبة واحدة على ذات الممول وعلى نفس السلع خلال المدة نفسها داخل إقليم جغرافي واحد. (قشام، 2015، صفحة 150)

ث. صعوبة إثبات التعاملات والعقود: تواجه معظم الحكومات مشكلة إثبات التعاقدات نظرا لطبيعة العقود الإلكترونية التي يتم تحريرها واستخدام نظم وأساليب التوثيق الإلكتروني، وعليه فإنه في ظل غياب إطار تشريعي للتعاملات الإلكترونية تطرح مشاكل مرتبطة بطرق الإثبات ومسك المحاسبة نتيجة التحول من العمليات الورقية التي تسمح للإدارة الجبائية بتعقب هذه العمليات إلى العمليات الافتراضية.

ج. استخدام النقود الإلكترونية: يرى بعض الاقتصاديين أن النقود الإلكترونية سوف تحل مرور الزمن محل النقود الحقيقية في معاملات الأفراد، وسوف تستخدم في دفع المستحقات وتسوية الحسابات، الأمر الذي سوف يزيد من الصعوبات التي ستواجهها السلطات القائمة على الضرائب.

ح. صعوبات مرتبطة بتحديد الهوية وتعيين النشاط: صعوبة تحديد الهوية هي عدم قدرة طرفي التعاملات الإلكترونية رؤية كل منهما الآخر، ونتيجة لذلك قد يستغل هؤلاء الأطراف ذلك لأغراض التهرب الجبائي بعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية (عزوز، 2015، الصفحات 74-75)

3.4. أهم الأحكام الجبائية التي تخضع لها التجارة الإلكترونية بالجزائر:

لم يخصص المشرع الجزائري قبل صدور قانون 05/18 أحكام جبائية خاصة بالتجارة الإلكترونية، ولكن بعد صدور قانون 05/18 للتجارة الإلكترونية في 16 ماي 2018 صدرت بعض الأحكام الجبائية والخاصة بالمعاملات الإلكترونية وتمثل في:

1.3.4. فرض اقتطاع من المصدر للضريبة الوحيدة الجزافية IFU:

في قانون المالية لسنة 2019 المؤرخ في 27 ديسمبر 2018 وضمن المادة رقم 10 تم استحداث المادة 282 مكرر⁴ في قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة والمتعلقة باقتطاع من المصدر للضريبة الوحيدة الجزافية خاص بالذين ينشطون في مجال التجارة الإلكترونية.

أ- النص القانوني للمادة 282 مكرر⁴: حيث جاء نصها كالآتي:

«استثناء لأحكام المواد 282 مكرر إلى 282 مكرر⁴ فإن الأشخاص الطبيعيين مهما كانت وضعيتهم إزاء الفئات الأخرى من المداخل الذين ينشطون في إطار دائرة توزيع السلع والخدمات عبر منصات رقمية أو باللجوء إلى البيع المباشر على الشبكة يخضعون لاقتطاع من المصدر محرم من الضريبة بمعدل 5 % بعنوان الضريبة الجزافية الوحيدة يطبق على مبلغ الفاتورة مع احتساب كل الرسوم، ويطبق هذا الاقتطاع

حسب الحالة من طرف مؤسسات إنتاج السلع والخدمات أو من طرف المؤسسات التي تنشط في مجال الشراء وإعادة البيع، كما يجب على المؤسسات المذكورة أعلاه أن تطبق هذا الاقتطاع من المصدر بالنسبة للأشخاص غير المسجلين لحد الآن لدى الإدارة الجبائية والذين يحققون عمليات إنتاج السلع والخدمات أو المؤسسات الناشطة في الشراء وإعادة البيع .

تتم إعادة صلب هذا الاقتطاع من طرف المؤسسات في العشرين من الشهر الذي يلي الفوترة على الأكثر، ولا تطبق أحكام المادة 282 مكرر3 على هذه الفئة من المكلفين بالضريبة». (الجريدة الرسمية، 2018، صفحة 6)

ب- مجال تطبيق المادة 282 مكرر4 أ: لقد تم التفصيل في كيفية تطبيق هذه المادة من خلال المذكرة رقم MF/DGI/DLRF/LF19/03 الصادرة في 30 مارس 2019 من طرف المديرية العامة للضرائب ومما استخلصناه منها ما يلي: (ministere de finance;direction generale des impots, 2019, pp. 1-2)

✓ تطبق الضريبة بمعدل 5 % بعنوان الضريبة الجزائية الوحيدة على الأشخاص الطبيعيين الذين يعملون كوسطاء لتوزيع البضائع والخدمات عبر المنصات الرقمية أو كوسطاء للمبيعات المباشرة إلى المستهلك عن طريق الشبكة.

✓ يتم الاستبعاد من مجال تطبيق هذه المادة العمليات من نفس النوع والمنحزة في نفس النطاق من قبل الأشخاص المعنويين (EURL، SARL، SPA ... إلخ).

✓ إن ضريبة الاقتطاع من المصدر هي قابلة للتطبيق مهما كان وضعية الوسطاء المعنويين مقابل الضرائب والرسوم الأخرى، أي يطبق هذا الاقتطاع على الأشخاص الطبيعيين الذين يمتلكون ترقيم جبائي لدى الإدارة الجبائية (خاضعون على سبيل المثال للضريبة الوحيدة الجزائية IFU بالنسبة لنشاط آخر)، وكذلك الذين لا يمتلكون ترقيم جبائي يمارسون نشاطهم مناسباتيا أو إضافيا.

ج-أنواع عمليات البيع الالكتروني الخاضعة للاقتطاع من المصدر:

- عمليات البيع المباشرة عن طريق الشبكة: يتألف المشاركون في العملية من:

* الشركة التي تمتلك البضائع المراد تسويقها * العملاء

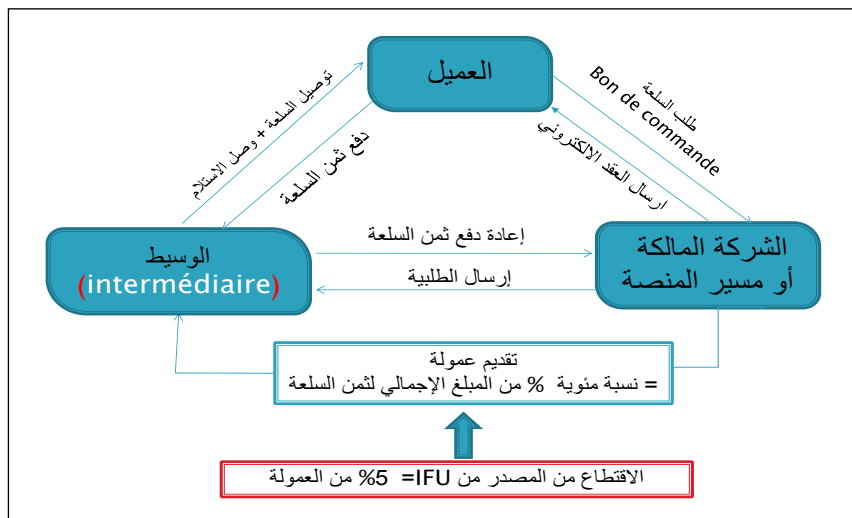
* وسطاء المبيعات من البضائع المذكورة.

يجب على هذا النوع من العمليات ألا يمر عبر نقاط البيع التقليدية (المحلات التجارية والسوبر ماركت ... إلخ)، بل يتم البيع مباشرة للعملاء (المستهلك النهائي) عن طريق الوسطاء.

- عمليات التي تتم عبر المنصات الرقمية: الخدمات التي يتم تسويقها هناك بشكل عام تعمل من خلال: إشراك مسير المنصة والعميل والوسطاء الذين يؤدون الخدمات. (ministere de finance;direction generale des impots, 2019, p. 2)

د- طريقة تطبيق الاقتطاع من المصدر باسم الضريبة الوحيدة الجزائية (IFU):

الشكل (1): طريقة تطبيق الاقطاع من المصدر



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على:

* المذكرة رقم MF/DGI/DLRF/LF19/03 الصادرة في 30 مارس 2019 من طرف المديرية العامة للضرائب

* قانون 05/18 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

من خلال الشكل رقم (2) نلاحظ أن العميل (الزبون) يقوم بإرسال طلبية شراء سلعة من خلال الموقع، ليقوم مسير المنصة أو الشركة المالكة للسلعة بإعداد العقد الالكتروني وإرساله للعميل، وإرسال المنتج من خلال الوسيط والذي بدوره يقوم بتوصيل المنتج إلى العميل وقبض الثمن منه (في حال لم يكن الدفع الالكتروني)، ليقوم بعد ذلك بإعادة دفع ثمن المنتج لمسير المنصة أو الشركة المالكة ليتلقى في مقابل ذلك عمولة، والتي تكون وفقا للنسبة المئوية المتفق عليها بين الطرفين.

يقوم مسيرو المنصات الرقمية ومالكو السلع باقتطاع من المصدر 5٪ باسم الضريبة الوحيدة الجرافية (IFU) على العملات الواجب دفعها للوسيط المسؤول عن بيع البضائع وتقديم الخدمات.

هذا الاقتطاع يطبق على المبلغ الشامل لجميع الرسوم المتضمن في الفاتورة المعدة للعميل، وحقوق الطابع لا يحسب ضمن الوعاء الخاص بهذا الاقتطاع، كما يجب ألا يظهر هذا الاقتطاع في الفواتير المقدمة للعملاء.

ر- مثال توضيحي لطريقة الاقتطاع من المصدر للضريبة الجزافية الوحيدة IFU:

قام وسيط بالدخول في دائرة تسويق منتجات والتي حققت رقم أعمال يقدر بـ: 420.000,00 دج شامل لكل الرسوم وهذا لحساب المؤسسة "أ" صاحبة السلعة، وقد كانت العمولة المتفق عليها تقدر بـ 8 ٪ من حجم الأعمال، الفاتورة المعدة من طرف المؤسسة "أ" صاحبة السلعة تكون كما يلي:

– مبلغ العمولة: $420.000,00 \times 8\% = 33.600,00$ دج

– مبلغ الاقتطاع: $33.600,00 \times 5\% = 1.680,00$ دج

لذلك يجب على مسير المنصة الرقمية أن يسدد في تصريحه الشهري مبلغاً قدره 1.680 دج وسيحصل الشخص الوسيط الذي تم توظيفه في العملية على مبلغ صافٍ من الضرائب قدره: 31.920,00 دج. (ministere de finance;direction generale des impots, 2019, p. 3)

ص-آجال تسديد الاقتطاع من المصدر للضريبة الجزائرية الوحيدة IFU لدى مصالح الضرائب:

يتم تحويل ضريبة الاقتطاع من المصدر المذكورة أعلاه إلى الإدارة الضريبية عن طريق السلسلة رقم G50 قبل 20 من الشهر الذي تمت فيه عملية الفوترة.

– بالنسبة للوسطاء المسجلون لدى مصالح الإدارة الجبائية باسم نشاط آخر يجب ألا يقدموا في تصريحاتهم المبالغ المدفوعة تحت عنوان العمليات المذكورة سابقا في تصريحهم رقم G12 وهذا بسبب الشكل المخر للاقتطاع المقدّر بـ 5 ٪ اتجاه عمولاتهم. (ministere de finance;direction generale des impots, 2019, p. 4)

2.3.4. الضريبة على القيمة المضافة TVA:

في قانون المالية 2020 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019 وفي المادة رقم 39 تم تعديل المادة 02 من قانون الرسوم على رقم الأعمال والخاصة بالعمليات الخاضعة للضريبة على القيمة المضافة، حيث تم إضافة عمليات البيع المنحزة الكترونيا ضمن العمليات الخاضعة لـ TVA. وفي نفس القانون وفي المادة 41 تم أيضا تعديل المادة 23 من قانون الرسوم على رقم الأعمال والتي تحدد العمليات التي تخضع للمعدل المخفض للرسم على القيمة المضافة 9 ٪، حيث تم إضافة عمليات البيع المنحزة الكترونيا ضمن هذه العمليات.

أ-النص القانوني للمادتين:

جاء في المادة 39 من قانون المالية 2020 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019 ما يلي:

«تتم أحكام المادة 2 من قانون الرسوم على رقم الأعمال، وتحرر كما يأتي:

المادة 02: تخضع وجوبا للرسم على القيمة المضافة: من (1) إلى (13) (بدون تغيير)

..... 14-عمليات البيع المنحزة إلكترونيا»

- جاء في المادة 41 من قانون المالية 2020 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019 ما يلي:

«تتم أحكام المادة 23 من قانون الرسوم على رقم الأعمال، وتحرر كما يأتي:

المادة 23: يحدد المعدل المخفض للرسم على القيمة المضافة ب 9%، ويطبق هذا المعدل على المنتجات والمواد والأشغال والعمليات والخدمات المبينة أدناه:

من(1) إلى (30) (بدون تغيير)

(31) عمليات البيع المنحزة إلكترونيا» (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 2019، الصفحات 14-15)

ب-مجال التطبيق:

من خلال المادة 39 من قانون المالية لسنة 2020 نستنتج أن المؤسسات (ذات الشخص المعنوي) والناشطة في مجال التجارة الالكترونية والتي تحقق رقم أعمال ضمن نشاطاتها تخضع إلى ر.ق.م TVA.

فيما توضح المادة 41 من نفس القانون بأن معدل الرسم على القيمة المضافة المطبق لنشاط التجارة الالكترونية هو المعدل المخفض 9%.

-من خلال ما سبق هل يمكن أن نقول بأن المؤسسات ذات الشخص المعنوي والناشطة في مجال التجارة الالكترونية خاضعة للنظام الحقيقي وأنه تسري عليها الأحكام الجبائية التي تطبق على المؤسسات التي تمارس التجارة التقليدية من دفع للتصريحات الشهرية وتسديد الرسوم والضرائب المفروضة على رقم الأعمال (TAP;TVA)، وتقدم ميزانية ختامية قبل 30 أبريل من كل سنة مع تسديد الضرائب المفروضة على الأرباح (IBS;IRG)؟ يبقى الأمر يحتاج إلى المزيد من التوضيح والتفسير من طرف الإدارة الجبائية.

5. خاتمة:

تطرقنا في هذه الدراسة إلى أهمية التجارة الالكترونية في عالم الأعمال كأحد مخرجات الثورة التقنية التي يشهدها العالم اليوم، وكانت الجزائر من بين الدول التي شهدت تزايدا كبيرا في عدد المواقع الالكترونية الناشطة في مجال البيع عبر الانترنت خاصة في السنوات الأخيرة، لذلك بادر المشرع الجزائري إلى مجازة هذا التطور بإصدار القوانين التي تضبط إنشاء مثل هذه الشركات من خلال إصدار قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والمحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات، كما

قامت الادارة الجبائية ضمن الإصلاحات المنتهجة والمسيرة للواقع الاقتصادي بإصدار بعض الأحكام الجبائية التي تلزم الشركات العاملة في ميدان التجارة الالكترونية بدفع بعض الرسوم والضرائب. على هذا الأساس فقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات نوجزها بالطريقة التالية:

1.5. نتائج الدراسة:

- إن الهدف من القانون 05/18 وضع الأطر القانونية لنشاط شركات التجارة الالكترونية في الجزائر.
- تم استحداث المادة 282 مكرر⁴ في قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة وذلك من خلال قانون المالية 2019، حيث تشمل اقتطاع من المصدر محرر من الضريبة بمعدل 5 % بعنوان الضريبة الجزافية الوحيدة تفرض على كل الأشخاص الطبيعيين الذين ينشطون في إطار دائرة توزيع السلع والخدمات عبر منصات رقمية أو باللجوء إلى البيع المباشر على الشبكة.
- ان الاقتطاع من المصدر للضريبة الجزافية الوحيدة يفرض على العمولات التي يتلقاها الوسيط (أي يتحملها فقط الوسيط الذي يقوم بتوصيل السلعة إلى الزبون) ولا يفرض على رقم الأعمال الذي يحققه مسير المنصة الرقمية أو الشركة المالكة للبضاعة والتي تباع من خلال الشبكة.
- يقوم مسير المنصة الرقمية، بدفع الاقتطاع من المصدر للضريبة الجزافية الوحيدة إلى الإدارة الضريبية عن طريق السلسلة رقم G50، قبل 20 من الشهر الذي تمت فيه عملية الفوترة.
- كما تم تعديل المادة 02 من قانون الرسوم على رقم الأعمال والخاصة بالعمليات الخاضعة للرسم على القيمة المضافة TVA حيث تم إضافة عمليات البيع المنجزة إلكترونيا ضمن هذه العمليات، كما تم تعديل المادة 23 من قانون الرسوم على رقم الأعمال والتي عدلت في قانون المالية 2020 والمتعلقة بالمعنيين بالمعدل المخفض للرسم على القيمة المضافة TVA ب: 9%، أين أضيفت عمليات البيع المنجزة إلكترونيا.

في الأخير تبقى الأحكام الجبائية الخاصة بالتجارة الالكترونية في الجزائر تحتاج إلى المزيد من التوضيح في كيفية التطبيق إضافة إلى غياب بعض النصوص التطبيقية الضابطة لبعض التفاصيل لذلك نقترح بعض التوصيات:

2.5. التوصيات:

- التفصيل في كيفية تطبيق الرسم على القيمة المضافة TVA ب: 9%.
- التوضيح أكثر في نظام الإخضاع الضريبي المتعلق بالأشخاص المعنويين الناشطون في مجال التجارة الالكترونية.

- التفصيل في كيفية إجراء الرقابة الجبائية على شركات التجارة الالكترونية.
- إنشاء دليل خاص للضرائب والرسوم التي تخضع لها المؤسسات الناشطة بالتجارة الالكترونية بالجزائر.
- قيام الادارة الجبائية بإجراء أيام دراسية وإعلامية موجهة للجمهور وللمهنيين والمعنيين حول موضوع التشريع الجبائي للتجارة الالكترونية في الجزائر.

المراجع:

- 1- النجار، إخلاص باقر هاشم، (2007)، الاقتصاد الرقمي والفجوة الرقمية في الوطن العربي، كلية الاقتصاد والادارة، اطروحة دكتوراه، جامعة البصرة، العراق.
- 2- سمية ديمش، (2011)، التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- 3- اسماعيل قشام، (2015)، الضرائب على التجارة الالكترونية بين الإخضاع والإعفاء، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 06، العدد 01، الصفحات 147-148.
- 4- سهام كشكول عبد، (2012)، أثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية المجلد 18، العدد 68، الصفحات 461-479.
- 5- عبد الوهاب دادان، (2004)، الجباية الافتراضية والتجارة الالكترونية النقاشات المشاكل الحلول، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 03، العدد 03، الصفحات 154-155.
- 6- علي عزوز، (2015)، جباية المعاملات الالكترونية المشاكل والحلول، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 01، العدد 01، الصفحات 73-85.
- 7- مسعودي، عبد الهادي، لعروس، لخضر، (2017)، تقييم واقع التجارة الالكترونية والاستعمالات البطاقات الالكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، المجلد 01، العدد 03، الصفحات 311-325.
- 8- نافع، زينب، جميل، أحمد، (2020)، التجارة الالكترونية في الجزائر: طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 02، الصفحات 180-196.
- 9- زويبر، محمد، ديواني، هالة، (2021)، المواقع الإلكترونية كآلية لتقديم الخدمات لمستهلكين الكهرباء والغاز وحماية حقوقهم في ظل اتساع التجارة الإلكترونية: دراسة حالة موقع الشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز "سونلغاز"، مجلة إضافات اقتصادية، المجلد 05، العدد 01، الصفحات 105-124.
- 10- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، (2018)، قانون رقم 18-18 مؤرخ 27 ديسمبر 2018 يتضمن قانون المالية، الجزائر.

- 11-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، (2018)، القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 مايو 2018، الجزائر.
- 12-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية، (2019)، قانون رقم 14-19 المؤرخ في 11 ديسمبر 2019 والمتضمن قانون المالية لسنة 2020، الجزائر.
- 13-النهار أون لاين، (2021)، الجزائر تحتل المرتبة الرابعة افريقيا في التجارة الالكترونية متوفر على: <https://www.ennaharonline.com> تاريخ الاطلاع : 2021/07/10 على : 18:00
- 14-بريد الجزائر، (2016). الشروط العامة لبطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية"، متوفر على: <https://edcarte.poste.dz/ar/terms.html> ، تاريخ الاطلاع : 2021/07/10 على : 18:00
- 15- L'Organisation de coopération et de développement économique, (2010), Electronic commerce, Disponible sur : <https://stats.oecd.org> ; Consulté le : 15/07/2021 à 18 :30.
- 16-SIMON KEMP ;(2021), DIGITAL 2021 : ALGERIA ; Disponible sur : <https://datareportal.com>; Consulté le :10/08/2021.
- 17-direction générale des impôts, (2019), CIRCULATRE N° 03/MF/OGyDLRF/LF19 , IFU - Régime fiscal applicable aux opérations de ventes directes en réseau et les opérations effectuées via les plates-formes numériques.
- 18- world trade organisation, (2011), Electronic commerce, Disponible sur : <https://www.wto.org>; Consulté le :20/07/2021 à 21:30