



مجلة البحوث المالية والتجارية

المجلد (25) – العدد الرابع – أكتوبر 2024



أثر التجارة الإلكترونية وأنشطة صناعة المحتوى على التحاسب الضريبي:
التحديات والفرص

**E-commerce and content creation activities on tax accounting:
Challenges and opportunities**

إعداد

الباحث/ محمد إبراهيم قامش

مرشح للدكتوراه - كلية التجارة، جامعة بورسعيد - قسم المحاسبة

تحت إشراف

أ.د/ زين العابدين سعيد فارس

أستاذ المحاسبة المالية المتفرغ

كلية التجارة - جامعة بورسعيد

د/ صابر حسن الغنام

أستاذ المحاسبة والمراجعة للمساعد المتفرغ

كلية التجارة جامعة بورسعيد

2024-8-7	تاريخ الإرسال
2024-8-13	تاريخ القبول
رابط المجلة: https://jsst.journals.ekb.eg/	

ملخص:

نظام التحاسب الضريبي لأنشطة صانعي المحتوى الرقمي في مصر يواجه تحديات وأوجه قصور متعددة، مما يستدعي دراسة معمقة لهذه الظاهرة الاقتصادية المتنامية، وتهدف هذه الدراسة إلى استكشاف سبل تعزيز الإيرادات الضريبية من خلال فرض ضرائب عادلة على الدخل الناتج من التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع مراعاة خصوصية هذا القطاع وتحدياته الفريدة.

تهدف الدراسة إلى تحليل التجربة المصرية الحالية في التعامل مع الضرائب على التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى، مسلطة الضوء على نقاط القوة والضعف في النظام القائم. كما تستفيد من تجارب دول رائدة في هذا المجال، لاستخلاص الدروس وأفضل الممارسات التي يمكن تطبيقها في السياق المصري، وتخلص الدراسة إلى أن تحقيق العدالة الضريبية، وفقاً لما نص عليه الدستور المصري، يتطلب تطويراً شاملاً للنظام الضريبي ليوكب هذا النشاط الاقتصادي الحديث. هذا التطوير يشمل مراجعة الأطر التشريعية والتنظيمية، وتحديث آليات التحاسب والفحص الضريبي وتعزيز القدرات التقنية للإدارة الضريبية .

وتوصي الدراسة بمراجعة وتحديث التشريعات الحالية، خاصة قانون الضرائب وقانون التجارة الإلكترونية، لتشمل بشكل صريح وواضح الأنشطة المتعلقة بصناعة المحتوى الرقمي. كما يقترح الباحث استخدام القياس الفعلي، وتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لترشيد عملية التحاسب الضريبي وتحسين كفاءتها.

وتؤكد نتائج الدراسة على ضرورة معالجة أوجه القصور في النظام الحالي، بما في ذلك صعوبات تحديد وتتبع الدخل من الأنشطة الرقمية، وتحديات التقييم الدقيق للقيمة المضافة في هذا القطاع. وتشير إلى أن تطبيق الحلول المقترحة سيؤدي إلى تحسين كفاءة النظام الضريبي وزيادة الإيرادات الضريبية، وفي الختام، تشدد الدراسة على أهمية التوازن بين تحقيق الإيرادات الضريبية وتشجيع نمو التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى في مصر. وتدعو إلى تبني نهج تعاوني بين الحكومة والممولين لضمان نظام ضريبي عادل وفعال يدعم النمو الاقتصادي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية - صناعة المحتوى - التحاسب الضريبي



Abstract:

The tax accounting system for digital content creators' activities in Egypt faces multiple challenges and shortcomings, necessitating an in-depth study of this growing economic phenomenon. This study aims to explore ways to enhance tax revenues by imposing fair taxes on income generated from e-commerce and content creation across social media platforms, while considering the unique characteristics and challenges of this sector.

The study analyzes the current Egyptian experience in dealing with taxes on e-commerce and content creation, highlighting the strengths and weaknesses of the existing system. It also draws lessons from pioneering countries in this field to extract best practices that can be applied in the Egyptian context. The study concludes that achieving tax justice, as stipulated in the Egyptian Constitution, requires a comprehensive development of the tax system to keep pace with this modern economic activity, updating tax accounting and examination mechanisms, and enhancing the technical capabilities of the tax administration.

The study recommends reviewing and updating current legislation, especially the tax law and e-commerce law, to explicitly and clearly include activities related to digital content creation. The researcher also suggests using actual measurement and employing artificial intelligence tools to rationalize and improve the efficiency of the tax accounting process.

The results of the study emphasize the need to address the shortcomings of the current system, including the difficulties of identifying and tracking income from digital activities, and the challenges of accurately assessing the value added in this sector. It points out that the application of the proposed solutions will improve the efficiency of the tax system and increase tax revenues, and in conclusion, the study stresses the importance of balancing the achievement of tax revenues and encouraging the growth of e-commerce and content industry in Egypt. It calls for a collaborative approach between government and financiers to ensure a fair and efficient tax system that supports economic growth.

Keywords: E-Commerce - Content Industry - Tax Accounting

أولاً- مقدمة وطبيعة المشكلة:

من المعلوم انه تعود فكرة الضريبة إلى فترة طويلة في تاريخ الحضارات والمجتمعات، وعلى الرغم من أنها لم تكن معروفة لدى العرب والمسلمين في البداية، إلا أنها تطورت عبر العصور لتصبح مصدرًا اقتصاديًا يجب على الدولة الحصول عليه لأنها تساهم في حل العديد من المشاكل المالية والاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدول، وتشير دراسة (يونس حسن وآخرون ، 2019) الى أن هناك تحديات تواجهها الإدارة الضريبة في التحاسب الضريبي على الأنشطة الرقمية وإيضاح دور المنظمات المهنية والمحاسبية في إيجاد حلول ومعالجات لهذه التحديات .

وقد استفادت التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى بشكل كبير من الميزات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي لصانعي المحتوى والمؤثرين، حيث أتاحت لهم هذه المنصات إمكانية نشر محتوهم وتوزيعه والوصول إلى جماهير واسعة من المتابعين حول العالم ، وطلبت مصلحة الضرائب المصرية من (البلوجرز واليوتيوبرز والإنفلونسر)، التوجه إلى مكاتبها لفتح ملفات ضريبية لهم وإصدار بطاقة ضريبية والذين تبلغ إيراداتهم 500 ألف جنيه خلال أثنى عشر شهراً من تاريخ مزاولة النشاط، بالتسجيل في مأمورية القيمة المضافة المختصة ،وقد أثار هذا الكثير من الجدل والتساؤلات، لا سيما مع عدم تحديد الرسوم المستحقة، وعدم إطلاق تعريفات دقيقة للفئات المستهدفة من تحصيل الضرائب بحسب المتابعين .

وتؤكد دراسة (Mei, Lulu. 2021) لكي يتم فرض الضريبة على المنصات الإلكترونية لتحقيق العدالة الضريبية بين أفراد المجتمع الضريبي فلا بد من العمل على تهيئة المجتمع الضريبي وتوافر البيئة المناسبة لها وتوفير كافة متطلبات التطبيق للضريبة على الأنشطة الإلكترونية وحيث كانت الضريبة الرقمية مطروحة أمام صناعي السياسات في جميع أنحاء العالم لاحظ العديد من المحللين في الأسواق متعددة الجوانب وان الترابط عبر الأفكار يؤدي إلى تغييرات جوهرية في استراتيجيات الأعمال التي يستخدمها مالك المنصة ، وتؤكد دراسة (Jinchengrong.2016) إن الضريبة على أساس مستوى المشاركة في جانب من السوق على سبيل المثال: (ضريبة على أساس عدد المستخدمين والمتابعين، أو على أساس أنشطة الواقع الافتراضي أو ضريبة على أساس عائدات الإعلانات أو على أساس عدد المشاهدات وأماكن المشاهدات، وموطن صاحب المحتوى) تحفز مالك المنصة على تغيير استراتيجيتها نحو الجانب الآخر من السوق ، ويكون على أساس غير عادل في حساب الإيرادات الخاضعة للضريبة.



وأشارت دراسة (Situmorang Sakti Fransisco,2019) انه تكمن المشكلة في أن هناك قصورا في المعلومات التي يوفرها الهيكل المعلوماتي وفي ظل استخدام الأساليب التقليدية في التحاسب والفحص الضريبي كأحد أنواع الفحص الخاص في الفكر الرقابي والتي نتج عنها الكثير من الآثار السلبية بجميع مراحل التحاسب الضريبي، ومن أبرز النتائج السلبية كثرة المنازعات، وتأخر عمليات التحاسب الضريبي، وضياع نسبة كبيرة من المتحصلات الضريبية في شكل تهرب وفاقذ ضريبي، وافتقار الفاحص الضريبي إلى أساليب حديثة للتخطيط وتنفيذ عملية الفحص الضريبي.

ويرتكز الباحث على استخدام أسلوب التكلفة بالتدفق العكسي لقياس أنشطة صانعي المحتوى الرقمي، واستخدام أدوات الذكاء الصناعي في أعمال التحاسب والفحص الضريبي لصانعي المحتوى والإعلان الرقمي والذي يعتقد الباحث أن يسهم في التقليل من تكلفة الالتزام الطوعي وفي خفض تكلفة تحصيل الضريبة المستحقة عليهم وتقليل الفاقد الضريبي، كما يساعد في زيادة فعالية التحاسب الضريبي، وتأسيسا على ما تقدم تتبلور المشكلة محل البحث في الإجابة على التساؤلات الآتية:

1- ما هي طبيعة التجارة الإلكترونية وأنشطة صانعي المحتوى وصعوبات قياسها وأنواعها والضرائب المستحقة عليها؟

2- هل يؤثر استخدام القياس الفعلي وأدوات الذكاء الاصطناعي في أعمال الفحص الضريبي وترشيد التحاسب الضريبي لتلك الأنشطة؟

ثانياً- أهداف البحث:

في ضوء مشكلة البحث، وأهميته، يمكن بلوره أهداف البحث إلى محاولة بيان أحد أشكال الأنشطة الاقتصادية الغير الرسمي بالمجتمع الضريبي المصري، والعمل على دراسة تحليله لمشكلات التحاسب الضريبي وبيان ماهية أنشطة التجارة الإلكترونية وصانعه المحتوى وأنواع الضرائب المستحقة عليه، وبيان دور أدوات الذكاء الاصطناعي ومدى مساهمة تلك التكنولوجيا في حل كثير من المشاكل في الحياة العملية وتأثيره على مجال المحاسبة والمحاسبين والممولين.

ثالثاً- أهمية البحث:

تنبع الأهمية العلمية، لهذا البحث من خلال قله الدراسات العربية التي تناولت ترشيد التحاسب الضريبي لصانعي المحتوى الرقمي والتجارة الإلكترونية وفي حداثه موضوع قياس تكاليفها وإيراداتها ومن حيث الموضوعات الحديثة نسبياً على المستوى المحلى والدولي، والتي يمكن أن تكون لها إضافة علمية من خلال استخدام القياس الفعلي وأدوات الذكاء الاصطناعي كونه أحد أهم التقنيات

الحديثة التي في الفحص باستخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة لفحص صفقات التجارة الرقمية لتلك الأنشطة للعمل على ترشيد التحاسب الضريبي وتحقيق العدالة الضريبية ، بينما تتبع الأهمية العملية لهذا البحث كونه يبحث بصفة عامة عن معالجة مشاكل القياس المحاسبي لأنشطة التجارة الإلكترونية وصانعه المحتوى وانعكاساته على واقع التحاسب الضريبي في مصر باعتباره موضوع ذو أهمية كبيره لحدائه هذه العمليات وكبر العائد التي يحققونه وهم خارج النظام الضريبي .

رابعاً- حدود البحث:

في ضوء مشكلة البحث، وأهدافه، وأهميته فأن الباحث سوف يقوم بدراسة أثر التجارة الإلكترونية وأنشطة صناعة المحتوى على التحاسب الضريبي وما هي التحديات التي تواجهها تلك الأنشطة، وما هي الفرص التي يتم من خلالها تحسين وترشيد التحاسب الضريبي ولن يتعرض الباحث الى عملية الفحص التقليدية.

خامساً: مراجعة الإطار النظري للبحث:

1-نبذه مختصرة عن التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالاقتصاد الرقمي والضرائب:

أ-الإطار النظري للتجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي جزء من الحياة الحديثة وتنطوي على أنشطة البيع والشراء عبر الإنترنت، وتعرف التجارة الإلكترونية بأنها عملية أعمال تستخدم التكنولوجيا الرقمية للربط بين الشركات والمستهلكين وتبادل السلع والخدمات والمعلومات، وتتميز التجارة الإلكترونية بالسرعة والمرونة وانخفاض التكاليف واختصار الوقت والمكان ، شهد قطاع التجارة الإلكترونية نموًا سريعًا في العالم وفي مصر وأصبحت سوقًا كبيرة، وتمثل التجارة الإلكترونية تحديًا ضريبيًا نظرًا لافتقارها للوجود المادي وصعوبة تتبع المعاملات، وتسعى الحكومة لتوسيع القاعدة الضريبية من خلال استكشاف إمكانات فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، وأصدرت إدارة الضرائب تشريعات جديدة لتنظيم الضرائب على التجارة الإلكترونية، وأكدت دراسة (Cahyadi, A., Margana, I.O ، 2018) انه من التحديات الرئيسية صعوبة الحصول على البيانات ومراقبة المعاملات وانخفاض مستوى الالتزام الضريب

ب- وأشارت دراسة (Noor Fatikhah, et al,2022) أن الإدارة الضرائب تواجه في العديد من الدول العديد من الإشكاليات فيما يتعلق بفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية سواء كانت ضرائب على المبيعات أو ضرائب على صافي الدخل، من أبرزها :



- صعوبة الحصول على بيانات المعاملات الإلكترونية والتجار الإلكترونيين، حيث تستغرق معالجة البيانات الضخمة وقتاً طويلاً، وصعوبة فرض ضريبة الدخل نظراً لعدم وجود حضور مادي للشركات.
- صعوبة تمييز المنصات الإلكترونية كجامعين نهائيين لضريبة القيمة المضافة بين التجار الخاضعين للضريبة وغير الخاضعين، وعدم توفر بيانات مقارنة كافية عن المبالغ المحصلة من الضرائب والمسددة للضريبة، وصعوبة مراقبة التجار الإلكترونيين نظراً لإمكانية حدوث المعاملات.
- انخفاض مستوى الوعي والالتزام الضريبي لدى التجار الإلكترونيين وعدم حصولهم على رقم ضريبي.
- صعوبة تصنيف مستويات إيرادات التجار الإلكترونيين نظراً لتعدد المنصات التي يتاجرون من خلالها.

ويرى الباحث انه لم تعد المنافسة حالياً محصورة في جودة المنتج فقط، وإنما تعدت ذلك إلى تخفيض تكاليف الإنتاج واستخدام التقنيات الحديثة في عمليات الإنتاج والتسويق وتقديم الخدمات أفضل للعملاء.

2- مفهوم التجارة الإلكترونية:

عرف (محمد السعيد خشبة ، 2013) التجارة الإلكترونية من خلال أنها عملية تتم بين طرفين من خلال وسيط إلكتروني، ومع سداد الالتزام الناتج عن هذه العملية بشكل إلكتروني، وتشتمل: (بيع وشراء السلع المنظورة من خلال الإنترنت أو أي وسيط إلكتروني آخر - بيع وشراء السلع غير المنظورة) الخدمات (سواء كانت تعليم أو صحة أو غيرها من الخدمات - تبادل البيانات بشكل إلكتروني - تسويق الأفكار والمعتقدات عبر شبكة الإنترنت - تحويل الأموال والفواتير إلكترونياً - أداء الأعمال المختلفة من خلال الشبكة - الإعلان عن السلع والخدمات - الدعم الفني للسلع التي يشتريها العملاء - وجود سوق افتراضية تتم العمليات من خلالها).

3- وأشارت دراسة (طارق عبد العال، 2005) الى أن خصائص وأهداف وأهمية التجارة الإلكترونية كما يلي:

أ- خصائص التجارة الإلكترونية:

يمكن تلخيص أهم خصائص التجارة الإلكترونية في أن استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في أداء العمليات التجارية الإلكترونية بين المنظمات بعضها وبعض والشركات والعملاء تهدف إلى رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في التعامل بالتجارة الدولية التي تتعدى الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية بين الدول، وتتيح استجابة سريعة لطلبات السوق من خلال التفاعل مع اللحظي مع العملاء والوفاء باحتياجاتهم ، وأيضاً لا يقتصر فقط على التبادل التجاري بشكل إلكتروني ولكنه يمتد ليشمل كل من عملية التصنيع والإنتاج من خلال تقليل الوقت اللازم لإتمام الأعمال من خلال تبسيط الإجراءات ووضوح إجراءات العمل.

ب- أهداف التجارة الإلكترونية:

تهدف التجارة الإلكترونية إلى تحقيق زيادة نطاق السوق، وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع، وزيادة معدلات الوصول إلى العملاء وبناء علاقات أقوى مع العملاء ، وتخفيض وتقليل تكاليف الإنتاج والتسويق والتوزيع، وتحقيق السرعة في أداء الأعمال، والبحث عن عملاء جدد والوصول إليهم وجذبهم للشراء ، والقيام بعمليات التسويق عبر الإنترنت، وتقديم وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة.

ج - أهمية التجارة الإلكترونية:

تتركز أهمية التجارة الإلكترونية في أنها تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم، وبذلك فهي تستغني عن المستندات التقليدية الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما أنها توفر المصاريف العامة والإدارية ومصاريف الاتصال وسرعه الوصول إلى أسواق العالم جميعاً في وقت واحد بأقل تكلفة، وتساعد المتهمين على تخطي حواجز المسافات والوصول لأسواق خارج الحدود الإقليمية وأسواق متنوعة.

4- أشارت دراسة (Hossein ،2018) الى أنها هناك فوائد ومزايا تعود للشركات والمؤسسات والمستهلكين والمجتمع يمكن عرضه في الشكل التالي:



يوضح الجدول رقم (1) فوائد ومزايا التجارة الإلكترونية

فوائدها للمجتمع	فوائدها للمستهلكين	فوائدها للشركات والمؤسسات
<p>-تقلل من تلوث الهواء وتقليل الازدحام المروري لأن المستهلك يستهلك من منزله وإتاحة الفرصة لكثير من الأفراد للعمل من خلال منازلهم والتربح من خلالها.</p> <p>- تساعد في بيع بعض البضائع وفي توزيع الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم بسعر منخفض.</p> <p>- تساعد وبصورة واضحة على خلق فرص عمل جديدة.</p> <p>- المساعدة في وصول الأسواق الصغيرة والمشروعات المتوسطة إلى الأسواق العالمية.</p> <p>- تساعد على رفع معيشة الأفراد وذلك بحصولهم على أفضل المنتجات بأقل الأسعار.</p>	<p>- تساعد المستهلك في الحصول على أفضل العروض التسوق والشراء في أي وقت وبسرعة.</p> <p>- تسمح بالاشتراك في المزادات الافتراضية وبتبادل الخبرات بخصوص المنتجات والخدمات عبر المنصات</p> <p>- تشجع المنافسة مما يعنى خفض الأسعار لأنها تتيح التجول السريع والبسيط بين عدة أسواق والمقارنة بين الأسعار وتفاوتها والتعرف على مميزات كل منتج عن قرب.</p> <p>-تقديم خدمة ما بعد البيع نظرًا لوجود التنافس بين الشركات المختلفة.</p>	<p>-تساعد في إعادة هيكلة الشركات بما يتماشى ومتغيرات العصر وبناء شركات جديدة ضخمة وهائلة.</p> <p>-توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي مع القدرة على إنشاء تجارات متخصصة جداً وإعادة هندسة العمليات التجارية مما يؤدي إلى زيادة إنتاجية الموظفين .</p> <p>100%</p> <p>-تخفض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية وتخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.</p> <p>-تسمح بخفض المخزونات من خلال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد وتقليل التكلفة الإدارية بصورة كبيرة وواضحة.</p>

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة

5- أوضحت الدراسة (إبراهيم عبد العزيز، 2019) ان هناك إشكاليات للامتثال الضريبي لمزاولة أنشطة التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى، وقام الباحث بعرضها بعض منها وطريقه الحل وهناك بعض الإشكاليات الآخر مازال تحتاج إلى الاهتمام والبحث لإيجاد حلول مناسبة. ومن أهم تلك الإشكاليات:

أ- إشكالية دفع ورفع الرسوم الجمركية والأداء على القيمة المضافة، وهذه الإشكالية موجودة في التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والمستهلك ومازالت بدون حل.

ب- إشكالية الأدلة الثبوتية في التجارة الإلكترونية، وتلك الإشكالية متواجدة في جميع أنواع التجارة الإلكترونية، ولمواجهة هذه المشكلة في الوقت الراهن يستعين على المشتري أن يحتفظ بجميع الأدلة للعمليات التي قام بها عبر الإنترنت وذلك لحين توصل الجهات المعنية لحل مناسب.

ج- إشكالية حماية العلامة التجارية والملكية الفكرية. وهذه الإشكالية تنتج من خلاف تشريعي حول معنى العلامة التجارية واسم النطاق على الإنترنت والعلاقة بينهما، وإشكالية حماية المستهلك وهي تستحوذ على اهتمام ورعاية كافة الدول سواء المتقدمة أو النامية؛ بهدف حماية المستهلك عبر الإنترنت.

د- تواجه التجارة الإلكترونية إشكاليات في الدفع الإلكتروني، خاصةً عندما يكون البائع والمشتري من دول مختلفة. فالبائع يريد ضمان الحصول على المبلغ المتفق عليه، لذلك طُورت بروتوكولات مبنية على التشفير والترميز لضمان عملية الدفع بأمان، وتواجه التجارة الإلكترونية أيضاً إشكالية في تسليم البضائع بعد الدفع، خاصةً عندما يكون المشتري في دولة مختلفة. لذا يلزم التعاون بين شركات الشحن في كلا البلدين لضمان وصول البضاعة بأمان.

هـ- تواجه التجارة الإلكترونية مشكلة أمن المعلومات، فالإنترنت تتعرض لهجمات إلكترونية تؤدي لتلف بعض السجلات والمعلومات لذا يجب تأمين الاتصالات وتبادل المعلومات بطرق آمنة مثل التشفير كما جاء في قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم 175 لسنة 2018 .

ويقترح الباحث بعض الحلول للتعامل مع التحديات التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في مصر من خلال التصرف بحسم في طلب الشفافية من أطراف التجارة الإلكترونية في تقديم بيانات المعاملات ، والتوسع في نطاق شمول دافعي الضرائب المحتملين من قطاع التجارة الإلكترونية ، وتشكيل فريق خاص بالتعاون مع منصات التجارة الإلكترونية للحصول على البيانات، والتعاون مع جهات أخرى مثل البنوك المركزية وشركات بطاقات الائتمان للحصول على بيانات مقارنة ، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة لمعالجة بيانات المعاملات، وتوعية التجار الإلكترونيين بأهمية الالتزام الضريبي وكيفية التسجيل للحصول على رقم ضريبي، وتبسيط الإجراءات الضريبية وتقديم الخدمات الإلكترونية لزيادة الالتزام الضريبي، وتعديل القوانين واللوائح الضريبية لمواكبة تطور التجارة الإلكترونية.



وفى ظل تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أوضحت (2019 ، Global Business Coalition) أن هناك احتياج كبير لنوعية جديدة من الخدمات المصرفية غير التقليدية تتجاوز الخدمات التقليدية ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، ونتيجة للنمو السريع لتكنولوجيا الاتصالات جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة مختصرة الزمان والمكان باستخدام نظم دفع وسداد الكترونية مثل:
أ- النقود البلاستيكية وتتمثل في:

- البطاقات البلاستيكية المغناطيسية: كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستر ... إلخ، ومن أمثلة تلك النقود " بطاقات الدفع وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة للعميل"، وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الجهد والوقت للعملاء.
- البطاقات الائتمانية: أوضح دراسة (رشيد فارح، 2021) أنها تعتبر أشهر طريقة تستخدم في التجارة الإلكترونية وتصدرها البنوك للعملاء بالتعاون مع شركات الدفع الدولية، ويتم استخدامها كأداة وفاء وائتمان، ويتم سداد قيمتها لاحقاً حيث يمكن للعميل إما تسديد إجمالي المبلغ أو تسديد الحد الأدنى من إجمالي المبالغ وبالتالي احتساب نسبة الفوائد على الرصيد القائم المتبقي حسب الاتفاقية للبنك المصدر

ب- النقود الإلكترونية: وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على جهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل. ويعتقد الباحث أن من أهم المشكلات التي تترتب على استخدام النقود الإلكترونية في عمليات التجارة الإلكترونية هي عدم وجود معيار أو آلية للقياس المحاسبي لهذه النقود.

ويري الباحث أن صعوبات أمام السلطات الضريبية في تتبع هذه المدفوعات من خلال وسائل الدفع المستخدمة مثل: (بطاقات الائتمان والخصم - خدمات الدفع عبر الإنترنت مثل PayPal - العملات الرقمية مثل Bit coin - الهواتف المحمولة) عبر الحدود وفرض الضرائب عليها ويقترح بعض الحلول من خلال التنسيق الضريبي الدولي وتبادل المعلومات، وضع قواعد دولية لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية، واستخدام التكنولوجيا مثل سجلات البلوك تشين لتتبع المعاملات ومن الناحية المحاسبية نجد أن عملية البيع والشراء هي الجوهر في الاختلاف بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية حيث إن الإجراءات الرقابية في بيئة التجارة التقليدية لمختلف من الإجراءات الرقابية في بيئة التجارة الإلكترونية.

6-أنواع الضرائب التي تفرض على التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى وطبيعتها:

أوضحت دراسة (Kilic, M. and Zaim, S, 2021) ان هناك عدة أنواع مختلفة من الضرائب والرسوم التي تفرضها الدول على أنشطة التجارة الإلكترونية مثل:
أ- ضريبة القيمة المضافة:

تُفرض في مصر بنسب متفاوتة على معظم السلع والخدمات المباعة عبر الإنترنت أو تطبيقات التجارة الإلكترونية، ويتحملها المستهلك النهائي، وتُحصل من قبل البائع أو مقدم الخدمة، وتختلف نسبتها من دولة لأخرى، وفي مصر طبقاً لأحكام القانون رقم 67 لسنة 2016 وتعديلاته بقانون رقم (3) لسنة 2022 وتبلغ نسبتها 14% على معظم السلع والخدمات، وتُحصل من المستهلك النهائي من قبل البائع أو مقدم الخدمة، ويتم توريدها للحكومة من خلال الإقرارات الضريبي على منظومه الضرائب الإلكترونية.
ب-ضريبة دخل الشركات:

تفرض في مصر على الأرباح التي تحققها الشركات من بيع السلع وتقديم الخدمات عبر الإنترنت، وتختلف نسبتها بحسب نوع نشاط الشركة وحجم أرباحها، وفي مصر طبقاً لقانون رقم 91 لسنة 2005 نص على انه تبلغ نسبة الضريبة 22.5% من صافي الأرباح وتُفرض على أرباح الشركات من التجارة الإلكترونية، ويتم توريدها بشكل ربع سنوي.
ج- الرسوم الجمركية: تُفرض عند استيراد السلع من الخارج عبر منصات التجارة الإلكترونية، ونسبتها تختلف بحسب نوع وقيمة السلع المستوردة، وهذا بالإضافة لضرائب أخرى مثل ضريبة استخدام الإنترنت أو ضريبة المعاملات المالية الرقمية في بعض الدول.
د- هناك ضرائب أخرى مثل (ضريبة الدمغة وضريبة الخدمات البنكية) على عمليات الدفع الإلكتروني.

هـ- دخل الأفراد: تطبق في مصر على الأرباح والعوائد التي يحققها الأشخاص الطبيعيون من أنشطة التجارة الإلكترونية، وتفرض بشكل تصاعدي بحسب حجم الدخل، وفي مصر طبقاً للقانون رقم 7 لسنة 2024 يكون نسب الضريبة التصاعدي كما هو موضح في الجدول رقم (2):

وتم التصديق على القانون رقم 7 لسنة 2024 في 21 فبراير 2024 وتعديل المادتين رقم (8)، 13 /بند ا، 2) من أحكام القانون الضريبة على الدخل الصادر بالقانون رقم 91 لسنة 2005 وتعديلاته السابقة ويكون نسب الضريبة تصاعدي كما هو موضح بالجدول وبحد إعفاء شخصي ببلغ 20000 ج سنوياً للمول.



جدول رقم (2) نسب الضريبة التصاعدية للتحاسب الضريبي

صافي الدخل أكثر من مليون ومائتي ألف جنيه ١,٢٠٠,٠٠٠ جنيه	صافي الدخل الذي يتجاوز ٩٠٠,٠٠٠ جنيه ولم يتجاوز ١,٢٠٠,٠٠٠ جنيه	صافي الدخل الذي يتجاوز ٨٠٠,٠٠٠ جنيه ولم يتجاوز ٩٠٠,٠٠٠ جنيه	صافي الدخل الذي يتجاوز ٧٠٠,٠٠٠ جنيه ولم يتجاوز ٨٠٠,٠٠٠ جنيه	صافي الدخل الذي يتجاوز ٦٠٠,٠٠٠ جنيه ولم يتجاوز ٧٠٠,٠٠٠ جنيه	صافي الدخل الذي لم يتجاوز ٦٠٠,٠٠٠ جنيه	سعر الضريبة
-	-	-	-	-	من ١ جنيه إلى ٤٠,٠٠٠ جنيه	%٠,٠٠
-	-	-	-	من ١ جنيه إلى ٥٥,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٤٠,٠٠٠ جنيه إلى ٥٥,٠٠٠ جنيه	%١٠
-	-	-	من ١ جنيه إلى ٧٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٥٥,٠٠٠ جنيه إلى ٧٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٥٥,٠٠٠ جنيه إلى ٧٠,٠٠٠ جنيه	%١٥
-	-	من ١ جنيه إلى ٢٠٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٧٠,٠٠٠ جنيه إلى ٢٠٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٧٠,٠٠٠ جنيه إلى ٢٠٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٧٠,٠٠٠ جنيه إلى ٢٠٠,٠٠٠ جنيه	%٢٠
-	من ١ جنيه إلى ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٢٠٠,٠٠٠ جنيه إلى ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٢٠٠,٠٠٠ جنيه إلى ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٢٠٠,٠٠٠ جنيه إلى ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	أكثر من ٢٠٠,٠٠٠ جنيه إلى ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	%٢٢,٥
من ١ جنيه إلى ١,٢٠٠,٠٠٠ جنيه	ما زاد على ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	ما زاد على ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	ما زاد على ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	ما زاد على ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	ما زاد على ٤٠٠,٠٠٠ جنيه	%٢٥
ما زاد على ١,٢٠٠,٠٠٠ جنيه	-	-	-	-	-	%٢٧,٥

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على القانون رقم 7 لسنة 2024 م .

ويشير الباحث هنا الى أنواع الضريبة التي تفرضها مصر على أنشطة صانعي المحتوى كما يلي:

أن أي إيرادات ناتجة عن مزاوله أي مهنة أو نشاط سواء في مصر أو خارجها، تعتبر إيرادات خاضعة للضريبة في مصر إذا كانت مصر هي مكان مزاوله تلك المهنة أو النشاط. وعند الخضوع للضريبة، يجب الالتزام بأحكام القوانين الضريبية ومن أهمها تقديم الإقرار الضريبي، وبالنسبة للمكلف الضريبي في مجال صناعة المحتوى، عليه اتباع القوانين الضريبية ثم تقديم الإقرارات الضريبية في مواعيدها القانونية. وتشمل الضرائب ذات العلاقة بمزاوله مهنة صناعة المحتوى الرقمي:

أ-ضريبة الدخل: طبقا لأحكام القانون رقم 91 لسنة 2005 أو قانون المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر الصادر بالقانون رقم 152 لسنة 2020.

ويرى الباحث إن تطبيق شروط قانون 91 لسنة 2005 بشأن وجوب توافر المنشأة الدائمة قد أصبح عائقاً أمام فرض الضريبة على إيراداتها، وهناك مشكلة قصور هيكل النظام الضريبي المحلي ومستوى التقدم التقني في مواجهه عملية فرض ضريبة على أنشطة صانعي المحتوى الرقمي، وإن اختفاء ادلة الإثبات المستندية الورقية وإحلال المستندات الإلكترونية محلها يعقد عملية التحاسب الضريبي ويزيد من التهرب الضريبي.

ب-ضريبة القيمة المضافة: طبقاً لأحكام القانون رقم 67 لسنة 2016 وتعديلاته حيث يختلف النظام الضريبي للخضوع في ضريبة الدخل بين الأشخاص الطبيعيين والاعتبارية إذا مارسوا نشاطاً تجارياً أو مهنيّاً سواء تمت الممارسة تقليدياً أو إلكترونياً. أما بالنسبة لضريبة القيمة المضافة فلها شروط لا بد من تحققها حتى يخضع الشخص للضريبة وفقاً لأحكام القانون كما يلي:

- سلع أو خدمات تباع للمستهلك 14%: يخضع الشخص لضريبة القيمة المضافة إذا بلغت أو تجاوزت قيمة المبيعات من السلع والخدمات الخاضعة والمعفاة معاً مبلغ 500 ألف جنيه سنوياً.
 - سلع أو خدمات خاضعة لضريبة الجدول الأول: هناك بعض السلع والخدمات المدرج بتك الجدول المرفق بالقانون تفرض ضريبة بنسب ثابتة طبقاً لكل سلع أو خدمه ولا يشترط بلوغ الإيراد حد 500 ألف جنيه لفرض الضريبة.
 - سلع أو خدمات خاضعة لضريبة الجدول الثاني: يتم التسجيل إذا بلغ الإيراد السنوي 500 ألف جنيه وتفرض على بعض السلع والخدمات المدرج بتك الجدول المرفق بالقانون تفرض بنسب ثابتة طبقاً لكل سلع أو خدمه.
 - سلع أو خدمات معفاة: تستثنى من ضريبة القيمة المضافة مبدئياً عند بداية النشاط للسلع أو الخدمات المعفاة وتخضع بعد ذلك لضريبة صفر في هذه الحالة.
- ويرى الباحث أن هناك بضع البنود في القانون رقم 67 لسنة 2016 يجب إعادة النظر فيها من قبل المشرع ان تعريف الخدمة في المادة رقم (1) بالباب الأول في قانون 67 لسنة 2016 غير واضح، حيث أوضح ان ما ليس بسلعه فهو خدمه، وإحالة الشروط المتعلقة بالمقيم لقانون آخر وكان من المفترض ان تذكر في صلب القانون، وتعدد فئات وأسعار الضريبة (جدول أ-ب)، سعر عام مما يرهق كل من المسجلين والإدارة الضريبية خاصة بان الفترة الضريبة التي يقدم عنها الإقرار الضريبي غير كافية وهي شهر واحد.



كما يجب على "صانعي المحتوى الرقمي" الالتزام الضريبي وخصوصاً أن مصر موقعه على الاتفاقيات الدولية مما يعود عليه بعده فوائد منها سهولة التعامل مع البنوك وسيولة الأرباح والحصول على القروض والتحويلات، والقدرة على صرف الأموال الواردة من خارج مصر بطريقة قانونية، واستخراج سجل تجاري، والاستفادة من الحوافز والمزايا المادية.

ج- المحاسبة الضريبية لإيرادات أنشطة صناعي المحتوى وفقاً لقانون المشروعات المتوسطة والصغيرة رقم 152 لسنة 2020:

ومن الممكن ان يقوم المولين بالتسجيل بجهاز تنميه المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر كما ورد بلائحة التنفيذية للقانون رقم 152 لسنة 2020 والاستفادة من الضريبة القطعية، والضريبة النسبية المحددة بقانون لمدة خمس سنوات والاسس المبسطة للمعاملة للضريبة، ويتميز الخاضعون لقانون محاسبة المشروعات الصغيرة والمتوسطة بسداد مبلغ ثابتة لمدة خمس سنوات ويتم إعادة تقييمها مرة أخرى بعد مرور خمس سنوات ، ويحسب إجمالي الإيرادات الجديدة، ويتم منح عفو ضريبي لمشروعات الاقتصاد غير الرسمي مثل أنشطة صناعة المحتوى والغير مسجلة لدي مصلحة الضرائب المصرية عن الفترات السابقة ، والتي تقدمت بطلب للحصول على ترخيص مؤقت لتوفيق أو صناعها عن السنوات السابقة من تاريخ تقديم هذا الطلب إلى جهاز تنمية المشروعات الصغيرة ، ويتوجب التسجيل في ضريبة القيمة المضافة عند بلوغ حد التسجيل من الإيرادات وهو 500 ألف جنيه في العام ، ويتضح ذلك وفقاً لحجم الأعمال كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (3) نسبة وقيمة الضريبة الدخل طبقاً للقانون رقم 152 لسنة 2020

حجم المبيعات أو إيرادات الخدمات السنوي	الضريبة المستحقة سنوياً
حتى أقل من ٢٥٠ ألف جنيه	١٠٠٠ جنيه
من ٢٥٠ ألف جنيه وحتى أقل من ٥٠٠ ألف جنيه	٢٥٠٠ جنيه
من ٥٠٠ ألف جنيه حتى أقل من مليون جنيه	٥٠٠٠ جنيه
من مليون جنيه حتى أقل من ٢ مليون جنيه	٠,٥ % من حجم المبيعات أو الاعمال
من ٢ مليون جنيه حتى أقل من ٣ مليون جنيه	٠,٧٥ % من حجم المبيعات أو الاعمال
من ٣ مليون جنيه حتى أقل من ١٠ مليون جنيه	١ % من حجم المبيعات أو الاعمال

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على القانون

7- وأوضحت دراسة (صالح حامد محمد، 2016) بأن ماهية القياس المحاسبي والتحاسب الضريبي وخصائصه كما يلي:

أ- ماهية القياس المحاسبي الضريبي:

يعرّف القياس المحاسبي الضريبي بأنه القياس الذي يستند إلى القواعد والمعايير المحاسبية المتعارف عليها مع مراعاة القوانين والتشريعات الضريبية ويهدف هذا القياس إلى تحديد الوعاء الضريبي واحتساب الالتزام الضريبي للمنشأة بما يتوافق مع متطلبات السلطات الضريبية.

ب- خصائص المحاسبة الضريبية لأنشطه صانعي المحتوى:

- تقوم على قواعد ومبادئ قد لا تتفق مع مبادئ وقواعد ومعايير المحاسبة، مما يجعل القياس الضريبي مختلفاً عن القياس المحاسبي، والقصد منها هو الربط بين المحاسبة والتشريع الضريبي.
- لا تقتصر على مجرد تحديد الوعاء الضريبي بل تشمل أيضاً "قياس الإيرادات الخاضعة للضريبة والتكاليف والمصروفات ذات الصلة، والإعفاءات الضريبية، والفحص الضريبي"، وتعتمد على العلوم التالية (المحاسبة والمراجعة المالية والعلوم السلوكية والتشريعات الضريبية).
- تنبع من نظرية المحاسبة الضريبية التي تحكم القياس والفحص الضريبي.

ج- ماهية التحاسب الضريبي:

عرف دراسة (هاني التابعي، 2019) التحاسب الضريبي بأنه⁽²⁾: "التنظيم الفني للضريبة والذي يتناول كيفية قياس الإيرادات الخاضعة للضريبة، وربط وتحصيل الضريبة بناءً على نتيجة هذا القياس"، وكما يُعرّف بأنه "عملية البحث والتقصي الموضوعي بغرض التأكد من صدق البيانات المدرجة في الإقرار الضريبي المقدم من الممول وفقاً لمتطلبات المحاسبة الضريبية)".

ويرى الباحث أن التحاسب الضريبي يهدف إلى ضمان سلامة تطبيق التشريعات الضريبية من خلال التحقق من صحة ودقة البيانات المالية المستخدمة في احتساب الوعاء الضريبي وفقاً لمبادئ وقواعد المحاسبة الضريبية، ويبدأ التحاسب الضريبي من لحظة قياس الوعاء الضريبي واحتساب مقدار الضريبة المستحقة، وينتهي بتحصيل تلك الضريبة من الممولين، ويهدف التحاسب الضريبي إلى (التحقق من صحة إقرارات الممولين الضريبية- والتأكد من سلامة وأمانة الدفاتر والسجلات المحاسبية للممولين في ضوء أحكام التشريعات الضريبية)، وتتم عملية



التحاسب الضريبي من خلال الفاحص الضريبي الذي تضمن الخطوات التالية: (مراجعة الإقرار الضريبي المقدم من الممول- فحص السجلات والدفاتر المحاسبية للتأكد من مطابقتها للمستندات - طلب أي إيضاحات إضافية من الممول عند الحاجة- إعداد تقرير الفحص الضريبي ورفعها للسلطة الضريبية)

د- استخدام أسلوب القياس الفعلي الذي يعتمد على قياس الدخل الخاضع للضريبة من أنشطة صانعي المحتوى الرقمي من خلال العناصر التالية:

- تحديد الدخل الكلي من أنشطة صانعي المحتوى الرقمي بناءً على الإيرادات الفعلية المتحققة من بيع السلع والخدمات عبر الإنترنت.
- حصر وتوثيق جميع المبيعات وعمليات الشراء التي تمت عبر منصات أنشطة صانعي المحتوى الرقمي المختلفة.
- تسجيل كافة العمليات المالية من إيداعات وسحوبات وعمولات مرتبطة بصفقات أنشطة صانعي المحتوى الرقمي.
- حساب التكاليف والمصروفات المرتبطة بأنشطة صانعي المحتوى الرقمي.
- خصم التكاليف والمصروفات من إجمالي الإيرادات للوصول لصافي الدخل الخاضع للضريبة.
- تطبيق القواعد والنسب الضريبية على صافي الدخل المتحقق لحساب مقدار الضريبة المستحقة، ومن ثم إعداد الإقرار الضريبي الدوري وسداد الضريبة المقدرة للهيئة الضريبية في مواعيدها المحددة قانوناً.

8- وأشارت دراسة (Rahayu, Siti Kurnia، 2021) الى أن يمكن استخدام أسلوب الفحص

باستخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة لفحص صفقات التجارة الإلكترونية وأنشطة صانعي المحتوى ومن خلال النقاط التالية:

أ- تطبيقات جودة البيانات (Data Quality) : ضمان جودة بيانات المكلفين وخاصة عند مطابقتها مع بيانات الجهات الخارجية والدولية .

ب- تطبيقات إدارة المخاطر (Compliance Risk Management): لتحديد أولويات

(الممولين عالية المخاطر) وتركيز المراجعة عليهم وتم استخدامها من قبل مراجعي الضرائب

لتصنيف المكلفين وفق مستوى المخاطر، ويساعد التطبيقات على تحديد المكلفين عاليي

المخاطر لإخضاعهم للمراجعة بشكل أولوي .

ج - تطبيقات التحليلات (Analytics) : لتحليل البيانات والكشف عن أنماط التهرب الضريبي يستخدمها المراجعون لتحليل البيانات الضخمة الداخلية والخارجية للكشف عن حالات عدم الالتزام الضريبي وأنماط التهرب من خلال وسائل منها : (معالجة اللغة الطبيعية (NLP) والذي يستخدم في تحليل وفهم النصوص القانونية ووثائق الإقرارات الضريبية بشكل آلي - والتعرف الضوئي على الحروف (OCR) والذي يتيح رقمته الوثائق الورقية بسرعة لاستخراج البيانات منها ومعالجتها- ونظم دعم الخبراء (Expert Systems) والذي يوفر إجابات على استفسارات المراجعين المعقدة من خلال قاعدة المعرفة الضريبية - والتعلم الآلي (Machine Learning) باستخدام خوارزمياته لبناء نماذج تنبؤية لمخاطر عدم الالتزام الضريبي) .

د- معالجة اللغة الطبيعية (Natural Language Processing) : لفهم وتحليل النصوص القانونية ووثائق الإقرارات الضريبية بأنواعها المختلفة .

هـ-التعرف الضوئي على الحروف (Optical Character Recognition) : لرقمته الوثائق الورقية واستخراج البيانات منها.

و - نظم دعم الخبراء (Expert Systems) : للإجابة على الاستفسارات المعقدة بناءً على قاعدة معرفة ضريبية.

ز-التعلم الآلي (Machine Learning) :لبناء نماذج تصنيف مخاطر عدم الالتزام الضريبي.

ح -الحوسبة السحابية (Cloud Computing) التي توفر القدرة على معالجة أحجام كبيرة من البيانات الضخمة.

ويرى الباحث انه يمكن ان يستخدم الذكاء الاصطناعي في الضرائب لتحليل كميات كبيرة من البيانات والكشف عن أنماط وعلاقات معقدة قد تشير إلى حالات التهرب أو التحايل الضريبي. تشمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحاسب الضريبي: (التعلم الآلي Machine Learning) لتحديد المكلفين ذوي المخاطر العالية وتحسين عمليات التدقيق والمراقبة - معالجة اللغات الطبيعية (Natural Language Processing) لتحليل المستندات والبيانات النصية ذات الصلة بالضرائب - الرؤية الحاسوبية (Computer Vision) لتحليل الصور والبيانات الرقمية المتعلقة بالمعاملات الضريبية) .

وايضاً يمكن استخدام تحليل البيانات الكبيرة في الضرائب لاستخراج المعلومات القيمة من مجموعات البيانات الضخمة والمعقدة وفي سياق الضرائب يستخدم تحليل البيانات الكبيرة لتحليل بيانات المكلفين والمعاملات والبيانات الاقتصادية والمالية، بهدف (تحديد أنماط التهرب الضريبي



والغش والاحتيال- تقييم المخاطر الضريبية - تحسين التنبؤات وصنع القرارات الاستراتيجية المتعلقة بالسياسات الضريبية) يتطلب تطبيق الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة في الضرائب وجود بنية تحتية قوية للبيانات وأدوات متقدمة للتحليل، بالإضافة إلى الموارد البشرية المؤهلة في مجالات علم البيانات وتحليلات الأعمال.

سادساً-ملخص النتائج والاستنتاجات والتوصيات:

توصلت نتائج البحث إلى ما يلي:

1- اتضح للباحث أن هناك قصور في أساليب وطرق التحاسب الضريبي الحالي المتبع لأنشطة التجارة الإلكترونية، وتختلف طرق التهرب الضريبي وتتطور باستمرار ووفقاً لمهارات وخبرات المهنيين واستخدام الوسائل الحديثة مثل تكنولوجيا المعلومات.

2- هناك العديد من نقاط الضعف والقصور في أسلوب التحاسب الضريبي الحالي متفقاً مع الدراسات السابقة ولها أثر على التهرب الضريبي لصانعي المحتوى الرقمي في مصر، ومن أهمها ما يلي:

أ- عدم تناول التجارة الإلكترونية وأنشطة صانعي المحتوى بالشكل المناسب بالتشريع الضريبي.

ب- وجود اختلاف واتفاق بين القوانين الضريبية (دخل - قيمة مضافة) وبين معايير المحاسبة، ولا تتضمن معايير المحاسبة المصرية التي يعد بموجبها القوائم المالية الخاضعة للضريبة حتى الآن إي إرشادات صريحة تتناول المحاسبة عن أنشطة صانعي المحتوى.

ج- عدم توافر الخبرة الكافية لدى مأمور الضرائب في اختبار والتعامل مع البرامج المحاسبية الإلكترونية وأدوات الذكاء الاصطناعي في ظل التحول الرقمي ولتحقيق العدالة وضبط المجتمع الضريبي.

د- عدم اقتناع الممولين بتسجيل وتقديم الإقرارات مما يؤدي إلى سعي البعض لعدم سداد الضريبة ولجوءهم إلى التهرب الضريبي، في ظل صعوبة التعامل مع الاقتصاد غير الرسمي.

3- اتضح للباحث من استخدام القياس الفعلي وأدوات الذكاء الاصطناعي في التحاسب الضريبي لأنشطة صانعي المحتوى الرقمي بهدف ترشيد التحاسب الضريبي وتطويره ومعالجة نقاط الضعف وأوجه القصور الحالي وإلزام الجهات المتعاملة في التجارة الإلكترونية وصناعه المحتوى بتسجيل في المنظومة الإلكترونية للإقرارات بأنواعها والإفصاح عن ملخص للإقرار الضريبي في الإيضاحات المتممة للقوائم المالية، والعمل بنظام الفاتورة الإلكترونية الجديد حيث

انه بمجرد صدورها تظهر مبيعات عند البائع ومشتريات عند المشتري أو متلقي الخدمة في نفس اللحظة.

- 4- حقق تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي والقياس الفعلي أثراً إيجابياً على حصيلة الإيرادات الضريبية من ضريبة القيمة المضافة، وخاصة فيما يتعلق بالسلع والخدمات في مجال صناعة المحتوى الرقمي، وهذا النهج يساعد في تحسين دقة التقييم الضريبي وكفاءة التحصيل، مما يساهم في سد الثغرات التي قد تستغلها المنصات والمنظمات في التهرب الضريبي.
- 5- استخدام هذه الأدوات يضمن تحصيل الضرائب على الخدمات الرقمية بشكل أكثر فعالية، ويزيد الشفافية ويحسن الامتثال الضريبي من خلال تحليل دقيق للمعاملات في مجال المحتوى الرقمي، ويستفيد صانعي المحتوى أيضاً من هذا الأسلوب في (تحسين الدقة- تبسيط الإجراءات- تعزيز العدالة-دعم الابتكار).

6 - تطبيق آلية أدوات الذكاء الاصطناعي في الفحص الضريبي سيؤدي إلى تحول جوهري في إدارة النظام الضريبي، خاصة فيما يتعلق بأنشطة التجارة الإلكترونية وصانعه المحتوى، سيعزز من تحقيق الشفافية وترشيد التحاسب الضريبي.

ومن ثم توصل الباحث إلى عدة توصيات كما يلي:

- 1- العمل على تطوير إطار محاسبي وضريبي متكامل للتجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى، مع وضع معايير محاسبية خاصة بالأنشطة الرقمية، وإصدار إرشادات مراجعة محددة للتعامل مع معاملات التجارة الإلكترونية وإيرادات المحتوى الرقمي، وتأهيل الكوادر الضريبية من خلال برامج تدريبية متخصصة بالتعاون مع الخبراء والمؤسسات الأكاديمية والتكنولوجية.
- 2- تحديث البنية التحتية الرقمية للنظام الضريبي من خلال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة في عمليات التحاسب الضريبي، وإنشاء نظام معلومات إلكتروني متكامل لتتبع وتحليل المعاملات الرقمية.
- 3- تأسيس إدارة متخصصة للتحاسب الضريبي الرقمي لمواكبة التطورات في التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى، وتعزيز الشراكات التكنولوجية لتحسين الرقابة الضريبية، والتعاون مع شركات التكنولوجيا لتطوير أنظمة متقدمة لرصد وتحليل معاملات التجارة الإلكترونية وإيرادات المحتوى الرقمي.
- 4 - تطبيق تقنيات blockchain لضمان شفافية وتتبع أفضل للمعاملات الرقمية، وإنشاء منصة موحدة لتبادل المعلومات بين الجهات الضريبية والشركات التكنولوجية.



المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

إبراهيم عبد العزيز. "إمكانية الارتقاء بالامتثال الطوعي في المجتمع الضريبي: دراسة مقارنة".
مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 2019.

توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية، القاهرة: دار الفكر العربي،
2009.

دليل مصلحة الضرائب المصرية للقواعد المعالجة الضريبة لصانعي المحتوى. نقلا عن:
<https://eta.gov.eg/ar/news/altjart-alalktrwnyt-wsnat-almhtwy>

رشيد فارح، "التنظيم القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية: حتمية أساسية لتفعيل التجارة
الإلكترونية"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 10.3
(2021).

صالح حامد محمد، دور جودة التحاسب الضريبي في اكتشاف التطبيع المصطنع للأرباح". مجلة
كلية النيل الأبيض للعلوم والتكنولوجيا، السودان، العدد السابع، 2016.
طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية: الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية، (الإسكندرية :
الدار الجامعية، 2005).

قانون الإصدار الثاني لقانون تيسير ممارسة الأنشطة الاقتصادية (2018).
قرار رئيس مجلس الوزراء رقم 300 لسنة 2019 بشأن ضوابط منح العفو الضريبي.
مادة رقم 47 من قانون الضريبة على القيمة المضافة الصادر بالقانون رقم 67 لسنة 2016.
محمد السعيد خشبة، تكنولوجيا التجارة الإلكترونية، القاهرة: دار النهضة، 2013.
محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2007.

هاني التابعي محمد جزر، "إطار مقترح للتحاسب الضريبي لتدنية مخاطر الامتثال الضريبي
الطوعي في ظل المحاسبة الإبداعية، دراسة ميدانية"، رسالة دكتوراه، جامعة
بورسعيد كلية التجارة، 2019.

يونس حسن وآخرون، مدى إمكانية فرض ضريبة الخدمات الرقمية على الاقتصاد الرقمي في
مصر: دراسة اختبارية". المجلة العلمية للدراسات المحاسبية، المجلد
الأول، العدد الثاني، (2019).

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- Cahyadini, A., Margana, I.O.: Kebijakan Optimasi Pajak Penghasilan Dalam Kegiatan ECommerce. *Veritas Et Justitia*, 4(2), (2018).
- Global Business Coalition 'UNCTAD: New policy brief launched ahead of global e-Commerce, 2019.
- Gupta, S., Rakowski, D., & Sidhu, S. Tax Technology: A Review of Recent Literature. *Journal of Tax Administration*, (2021) 7(1).<https://jota.website/article/view/365>.
- Hossein, Bidgoli, *Electronic Commerce , Principles and Practice"*, California 2018.
- Jinchengrong. Analysis of the impact of new accounting standards on corporate tax revenue and tax planning methods [J]. *Financial Information*, 2016, 11 (25).
- Kilic, M. and Zaim, S. "The effects of national culture on e-commerce adoption". *Technology in Society*, 64, (2021).
- Mei, Lulu. "Research on the Difference and Coordination between New Accounting Standards and Tax Law Based on Computer Aided Technology." *Journal of Physics: Conference Series*. Vol. 1744. No. 3. IOP Publishing, 2021.
- Noor Fatikhah, et al. "Analysis of Implications of Digital (2)Economy Development on Tax Treatment of E-Commerce." Fifth Annual International Conference on Business and Public Administration (AICoBPA 2022). Atlantis Press, 2023.
- Rahayu, Siti Kurnia. "Utilization of artificial intelligence in tax audit in Indonesia." *Management and Accounting Review*. (MAR) 20.3 (2021).