

واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 05.18 (قانون التجارة الالكترونية)

The reality of electronic commerce in Algeria according to the requirements of Law N°18-05 (Electronic Commerce Law)

حمري نجود، طالبة دكتوراه (*)

قسم العلوم التجارية، جامعة آكلي محند أولحاج البويرة ، الجزائر
مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المحلية - حالة ولاية البويرة -
noudjoud.hamri@univ-bouira.dz

حمري نوال، طالبة دكتوراه

كلية الحقوق، قسم قانون جنائي وعلوم جنائية، جامعة الجزائر 1 بن عكنون
hamrilakri@hotmail.fr

تاريخ الاستلام: 2020-09-03 تاريخ القبول للنشر: 2020-09-21

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تشخيص واقع التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال مقومات البنية التحتية والتشريعية التي تمكن من تبني هذا النوع من التجارة، وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن أنه هنالك جهود تبذل وإجراءات تعتمد من أجل النهوض بالاقتصاد الرقمي في الجزائر يدعمها في ذلك قانون التجارة الالكترونية 05.18، لكن يظل غياب الثقة في وسائل الدفع الالكتروني هو المشهد القائم، إلى جانب قصور قانوني في التكيف الضريبي للتجارة الالكترونية حيث تمثل الضريبة تحديا كبيرا بالنسبة للمشرع الجزائري الذي أغفل عنها كليا في القانون رقم 05.18. الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، البنية التحتية، البنية التشريعية، قانون 05.18، الضريبة على التجارة الالكترونية.

Abstract:

This research paper aims to diagnose the reality of electronic commerce in Algeria through the infrastructure and legislative elements that enable the adoption of this type of trade. The delegation concluded this study that there are efforts and measures adopted for the advancement of the digital economy in Algeria supported by the trade law Electronic payment 18-05, but the lack of

* ط/د حمري نجود: noudjoud.hamri@univ-bouira.dz

confidence in electronic payment methods remains the current scene, in addition to a legal deficiency in tax adaptation for electronic commerce, as the tax represents a major challenge for the Algerian legislator who has completely neglected it in Law n°18-05.

key words: electronic commerce, infrastructure, legislative structure, law 18-05, tax on electronic commerce.

مقدمة:

ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي اجتاحت العالم غيرت الكثير من المفاهيم المتعارف عليها سابقا، فتسارعت وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية مما ساهم في نقل المجتمعات إلى عصر المعلومة، فلم تعد شبكة المعلومات "الانترنت" حكرا على دولة معينة وإنما ضرورة حتمية للشعوب ومنظمات الأعمال والحكومات معا، وحقت تغييرات جوهرية في بيئة الأعمال، حيث يعتبر المجال التجاري من أكثر القطاعات استجابة للابتكار التكنولوجي واستخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة، مما أسفر عنه تغيير في نمط التفكير وأسلوب الإنتاج والاستهلاك على حد سواء، وتغيرت معه قواعد المعاملات التجارية التي أصبحت تتم بأعلى درجة من الكفاءة والفعالية وبأقل تكلفة ممكنة وبأكثر استجابة للتغيرات الحاصلة في السوق العالمية ملغية بذلك كل الحدود المكانية والزمانية، وهذا هو المفهوم الحديث للمبادلات التجارية الذي يطلق عليه "التجارة الالكترونية".

وبالرغم من أن التجارة الالكترونية بلغت درجات عالية في انتشارها ونتائجها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة كالإمارات ومصر والسعودية إلا أنها لا زالت في مراحلها الأولى في الجزائر، بالرغم من أنها أصبحت مطلبا تنمويا لمختلف قطاعات الاقتصاد الوطني، وهذا ما يتطلب ضرورة تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال إلى الاقتصاد الرقمي.

إشكالية الدراسة: لا يزال الاقتصاد الرقمي في الجزائر غامضا للكثيرين، إلا أنه يملك فرصا كبيرة للنجاح بامتلاكه لإمكانيات كبيرة قابلة للتطوير بوجود أكثر من 22 مليون جزائري متصل بالإنترنت، خاصة مع توفر اليوم البيئة التشريعية والقانونية التي تنظم المعاملات الإلكترونية من خلال قانون التجارة الإلكترونية 05.18 المؤرخ في 10 ماي 2018، والذي سيؤطر السوق الإلكترونية، وعلى هذا تظهر معالم الإشكالية في طرح التساؤل التالي: ما هو واقع مقومات البنية التحتية في الجزائر التي تمكن من تفعيل التجارة الإلكترونية في ظل الأطر التشريعية التي يوفرها قانون 05.18 ؟

فرضية الدراسة: لا تزال الجزائر متأخرة في مجال الاقتصاد الرقمي حيث تمتلك بنية تقنية هشة للاتصالات مع غياب الثقة في وسائل الدفع الالكتروني وقصور قانوني في التكييف الضريبي للتجارة

الالكترونية.

أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية التجارة الالكترونية التي تعد إحدى سمات الاقتصاد العالمي القائم على المعرفة، فمواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي والانفتاح أمام الأسواق العالمية هو تحدي كبير يتطلب من الجزائر تطوير البنية التقنية التي تدعمها في ذلك الأطر القانونية والتشريعية من خلال قانون رقم 05.18.

أهداف الدراسة: الهدف الرئيسي من هذه الورقة البحثية هو تسليط الضوء على واقع التجارة الالكترونية في الجزائر الذي لا يزال يتسم بالغموض وعدم الثقة لدى الكثير من الجزائريين، خاصة وأن خبراء الاقتصاد والقانون يراهنون على أن التجارة الإلكترونية ستصبح من دعائم الاقتصاد في القريب العاجل، فالأكيد أنه هنالك جهود تبذل وإجراءات تعتمد من أجل النهوض بالاقتصاد الرقمي تدعمها الأطر القانونية والتشريعية المتمثلة في قانون التجارة الالكترونية 05.18 المؤرخ في 10 ماي 2018، ذلك أن أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية حول أثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ المبادلات التجارية الالكترونية.

منهج الدراسة: قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع المعطيات الكمية واستعراض الجداول والأرقام المتعلقة بموضوع الدراسة، وقراءة في أهم ما جاء به قانون التجارة الالكترونية 05.18 المؤرخ في 10 ماي 2018 والوقوف على نقائصه.

وعلى هذا تم تقسيم ورقتنا البحثية إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: تطور حجم التجارة الالكترونية في العالم.

المبحث الثاني: واقع البنى التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر.

المبحث الثالث: البنية التشريعية للتجارة الالكترونية من خلال قانون 05.18.

المبحث الرابع: التحديات الأساسية للتجارة الالكترونية في الجزائر في ظل قانون رقم 05.18 (التحديات التقنية والتشريعية).

المبحث الأول: تطور حجم التجارة الالكترونية في العالم

تمثل التجارة الإلكترونية واحداً من موضوعي ما يسمى بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين هما:

أ. التجارة الإلكترونية. (Electronic Commerce)

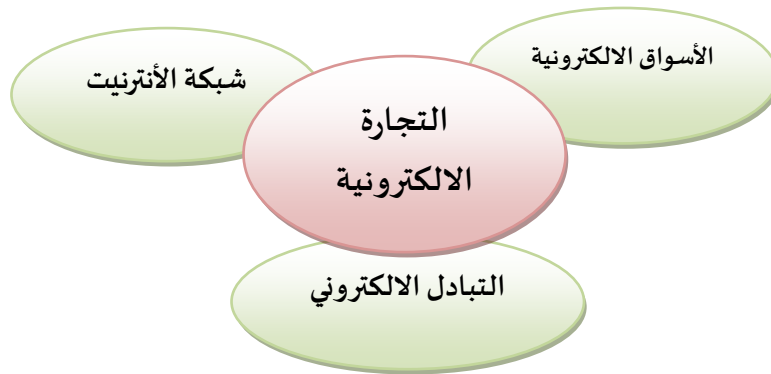
ب. تقنية المعلومات. (Information Technology)

1. مفهوم التجارة الالكترونية:

مصطلح التجارة الإلكترونية عرف عدة مفاهيم في الأدبيات المعاصرة، فخبراء منظمة التجارة العالمية يعرفون التجارة الالكترونية أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات"¹، كما تعرف أيضا بأنها "العمليات المتعلقة بتسهيل الصفقات التجارية الكترونيا من خلال استخدام التقنيات التكنولوجية في تبادل البيانات والمعلومات الكترونيا"²

وبصورة عامة التجارة الالكترونية يمكن تطبيقها عبر مكوناتها الرئيسية التي تتضح في الشكل التالي:

الشكل رقم 01: مكونات التجارة الالكترونية



المصدر: ثامر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، دار حامد للنشر والتوزيع، 2015، ص 86

2. إحصائيات عن تطور حجم التجارة الالكترونية في العالم:

إن حجم التجارة الالكترونية ينمو اليوم بصورة تفوق كل التوقعات والتنبؤات الأمر الذي أدى إلى حدوث تفاوت كبير بين الأرقام الصادرة من مؤسسات مختلفة عن نفس الفترة الزمنية ولنفس المنطقة ويعزى ذلك إلى عدة حقائق أهمها:³

1. عدم وجود تعريف شامل ومتفق عليه للتجارة الالكترونية، ذلك أن إتمام التعاقدات من خلال البريد الالكتروني وإجراء باقي المعاملات بالطرق التقليدية هو جزء من التجارة الالكترونية أم جزء من التجارة التقليدية ؛

2. عدم القدرة على المتابعة الدقيقة لحجم الأعمال والتي تتم من خلال هذا النوع من التجارة؛

3. تنوع مجالات الأنشطة التي تتم عبر الانترنت والتي تخضع لمفهوم التجارة الالكترونية الشامل كالمعاملات المالية والمضاربة على الأسهم.

وعلى العموم الواقع يثبت التطور الكبير في حجم التجارة الالكترونية عبر العالم وفيما يلي مجموعة من الإحصائيات التي توضح ذلك :

الجدول رقم 01: إحصائيات التجارة الالكترونية سنة 2016. 2019

2019	2018	2017	2016	إيرادات التجارة الالكترونية في العالم تريليون \$
27.4	25.6	23.8	21.7	
1.9	1.4	1.3	1.2	عدد المتسوقين عبر الأنترنت (مليار)
سنة 2019				
نسبة الأشخاص الذين يمتلكون حسابات مصرفية 69% من سكان العالم نسبة الذين يمتلكون محافظ رقمية عبر الهاتف المحمول 4.4% من مستخدمي الانترنت				الحسابات المصرفية والمالية
الصين 83% اليابان 68% أمريكا 66% سويسرا وانجلترا 65%				نسبة مالكي بطاقات الائتمان
84% من عملية الشراء تتم عبر الانترنت 42% منها تتم عبر أجهزة الكمبيوتر و 55% تتم عبر الهواتف الذكية				مؤشرات عملية الشراء
الموضة والجمال 524.9 مليار دولار بمعدل نمو 17% الالكترونيات بقيمة 392.6 مليار دولار بمعدل نمو 11% المواد الغذائية بقيمة 209.5 مليار دولار بمعدل نمو 15% الأثاث والأجهزة المنزلية بقيمة 272.5 مليار دولار بمعدل نمو 15% مبيعات فئة الأطفال قيمة 272.5 مليار دولار بمعدل نمو 15% مستلزمات السفر بقيمة 750,7% بمعدل نمو 11% ألعاب الفيديو بقيمة 70.56 مليار دولار بمعدل نمو 4.2%				ترتيب تصنيفات التجارة الالكترونية حسب المبيعات
أمريكا 1952 دولار (نسبة 3.3% من دخل الفرد) انجلترا 1839 دولار (نسبة 3.3% من دخل الفرد) كوريا الجنوبية 1533 ولار (نسبة 5.2% من دخل الفرد)				أعلى متوسطات إنفاق الفرد على التجارة

الالكترونية عبر العالم كندا 1493 دولار (نسبة 3.3% من دخل الفرد) الدانمارك 1383 دولار (نسبة 2.5% من دخل الفرد) النمسا 1260 دولار (نسبة 2.7% من دخل الفرد) السويد 1258 دولار (نسبة 2.4% من دخل الفرد) سويسرا 1109 دولار (نسبة 1.4% من دخل الفرد)	
قائمة الدول الأفضل عالميا في معدل التسوق الالكتروني الصين 89% كوريا لجنوبية 87% المملكة المتحدة 82% ألمانيا 81% اندونيسيا 79% الهند ثم الولايات المتحدة بنسبة 77% تايبوان 76% تايلاند 74%	

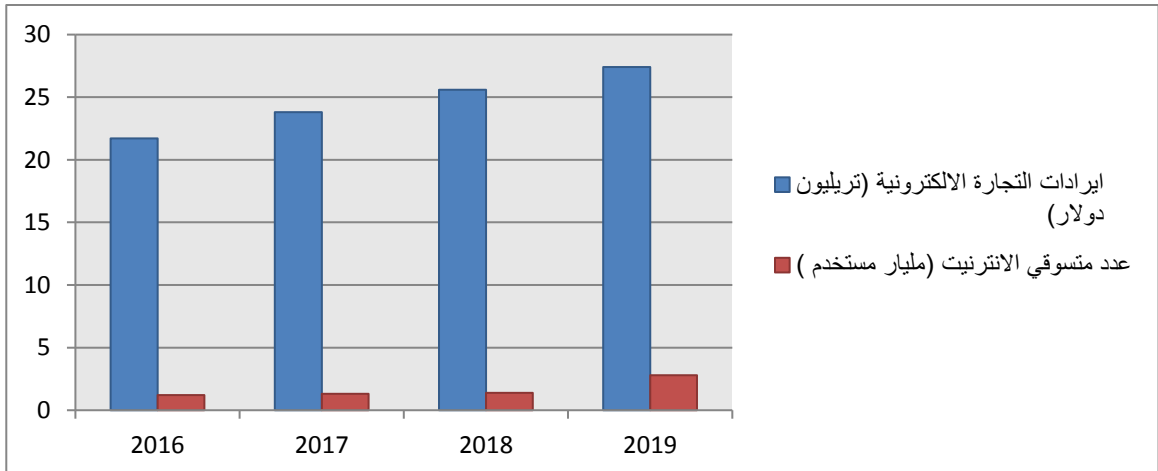
المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على بيانات:

. مجلس التجارة والتنمية التابع للأمم المتحدة UNCTAD أبريل 2018

. موقع Statista

. موقع Shopify

الشكل رقم 02: تطور حجم إيرادات التجارة الالكترونية والمتسوقين عبر الانترنت



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الجدول رقم 1

أرقام الجدول رقم 01 تؤكد أن:

1. المبيعات: مبيعات التجارة الالكترونية في تصاعد مستمر حيث ارتفعت من 21.3 تريليون دولار سنة 2016 إلى حوالي 27.4 تريليون دولار سنة 2019، وان نسبة 88% من قيمة التجارة الالكترونية تتم بين الشركات (BTOB) أما 12% فهي تتم من الشركات إلى المستهلك (BTOC) وقال التقرير ان شركات التجارة الالكترونية الرائدة في مجال البيع من الشركات الى المستهلكين تتمركز في الغالب في الولايات المتحدة والصين، منوها إلى أن أكبر عشر شركات من هذا النوع في العالم حققت في عام 2018 ما يقرب من 2 تريليون دولار من قيمة البضائع الاجمالية، وعزا خبراء الأمم المتحدة للتجارة والتنمية هذا الارتفاع إلى زيادة عدد المتسوقين عبر شبكة الانترنت في العالم والذي قفز من 600 مليون متسوق عام 2010 إلى نحو 1.2 مليار سنة 2016 إلى 1,4 مليار متسوق سنة 2018 إلى حوالي 1.9 متسوق عام 2019، كما أكد الخبراء أن ما بين 60 إلى 80% من المتسوقين عبر شبكة الأنترنت هم سكان الدول المتقدمة اقتصاديا يلهمها المستهلكون من الدول ذات الاقتصاديات المتوسطة في حين يمثل المتسوقون من الدول الأكثر فقرا في العالم نسبة 2% فقط .

2. التسويق الالكتروني : تبعا لدراسة نشرها موقع Statista فإن الصين تحتل المرتبة الأولى في معدل التسويق الالكتروني عالميا بنسبة 89% في حين تحتل الولايات المتحدة المركز السادس بنسبة 77%، وحتى دراسة موقع Shopify تؤكد أن الصين أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم بنسبة 83% من إجمالي المبيعات ومن المتوقع أن تنمو أرباحها لتصل إلى 1086.1 مليار دولار عام 2023 ، في حين تحتل الولايات المتحدة المركز الثاني ومن المتوقع أن تصل أرباحها إلى 735.4 مليار دولار سنة 2023، أما المركز الثالث يعود إلى فرنسا حيث يمكن أن تصل أرباحها إلى 71.9 مليار دولار عام 2023 بنسبة زيادة تصل إلى 45.6%⁴

3. متوسط الانفاق الفردي: يوضح الجدول أعلاه أيضا أن متوسط ما يتفقه الفرد الأمريكي من إجمالي دخله لشراء السلع الاستهلاكية هو الأعلى على مستوى العالم إذ بلغ سنة 2019 حوالي 1952 دولار بنسبة 3.3% (من دخله)، في حين تصدرت فئة الموضة والجمال ترتيب تصنيفات التجارة الالكترونية حسب المبيعات في العالم بقيمة 524.9 مليار دولار بمعدل نمو 17% تليها الالكترونيات بقيمة مبيعات 392.6 مليار دولار ثم المواد الغذائية بقيمة 272,5 مليار دولار.

أما بالنسبة لأفريقيا فإن حجم المستخدمين فيها قد زاد بشكل لافت لكنه مازال لم يصل للمستوى المطلوب بعد، إذ أن عدد المتصلين بالانترنت في القارة السمراء لا يتعدى 453 مليون نسمة بينما

العدد الإجمالي لسكان إفريقيا يتجاوز 1.2 مليار نسمة ما يمثل نسبة 35.1% من المستخدمين فقط من القارة الإفريقية يتصلون بالانترنت، أما نسبة مستخدمي الانترنت في قارة إفريقيا بباقي العالم فتقدر بـ 10.9%.

هذا وتؤكد تقارير الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD أن مبيعات التجارة الالكترونية حول العالم في تصاعد وتصل إلى معدل سنوي بقيمة 25.3 سنويا، والشكل التالي يوضح لك:
الشكل رقم 02: خريطة التجارة الالكترونية سنويا



المصدر: العين الإخبارية 16/4/2018 على الموقع:

<https://al-ain.com/article/25-trillion-commerce-sales-per-year>

. الشكل رقم 02 يوضح أن عدد الشركات التي تعمل في مجال التجارة الالكترونية لا تقل عن مليوني شركة حول العالم باستثناء الشركات الصينية، ولأن أغلبية الشركات تتركز في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا بحوالي 1.3 مليون شركة، كما أن شركات محركات البحث الشهيرة ومواقع التواصل الاجتماعي هي الأخرى تحقق أرباحا جيدة من انتشار الانترنت الواسع، حيث سمحت منصات التجارة الالكترونية عبر الانترنت بظهور أنماط اقتصادية مختلفة مثل اقتصاد

المنصات، والاقتصاد التشاركي والاقتصاد التعاوني، والاقتصاد حسب الطلب، واقتصاد الأقران، والاقتصاد العرضي والرأسمالية الجماهيرية.

وفي المقابل اعتبر خبراء UNCTAD أن كل هذه النجاحات قد ارتبطت بتحديات التعامل مع الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للاقتصاد الرقمي في مجالات مثل المنافسة وحماية المستهلك وحماية البيانات وفرض الضرائب في إطار قانوني يضمن حقوق الشركات والمستهلكين على حد سواء.

المبحث الثاني: واقع البنى التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر

الاقتصاد الجديد (الرقمي) دخل بلادنا منذ مجيء تقنيات الاتصال والإعلام سواء عبر شبكات الهاتف المحمول أو قنوات التدفق العالي "انترنت" فقد سمحت هاتان التقنيتان للجزائر بالانفتاح على العالم الرقمي فواكبت كل التطورات و التحوّلات التي طرأت على العالم إلى يومنا هذا، فتبنّت الجيل الثالث و الرابع لتمكين أبسط مواطن جزائري من أن يكون جزء فاعلا في العالم الرقمي و يتطوّر بتطوّره معرفيا و تكنولوجيا و حتى اقتصاديا و يتواصل مع كل فرد في هذا العالم و يحيط بكل الأخبار و المعلومات آنيا ، و لم يتوقف الأمر عند هذا الحدّ فالاقتصاد الرقمي اقتحم مجالات كثيرة و في مقدّمها الإدارة و الخدمات ، كجواز السّفر البيومتری و بطاقة الشّفاء و بطاقات الدّفع الممغنطة و خدمات البنوك و التأمينات و تبنّته العديد من المؤسّسات الكبرى كسيور وسونلغاز وسوناطراك و هناك من المؤسّسات الخاصّة و الأجنبيّة التي اعتمدت عليه كنمط تسيير جديد للتّجارة الالكترونية " e commerce " .

كما نجده بالجامعة و المعاهد و الكليات أيضا فأطلق عليه اسم " e Learning " و هنا يأخذ معنى التكوين و التعليم عن بعد بواسطة مواقع بيداغوجية رسمية تصمّمها الجامعة أو الكلية خصّيصا لطلبتها لتمكينهم من متابعة كلّ الدروس المقدّمة من طرف مجموعة من الأساتذة المختصّين و المتمكّنين من التقنيات الحديثة، فنجدها معتمدة بمعهد تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال بجامعة وهران وقد بلغ الأساتذة والطلّبة هناك مراحل متقدّمة في ذلك معتمدين على وسائل تدريس متطوّرة جدّا و برامج معلوماتية ومنها ما يسمّى اليوم بالشّريط الرّقمي ذو الأبعاد الثلاث هو من أحدث الوسائل الرّقمية المستعملة بالعالم لتخزين المعطيات و قراءتها.

1. استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013:

هي إستراتيجية ترمي إلى إبراز مجتمع العلم والمعرفة الجزائري والتي تأخذ بعين الاعتبار التحولات العميقة والسريعة التي يعيشها العالم، تهدف هذه الإستراتيجية التي تضمنت خطة عمل قوية ومتماسكة الى تعزيز اداء الاقتصاد الوطني، كما أنها تسعى إلى تحسين قدرات

التعليم والبحث والتطوير في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وتحسين حياة المواطنين من خلال نشر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال⁶.

اعتمدت على خطة عمل تنفذ من سنة 2009 - 2013 ارتكزت على 13 محورا نذكر من أهمها⁷:

. تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الادارت العمومية والشركات والمؤسسات

. تطوير آليات وحوافز تسمح باستفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

. التطوير المكثف لصناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال

. تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع والفائق

. تطوير الكفاءات البشرية

. ضبط مستوى الإطار القانوني و التشريعي الوطني

. تثمين التعاون الدولي

لكن للأسف فشل المشروع بعد سنتين من انطلاقه حيث بلغت نسبة التنفيذ 30% حتى سنة 2015⁸ ، وهذا بسبب عدم جاهزية البنوك ، وعدم قدرة اتصالات الجزائر على توفير الانترنت و الربط وفق ما تم الاتفاق عليه، كما أن شركات تصنيع الحواسيب لم تكن متوفرة، والمواطنون لم يكن لديهم استعداد للتكنولوجيايات ناهيك عن عدم وضوح الرؤية .

2. الشبكة العامة للاتصالات في الجزائر:

كانت الخطوة الأولى في هذا المجال بإصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات هو القانون رقم 3 لعام 2000 و الذي جاء لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات، ومع صدور هذا القانون تم إنشاء سلطة ضبط البريد والاتصالات والتي تعتبر سلطة مستقلة. وتهيمن على سوق الاتصالات في الجزائر :

➤ اتصالات الجزائر وهي الشركة الأم التابعة للحكومة؛

➤ شركة جيزي التي كانت التابعة لشركة اوراسكوم المصرية و التي حصلت على أول رخصة لاستخدام الهاتف النقال؛

➤ شركة موبيليس التي اطلقتها الجزائرية للاتصالات؛

➤ شركة نجمة التي اطلقتها الوطنية الكويتية.

و قد نجحت هذه الشركات في الوصول بعدد مشتركي الهاتف النقال و الثابت إلى حوالي 49,89 مليون مشترك سنة 2017 مقابل 49.99. مشترك سنة 2016. وهذا ما يوضحه الجدول رقم 02:

الجدول رقم 02: عدد مشتركى الهاتف الثابت والنقال في الجزائر الوحدة : مليون مستخدم

السنة	مشتركي الهاتف الثابت	مشتركي الهاتف النقال	المجموع
2016	4.18	45.81	49.99
2017	4.05	45.84	49.89
نسبة التطور	-0.21%	+4.18%	/

المصدر: مرصد سوق الهاتف الثابت والنقال، سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية على الموقع https://www.arpt.dz/ar/doc/obs/etude//Observatoire_Mobile

و أكدت سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية أن:⁹

. عدد مشتركى الهاتف الثابت (السلكي والثابت اللاسلكي والجيل الرابع/ويماكس) بلغ 4.05 مليون سنة 2017 مقابل 4.18 مليون سنة 2016 اي انخفاض بنسبة 3.12 %.

. أما بخصوص الهاتف النقال فان هذه السوق عرفت "استقرارا", حيث انتقلت من 45.81 مليون مشترك سنة 2016 الى 45.84 مليون سنة 2017 نتيجة "اكتظاظ" سوق الهاتف النقال حيث أن أكبر حصة في السوق (GSM والجيل الثالث والجيل الرابع) استحوذت عليها موبيليس سنة 2017 بنسبة 40.06 % متبوعة بجيزي ب 32.06 % ونجمة ب 27.34 %.

كما أن حظيرة المشتركين في الجيل الرابع سجلت ارتفاعا كبيرا نبينه في الجدول التالي

جدول رقم 03: تطور عدد مستخدمي الجيل الرابع في الجزائر

السنة	2016	2017	نسبة التطور
عدد المشتركين	1.464 مليون	9.865 مليون	570%

المصدر: سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية على الموقع: <https://www.android-dz.com/ar>
هذا الارتفاع القياسي خلال سنة واحدة راجع إلى انتقال المشتركين في نظامي GSM و3G نحو الجيل الرابع.

3. مستخدمى الانترنت فى الجزائر:

كشفت دراسة حديثة أنجزها مرصد "كونسيومر لاب" التابع لشركة إيريكسون حول مدى استغلال الجزائريين للشبكة العنكبوتية أن نصف المستخدمين يؤمنون بضرورة الاستفادة من الانترنت من أي مكان "تقنية الجيل الثالث"، كما أن ثلثهم يلجئون إليها باستخدام الهواتف النقالة، فيما يبقى المراهقون والشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة هم الأكثر استغلالا للانترنت بنسبة 74%، ويرى الجزائريون في هذه التكنولوجيا فرصا كبيرة من حيث الحكامة الإلكترونية والصحة والتعليم الإلكتروني، بحيث أعرب المستجوبون عن أملهم في أن تمكنهم من كسب الوقت والمال، فضلا عن تحسين التواصل بين الحكومة والمواطنين.

كما شهدت الجزائر نموا ملموسا في تحسين خدمات الانترنت منذ بداية 2018، حيث أصبح المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في الجزائر (موبيليس، أوريدو، جيزي) يقدمون عروض بأحجام انترنت أكبر وبسعر أقل عكس ما كان يقدم أين كانت أحجام الانترنت صغيرة بأسعار خيالية. وإذا ما تتبعنا استخدام الانترنت في الجزائر منذ سنة 2000 نجد أن هنالك تطور ونمو مستمر لمستخدميه، وهذا ما يوضحه الجدول التالي :

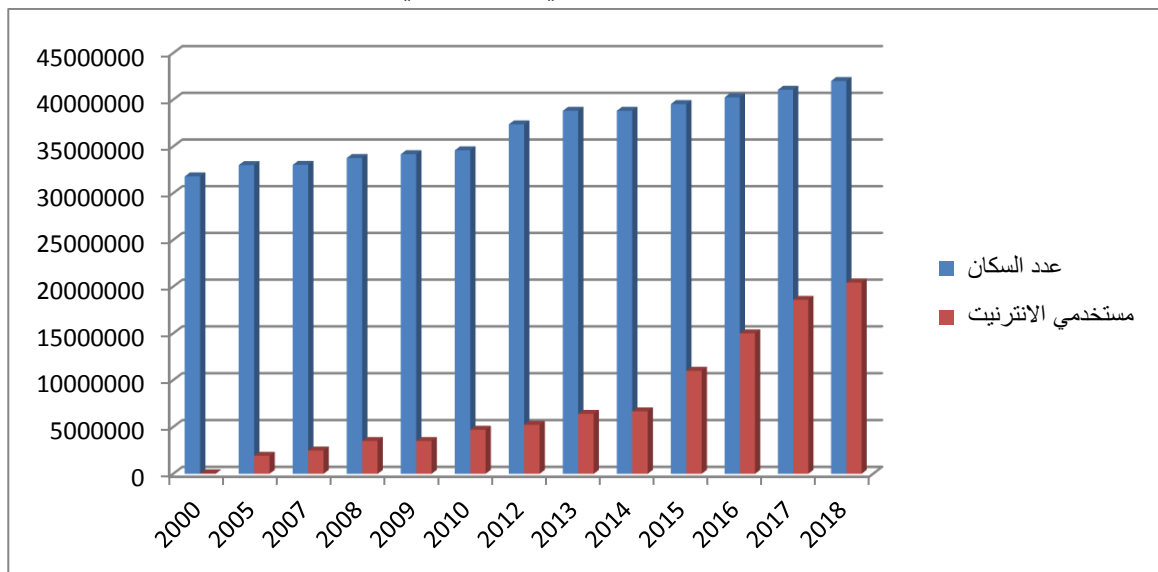
الجدول رقم 04: تطور عدد السكان وعدد مستخدمى الانترنت فى الجزائر خلال الفترة 2018.2000

السنة	عد السكان	عدد مستخدمى الانترنت	النسبة
2000	31,795,500	50.000	0.2%
2005	33.003.546	1.920.000	5.8%
2007	33.033.567	2.480.000	7.3%
2008	33.769.669	3.500.000	10.4%
2009	34,176.188	3.500.000	12
2010	34.586.184	4.700.000	13.6
2012	37.367.226	5.230.000	14
2013	38.813.722	6.404.264	16.5
2014	38.813.722	6.669.927	17.2

27.8	11.000.000	39.542.166	2015
37.3	15.000.000	40.263.711	2016
45.2	18.580.000	41.063.753	2017
48.63	20.430.000	42.008.045	2018

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات الأمم المتحدة والاتحاد الدولي للاتصالات

الشكل رقم 03 : مقارنة عدد السكان بمستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2000. 2018



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 03

. الشكل رقم 3 وأرقام الجدول رقم 4 تدل على التطور والنمو الهائل في عدد مستخدمي الانترنت مقارنة بعدد السكان وبالجهد المبذولة في هذا المجال حيث بلغت النسبة عام 2018 حوالي 48.63% مقارنة بسنة 2000 التي بلغت 0.2%، وهو مؤشر يعكس بشكل غير مباشر واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، لكن بالرغم من ذلك مازال أمامنا الكثير للحاق بركب التطور في مجال الانترنت والاتصالات والخدمات المرتبطة بهما.

. أما على المستوى العربي و حسب موقع (Internet World Stats) المتخصص في إحصائيات مستخدمي الإنترنت حول العالم، فإن مصر تصدر قائمة أعداد مستخدمي الانترنت، فيما تقدمت المملكة العربية السعودية إلى المرتبة الثانية على حساب المملكة المغربية التي تراجعت إلى المركز الثالث عربيا، كذلك تقدمت الجزائر للمركز الرابع مقابل تراجع العراق مرتبة واحدة محتلا بذلك

المركز الخامس، ومن جهة أخرى وبحساب نسبة أعداد مستخدمي الانترنت إلى عدد السكان لكل دولة، تتبوأ دولة قطر المرتبة الأولى بنسبة تصل إلى أكثر من 94% من عدد السكان، تليها كلا من الإمارات العربية المتحدة بـ 90.6% والمملكة البحرينية بـ 90.1%، أما سنة 2018 فقد حققت الجزائر "تقدماً جديداً" في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال من خلال احتلالها المرتبة 83 على المستوى الدولي بعدما ارتقت بـ 8 مراتب مقارنة بالتقرير الصادر عام 2016¹⁰.

4. تطوير الحظائر الالكترونية :

بالنسبة للجزائر، فإن التحدي الرئيسي للانتقال إلى مجتمع المعرفة هو خلق قيمة مضافة وتحسين مستويات المعيشة والرفاهية الاجتماعية لمواطنيها، عن طريق إنشاء الحظائر التكنولوجية وهو جزء من إستراتيجية وطنية طموحة، تهدف على وجه التحديد الالتحام مع مجتمع المعرفة، وإعطاء أولوية مطلقة لتعزيز الصناعة والبحث والابتكار في قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن طريق الوكالة الوطنية لتعزيز وتطوير الحظائر التكنولوجية، بهدف وضع الجزائر على درب التقدم والابتكار ، وتم إنشاء الحظائر التكنولوجية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91 - 04 الصادر في 24 مارس 2004، فهي هيئة ذات طابع صناعي وتجاري EPIC -تحت وصاية وزارة البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال حيث كان اول انجاز لها، هو بناء الحظيرة التكنولوجية لسيدى عبد الله في فيفري 2009¹¹

الحظائر التكنولوجيات في الجزائر – 1 :

1. الحظيرة التكنولوجية لسيدى عبد الله (الجزائر) مشغلة منذ فيفري 2009؛
2. الحظيرة التكنولوجية بورقلة (مؤقتة) دشنت في 1 مارس 2012 ؛
3. ثلاث حظائر تكنولوجية جهوية عنابة، وهران، ورقلة؛
4. بالإضافة إلى حظائر تكنولوجية أخرى تتمثل في الحظيرة التكنولوجية لسطيف، قسنطينة، وبوغزول إضافة إلى حاضنة في غرداية.

كما وقعت مؤسسة بريد الجزائر والوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية في أوت 2018 على بروتوكول اتفاق يهدف إلى تطوير الدفع الالكتروني بالجزائر وتحسين مناخ الأعمال للشباب المقاوول و"تطوير المؤسسات الناشئة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال والتي ستتولى مهمة تطوير الخدمات الإلكترونية والخدمات عن بعد في ما يتعلق بترقية التجارة الإلكترونية".

5. أشكال الدفع الالكتروني في الجزائر:

لقد سعى النظام المصرفي الجزائري إلى تطوير خدماته وتحديثها، ولعل أهم البرامج المسطرة والتي دخلت حيز التنفيذ سنة 2006 مشروع تطوير وتحديث وسائل الدفع، وقد تضمن هذا

المشروع البطاقات البنكية كوسيلة دفع الكترونية، كما شمل وسائل الدفع التقليدية بإدخال المقاصة الالكترونية من أجل معالجتها الكترونيا.

2006:البداية الأولى لأول بطاقة سحب في الجزائر، حيث وزعت على مختلف مستخدمي البنوك للتجريب ومعرفة النقائص؛

2007: تعميم بطاقة CIB عبر كامل التراب الوطني في البريد والمواصلات والبنوك؛

2007-2008: أكد وزير المالية أنه ستعمم ماكينات الصرف الآلي عبر المتاجر الكبرى في الجزائر والمناطق الأهلة بالسكان، وكذلك تعميم استخدام بطاقة الدفع لدى المواطنين.

***بطاقة CIB :** هي بطاقة دفع و سحب ما بين البنوك الجزائرية داخل التراب الوطني و نجدها على نوعين: البطاقة البلاستيكية والبطاقة الذهبية، هذه الأخيرة التي تمنح للأشخاص المهمين ورجال الأعمال أصحاب الدخول المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 120 ألف دج، ومدة صلاحيتها ثلاث سنوات.

***بطاقة فيزا Viza Card:**و هي بطاقة دولية تعمل للسحب والدفع، موجه لزيائن ذوي حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة أو لموكلهم، وهي نوعان بطاقة الفيزا الكلاسيكية وبطاقة الفيزا الذهبية.

*** البطاقة الذهبية لبريد الجزائر:** أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر سنة 2016، وهي الأكثر شعبية بين الجزائريين وتعطي دفعا قويا لخدمة الدفع الالكتروني .حيث أن أكثر من 3 ملايين بريد الجزائر قد تحصلوا على البطاقة الذهبية إضافة إلى 4 ملايين بطاقة أخرى صنعت وهي متواجدة على مستوى الشبكة البريدية ليتم توزيعه

كما قامت مؤسسة البريد بإبرام عقد شراكة مع شركة نفطال، لإتاحة خدمة دفع ثمن تعبئة الوقود عبر البطاقة الذهبية، بالإضافة إلى تقديم تسهيلات لحائزي هذه البطاقة للاستفادة في قطاع النقل، إذ سيكون بإمكانهم شراء تذاكر الرحلات الجوية الداخلية والخارجية عن طريق الدفع الإلكتروني، بمجرد الحجز وتأكيد الرحلة من قبل شركة الخطوط الجوية التي حجزوا رحلتهم عندها، هذا وقد شرعت بريد الجزائر في عملية تركيب 50 ألف جهاز TPE للدفع الالكتروني عبر مختلف ولايات الوطن ، بالإضافة إلى هذا قام المتعامل العمومي بريد الجزائر في مارس 2018 باطلاق أرضية نقدية جديدة تسمح بتعبئة و تسديد فواتير الانترنت الثابت و النقال عن طريق ابرام عقودا مع اتصالات الجزائر و موبيليس من أجل تعميم الدفع الالكتروني

أما فيما يخص الوسائل المستخدمة في توزيع هذه المنتجات البنكية تتمثل في:

*** الموزع الآلي للأوراق DAB؛**

*.الشباك الأوتوماتيكي للأوراق GAB؛

* نهائي نقطة البيع الإلكترونية TPV .

6. مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تضاعف عدد المواقع الإلكترونية المختصة في البيع عبر الأنترنت خلال السنوات الأخيرة خاصة بعد إطلاق خدمتي الجيل الثالث في 2014 والجيل الرابع في 2016 إضافة إلى إصدار قانون 5-18 الأخير المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يوطر هذه السوق التي تجذب المواطنين أكثر فأكثر نحو هذا النمط من المعاملات الذي وصفوه بـ"المريح"، ومن أهم هذه المواقع نذكر:

الجدول رقم 04: أهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر الأكثر زيارة

المواقع	سنة الانشاء	مجال التسويق	توجيه المبيعات	عدد الزائرين
موقع واد كنيس Ouedkniss	2006	بيع وشراء مختلف المنتجات من السيارات إلى أبسط منتج	يتوجه بمبيعاته لكل الولايات	3 مليون زائر شهريا وهو أعلى المواقع في الجزائر بقيمة 3.5 مليون \$
موقع قيديني Guiddini.com	2009	مستلزمات التجميل وعتاد الإعلام الآلي الاجهزة الكهرومنزلية	يوجه مبيعاته إلى بعض ولايات	/
موقع نشري في النات Nechrifinet.com	2010	500 منتج من مواد التجميل ومعدات الطبخ الكتب، لعب الاطفال....	توجيه المبيعات إلى كل الولايات	450 ألف زائر شهريا
موقع أشريلي Echerily.com	2012	بيع المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل	كان يوجه مبيعاته إلى بومرداس والعاصمة فقط ثم توجه إلى كل الولايات	600 الف زائر شهريا

موقع Dzboom	2015	كل مستلزمات النساء من فساتين وحقائب ومجوهرات ومستحضرات التجميل	تقديم منتجاته لكل الولايات مع خدمة الشحن	/
موقع Jumia.dz	2016	مواد التجميل والتنظيف الهواتف، أجهزة الأعلام الآلي، توصيل الوجبات وخدمة الحجز في الفنادق	تقديم خدمات التوصيل لـ 43 ولاية وتفتح المجال لتسويق المنتج المحلي إلى إفريقيا وتتواجد في 20 بلد عربي وإفريقي	1.5 مليون زائر شهريا
تطبيق وصلني	2017	طلب سيارة أجرة بسائق في العاصمة، خدمة 24/24 ساعة	تطبيق 100% جزائري	
تطبيق Resto 365	2017	حجز طاولات في مختلف المطاعم	تقديم خدمات الحجز في مطاعم العاصمة	
تطبيق BARIDIMOB	2018	تحويل الاموال بدون بطاقة ذهبية ودون عناء التنقل الى البريد	السحب والتحويل يكون عن طريق الكود فقط (الرقم السري)	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المواقع:

<http://www.arabicshopping.com>

<https://www.djazairss.com/elbilad/281837>

http://www.arabicshopping.com/2016/10/blog-post_31.html

المبحث الثالث: البنية التشريعية للتجارة الالكترونية في ظل قانون 05.18

إن القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية المصادق عليه في أفريل 2018 من قبل مجلس الأمة والمؤرخ في 10 ماي 2018، من شأنه دفع مجال التجارة الالكترونية في الجزائر، إذ سيؤطر هذا النص القانوني السوق الالكترونية من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنت والمستهلكين.

1. نظرة حول قانون التجارة الالكترونية 05.18 المؤرخ في 10 ماي 2018:

قام المشرع الجزائري في هذا القانون بتنظيم مواضيع مختلفة في بابين مهمين هما الباب الثاني والثالث المتعلقان بـ¹²

- الممارسات الالكترونية،

- الجرائم الالكترونية والعقوبات.

كما أن هذا القانون قد سنه المشرع الجزائري وفقا للبيئة الجزائرية على غرار النموذج الدولي الأونسيترال Uncitral الخاص بالتجارة الالكترونية، فوجود هذه البيئة القانونية والتشريعية في الجزائر يمكن للتجارة الالكترونية أن تتطور وتنمو في السنوات القليلة القادمة.

1.1. الباب المتعلق بالممارسات الالكترونية في قانون التجارة الالكترونية 05.18:

من أهم ما جاء به قانون التجارة الالكترونية 05.18 المؤرخ في 10 ماي 2018 في هذا الباب:

* **مجال المعاملات والممارسات الالكترونية:** أكد المشرع الجزائري أن قواعد ممارسة التجارة الالكترونية تبدأ بإنشاء سجل تجاري للممومنين الإلكترونيين في المركز الوطني للسجل التجاري الذي يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني (التعريف الضريبي والعنوان ورقم الهاتف، عدد السجل التجاري، الضمان التجاري...)، كما تطرق المشرع في مواده الأولى إلى طبيعة السلع والخدمات الممنوع بيعها عبر الانترنت بشكل قطعي بحكم أعراف المجتمع الجزائري، ثم عاد ليشرح الممارسات التجارية حيث أن كل عملية تجارية الكترونية توثق بعقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، وهذا العقد الإلكتروني هو نفسه العقد بمفهوم قانون 23 جوان 2004، حي ينشأ هذا العقد عندما يكون أحد أطرافه شخصا طبيعيا أو معنويا متمتعا بالشخصية الجزائرية أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر، وسواء كانت المعاملات التجارية الالكترونية وطنية أو عابرة للحدود يجب حفظ سجلاتها وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للإحصاء، ويجب أن يتضمن العقد الإلكتروني كل الخصائص التفصيلية عن السلع والخدمات وكيفية التسليم وشروط فسخ العقد وكيفية الدفع وخدمات مابعد البيع ومعالجة الشكاوى وشروط وكيفية البيع بالتجريب عند الاقتضاء، وبمجرد إبرام العقد يصبح المورد الإلكتروني مسؤول أمام المستهلك بإرسال نسخة من العقد له، الذي يترتب عنه إعداد فاتورة، كما يمكن للمستهلك أن يطلب فاتورة ورقية

* **الدفع في المعاملات الالكترونية¹³:** فيما يخص الدفع فقد نص القانون 05.18 في مواده 29.28.27، على أن يتم من خلال منصات الدفع الإلكتروني المنشأة و التابعة لبنك الجزائر و بريد الجزائر سواءا

تمت المعاملة داخليا أو دولي، ويضيف ضرورة تأمين اتصال الموقع الإلكتروني لموفر الخدمة الإلكتروني بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الالكترونية.

* الإشهار الإلكتروني:¹⁴ لم يغفل المشرع الجزائري عن وسيلة الاتصال والخاصة بالإشهار الإلكتروني الذي أوجب أن تكون محددة وواضحة ولا تخل بالأداب العامة والنظام العام، كما يلتزم المورد الإلكتروني بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الالكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه، وفي حالة النزاع ينبغي للمورد الإلكتروني أن يثبت أن إرسال الإشهارات الالكترونية خضع للموافقة المسبقة والحررة.

1.2. الباب المتعلق بالجرائم والعقوبات في قانون التجارة الالكترونية 05.18:¹⁵

شرح المشرع الجزائري في هذا الباب إلى ضرورة الرقابة لتزرع الثقة لدى المتعاملين عبر الانترنت في مجال التبادل التجاري الإلكتروني حيث أكد أن كل أعمال المورد الإلكتروني تخضع إلى رقابة ضباط وأعوان الشرطة وكذا رقابة الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة، وتبعاً لطبيعة الجرائم، يتم التخطيط لغرامات تتراوح بين 50 ألف دينار و 2 مليون دينار، دون الإخلال بتطبيق كامل أكثر صرامة في حالة بيع سلع وخدمات ممنوعة من التسويق حيث يعاقب بغرامة مالية من 200 ألف دينار إلى مليون دينار مع الشطب من السجل التجاري وإغلاق الموقع نهائياً، أما الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون الذين يزاولون نشاط تجاري عبر الانترنت دون سجل الكتروني يتم تعليق موقعهم إلى غاية تسوية وضعيتهم، كما يضاعف مبلغ الغرامة في حال تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز 12 شهرا من تاريخ العقوبة السابقة.

المبحث الرابع: التحديات الأساسية للتجارة الالكترونية في الجزائر في ظل قانون رقم

05.18

حاول المشرع الجزائري تشريع قانون جديد متعلق بالتجارة الالكترونية في الجريدة الرسمية الصادرة في 16 ماي 2018 والذي طالما انتظره المتسوقين عبر الانترنت.

إلا أن هناك جملة من التحديات التي تواجه تطور التجارة الالكترونية في الجزائر تتمثل في:

1. التحديات التقنية:

فبالرغم من ارتفاع نسبة مستخدمي الانترنت في الجزائر سنة 2018 والذي وصل إلى حوالي 21 مليون مستخدم لتحتل الجزائر بذلك المرتبة 88 في العالم والرابعة عربياً إلا أن حجم التجارة الالكترونية في الجزائر جد ضعيف مقارنة بالدول العربية وهذا راجعاً لمجموعة من العراقيل والتحديات التي تحول دون ازدهارها من أهمها :

1. السوق الإشهاري في الجزائر لازال في بداياته، كون العديد من المؤسسات لا تتبنى تكنولوجيا الإعلام و الاتصال؛
2. أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية
- الثابتة التي تأثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت؛
3. بالرغم من تحقيق سوق مستخدمي الانترنت لمعدلات نمو مرتفعة من سنة إلى أخرى، إلا أن أهم ما يعرقل تطور عدد مشركي الانترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على مستوى الأفراد أو الشركات
4. تعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع و الخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، بالإضافة الى ضعف القاعدة البشرية التي تستند اليها هذا الصناعة، وصعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية؛
5. انتشار ظاهرة الأمية المعلوماتية نتيجة ضعف مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال ومن ثم عملية الشراء عبر الانترنت؛
6. الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون وسائل الدفع الالكتروني شبه مستحيل، فبطاقات الدفع المصدرة من طرف بنك الجزائر و بريد الجزائر لم ترق بعد إلى المستوى الدولي بدليل أن معظم البنوك لم تشرع في إعطاء طابع الدولية لبطاقتها، ومن جهة أخرى عزوف الكثير من المتعاملين استخدام هذه البطاقات ولجوهم لعملية الدفع نقدا في مختلف معاملاتهم التجارية ؛
8. بالرغم من وجود سلطة الضبط في قطاع البريد في الجزائر إلا أن السوق السوداء والموازية لازالت موجودة في الجزائر.

2. التحديات التشريعية التي يثيرها قانون التجارة الالكترونية رقم 05. 18:

لقد تم سن تشريعات وقوانين دولية لإلزام القائمين على التجارة الإلكترونية بالخضوع للقوانين الضريبية وفقاً لمصدر وقيمة الدخل ومكان الإقامة، وتبقى هذه القوانين تواجه بعض التحديات مثل صعوبة تحديد هوية مستخدمي التجارة الإلكترونية وعدم إمكانية تعقب الصفقات التجارية التي يتم إقامتها عن طريق وسائط إلكترونية، هذا وإن موضوع فرض الضرائب على التجارة الالكترونية ينظر إليه من وجهتي نظر مختلفتين الأولى ترى أن إخضاع الصفقات الالكترونية إلى الضرائب يعد كبحاً للتطور التكنولوجي، في حين ترى وجهة النظر الثانية أن الإعفاء الضريبي للمعاملات التجارية الالكترونية يؤدي حتماً إلى حرمان خزينة الدولة من إيرادات مهمة¹⁶، لكن يبقى فرض الضريبة على الممتننين للتجارة بمختلف أنواعها وأساليبها وطرقها توجهاً عالمياً لتحقيق العدالة الضريبية، فهو يصب في مصلحة اقتصاديات الدول كما أنه يظهر عدالة بين التجارة الالكترونية

والتجارة التقليدية خاصة في ظل المؤشرات التي تظهر ازدياد حجم التجارة الإلكترونية في العالم حيث أن مبيعات التجارة الإلكترونية حول العالم تصل إلى معدل سنوي بقيمة 25.3 تريليون دولار.

وعلى هذا فمسألة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في الجزائر تمثل تحديا كبيرا بالنسبة للمشرع الجزائري في القانون الأخير، إذ لم يوضح لا طريقة ولا كيفية فرضها، وهذا ما يؤدي إلى اختلال مبدأ من مبادئ الضريبة وهو العدالة، في كون بعض السلع يتم تداولها عبر شبكة الانترنت لا تمر عبر الحواجز الجمركية العادية على خلاف التجارة التقليدية، فالمشرع الجزائري في القانون رقم 05.18 أغفل كلياً عن وضع ضوابط جبائية تتلائم مع تطور تقنيات المعلومات والاتصال لتطال الضريبة معاملات التجارة الإلكترونية، فالضريبة بصفة عامة تعرف بأنها اقتطاع نقدي جبري تفرضه الدولة على المكلفين وفقاً لقدراتهم وبلا مقابل وذلك لتغطية الأعباء، ويسري هذا التعريف في مضمونه على الواقع الرقمي والافتراضي، وما تغير هو شكل الإدارة الضريبية فقط، الذي يتوجب عليها تحديث نظامها إلى نظام ضريبي إلكتروني، وعلى هذا فهناك فرق بين كل من الضريبة الإلكترونية والضريبة على التجارة الإلكترونية فالأولى هي إحدى مفرزات الحكومة الإلكترونية أي تحصيل الضرائب بطريقة الكترونية بعد ما كانت تدفع نقداً، في حين الثانية تثير إشكال سن قوانين تنظم قدرة وكفاءة الأداء الضريبي في تحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عبر الانترنت، وعلى هذا فقانون 05.18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية يثير الكثير من التساؤلات حول المعاملات للصفقات الرقمية، حيث تبقى مشكلة لتهرب الضريبي قائمة، فالحكومات إن لم تفرض ضرائب على التجارة الإلكترونية فإن المستهلكين سيخاطرون بتحويل مشترياتهم إلا الفضاء الإلكتروني، وهو ما سيعمل على تقليص حصة الدولة من جباية الضرائب، بالإضافة إلى تحويل التجار الجزء الكبير من مبيعاتهم عبر الانترنت للتهرب من دفع الضرائب بفرض الضريبة على التجارة التقليدية وإعفاء التجارة الإلكترونية يعد إخلالاً بمبدأ العدالة¹⁷. فالتقدم الهائل في التجارة الإلكترونية لا تنحصر آثاره فقط في زيادة الرفاهية لدى الأفراد، ولكن أيضاً يمثل إيرادات هامة للدول إذا أتقنت طرق تحصيلها الجبائي، وهذا ما تجاهله المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية 05.18.

خاتمة:

التجارة الإلكترونية تخطت حدود العالمية في انتشارها، إلا أن اعتمادها في الجزائر مازال في بداياته بالرغم من تطور البنية التقنية للاتصالات والمعلومات خلال السنوات الأخيرة أين ازداد عدد

مستخدمي الانترنت وظهور بعض المواقع للتجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات التي تساعد على اختيار أجود المنتجات بأرخص الأثمان وبأسرع وقت، غير أن هذه التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبات عالج المشرع الجزائري جانب الممارسات والعقوبات منها في قانون التجارة الالكترونية رقم 05.18 في حين تجاهل فرض الضريبة على المبادلات التجارية الالكترونية، كما لم يتحدث عن الجرائم الالكترونية من اختراق المواقع وسرقة بيانات البطاقات الائتمانية.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أنه بالرغم من كل المؤشرات المشجعة مازالت التجارة الالكترونية في الجزائر تطور مبادئها العلمية والتقنية والقانونية خلال السنوات المقبلة وهذا ما يثبت فرضية دراستنا.

وعلى هذا نقترح بعض التوصيات:

1. نشر شبكة الانترنت على نطاق واسع، وبأسعار تنافسية؛
2. نشر الوعي العلمي والثقافي للمعلوماتي لدى أفراد المجتمع بتحسيسهم بفوائد التجارة الالكترونية؛
3. إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الالكترونية من خلال قبول وإدراك المديرين والموظفين لتطبيقات التجارة الالكترونية، وهكذا نشجع المؤسسات الجزائرية للتحويل إلى أفاق واسعة من النجاح في بيئة الأعمال؛
4. التجارة الإلكترونية تحتاج إلى قاعدة اتصال قوية وتحتاج إلى رقمنة كل من المنظومة الإدارية والبنكية؛
5. تحرير سوق خدمات الاتصال في الجزائر لخلق بيئة تنافسية في هذه السوق من أجل تطوير تكنولوجيا الإعلام وزيادة معدلات الاتصال التي من شأنها تطوير التجارة الالكترونية؛
6. تفعيل الشراكة بين القطاع الخاص والعام على مستوى واسع لبناء مجتمع المعلومات الذي يتيح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحويل نحو مشروع التجارة الالكترونية؛
7. زيادة الإنفاق على أنشطة البحث و التطوير، فالدخول في اقتصاد رقمي لبناء تجارة الكترونية يتطلب النظرة إلى قطاع البحث على أنه قطاع يحقق قيمة مضافة في تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
8. ضرورة إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم للتكيف الجبائي مع التجارة الالكترونية، وإلا ستواجه الدولة خطرا أكبر بفقدان إيرادات ضريبية إضافية.

الهوامش:

- ¹ معلومات مستوحاة من الموقع الالكتروني لمنظمة التجارة العالمية على الرابط www.wto.org/fr/e-commerce
- ² ثامر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2015، ص 85.
- ³ محمد عمر الشريف، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، عمان، ص 38.
- ⁴ Shopify site, Global Ecommerce Marketplaces: The Complete List by Region and Sales, in the site: <https://www.shopify.com/enterprise/global-e-commerce-marketplace>
- ⁵ Internet Wold Stats _ www.internetworldstats.com 453329534 estimated Internet uses in Africa in Dec 31.2017 Consulter le 13/ 12/ 2029.
- ⁶ خالد بن ساسي، واقع التجارة الالكترونية والامداد في الجزائر:مجلة أداء المؤسسات الجزائرية. العدد 12/2017، ص 210
خالد بن الساسي، مرجع ساق ، ص 210⁷
- ⁸ Feriel Kolli, Algérie-L'innovation et l'économie numérique avancent à tout petits pas, sur le site <http://maghrebemergent.info/high-tech>(consulté le 16/09/2016)
- ⁹ 50 مليون مشترك في الهاتف الثابت و النقال وأزيد من 34 مليون في الانترنت سنة 2017 على الرابط : <http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article> consulté le 23/04/2018
- ¹⁰ التقرير الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي على الموقع: <https://epay-dz.com> consulté le 02/01/2019
- ¹¹ المرسوم التنفيذي رقم 04 - 91 الصادر 24 مارس 2004 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية والمحدث لتنظيمها وعملها
- ¹² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الالكترونية العدد 28، ماي 2018
- ¹³ المواد 29.2827، الفصل السادس ، الباب الثاني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الالكترونية العدد 28، ماي 2018
- ¹⁴ المواد 34.333231.30 الفصل السابع، الباب الثاني من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الالكترونية العدد 28، ماي 2018
- ¹⁵ المواد 49.36، الفصل الاول والثاني، الباب الثالث من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الالكترونية العدد 28، ماي 2018
- ¹⁶ ابراهيم كامل الشوابكة، ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية ، دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد 34، عمادة البحث العلمي، عمان، الاردن ، 2007، ص 518.
- ¹⁷ ابراهيم كامل الشوابكة، نرجع سابق، ص 518.

قائمة المراجع :

1. ثامر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2015.
2. محمد عمر الشريف، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. 2013.
3. خالد بن ساسي، واقع التجارة الالكترونية والامداد في الجزائر :مجلة أداء المؤسسات الجزائرية. العدد 12/2017

4. ابراهيم كامل الشوابكة، ضريبة المبيعات على التجارة الالكترونية ، دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد 34، عمادة البحث العلمي، عمان، الاردن
5. المرسوم التنفيذي رقم 04 - 91 الصادر 24 مارس 2004 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية والمحدث لتنظيمها وعملها
6. المواد 29.28.27، الفصل السادس ، الباب الثاني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الالكترونية العدد 28، ماي 2018
7. المواد 34.30 الفصل السابع، الباب الثاني من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الالكترونية العدد 28، ماي 2018
8. المواد 49.36، الفصل الاول والثاني، الباب الثالث من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الالكترونية العدد 28، ماي 2018.

المواقع الالكترونية:

1. معلومات مستوحاة من الموقع الالكتروني لمنظمة التجارة العالمية على الرابط:
www.wto.org/fr/e-commerce
2. 50 مليون مشترك في الهاتف الثابت و النقال وأزيد من 34ر5 مليون في الانترنت سنة 2017 على الرابط:
<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article> consulté le 23/04/2018
3. التقرير الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي على الرابط:
<https://epay-dz.com> consulté le 10/ 01 / 2020
4. Shopify site, Global Ecommerce Marketplaces: The Complete List by Region and Sales, in the site: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-marketplace>
5. Feriel Kolli, Algérie-L'innovation et l'économie numérique avancent à tout petits pas, sur le site ,<http://maghrebemergent.info/high-tech>(consulté le 16/09/2016)
6. Internet Wold Stats _ www.internetworldstats.com 453329534 estimated Internet uses in Africa in Dec 31.2017 Consulter le 13/ 12/ 2029