

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي"
أ.د/ يونس حسن عقل & د/محمد حارس طه

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر
" دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي"
Aproposal framework for digital Platforms taxation in Egypt
"An applied study on sharing transpotion Platforms"

اعداد

أ.د/ يونس حسن عقل

استاذ المحاسبة بكلية التجارة وادارة الاعمال

جامعة حلوان

د / محمد حارس طه

مدرس بقسم المحاسبة

المعهد العالى للحاسبات والمعلومات وتكنولوجيا الادارة

طنطا

ملخص البحث :-

يهدف هذا البحث إلى تقديم إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر، مع تطبيق هذا الإطار على منصات خدمات النقل البري للركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية. ولتحقيق هذا الهدف اعتمد الباحثان على المنهج العلمي المعاصر بشقيه الاستقرائي والاستنباطي من خلال دراسة خصائص المنصات الرقمية وانعكاساتها الضريبية وتحليل التجارب الرائدة في فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمي لاستنباط عناصر الإطار المقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية في مصر، ثم اتباع أسلوب الدراسة التطبيقية لتطبيق الإطار المقترح على منصة أوبر لنقل الركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية. وقد قدم الباحثان إطار مقترح لتطبيق الضريبة على المنصات الرقمية في مصر يعتمد على التجارب الرائدة والمبادئ التوجيهية الصادرة عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في فرض ضريبة الخدمات الرقمية، على أن تكون ضريبة مستحدثة لا تصنف كضريبة دخل ولا ضريبة قيمة مضافة، وإن

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

تكون بنسبة ثابتة ٣% من الإيرادات السنوية للمنصات الرقمية التي تعزى للمستخدمين في مصر، وان يتم تطبيقها على المنصات الرقمية التي تستمد قيمة خدماتها من المشاركة النشطة للمستخدمين على أساس معاملة الشركات التابعة للشركة الرقمية متعددة الجنسيات ككيان واحد، مع تجاهل الفصل القانوني بين مختلف أعضاء المجموعة، وان تكون هذه الضريبة مؤقتة، بمعنى إلغائها بمجرد تنفيذ حل ضريبي دولي من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

وفي ضوء هذه النتائج قدم الباحثان عدة توصيات منها ما يلي :-

- ١- تعديل التشريعات الضريبية في مصر لاستحداث ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات الرقمية، ويمكن الاعتماد على الإطار المقترح في هذا الشأن.
 - ٢- تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات الرقمية في مصر في حالة عدم تعديل الإطار الضريبي الدولي خلال عام ٢٠٢٠ ليستعاب أنشطة الاقتصاد الرقمي.
 - ٣- إلغاء بند الضريبة على دخل السائقين المتعاملين مع شركات نقل الركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية الواردة في اتفاقية مصلحة الضرائب المصرية مع شركة أوبر.
 - ٤- استمرار التنسيق والتشاور مع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لتعديل الإطار الضريبي الدولي الحالي بما يواجه التحديات الضريبية المترتبة على الاقتصاد الرقمي.
 - ٥- تدريب وإعداد كوادر فنية متخصصة في فرض الضرائب على أنشطة الاقتصاد الرقمي. وإنشاء إدارة داخل مصلحة الضرائب المصرية تختص بضريبة الخدمات الرقمية على أنشطة المنصات الرقمية في مصر .
- الكلمات الافتتاحية:-

ضريبة الخدمات الرقمية- المنصات الرقمية – شركة أوبر للنقل التشاركي .

Abstract:

This research aims to present a proposed framework for imposing tax on digital platforms in Egypt, while applying this framework to transport services platforms for passengers using technological applications. To achieve this goal, the researchers relied on the contemporary scientific approach in its inductive and deductive aspects through studying the characteristics of digital platforms and their tax implications and analyzing the pioneering experiences in imposing taxes on the digital economy to elicit elements of the proposed framework for taxing digital platforms in Egypt, then follow the applied study method to apply the proposed framework to Uber platform. The researchers presented a suggested framework for applying the tax on digital platforms in Egypt that depends on the pioneering experiences and guidelines issued by the O E C D in imposing a digital services tax, provided that it is a new tax that is not classified as income tax or value added tax, and that it be at a fixed rate of 3% It is an annual revenue for digital platforms attributable to users in Egypt, and to be applied to digital platforms that derive the value of their services from the active participation of users based on the treatment of companies affiliated with the multinational digital company as a single entity, while ignoring the legal separation between the different A Members of the group, and that this tax be temporary, i.e. abolishing it once an international tax solution from

the Organization for Economic Cooperation and Development is implemented.

In light of these results, the researchers made several recommendations, including the following: -

1- Amending tax legislation in Egypt to introduce the digital services tax on digital platforms, and it is possible to rely on the proposed framework in this regard.

2- Apply the digital services tax on digital platforms in Egypt in the event that the international tax framework is not modified during the year 2020 to accommodate the activities of the digital economy.

3- Canceling the tax clause on the income of drivers dealing with passenger transport companies using the technological applications mentioned in the Egyptian Tax Authority agreement with Uber Company.

4- Continuing coordination and consultation with OCED to amend the current international tax framework in order to face the tax challenges arising from the digital economy.

5- Training and preparing technical cadres specialized in imposing taxes on digital economy activities and the establishment of an administration within the Egyptian Tax Authority that specializes in digital services tax on the activities of digital platforms in Egypt.

Key words: Digital Services Tax - digital platforms - Uber Company.

القسم الاول الإطار المنهجي للبحث

١/١ المقدمة :-

ساعدت انتشار تطبيقات الهواتف الذكية وزيادة سرعة الإنترنت على نشأت فرع جديد من فروع الاقتصاد الرقمي يطلق عليه اقتصاد المنصات أو الاقتصاد حسب الطلب أو الاقتصاد التشاركي، والذي يعنى مشاركة الموارد والأصول المادية بين الأفراد والمؤسسات لأوقات معينة وبمبلغ محدد، مما ساعد علي توفير المال والترشيد في أستهلاك الموارد والتقليل من التلوث البيئي في نفس الوقت، واصبح هذا النشاط الاقتصادي الآن في العالم وخاصة الدول التي تمتلك قوانين وبنية تحتية جيدة للإنترنت والاتصالات، فيمكن عن طريق تطبيق على الهاتف الذكي أستئجار سائق خاص بسيارته مثل تطبيق ديدي في الصين وأوبر وكريم في باقي العالم ، وأيضا يمكن أستئجار غرفة في أحدي الشقق بواسطة تطبيق مثل إير بي ان بي في العالم او شياوتشو في الصين أوأستئجار شقة بتطبيق مثل بوكينج أو البحث عن طبخ جيد يطهو لك الطعام يوميا او في المناسبات بتطبيق مثل أيداتشو في الصين وهو ما ساعد الذين يعملون كطباخين بالأحساس بالأنجاز وجني المال، ووصل الأمر إلي تأجير ومشاركة الملابس الشخصية الفاخرة والسيارات والاكسسوارت الفاخرة وغيره، ومع زيادة عادات الاستهلاك عبر الانترنت دخلت تطبيقات المنصات الرقمية في مجالات متعددة مثل تشارك المعدات الطبية والتعليم و الرعاية الصحية ورعاية المسنين والخدمات القانونية والمحاسبية ومشاركة الخدمات المهنية الأخرى والتمويل الجماعي، وبالتالي تجاوز هذا النشاط الاقتصادي الحاجات الفيزيائية الملموسة ووصل إلي مشاركة الأشياء غير المرئية.

وتشير بيانات شركة بي دبليو سي إلى أن عوائد اقتصاد المنصات في عام ٢٠١٥ تفوق ٥٣٠ مليار دولار ويتوقع أن تتجاوز نسبة النمو ٢٥ % (١)، و تعد "الصين" السوق الأكثر نضجاً في مجال اقتصاد المنصات؛ إذ يشهد نمواً مطرداً في حجم المشروعات التي تعمل وفق هذا النوع من الاقتصاد؛ إذ بلغت قيمته ٧٧٨ مليار دولار

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محقل & د/محمد حارس طه

في عام ٢٠١٧ م ، بزيادة ٤٧.٢ % ، وأسهم في توفير نحو ٧٠ مليون فرصة عمل ، بزيادة مليون شخص مقارنة بعام ٢٠١٦ م ، مع توقعات بحدوث نمو بمعدل ٤٠ % تقريبا سنويا في هذا المجال في الصين بحلول عام ٢٠٢٠ م ؛ إذ يمثل أكثر من ١٠ % من الناتج المحلي الإجمالي ، يمكن زيادته لنحو ٢٠ % بحلول عام ٢٠٢٥ م^(٢) وينمو اقتصاد المنصات في جميع أنحاء العالم ، فقد قدرت القيمة الاجمالية للمعاملات التي تقوم بها شركات المنصات الرقمية في دول الاتحاد الأوربي بنحو ٢٨ مليار يورو لعام ٢٠١٥ ومن المتوقع أن تصل إلى ٣٣٥ مليار يورو بحلول عام ٢٠٢٥ ، بالإضافة إلى تفوق معدل نمو هذه الشركات بشكل ملحوظ على نظيراتها التقليدية. حيث يقدر معدل السنوي المركب لتأجير السيارات على سبيل المثال بنسبة ٢ % حتى ٢٠٢٥ ، بينما يقدر هذا المعدل لمشاركة سيارات نقل الركاب بنسبة ٣٤.٨ % من ٢٠١٦ إلى ٢٠٢٥^(٣).

وقد بدأت شركة أوبر أعمالها في مصر في نوفمبر ٢٠١٤ ، موفرة لشركائها من السائقين شكلاً جديداً للعمل يعتمد على الوقت المتاح لدى السائق الشريك نفسه ، وقراره للعمل ، خاصة في ظل معوقات الدخول لمجال العمل في خدمات التاكسي في مصر التي تنطوي على تكاليف وبيروقراطية ، إذ يتعين على السائقين دفع ما يقرب من ٨٠ دولار مقابل رخصة القيادة الخاصة بالتاكسي مقارنة بـ ١٧ دولار للسيارة الملاكي الخاصة ، كما أن السائق يدفع ما يقرب من ٢٨٠٠ دولار ثمنا للوحة المعدنية الخاصة بالتاكسيات والتي قد تصل إلى حوالي ١٤ ألف دولار في المناطق السياحية. علاوة على ان غالب سائقي أوبر في مصر لم يمتحنوا القيادة كمصدر للدخل سابقا بل إن ٢٠ % منهم قادم من قطاع السياحة بعد تضرره ، لكنهم انضموا لشبكة أوبر بعد أن وجدوا فيها مزايا عديدة من مرونة واستدامة وسمعة جيدة لمكان العمل ، وبخلاف أوبر ، ظهرت خلال عدة شركات مصرية لخدمات النقل المختلفة تعتمد على اقتصاد المنصات بعضها له خبرة بالسوق تمتد لبضع سنوات لكنه في حالة تجديد مستمر لنموذج العمل لضمان الاستدامة. وبعضها يعتمد بشكل كامل على المنصات الرقمية

مثل تطبيق " بوسطة " لخدمات التوصيل وتطبيق "إحزلي" وتطبيق " فوو" للتوصيل للمدن الجديدة وتطبيق " زاجل " لخدمات توصيل الطلبات دولياً (٤). وفي الوقت الذي يمثل فيه اقتصاد المنصات ثورة في عالم الاقتصاد في العالم كله، فإن المنصات الرقمية المملوكة لشركات التكنولوجيا الرقمية العالمية لا تخضع للضريبة على الدخل في مصر نظراً لأنها تزاوّل النشاط دون وجود مادي، وحيث يتم فرض الضريبة على الدخل حيثما تنشأ القيمة (٥) ، وذلك وفقاً لقواعد مشروع " تآكل الاساس وتحويل الارباح" الا ان هذا الأمر غير واضحاً دائماً بالنسبة للمنصات الرقمية، إذ غالباً ما يتم تسليم الخدمات، بما في ذلك الإعلانات وحجوزات السيارات رقمياً حول العالم من قبل الشركات التي قد لا تدفع ضرائب دخل محلياً. وغالباً ما تبلغ شركات التكنولوجيا الرقمية العملاقة عن القليل من الأرباح، وبالتالي تدفع القليل من ضريبة الدخل ، وذلك لأن العملاء في تلك البلدان يشتركون فعلياً من مقر الشركة الموجود في مكان آخر، والذي عادةً ما يكون بلد منخفض الضرائب. ويتم تكليف المقر المتواجد داخل البلد بالتسويق والدعم، بينما يقوم المقر الخارجي المسؤول عن المبيعات الفعلية بتسديد تكاليف ونفقات المقر المحلي، تاركاً القليل من الأرباح الخاضعة للضريبة. وهو ما دفع الباحثين لهذا الموضوع .

٢/١ الدراسات السابقة :-

فرضت التحديات الضريبية للاقتصاد الرقمي بصفة عامة والضرائب على المنصات الرقمية نفسها في العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين على الفكر والممارسة الضريبية، فقد رصدت دراسة (عبدالرسول ، ٢٠١٧) أهم الصعوبات التي تواجه قيام الادارة الضريبية في مصر بتطبيق الضرائب على الاعلانات الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي، كعدم خضوع المقرات الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي للقانون المصري لوجودها في دول اخرى، وكذا الوجود الافتراضي للاعلانات الرقمية، وقصور التشريع الضريبي المصري، وصعوبة مراقبة ماموريات الضرائب لشركات الدعاية والاعلان التي تنشر اعلاناتها على مواقع التواصل الاجتماعي، واوصت الدراسة بتطوير آليات المراقبة والتحصيل كي يمكن تحصيل الضرائب من الاعلانات

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصة النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

الرقمية، وهذا يتطلب احصاء كامل بالمنتجات التي يتم نشر اعلانات عنها على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأكد من انتاج السلع وتواجد شركات الاعلان الرقمي داخل مصر^(٦).

و تناولت دراسة (Kathleen D. 2017) مشكلة الامتثال الضريبي للعاملين في قطاع اقتصاد المنصات الرقمية في الولايات المتحدة الامريكية ، حيث يعاملهم قانون الضرائب على الدخل على انهم اصحاب أعمال، مما يعرضهم لشروط حفظ السجلات والالتزام بدفع الضرائب ربع السنوية دون مراعاة الفروق بين أنشطة الاقتصاد التقليدي، وأنشطة اقتصاد المنصات التي تعتمد على تحديد ساعات العمل واختيار مجالات العمل باستخدام تطبيقات الهواتف الذكية والمنصات الرقمية ، ولذا قدمت الدراسة اقتراحين بهدف تقليل اعباء الامتثال الضريبي لهذا الجيل الجديد من اصحاب الأعمال الصغيرة مع تعزيز قدرة الحكومة على جمع الإيرادات الضريبية وهما ، الاول : إنشاء نظام الضريبة المستقطعة من المنبع الذي يسمح لشركات المنصات الرقمية مثل أوبر باستقطاع الضرائب من السائقين المتعاقدين معها دون تصنيفهم كأرباب عمل، والاقتراح الثاني خصمًا قياسيًا على الأعمال " للعاملين في اقتصاد المنصات على اساس نسبة صافي ربح ٤٠% من الإيراد^(٧).

وهدفت دراسة (Aslam, & Shah 2017) الصادرة عن صندوق النقد الدولي إلى تحليل مقارن للمعاملة الضريبية لاقتصاد الند للند P2P سواء الضرائب المباشرة أو ضريبة القيمة المضافة والضرائب والرسوم الأخرى ، حيث تناولت الدراسة فيما يتعلق بالالتزام عن الإبلاغ عن ضريبة الدخل، وخلصت الدراسة إلى انه على الرغم من ان المشاركين في اقتصاد الند للند مسؤولون عن الإبلاغ الذاتي عن دخلهم والتزاماتهم الضريبية إلى السلطات الضريبية كأرباب أعمال خاصة، ومع ذلك، نظرًا لعدم انتظام المشاركة والحجم الصغير للأعمال المقدمة من المتعاملين في نظام الند للند، فقد لا يُنظر إليهم دائمًا على أنهم يقومون بأعمال تجارية ، مما يلغي أي التزام قانوني عليهم لإبلاغ السلطات الضريبية عن دخلهم. في أستراليا، على سبيل المثال، لا تعتبر الأنشطة التي تعتبر هوية (يتم تحديدها من خلال الاختبارات بشأن نية النشاط

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ يونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

ووتيرته وتنظيمه) خاضعة لأي ضرائب أو التزامات متعلقة بالإبلاغ الضريبي ، علاوة على ذلك، فإن إعادة بيع العناصر الشخصية المستعملة على منصات السوق عبر الإنترنت لن تخضع عادة للضريبة ، حيث يتم بيعها عادة بخسارة. ومع ذلك، فإن العديد من البلدان، بما في ذلك الولايات المتحدة وكندا، أكثر صرامة وتتطلب الإبلاغ عن الدخل من نظام الند للند إلى السلطات الضريبية. وفيما يتعلق بتطبيق إعفاءات الدخل أيضاً. على سبيل المثال، بالنسبة لدخل الإيجار، تسمح سلطات الضرائب الأمريكية لأصحاب المنازل بتأجير منازلهم لمدة تصل إلى ١٤ يوماً دون الحاجة إلى دفع ضريبة على الدخل. وتقدم المملكة المتحدة إعانة "إيجار غرفة" تصل إلى ٥٠٠ جنيه إسترليني لشاغلي العقار أو المستأجرين الذين يسمحون بإقامة مفروشة لمستأجر في منزلهم. وتم أيضاً تقديم اثنين من الإعفاءات الضريبية الجديدة للممتلكات وإيرادات التداول التي تستهدف الاقتصاد الرقمي والاقتصاد التشاركي، حيث تعمل هذه الإعفاءات على إزالة التقارير الضريبية والالتزامات بالدفع عندما لا يتجاوز دخل الفرد التجاري أو دخل العقار للسنة الضريبية قبل خصم النفقات ١٠٠٠ جنيه إسترليني. وعند حساب التزاماتهم الضريبية، يمكن للمشاركين إجراء خصومات ضريبية من دخلهم مثل أي عمل لحسابهم الخاص. في معظم البلدان، تشمل البنود القابلة للخصم على تكاليف التشغيل مثل تكاليف الصيانة والنظافة والتأمين في حالة مشاركة العقارات وتكاليف الوقود والصيانة في حالة النقل التشاركي ، بالإضافة إلى تكاليف التمويل واستهلاك رأس المال. حيث تقدم بعض الدول خصومات محددة حسب القطاع. على سبيل المثال ، إذا تم استخدام سيارة لأغراض تجارية وأغراض شخصية في الولايات المتحدة، فيجب على دافع الضرائب تقسيم النفقات على أساس الأميال الفعلية ويمكنه تطبيق معدل الأميال القياسي (٠.٥٤ دولار لكل ميل بدءاً من عام ٢٠١٦) لتحديد الخصم. بالنسبة للمنزل المستخدم للأعمال التجارية، يمكن لدافعي الضرائب اختيار تطبيق خصم قدره ٥ دولارات للقدم المربع الواحد حتى ٣٠٠ قدم مربع.

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونيس حسن محفل & د/محمد حارس طه

أما فيما يتعلق بالضرائب غير المباشرة، تطبق ضريبة القيمة المضافة أو ضريبة السلع والخدمات على توفير السلع والخدمات في اقتصاد الند للند في بعض أنظمة ضريبة القيمة المضافة/ ضريبة السلع والخدمات، ويمكن تطبيق بعض الإعفاءات على اقتصاد الند للند، على سبيل المثال، دخل الإيجار السكني طويل الأجل (أكثر من شهر) الذي لا يتم فرض الضريبة عليه. من وجهة نظر إدارية، تحتاج الشركات للتسجيل فقط في ضريبة القيمة المضافة بعد الوصول إلى حد معين من الإيراد الإجمالي. عادة ما يكون لأغراض تكاليف إدارة ضريبة القيمة المضافة والامتثال لها، وفيما يتعلق بالمسؤول عن أي ضرائب على معاملات اقتصاد الند للند، فقد اتخذت الهند بالفعل نهجًا استباقيًا. في قانون المالية لعام ٢٠١٥، حيث يتضمن أحكامًا تكون بموجبها المنصة مسؤولة وبالتالي مطلوب منها تسديد الضريبة على الخدمات التي يقدمها البائعون. ومع ذلك، لا تزال هناك مشكلات بما في ذلك كيف يمكن للبائعين المطالبة بأرصدة مقابل هذه المسؤولية. وفيما يتعلق بالضرائب والرسوم الأخرى تطبق بعض الدول ضرائب ورسوم أخرى تمتد إلى أعمال الند للند العاملة في قطاع الاقتصاد التشاركي فعلى سبيل المثال، ينطوي تشغيل سيارات الأجرة ومركبات التاكسي الخاصة في معظم الدول على دفع رسوم الترخيص بانتظام. ومع ذلك، في قطاع النقل التشاركي، في حين أن الخدمة قابلة للمقارنة إلى حد كبير بقطاع سيارات الأجرة، لا تنطبق رسوم الترخيص المطبقة على سائقي سيارات الأجرة التقليدية. في نيويورك مثلًا، يتعين على سائقي سيارات الأجرة شراء ميدالية لتشغيل سيارة أجرة، تذبذب السعر بين حوالي ٥٠٠،٠٠٠ دولار إلى أكثر من مليون دولار على مدى السنوات الخمس الماضية. ومع ذلك، فرضت بعض الولايات الأمريكية ضرائب تستهدف قطاع النقل التشاركي. على سبيل المثال، في عام ٢٠١٦، قدمت ماساتشوستس ضريبة بقيمة ٠.٢٠ دولارًا على كل رحلة يتم طلبها من خلال خدمات الترحيب بالرحلات المخصصة للإنفاق على قطاع سيارات الأجرة التقليدية. في واشنطن العاصمة، تتحمل الرحلات من وإلى المطار باستخدام منصات النقل التشاركي الآن رسومًا بقيمة ٤ دولارات سيتم تحويلها إلى سلطة المطارات^(١).

وتناولت دراسة (عبد القادر، ٢٠١٨) التحديات الضريبية للاقتصاد الرقمي في ضوء التشريعات الضريبية حاليا في مصر، وخلصت الدراسة الى أن القواعد الضريبية الحالية في مصر شرّعت خصيصا للأنشطة الاقتصادية التقليدية، حيث انها اشترطت لإخضاع شركة ما أن تكون موجودة على أرض الدولة بالفعل، حتى يمكن فرض الضريبة على أرباحها، أو بالتعبير القانوني أن تمارس الشركة نشاطها من خلال منشأة دائمة، وعلاوة على ذلك تستغل "الشركات الرقمية ثغرتين في قوانين الضرائب المصرية، أولاهما : ثغرة الأنشطة التحضيرية والمساعدة، حيث قد يكون للشركة وجود ماديّ بالفعل في الدولة في صورة مخزن أو مكتب لتجميع المعلومات والتسويق للشركة أو حتى معرض أو مكان لتسليم السلع، إلا أنها لا تخضع للضريبة في هذه الدولة، لأن القانون يعتبر أنشطة التخزين والعرض والتسليم وتجميع المعلومات من قبيل الأنشطة التحضيرية والمساعدة، وأن ممارسة الشركة لهذه الأنشطة لايعطي الدولة الحق في فرض الضريبة عليها." والثغرة الثانية ان أنشطة الاقتصاد الرقمي في مصر تتم عبر الوكلاء، وهو ما يعني ممارسة إحدى الشركات العاملة في مصر نشاطا رقميا دون أن يكون لها مقر أو كيان مادي موجود عبر وكيل تابع لها مثل بشركة "أوبر" حاليا في مصر، فالشركة نفسها لا يوجد لها مقر ثابت أو منشأة دائمة في مصر، وإنما تدير أعمالها من خلال مكتب أو شركة تابعة لها، وبناء عليه لا يحق لمصر فرض الضريبة على أرباح شركة "أوبر"، وإنما تفرض الضريبة على العمولة التي يحصل عليها هذا الوكيل مقابل خدماته التي يقدمها للشركة، ولذلك توصي الدراسة بضرورة تعديل التشريعات الضريبية في مصر لتلائم رقمنة الاقتصاد المصري^(٩).

وناقشت دراسة (Giorgio, 2018) الجدوى العملية لتطبيق ضريبة القيمة المضافة على الاقتصاد التشاركي في دول الاتحاد الاوربي بالاعتماد على مدخل التحليل القانوني لضريبة القيمة المضافة على وجه الخصوص تحديد "الأشخاص الخاضعين للضريبة" و"المعاملات الخاضعة للضريبة، وقامت الدراسة بتكوين إطار من المبادئ الضريبية المستخدمة في التقييم وهي الحياد والمساواة والبساطة والتناسب، وقد

خلص التحليل القائم على المبادئ الضريبية المختارة أن المنصات الرقمية تخضع من المبدأ لضريبة القيمة المضافة مثل الشركات التقليدية، لكنه سلط الضوء أيضاً على مراعاة الحد الأدنى للتسجيل والتفرقة بين المنصات التي تزاوّل النشاط الاقتصادي بشكل مستقل وتخضع للضريبة على القيمة المضافة، والمنصات التي تزاوّل تقدم خدمات غير خاضعة للضريبة على القيمة المضافة مثل نشاط التمويل الجماعي وكذلك منصات الخدمات الفردية ومنصات المقايضة، على سبيل المثال لا يمكن اعتبار مقدم الخدمة الفردي شخصاً خاضعاً للضريبة، حيث يكون نشاطه إما عرضياً أو لا يعمل بصفته المهنية ، لذلك لا يوجد نهج واحد يناسب جميع المنصات، بل يجب دراسة خصائص كل منصة بعناية. في النهاية، أظهرت الدراسة أن اقتصاد المنصات هو جزء من التحول الرقمي المستمر، ومن المتوقع النمو المتزايد في القرن الحادي والعشرين ، ولذلك توصي الدراسة بالبحث المستقبلي في تحديات فرض ضريبة القيمة المضافة في ظل اقتصاديات الفضاء المتنامي. (١٠).

وبتحليل الدراسات السابقة يتضح للباحثان ما يلي :-

- ١- ركزت بعض هذه الدراسات على مشكلات فرض الضرائب على دخل المشاركين في اقتصاد المنصات، وركز البعض الآخر على مشكلات تطبيق ضريبة القيمة المضافة على مبيعات المنصات الرقمية من السلع والخدمات .
- ٢- اعتمدت هذه الدراسات على منهج تحليل المحتوى للتشريعات القانونية لفرض الضرائب على دخل المشاركين في اقتصاد المنصات دون الاهتمام بمشكلات التحاسب الضريبي للمنصات الرقمية، بينما تعتمد الدراسة الحالية على أسلوب الدراسة التطبيقية في التحاسب الضريبي لمنصات النقل التشاركي
- ٣- لا توجد دراسة في حدود المعلومات المتاحة عن كيفية فرض الضرائب على خدمات المنصات الرقمية في مصر، حيث ركزت الدراسات التي تمت في البيئة المصرية على التحديات الضريبية للاقتصاد الرقمي وهذا يمثل الفجوة البحثية .

٣/١ مشكلة البحث :-

على الرغم من أن مصر تأخرت كثيراً في تقنين المعاملات التجارية الإلكترونية وفرض الضرائب على على الاقتصاد الرقمي، فقد بدأت وزارة المالية المصرية التخطيط لاستهداف هذا القطاع، وفرض الضرائب عليه. حيث أعلنت وزارة المالية على موقعها الرسمي إنه يجري إعداد مشروع قانون إخضاع أنشطة التجارة الإلكترونية، والمنصات الرقمية والإعلانات الرقمية للمنظومة الضريبية بما يواكب المتغيرات الاقتصادية العالمية التي تركز على التحول الرقمي والابتكار المزعزع، ويسهم في دمج الاقتصاد الرقمي في الاقتصاد الرسمي ولا يتعارض مع تشجيع رواد الأعمال لضمان التنافسية العادلة بالسوق المصرى.

ومنذ إعلان وزارة المالية عن إعدادها لهذا المشروع، تباينت الآراء في الأوساط البرلمانية والتجارية والسياسية والإعلامية داخل مصر، بين مؤيد للمقترح باعتباره يحقق نوعاً من العدالة الضريبية بين الشركات المصرية التي تلتزم بسداد ضرائب على أرباح الإعلانات الرقمية وشركات التكنولوجيا الرقمية العملاقة التي لاتخضع للضريبة على الدخل في مصر لعدم وجود مقرات لها في مصر، وبما أن أرباح هذه الشركات الرقمية تأتي عبر الإعلانات، فهي تكون أساساً على حساب شركات الاعلانات والصحف المحلية التي تفقد مصادر تمويلها بسبب صعوبة منافسة منصات التواصل الاجتماعي ومواقع البحث العملاقة في سوق الاعلانات، لذلك يجب المساواة في تطبيق فرض الضرائب على جميع الاعلانات الرقمية، وبين آخر يرى صعوبة تطبيق القانون من الناحيتين التقنية والعملية، في ظل عشوائية الإعلان على المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، وبين ثالث متخوف من أن يؤثر القانون المقترح سلباً على الرقمنة الاقتصادية، والتي تقوم على البنية التحتية المعلوماتية وانتشار خدمات الإنترنت عريض النطاق، وبالتالي فإن زيادة العبء الضريبي على شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العملاقة قد يدفعها للتوجه إلى بلدان أخرى من ناحية، ولا تسهم بدعم التحول الرقمي للاقتصاد المصرى.

مما سبق تتمثل مشكلة البحث في عدم وجود قواعد محددة وواضحة لفرض الضرائب على المنصات الرقمية في مصر.
٤/١ فروض البحث :-

يقوم البحث باختبار الفروض التالية :

الفرض الاول: تتسم المنصات الرقمية بخصائص مميزة تتطلب قواعد جديدة لفرض الضرائب على نشاطها .

الفرض الثاني: يساعد الإطار المقترح في معالجة مشكلات في فرض الضرائب على المنصات الرقمية في مصر.

٥/١ أهداف البحث: -

يهدف هذا البحث إلى تقديم إطار مقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية في مصر، وهذا ما يتطلب ما يلي :

١. بيان ماهية ومجالات المنصات الرقمية وانعكاساتها الضريبية .

٢. تحديد مشكلات فرض الضرائب على المنصات الرقمية .

٣. بيان موقف التشريعات الضريبية الحالية في مصر من فرض الضرائب على المنصات الرقمية في مصر .

٤. بيان عناصر وأهداف الاطار المقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية في مصر

٥. تطبيق الاطار المقترح لفرض الضرائب على منصات نقل الركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية في مصر .

٦/١ أهمية البحث :-

تتمثل أهمية هذا البحث من الناحية العملية في إن حل المشكلات الضريبية لقطاع النقل البرى باستخدام التطبيقات التكنولوجية من شأنه تعزيز جاذبية البيئة الاستثمارية بمصر، ويتماشى مع خطة الدولة في استقطاب استثمارات توفر فرص عمل وتقدم خدمة جيدة بسعر مناسب للمواطنين، كما تساهم في تحول العاملين بالقطاع غير الرسمي إلى القطاع الرسمي وتدريبهم لتوفير خدمة آمنة للمواطنين

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

وإيراد ضريبي للدولة. ويأمل الباحثان أن تفيد نتائجه السلطة التشريعية في تطوير التشريعات الضريبية لفرض الضرائب على المنصات الرقمية، بما يحقق الملائمة بين النظام الضريبي المصري وانشطة الاقتصاد الرقمية ، خاصة ان تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على هذا النوع من النشاط هي بداية حلول عملية للتعامل مع كافة الخدمات التجارية للمنصات الرقمية ضريبيا .

٧/١ نطاق البحث وحدوده :-

يتمثل نطاق وحدود البحث فيما يلي :

١- يقتصر هذا البحث على مشكلات فرض الضرائب على المنصات الرقمية والتي تستمد قيمة خدماتها من المشاركة النشطة للمستخدمين في مصر ، ولن يتناول مشكلات فرض الضريبة على القيمة المضافة أو ضريبة الدمغة على المنصات الرقمية.

٢- لن يتناول البحث الجوانب الفنية والابعاد التنظيمية والقانونية لها للمنصات الرقمية، وايضا لن يتناول البحث استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في رقمنة الإجراءات الضريبية الا بما يخدم أهداف البحث .

٣- لن يتناول البحث مشكلات قياس الدخل الضريبي للسائقين المشاركين في منصات النقل باستخدام التطبيقات التكنولوجية في مصر.

٤- تقتصر الدراسة التطبيقية على منصة أوبر لنقل الركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية في مصر.

٨/١ منهج وأسلوب البحث :-

يعتمد هذا البحث على المنهج العلمي المعاصر بشقيه الاستنباطي والاستقرائي للقيام بنوعين من الدراسات هما:

١- الدراسة النظرية: من خلال دراسة ما امكن التوصل اليه من الأبحاث والمراجع العلمية المتخصصة، كما تم دراسة جهودات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والاتحاد الاوربي بشأن فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمية .

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ يونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

٢- الدراسة التطبيقية : لغرض التحقق من مطابقة الدراسة النظرية مع الواقع في بيئة الفحص والاختبار تم استخدام اسلوب الدراسة التطبيقية من خلال تطبيق الإطار المقترح لفرض ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات الرقمية في مصر، وقد تم التطبيق على منصة أوبر لنقل الركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية للمبررات التالية(١) :-

أ- برزت شركة أوبر، التي بدأت عام ٢٠٠٩ لتحقق انتشارا وصل إلى ٩٠٠ مدينة حول العالم، بعدد موظفين يفوق ٢٦.٥ ألف موظف، وبيارات سنوية أكثر من ١٤ مليار دولار "عام ٢٠١٩"، وأصول تقدر بنحو ٣١.٧٦ مليار دولار. ومثلها بدأت تنتشر تطبيقات مشاركة الدراجات ومشاركة التاكسي، وغيرهما.

ب- تعتبر مصر أهم سوق في الشرق الأوسط لشركات النقل باستخدام التطبيقات التكنولوجية، فقد وصل حجم السوق لشركة أوبر وحدها في مصر لأكثر من ٢٥٠٠٠٠ سائق وأكثر من ٤.٥ مليون مستخدم في ٢٠١٩، هذا بخلاف المستخدمين لتطبيق كريم من السائقين والعملاء، والتي استحوذت عليه شركة أوبر في يناير ٢٠٢٠. وبالتالي حق الدولة في الاستفادة من عائد هذه الشركات من خلال الحويلة الضريبية.

ج- يعد مركز شركة «أوبر» لخدمات النقل البري للركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية بالقاهرة الجديدة الذي تم افتتاحه عام ٢٠١٧، هو المركز الأكبر لشركة أوبر على مستوى الشرق الأوسط وأفريقيا، وثاني أكبر مراكز أوبر في العالم، حيث يخدم المركز ١٤ دولة هي: مصر، والإمارات، والأردن، وقطر، والسعودية، والبحرين، ولبنان، وجنوب أفريقيا، وكينيا، ونيجيريا، وأوغندا، وغانا، وتنزانيا وباكستان.

د- اختارت شركة أوبر العالمي مصر لتكون أول دولة في العالم يطلق بها خدمة "أوبر باص" في إطار التوسع في استثماراتها في مصر بخص ١٠٠ مليون دولار على مدار الخمس سنوات المقبلة.

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي"
أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

٩/١ تنظيم البحث :-

- لتحقيق أهداف البحث واختبار فروضه تم تنظيمه في خمسة أقسام كمايلي :-
- القسم الاول : الاطار المنهجي للبحث .
 - القسم الثانى : ماهية المنصات الرقمية وانعكاساتها الضريبية .
 - القسم الثالث : الإطار المقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية فى مصر .
 - القسم الرابع: دراسة تطبيقية لضريبة الخدمات الرقمية على خدمات النقل البرى للركاب باستخدام التكنولوجيا الرقمية فى مصر .
 - القسم الخامس: الخلاصة والنتائج والتوصيات والتوجهات البحثية المستقبلية .

القسم الثاني

ماهية المنصات الرقمية وانعكاساته الضريبية

تمهيد :-

منذ بداية العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين نشأت شركتان ناشتتان جديدتان في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية الأولى هي شركة «إير بي إن بي AirBnB» والتي دشنت منصة يمكن استخدامها لتوفير خدمة تأجير غرف المنازل وسرعان ما نمت بشكل كبير حتى أصبحت واحدة من كبريات منصات التي تقدم خدمات تأجير وتبادل وتشارك الغرف والشقق في مختلف أنحاء العالم، علماً أنها لا تمتلك أي فندق أو عقار، لاسيما أنها قد وسعت منصتها أبعد من مجرد تمكين الناس من تأجير غرفهم الفائضة، لكي تسمح لهم بتحويل شغفهم بالأشياء إلى مهنة، وكانت الثانية هي شركة «أوبر Uber»، التي أنشأت منصة يمكن من خلالها بلمسة واحدة طلب سيارة أجرة وتوجيه السائق ودفع أجرته وتقييمه، وسرعان ما انتشرت الفكرة عالمياً وبذلك ولد نوع جديد من الاقتصاد الرقمي أطلق عليه اقتصاد المنصات يقوم على نظام الند – للند، ويساعد على مشاركة الموارد البشرية والمادية ويشمل الإنتاج والتوزيع وبدأ بالدرجات الهوائية مروراً بالسيارات والمكاتب الإدارية حتي وصل إلى المظلات الشمسية وذلك عبر تطبيقات إلكترونية^(١٢). لذا يهتم هذا القسم من البحث بتحديد ماهية المنصات الرقمية وانعكاساتها الضريبية، حيث يبدأ بمفهوم وخصائص المنصات الرقمية وانعكاساتها الضريبية، كما يتناول تحديات فرض الضرائب على المنصات الرقمية، وموقف التشريعات الضريبية المصرية الحالية من فرض الضرائب على المنصات الرقمية من خلال النقاط العلمية التالية:-

١/٢ مفهوم المنصات الرقمية :-

يشير مصطلح المنصات الرقمية باختصار إلى نماذج الأعمال التي تخلق القيمة من خلال الاتصال والتفاعل عبر شبكة الانترنت بين مجموعتين أو أكثر من المجموعات المختلفة عادة المستهلكين والموردين مثل منصات Uber، Airbnb، Deliveroo، Face، Task Rabbit، Xing، BlaBlaCar، Amazon، Alibaba

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي"

أ.د/ يونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

book، Twitter، Google، Netflix، كلها منصات رقمية ولكن لديهم نماذج أعمال مختلفة ويتفاعلون مع المستخدمين النهائيين والشركات الأخرى بطرق مختلفة وفقا للهدف من كل منصة وتطبيقاتها التي تعتمد عليها ومصادر الحصول على الدخل وقواعدها لإدارة الموردين والمحتوى، وعلاقتها مع المستهلكين^(١٣).

٢/٢ أنواع المنصات الرقمية :-

يمكن تقسيم المنصات الرقمية وفقا للجوانب الفنية إلى الانواع التالية :-

١-منصات الحوسبة Computing Platforms

يقصد بها منصات نظم التشغيل الاجهزة الالكترونية التي تسمح للمطورين بتوسيع النظام الأساسي بحالات استخدام جديدة مما يجعل النظام الأساسي أكثر قيمة للمستخدمين، حيث يتم الاتصال بين المستخدمين والمطورين من خلال متجر التطبيقات، وبمجرد وصول النظام الأساسي للمنصة إلى الكتلة الحرجة. يجذب المستخدمون المطورين، والمطورين يصنعون التطبيقات، وتجذب التطبيقات المستخدمين، ويجذب المستخدمون المطورين وما إلى ذلك. ومن امثلة تلك المنصات Google Android، Microsoft Windows، Apple iOS^(١٤).

وتقوم منصات الحوسبة أولاً ببناء كتلة حرجة من جانب واحد من النظام الأساسي ثم فتحها إلى النوع الثاني من المشاركين. على سبيل المثال ، تم إطلاق نظم تشغيل شركة ابل Apple iOS بدون أي تطبيقات تابعة لجهات خارجية أو بيئة مطورة. كان لأجهزة iPhone فقط تطبيقات وخدمات شركة ابل الخاصة أوتلك التي تم تطويرها من خلال شراكات مباشرة. وبمجرد وصول قاعدة المستخدمين (جانب الطلب) إلى الكتلة الحرجة، فتحت الشركة النظام الأساسي لمطوري الجهات الخارجية (جانب العرض) وهنا تأثير الشبكة بين مستخدمي iPhone ومطوري iOS على النمو الهائل للمنصة. بينما اتخذت شركة Google نهجاً مختلفاً عند إطلاق نظام Android. ركزت Google أولاً على جذب عدد أولي من المطورين (جانب العرض) من خلال حشدهم بشعارات مفتوحة المصدر والمسابقات مع جوائز كبيرة. بدأ المطورون في صنع التطبيقات حتى قبل أن تكون الأجهزة المادية متاحة^(١٥).

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

٢-منصات التكنولوجيا Technology Platforms

يقصد بها المنصات التي توفر التطبيقات التي يعتمد عليها المطورين في بناء المنصات الأخرى، لذلك لا تعتبر هذه المنصات أسواقاً للربط بين المنتجين والمستهلكين، أو الربط بين الأشخاص في شبكات التواصل الاجتماعي . وبالتالي تحقق هذه المنصات الدخل من خلال بيع خدماتها للمطورين على سبيل المثال تقوم منصة Netflix بتشغيل خدمات الفيديو الخاصة بها أعلى منصة Amazon Web Services (AWS)، ومن ثم لا توجد تأثيرات شبكات متصلة في منصات التكنولوجيا. إنها تنمو بشكل خطي مع اعتماد المطورين ولا تعتمد على التفاعل بين جانب الطلب وجانب العرض، ومن أمثلتها منصات Amazon Web Services، Microsoft Azure، Twilio. وتختلف منصات التكنولوجيا عن منصات الحوسبة ، حيث تمتلك منصة الحوسبة المستخدم بينما في منصات التكنولوجيا يمتلك المطور المستخدم^(١٦).

٣-منصات المنفعة Utility Platforms

يقصد بها المنصات التي تمكن المستخدمين من تقديم خدمة مفيدة ومجانية في العادة . وبمجرد أن يكون هناك عدد كبير من المستخدمين الذين يستخدمون خدمات المنصة، تعتمد المنصة على النوع الثاني من المشاركين في تحقيق الدخل مثل المعلنين في حالة منصة محرك بحث Google، أو شركات الطيران في حالة منصة Kayak أو شركات التأمين في حالة منصة Zenefits ، حيث يجذب المستخدمون الشركات، ولكن الشركات على المنصة لا تجذب المستخدمين بالضرورة. فالمستخدم يذهب إلى محرك بحث Google بحثاً عن المعلومات، وليس لرؤية الإعلانات^(١٧).

٤-منصات شبكات التفاعل Interaction Networks

يقصد بها المنصات التي تسهل التفاعل الرقمي بين مشاركين محددين (الأشخاص و/أو الشركات). ويمكن أن تأخذ التفاعلات الرقمية شكل رسالة أو مكالمة صوتية أو صورة أو تحويل أموال. وبالتالي يكون تأثير الشبكة الأساسي بين مستخدمي النظام الأساسي الذين يجذبون المزيد من المستخدمين. وبهذا المعنى، فإن المنصة عبارة عن

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ يونس حسن محقل & د/محمد حارس طه

منصة أحادية الجانب تربط المشاركين من نفس النوع. وعادةً ما يستهدف مالك النظام الأساسي للمنصة مجموعات من الأشخاص الذين يتفاعلون بالفعل مع بعضهم البعض، ويخلقون كتلة حرجة من التفاعلات على النظام الأساسي ويؤثرون على الشبكة بإضافة المزيد والمزيد من المستخدمين إلى النظام الأساسي. على سبيل المثال، عندما أطلقت فيسبوك في البداية شبكة حصرية لطلاب جامعة هارفارد قبل الانتقال إلى الكليات الأخرى، ثم فتحتها في النهاية لجميع المستخدمين. وبالتالي تعتبر الهوية هي السمة الأساسية للمنصة التي تركز جميع التفاعلات على حسابات محددة. ومن أمثلة هذه المنصات Facebook، WeChat^(١٨).

٥-منصات الأسواق الإلكترونية Marketplace

يقصد بها المنصات التي تتيح التعامل بين المشاركين من جانب الطلب (المشترين) والمشاركين من جانب العرض (البائعين) ، بمعنى منصات ثنائية الوجه تربط العرض بالطلب وهنا يكون تأثير الشبكة بين المشترين والبائعين ، حيث يبحث المشترين عن منتج أو خدمة معينة ، وليس بائعاً محدداً. يمكن تقديم المنتج / الخدمة من قبل العديد من البائعين الذين يتنافسون على السعر والسمعة والخبرة ومن أمثلتها منصات

AirBnB ، Amazon Marketplace ، eBay

٦-منصات الخدمة عند الطلب On-demand Service Platforms

يقصد بها المنصات التي تم تصميمها لتقديم خدمات شاملة يتم توفيرها بواسطة شبكة من موفري / موردي الخدمة المستقلين.مفاضلاته تختلف اختلافا كبيرا عن تلك من الأسواق. وتعمل هذه المنصات على دمج الاكتشاف والطلب والدفع والوفاء والشهادة وتأكيد الخدمة تحت سقف واحد. ويتم تحديد السعر ومعايير الجودة وعمليات التنفيذ بواسطة النظام الأساسي للمنصة. وهنا يتجلى تأثير الشبكة لمنصات الخدمة عند الطلب في توفر الخدمة. أي أن المستخدمين لا ينجذبون مباشرة من قبل مجموعة متنوعة من مزودي الخدمة. بدلاً من ذلك ، كلما زاد عدد مزودي الخدمة على النظام الأساسي، كان توفر الخدمة أفضل، ونتيجة لذلك سيتم جذب المزيد من المستخدمين إلى النظام الأساسي ومن أمثلة تلك المنصات Uber، Munchery، Heal وتختلف

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محقل & د/محمد حارس طه

هذه المنصات عن منصات الاسواق الالكترونية في انها توفر الخدمة عند الطلب ، ويعتمد إطلاق هذه المنصات على اشتراك عدد كافٍ من مزودي الخدمة لضمان توفر الخدمة للمستخدمين. ومع نمو عدد المستخدمين ، يجب على مالك المنصة أيضاً زيادة عدد مزودي الخدمة لضمان توفر الخدمة^(١).

٧-منصات التعهيد الجماعيContent Crow sourcing Platforms

يقصد بها المنصات التي تقوم بجمع المحتوى من المستخدمين (الفيديو، منشورات المدونة ، المراجعات، التقييمات، وما إلى ذلك) ومشاركة هذا المحتوى مع قاعدة واسعة من المستخدمين للنظام الأساسي. وتختلف هذه المنصات عن منصات التفاعل الاجتماعي التي تركز على حسابات معينة، بينما في هذه المنصات يتم التفاعل مع النظام الأساسي ويرتكز التفاعل على المحتوى ومن امثلتها منصات YouTube ،Yelp ،TripAdvisor، وهنا يكون تأثير الشبكة بين المساهمين بالمحتوى ومستهلكي المحتوى للنظام الأساسي، فكلما زاد المحتوى الموجود على النظام الأساسي ، كلما زاد عدد المستهلكين الذين ينضمون إلى النظام الأساسي مما يجعلها أكثر قيمة للمساهمين ، الذين بدورهم ينتجون المزيد من المحتوى^(٢).

٨-منصات جمع البياناتData Harvesting Platforms

يقصد بها المنصات التي تقوم بجمع البيانات من جميع مستخدمي خدمة النظام الأساسي للمنصة ثم تقديم هذه البيانات إلى المستخدمين منها ، حيث يعد الاتفاق على المساهمة بالبيانات شرطاً للانضمام إلى النظام الأساسي، وبالتالي يعتمد تأثير الشبكة في هذا النوع من المنصات على البيانات بدلاً من المستخدمين. مما يجعل النظام الأساسي للمنصة أكثر قيمة للمستخدمين ، ومن امثلة هذه المنصات Waze و Open Signal و InsideSales.com ، على سبيل المثال ، بدأت منصةWaze كتطبيق Freemap لهواتفNokia. والذي قام ببناء قاعدة مستخدميها الأولية من خلال توفير التنقل المجاني باستخدام خرائط التعهيد الجماعي. و بمجرد وجود عدد كافٍ من المستخدمين على المنصة ، تحول عرض قيمة الخدمة من الخرائط المجانية إلى التنبؤ بالمرور بناءً على البيانات التي تم جمعها من جميع مستخدمي الخدمة^(٣).

٩- منصات توزيع المحتوى Content Distribution Platforms

يقصد بها المنصات التي تربط بين مالكي نقاط اتصال المستخدم (مواقع الويب وتطبيقات الأجهزة المحمولة والأجهزة) بمالكي المحتوى الذين يرغبون في تقديم المحتوى (أو الإعلانات) للمستخدمين. وهنا يظهر تأثير شبكة ، حيث كلما زادت نقاط الاتصال التي تجمعها المنصة ، أصبحت أكثر جاذبية لمالكي المحتوى. و كلما زاد المحتوى المتاح على المنصة، كانت المنصة أكثر جاذبية لأصحاب نقاط الاتصال ومن

أمثلتها منصات Millennial Media ، Google AdSense

٢/٢ خصائص المنصات الرقمية وانعكاساتها الضريبية :-

تتسم المنصات الرقمية بعدة خصائص تؤثر على المعاملة الضريبية لها كما يلي:-

١- العمل بدون التواجد المادي :

يمكن للمنصات الرقمية أن تتعامل مع العملاء عبر الإنترنت دون أن يكون لها وجود فعلي(المنشأة الدائمة).مما يمثل تحدياً للنشريات لضريبية والمبنية بالأساس على فرضية أن ضرائب الدخل تفرض من خلال الوجود المادي، وتثير نماذج الاعمال الرقمية مشكلتان مختلفتان رغم ارتباطهما هما: الأولى هي التحايل الضريبي من جانب الشركات الرقمية متعددة الجنسيات، أي اللجوء إلى أساليب قانونية لنقل الأرباح من الأماكن التي ستخضع فيها لمعدلات ضريبية أعلى إلى الأماكن التي ستخضع فيها لمعدلات ضريبية أقل. والمشكلة الأخرى هي " التنافس الضريبي " بين الدول، أي اللجوء إلى فرض معدلات ضريبية منخفضة أو غيرها من الامتيازات الضريبية ليكون البلد أكثر جاذبية للاستثمار وأقل عرضة لأنشطة التحايل الضريبي التي تنقل الأرباح المقيدة في الدفاتر إلى الخارج^(٢).

٢- الاعتماد الكثيف على الأصول غير الملموسة:-

تعتمد المنصات الرقمية كثيراً على الأصول غير الملموسة،مثل براءات الاختراع والعلامات التجارية أو البرمجيات وعناصر الملكية الفكرية الأخرى التي يصعب تقدير قيمتها، مما يعني أن الدخل المنسوب إليهم يمكن نقله بسهولة إلى البلدان منخفضة الضرائب، وعلى خلاف الأصول الملموسة، فإن نقل الأصول غير الملموسة عبر

الحدود لا يتطلب سوى عقد واحد فقط على تكنولوجيا بلوك تشين. ولذلك تقوم الشركات صاحبة المنصات الرقمية بنقل أرباحها إلى أي وجهة تريدها والاستفادة من المناطق التي تنخفض فيها للغاية معدلات الضرائب المفروضة، وتفعل هذه الشركات هذا بطريقة قانونية باستخدام ما يسمى بالتسعير التحويلي^(٢٣)، حيث تضع الشركة الأم أسعار المعاملات بين الخدمات والأعمال التجارية بين أنشطة وأقسام وفروع نفس الشركة، بطريقة مبالغ فيها بهدف رفع التكلفة وهماً وضمان تسجيل الأرباح في الدول التي ينخفض فيها المعدل الضريبي، بدلاً من المكان الذي حقق فيه النشاط الاقتصادي أرباحاً بالفعل. على سبيل المثال استطاعت شركة جوجل في عام ٢٠١٧ نقل مبلغ ١٩.٩ مليار يورو (٢٢.٧ مليار دولار) من خلال شركة صورية هولندية إلى برمودا، وفي نفس العام، دفعت شركة فيسبوك ٧.٤ ملايين جنيه إسترليني (٩.٦ ملايين دولار) فقط كضرائب في بريطانيا، رغم تحقيقها إيرادات بمبلغ ١.٣ مليار إسترليني هناك^(٢٤).

٣- الاعتماد على البيانات الضخمة ومشاركة المستخدم النشطة في خلق القيمة: تتحكم المنصات الرقمية قواعد ضخمة من البيانات، وتمتلك القدرة على تتبع حركة هذه البيانات وتخزينها ونقلها وهو ما يتيح لها فرصة استغلال تلك البيانات وتوظيفها في تحقيق أرباح طائلة من خلال معرفة تفضيلات المستخدمين، واستخدامها في عمليات التسويق المختلفة. وبالتالي حتى في حالة امتلاك المنصة الرقمية لمنشأة دائمة، فإن قواعد توزيع الأرباح لا تتعرف على الأنواع الجديدة من القيمة التي يمكن أن تنتجها الشركات الرقمية في بلدانها السوقية، حيث يمكن للشركات الرقمية أن تستمد قيمة كبيرة من المشاركة الفعالة لمستخدميها، ومن البيانات التي يولدها المستخدمون، ومن تأثيرات شبكة الانترنت، لا يتم التعرف على أي من هذه القيمة بواسطة قواعد توزيع الأرباح الحالية. فسيطرة كل من شركتي جوجل وفيسبوك على سوق الإعلانات الرقمية تحقق من خلال امتلاك هذه الشركات لبيانات المستخدمين، والعمل على تجميعها وتحليلها، ومن ثم تسويق المنتجات بكفاءة فائقة^(٢٥).

٤- الاعتماد على مفهوم "تقاسم السلعة" :-

يعتمد نموذج العمل الذي تقوم عليه المنصات الرقمية على مفهوم تقاسم السلعة ، والذي يقضى بأن يحصل المستهلك على السلعة عند احتياجه لها وليس من الضروري أن يمتلكها، وهو ما يمنح هذه المنصات الميزة التنافسية في السوق فالمستهلكين اليوم تبحث عن الشركات التي تسهل وتخفف من تكلفة تقديم الخدمة لها وتمنحها القدرة التفاعلية في اختيار الخدمات أو المنتجات التي تقدمها. ولذلك تختلف المنصات الرقمية بشكل كلي عن التجارة الالكترونية، فالمنصات الرقمية ليست امتداداً للمتاجر الالكترونية، حيث تعتمد المنصات الرقمية اولا على التطبيقات الرقمية كأداة إدارية متعددة الوظائف وكبديل من الإدارة البشرية لخطوط الإنتاج. وثانياً، إعادة تعريف العمال كرواد أعمال أو عاملين لحسابهم مع تحميلهم جزءاً أساسياً من تكلفة الاستثمار الثابت في عملية الإنتاج وحرمانهم من أي حقوق تكفلها قوانين العمل، وثالثاً تسمح المنصات التجارية الرقمية للبائعين المختلفين بعرض وتسويق منتجاتهم للعملاء على موقعه^(٢٦)، وبالتالي فهي موقع الكتروني لجمع البائعين والمشتريين في موقع واحد على شبكة الانترنت، بينما يقوم المتجر الالكتروني على بيع علامة أو علامات تجارية معينة على موقعه الإلكتروني، ويكون المخزون مملوكة من قبل صاحب الموقع فقط.

٥- الطبيعة التدميرية للمنصات الرقمية :-

تقوم معظم المنصات الرقمية بشكل أساسي على تدمير أنماط الإنتاج التقليدية لها كشرط أساسي لسيطرتها على السوق، ففي قطاع الخدمات على سبيل المثال خرجت الكثير من وكالات الحجوزات والرحلات السياحية ومكاتب تأجير السيارات والعقارات التي تعمل وفق الطرق التقليدية من السوق بعد أن حلت مكانها الشركات التي تعمل وفقاً لنموذج الأعمال الرقمي أو تلك التي تحولت لذلك النموذج فهي وبخلاف الشركات التقليدية، تمتلك منصات تفاعلية مع المستهلكين وتطبيقات برمجية تعمل على الهواتف الذكية حيث أصبحت تقدم خدماتها عبر الانترنت وباستخدام الخوارزميات والذكاء الصناعي التي جعلت من المستهلك أكثر قدرة على معرفة تفاصيل الخدمة المقدمة ومنحته خيارات أوسع من ناحية انتقاء شكل ونوع الخدمة. فالرحلات

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محقل & د/محمد حارس طه

السياحية التي كانت تنظمها الشركات التقليدية كانت مجهولة من قبل المستهلك أما اليوم فبإمكانه اختيار الحجوزات التي تناسبه ومسار رحلته فقط عبر بضعة ضغطات على المنصات الرقمية ، والدليل على ذلك غيرت شركة أمازون من مفهوم الشراء بالتجزئة، الأمر نفسه ينسحب على تطبيق أوبر الذي غير في طبيعة قطاع النقل عبر التاكسي، و تطبيق Airbnb الذي يعتبر مسؤولاً مباشراً عن إعادة توجيه الاستثمارات نحو القطاع العقاري في الكثير من المدن، حتى إن هذا التطبيق يعتبر العدو الأول للفنادق^(٧).

٥- الاستقلالية المؤسسية:

تتمتع المنصات الرقمية بالاستقلالية والسيادة المؤسسية. ومن ثم، فإن بعضها لا يخضع لسيادة الدول، حيث لا تنطبق عليها التشريعات والإجراءات التنظيمية الملزمة للشركات الأخرى من حيث دفع الضرائب، ورفع الدعاوى القضائية ضدها، ومنع الممارسات الاحتكارية وغيرها. وهو الأمر الذي تحاول الدول حالياً تجاوزه من خلال التنظيم أو التشريع .

٦- الاعتماد على نظام الند – للند وإخفاء التبادلات :-

تقوم المنصات الرقمية على نظام الند – للند، مما يساعد في اقتناء أو توفير أو مشاركة إمكانية الوصول للسلع والخدمات التي يتم تسهيلها من خلال مجتمع قائم على المنصات عبر الإنترنت. ويمكن توضيح ذلك بمثال واضح هو شركة أوبر لمشاركة النقل، من خلال تطبيق على الهواتف الذكية يعمل كحلقة وصل بين الأفراد "الزبائن" والسائقين الذين لديهم الرغبة في استخدام سياراتهم الخاصة بهدف كسب بعض المال، وشركة AirBNB: التي تقدم خدمات تأجير وتبادل وتشارك الغرف والشقق في مختلف أنحاء العالم، علماً أنها لا تمتلك أي فندق أو عقار.

لقد أصبح من الممكن في ظل المنصات الرقمية تبادل العملات أو إجراء التعاملات التجارية الإلكترونية بشكل آمن دون الكشف عن هوية القائمين عليها. ولكن هذه المزايا لا تنطبق فقط على المستهلك، حيث أصبح بإمكانية منتج الخدمة نفسه أن يظل

خفياً، سواء أمام المستهلك أو أي طرف آخر، مثل مزود الخدمة، أو السلطات الضريبية أو هيئات إنفاذ القانون^(٢٨).

٣/٢ مدى إمكانية فرض الضرائب على المنصات الرقمية في ضوء التشريعات الضريبية المصرية الحالية :-

بتحليل منظومة التشريعات الضريبية الحالية في مصر، حيث تنص المادة رقم (٦) من قانون الضريبة على الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته على خضوع جميع الأنشطة في داخل مصر لضريبة الدخل ولم تحدد المادة الأنشطة الاقتصادية التقليدية أو أنشطة الاقتصاد الرقمي، ولكن عند تطبيق هذه المادة على أنشطة الاقتصاد الرقمي يتضح استحالة تطبيقها، حيث اشترطت المادة (٤) من نفس القانون أن تمارس الشركة نشاطها من خلال "منشأة دائمة" وبناء عليه لا تستطيع مصلحة الضرائب المصرية فرض الضريبة على الأرباح الناتجة عن المنصات الرقمية التي لا تمارس نشاطها من خلال منشأة دائمة في مصر.

هذا وقد استبعدت الفقرة الثانية من نفس المادة أنشطة العرض والتسليم والتخزين وتجميع المعلومات من مفهوم المنشأة الدائمة باعتبارها أنشطة تحضيرية ومساعدة، وعلاوة على ذلك تلجأ بعض الشركات العاملة في أنشطة الاقتصاد الرقمي في تجنب مفهوم المنشأة الدائمة من خلال ممارسة أنشطتها في دولة أخرى من خلال وكيل بالعمولة مستغلة نص البند (٧) من المادة رقم (٤) و مفاده أن الوكيل لا يعتبر منشأة دائمة إلا إذا كان يحق له إبرام العقود باسم الشركة، لذلك تلجأ شركات المنصات الرقمية إلى تفويض الوكيل للقيام بجميع أعمالها ما عدا توقيع العقود، على أن يتم إرسالها للتوقيع في مقر الشركة الرئيسي بالخارج، وهو ما يسلب الدولة قدرتها على فرض الضريبة على أرباح الشركة، ولا يكون لها إلا أن تفرض الضريبة على عمولة الوكيل لا على أرباح الشركة نفسها^(٢٩).

أما فيما يتعلق بالضريبة على القيمة المضافة فلا يوجد إعفاء لأنشطة الاقتصاد الرقمي من هذه الضريبة وفقاً لأحكام القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠١٦، حيث نصت المادة رقم ٧٨ من اللائحة التنفيذية على إعفاء الإعلانات في حالتها النهائية فقط، ومن هنا

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

أثرت مشكلة خضوع الاعلانات الرقمية والتجارة الالكترونية للضريبة على القيمة المضافة من عدمه (٣)، لذا قامت مصلحة الضرائب المصرية بدراسة المشكلة وخلصت إلى أن قانون الضريبة على القيمة المضافة أخضع التجارة الالكترونية والإعلانات على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية للضريبة على القيمة المضافة ونسبتها ١٤% ويجب تطبيقها بأثر رجعي منذ سبتمبر ٢٠١٦، وبالتالي أخطرت مصلحة الضرائب الشركات المتخصصة في مجال التجارة الإلكترونية بالسوق المحلية، مثل سوق دوت كوم وجوميا وأليكس، بخضوعها لضريبة القيمة المضافة، واستجابت بعض الشركات بالفعل لتوجيهات المصلحة بإضافة ١٤% على المبيعات وتوريدها في نهاية كل شهر، وأخيراً تخضع الاعلانات الرقمية لضريبة الدمغة وفقاً لقانون ضرائب الدمغة رقم ١١١ لسنة ١٩٨٠ وتعديلاته، حيث تنص المادة رقم (٦٠) على خضوع تكلفة الاعلانات بنسبة ٢٠٪ لضريبة الدمغة ولم تحدد الاعلانات الرقمية أو غير الرقمية .

وبتحليل البيانات التي يمكن الحصول عليها من الموقع الرسمي لوزارة المالية عن مقترح فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمي يتضح للباحثان ان المقترح يتضمن فرض اربعة أنواع من الضرائب على أنشطة الاقتصاد الرقمي من خلال إخضاع ارباح الاشخاص المتعاملة من خلال المنصات الرقمية للضريبة على الدخل وفقاً لشرائح الضريبة التصاعدية للأفراد وبسعر ٢٢.٥% للشركات التي تسوق منتجاتها عبر تلك المنصات ولها كيان وشكل قانونيان، وإخضاع عمليات البيع الالكتروني من خلال المنصات الرقمية مثل أوليكس وجوميا وسوق دوت كوم للضريبة القيمة المضافة البالغة ١٤%، إخضاع الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي لضريبة الدمغة القائم على أن يكون سعر الضريبة ١٥% للأفراد و ٢٠% على إعلانات الشخصيات الاعتبارية، وفرض رسم تنمية الموارد على نشاطات التجارة عبر الانترنت ، كما يعتمد المقترح على فرض الضريبة على الشركات المعلنة بنفسها، والتي تنشر إعلاناتها عبر تلك المنصات واقتطاع الضريبة منها، وليس من المنصات الرقمية نفسها نظراً لعدم وجود مكاتب لبعض تلك الشركات في مصر حتى الآن، حيث إن المستفيد من

الخدمات الرقمية هو من يقوم بأداء مقابل الخدمة للمورد الأجنبي غير المقيم، وهو ما يعرف بـ"التكليف العكسي"، بالإضافة إلى ذلك لم يحدد المقترح أي نوع من الإعلانات سيتم تطبيقه الضرائب عليه والإجراءات التي سيتم اتخاذها لو رفضت بعض شركات التكنولوجيا الرقمية العملاقة تنفيذ هذا المقترح وأساليب الرقابة وتحصيل الضرائب على الاقتصاد الرقمي، ولم يتضمن كيفية المعاملة الضريبية للأشخاص التي ليس لها محل إقامة معلوم، بل مجرد حساب على الانترنت، وما هي طريقة احتساب الإيرادات التي سيتم وضع القيمة الضريبية على أساسها، وآليات حصر قيمة الضريبة والعملاء الذين سيدفعون هذه الضرائب.

والخلاصة تثير المنصات الرقمية عدة تحديات امام مصلحة الضرائب المصرية لسببين هما: اولهما يتمثل في أن التشريعات الضريبية الحالية لا تتضمن قواعد واضحة ومحددة للمعاملة الضريبية لها ، والسبب الثاني أنه في ظل اقتصاد المنصات تزداد أهمية الأصول والمنتجات الرقمية في توليد القيمة ونتيجة لذلك، أصبح من السهل تجنب الضرائب عن طريق تحويل تلك الأصول إلى البلدان منخفضة الضرائب أو إلى الملاذات الضريبية، حيث تستخدم الشركات المالكة للمنصات الرقمية البيانات الضخمة التي جمعتها لتحول نماذج أعمالها إلى أصول مشفرة من خلال الخوارزميات، يمكن نقلها بسهولة عبر الحدود على خلاف الأصول المادية. وبالتالي صحة الفرض الاول من فروض البحث، الأمر الذي يبرز أهمية تقديم إطار مقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية لمعالجة هذه المشكلات، وهو ما يمثل محور اهتمام القسم التالي.

القسم الثالث

الإطار المقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية في مصر

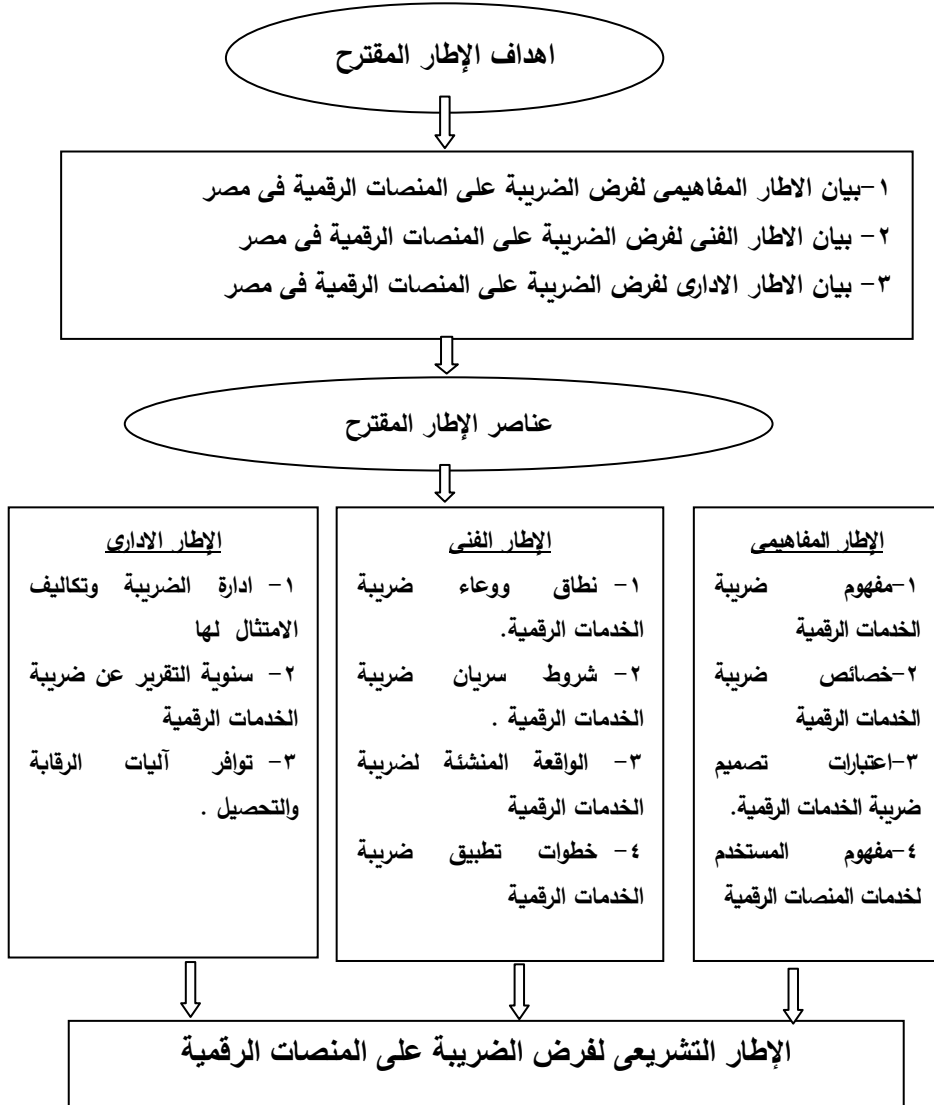
تمهيد :-

تبين من القسم الثانی ان المنصات الرقمية تثير العديد من التحديات للأنظمة الضريبية، علاوة على ان التشريعات الضريبية القائمة حاليا في مصر لم تتضمن قواعد محددة للمعاملة الضريبية للمنصات الرقمية، فان هذا القسم يهدف إلى الاستفادة من نتائج دراسة التجارب الرائدة في هذا الشأن والمبادئ التوجيهية الصادرة عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في تقديم اطار مقترح لفرض ضريبة الخدمات الرقمية في مصر على النحو التالي:-

١/٣ أهداف الإطار المقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر :-
يمكن القول أن الهدف الرئيسي للإطار المقترح هو فرض ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات الرقمية في مصر، مما يساهم في سد الفجوة وتحقيق التوافق بين النظام الضريبي المصري واحد مجالات الاقتصاد الرقمي، ولذلك تتمثل الأهداف الفرعية للإطار المقترح فيما يلي :

- ١- بيان الاطار المفاهيمي لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر .
 - ٢- بيان الاطار الاجرائي لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر .
 - ٣- بيان الاطار الاداري لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر .
- ٢/٣ عناصر الإطار المقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر :-
يقوم الإطار المقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر على ثلاثة اطر فرعية كما في الشكل التالي :-

شكل رقم (١) الإطار المقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر



١/٢/٣ الإطار المفاهيمي لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر :-
يحتاج فرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر إلى تحديد مفهوم
وخصائص واعتبارات تصميم ضريبة الخدمات بالإضافة إلى مفهوم ومؤشرات تحديد
موقع المستخدم النشط كما يلي :-

١/١/٢/٣ مفهوم ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة :-
يشير مصطلح ضريبة الخدمات الرقمية باختصار إلى الضريبة التي سوف يتم
فرضها بسعر ثابت على إجمالي الإيرادات السنوية لخدمات شركات المنصات الرقمية
التي تستمد قدرًا كبيرًا من قيمة خدماتها من مشاركة المستخدمين النشطة .
٢/١/٢/٣ اعتبارات تصميم ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة:-

يعتمد الإطار المقترح في تصميم وتطبيق ضريبة الخدمات الرقمية في مصر على
المبادئ التوجيهية التي تضمنها التقرير المؤقت الصادرة عن منظمة التعاون
الاقتصادي والتنمية عام ٢٠١٨^(٣١)، والاستفادة من ضريبة الخدمات الرقمية
المعتمدة من قبل البلدان الأخرى، خاصة دول الاتحاد الأوربي كما يلي :-
١- الامتثال لالتزامات منظمة التجارة العالمية واتفاقيات التجارة الحرة:-

تلتزم مصر بموجب اتفاقيات منظمة التجارة العالمية واتفاقيات التجارة الحرة بمنح
معاملة متساوية لموردي الخدمات من الشركات المصرية مقارنةً بموردي الخدمات
من الشركات غير المصرية، لذا يقترح الباحثان تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على
شركات التكنولوجيا الرقمية المقيمة وغير المقيمة، حتى يمكن تحقيق الامتثال لاحكام
منظمة التجارة العالمية وهذا هو نفس النهج الذي اتبعته معظم البلدان الأخرى التي
أعلنت أو اعتمدت مؤخرًا ضريبة الخدمات الرقمية.

٢- الامتثال لاتفاقيات الازدواج الضريبي :-

تهدف معظم اتفاقيات الازدواج الضريبي إلى الحد من الازدواج في مجال ضرائب
الدخل أو الضرائب المماثلة لها ولا تنطبق على الضرائب غير المباشرة مثل ضريبة
القيمة المضافة ، وحيث أن التقرير المؤقت لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية يشير

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محقل & د/محمد حارس طه

إلى أن الضرائب على الدخل تركز على متلقي الدخل، وليس على المستهلك من توريد سلع أو خدمات محددة، وعادة ما تراعى الخصائص والوضع الاقتصادي لمتلقي الدخل. وهذا يعكس حقيقة أن ضريبة الدخل هي بشكل عام ضريبة على الأرباح، وليست إجمالي المبيعات. ولما أن ضريبة الخدمات الرقمية تفرض على توريد فئة أو فئات محددة من الخدمات الإلكترونية وعلى أطراف التوريد دون الرجوع إلى الوضع الاقتصادي أو الضريبي المحدد للمورد، ويتم احتسابها بسعر ثابت، محسوباً بالرجوع إلى المقابل المدفوع مقابل تلك الخدمات بدون الإشارة إلى صافي الدخل للمورد أو الدخل من التوريد؛ فإن ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة لن تكون ضريبة دخل. وهذا الاستنتاج يتفق مع تجربة المملكة المتحدة في فرض ضريبة الخدمات الرقمية، والتي اعتمدت على مفهوم الدخل على أنه مقياس للتراكم الصافي لثروة دافع الضرائب بين نقطتين في الوقت، محسوباً بقياس إجمالي إيرادات دافع الضرائب وخصم التكاليف والنفقات ذات الصلة المتكبدة في توليد تلك الإيرادات. على هذا الأساس، لن تكون ضريبة الخدمات الرقمية في مصر ضريبة على الدخل، لأنها ستكون ضريبة على إجمالي الإيرادات من بعض الأنشطة التجارية الرقمية بدلاً من صافي الدخل وتحقق الامتثال لاتفاقيات الازدواج الضريبي.

٤- الحد من الازدواج الضريبي :-

قد ينتج عن تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على شركات التكنولوجيا الرقمية المقيمة في مصر ازدواج ضريبي داخلي، حيث أنها تخضع للضريبة على الدخل وفقاً لأحكام القانون رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥، بينما الشركات الرقمية غير المقيمة لا تخضع حالياً للضريبة أي دخل يُعزى إلى المستخدمين في مصر. لذلك يعتمد الإطار المقترح على خلال خصم مبلغ ضريبة الخدمات الرقمية المسددة من الضريبة على ارباح الأشخاص الاعتبارية لشركات التكنولوجيا الرقمية المقيمة في مصر

٥- التقليل من الضرائب الزائدة :-

أن فرض ضريبة الخدمات الرقمية على أساس الإيراد وليس الدخل يمكن أن يؤدي إلى التزامات ضريبية مرتفعة على شركات التكنولوجيا الرقمية التي تعاني من

الخسائر أو تحقق هوامش ربح منخفضة في ظل معدل دوران مرتفع. أو فرض ضرائب على الشركات الخاسرة. لذلك يتم فرضها بمعدل منخفض ٣%.

٦- التقليل من تأثيرها على شركات التكنولوجيا الرقمية الناشئة :-

تقدم شركة التكنولوجيا الرقمية فوائد مهمة للاقتصاد المصري، لذلك الحكومة ملتزمة بدعمها. وبناءً على ذلك، من المهم ألا تؤدي ضريبة الخدمات الرقمية إلى تقليل نمو قطاع التكنولوجيا الرقمية في مصر، ولا سيما الشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة. لهذا السبب، تم وضع حدود دنيا من الإيرادات لفرض ضريبة الخدمات الرقمية لضمان أنها تستهدف فقط الشركات الرقمية العملاقة والمربحة.

٣/١/٢/٣ خصائص ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة :

في ضوء مفهوم ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة واعتبارات تصميمها يتضح أنها تتسم بالخصائص التالية :-

١- ضريبة مباشرة مستحدثة :-

لا تعتبر ضريبة الخدمات الرقمية وفقا للإطار المقترح بديلا عن ضريبة الدخل أو الضريبة على القيمة المضافة، وإنما ضريبة مستحدثة تستهدف معالجة مشكلة انخفاض الإيرادات الضريبية ومشكلة عدم العدالة الضريبية نتيجة الإجراءات التي تتبعها الشركات الرقمية متعددة الجنسيات لتجنب الضريبي

٢- ضريبة تستهدف نماذج الأعمال الرقمية المعتمدة على مشاركة المستخدمين النشطة :-

تستهدف ضريبة الخدمات الرقمية نماذج الأعمال الرقمية التي تستمد قيمة خدماتها من مشاركة المستخدمين النشطة والتي تشكل أكبر تحدي للإطار الضريبي الدولي الحالي، أي تلك التي لها حجم بدون كتلة (على سبيل المثال، وسائل التواصل الاجتماعي، منصات الاقتصاد التشاركي)، وبالتالي لن تنطبق ضريبة الخدمات الرقمية على بيع السلع أو الخدمات العادية عبر الإنترنت.

٣- ضريبة تفرض على الإيرادات :-

يعتمد الإطار المقترح في فرض ضريبة الخدمات الرقمية على الإيرادات الذي يعزى إلى بلد ما من بعض أنشطة الأعمال الرقمية وليس أرباحها ، لأن فرض الضريبة على الأرباح يتطلب تحديد الأماكن التي تتراكم فيها الأرباح بالفعل، وهو أمر شديد التعقيد، ويصعب رسده بالنسبة للشركات الدولية، ويزداد تعقيدا في الاقتصاد الرقمي، لأن تسوية المدفوعات لا تتم بالضرورة في البلد الذي حصل فيه المستهلك على الخدمة الفعلية. وعلى سبيل المثال في الاقتصاد التقليدي، إذا تم شراء سلعة ما في مصر فسوف يتم سداد ثمنها داخل آليات عمل النظام الاقتصادي المصري ، ومن ثم فإن الأرباح التي تحققها الشركة المقيمة في مصر سوف تخضع للضريبة على أرباح الأشخاص الاعتبارية، ولكن الأمر مختلف تماما في المنصات الرقمية، إذ يمكن المستهلك وهو في الخارج حجز سيارة يستخدمها لتوصيله من مطار القاهرة إلى منزله عن طريق شركة أوبر ومقرها هولندا، وهذا يجعل من الصعب تحديد ارتباط الإيرادات بدولة محددة، ما يجعل شركات المنصات الرقمية تدعي في كثير من الأحيان أنها تحقق مبيعات ضخمة، وأرباحا منخفضة، ولهذا السبب يجب فرض الضرائب على شركات المنصات الرقمية، بما يتناسب مع "وجودها الرقمي" في الاقتصاد الذي سيفرض عليها الضريبة.

٤- ضريبة ذات سعر ثابت :-

يعتمد الإطار المقترح على فرض ضريبة الخدمات الرقمية بنسبة ثابتة ٣% على إجمالي الإيرادات التي تعزى إلى المستخدمين لخدمات المنصات الرقمية في مصر .

٥- ضريبة على المنصات الرقمية على أساس مجموعة موحدة :-

يعتمد الإطار المقترح على فرض ضريبة الخدمات الرقمية على أساس معاملة مجموعة الشركة متعددة الجنسيات المالكة للمنصة الرقمية ككيان واحد، وتجاهل الفصل القانوني بين مختلف أعضاء المجموعة، وتجاهل المعاملات داخل المجموعة.

٦- ضريبة لا تحتاج إلى اتفاق دولي :-

لا يعتبر الإطار المقترح ضريبة الخدمات الرقمية تعديل للقواعد الضريبية الدولية الحالية، وإنما تعتبر تعتبر تدبير مؤقت من جانب واحد دون الحاجة إلى اتفاق دولي، وسيتوقف تطبيقها عندما يتحقق حل دولي لنظام ضريبي يلائم الاقتصاد الرقمي .
٤/٣/١/٣ مفهوم ومؤشرات تحديد موقع المستخدم لخدمات المنصات الرقمية:-

يشير مصطلح المستخدم لخدمات المنصات الرقمية بصفة عامة إلى أي شخص يستخدم خدمات المنصة، ولكن التحديد الدقيق للمستخدم يختلف باختلاف نوع نشاط المنصة. على سبيل المثال، بالنسبة لمنصات الاعلانات الرقمية، قد يكون المستخدم هو أي شخص يشاهد الإعلان أو ينقر عليه وربما يُحتسب نفس الشخص كمستخدمين متعددين إذا قام بعرضه أو نقره عدة مرات، وبالنسبة لمنصات الوساطة الرقمية يمكن أن يكون المستخدم شخصاً يدخل في معاملة باستخدام النظام الأساسي للمنصة مع احتساب كل معاملة كمستخدم منفصل. على أي حال لتطبيق ضريبة الخدمات الرقمية يجب أن يكون تعريف "المستخدم" لكل نوع من منصات الاعمال الرقمية يمكن تحديده بسهولة. ومن أجل تحديد موقع المستخدم، يمكن الاعتماد على قائمة المؤشرات التالية التي يمكن استخدامها لتحديد ما إذا كان ينبغي معاملة المستخدم كمقيم في مصر: عنوان إرسال الفواتير للشخص ؛ عنوان بروتوكول الإنترنت (IP) للجهاز الذي يستخدمه الشخص أو طريقة تحديد الموقع الجغرافي الأخرى؛ التفاصيل المصرفية للشخص، بما في ذلك الحساب الذي يستخدمه الشخص للدفع ؛ رمز البلد المتنقل (MCC) لهوية المشترك الدولي المتنقل المخزنة على بطاقة هوية المشترك (SIM) التي يستخدمها الشخص؛ موقع الخط الأرضي الثابت للشخص الذي يتم من خلاله توفير الخدمة لهم؛ أو معلومات أخرى ذات صلة تجارية^(٣٢).

وتهدف هذه المؤشرات إلى تحديد ما إذا كان المستخدم مقيماً في مصر، وليس ما إذا كان المستخدم في مصر في وقت التعامل مع خدمات المنصة الرقمية. وفقاً لذلك، ستطبق المؤشرات على المقيمين في مصرالذين يستخدمون منصة أثناء وجودهم خارج البلاد، ولن تنطبق على غير المقيمين الذين استخدموا منصة أثناء زيارتهم

مصر. ومع ذلك لتبسيط ضريبة الخدمات الرقمية يقترح الباحثان تطبيقها على المستخدمين غير المقيمين اثناء وجودهم في مصر.

٢/٢/٣ الإطار الفنى لفرض الضريبة على المنصات الرقمية فى مصر :-

يتمثل الإطار الفنى فى قواعد تحديد نطاق ووعاء الضريبة وشروط سريانها وخطوات حسابها وآليات تحصيلها والرقابة عليها كما يلى :-
١/٢/٢/٣ نطاق ووعاء ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة:-

يقترح الباحثان تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على الايرادات السنوية المحلية من نماذج الاعمال الرقمية التى تستمد قدرًا كبيرًا من قيمتها من مشاركة المستخدم النشطة فى مصر، وبالتالي وعاء الضريبة هو المبلغ الإجمالى المستلم، دون أي خصم للنفقات. وهذا يعكس حقيقة أن ضريبة الخدمات الرقمية تفرض على ايرادات توريد الخدمات الرقمية ذات الصلة. لا يتم احتسابها على الربح الذى حققه المورد لتلك الخدمات. وعلى وجه التحديد ستطبق هذه الضريبة على المنصات التالية :-

١- منصات الاقتصاد التشاركي التى تسهل بيع السلع أو الخدمات بين الأشخاص مثل منصة أوبر.

٢- منصات وسائل التواصل الاجتماعى مثل فيسبوك ، واتس أب .

٣- منصات مشاركة المحتوى مثل يوتيوب، وانستجرام .

٤- منصات محركات البحث وبيع بيانات المستخدم مثل جوجل .

ولن تطبق ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات التى لا يعتمد الجزء الاكبر من قيمة خدماتها على مشاركة المستخدم النشطة على وجه التحديد :-

١-مقدمو خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات،مثل شركات الاتصالات ومقدمي خدمات الإنترنت.

٢- منصات بيع السلع أو الخدمات (بخلاف الإعلانات الرقمية أو البيانات) عبر الإنترنت.ولا تطبق الضريبة على السلع المباعة عبر الإنترنت (على سبيل المثال منصة أمازون).

٣-الخدمات المالية الرقمية مثل تحويلات الأموال ومنصات تداول العملات الرقمية .

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونى حسن محفل & د/محمد حارس طه

٤- الخدمات المقدمة مباشرة عبر الإنترنت، مثل الاستشارات الطبية والهندسية والقانونية والمحاسبية المقدمة عبر السحابة.

٤ - خدمات البث التلفزيوني والإذاعي والصحف الإلكترونية .

اما فيما يتعلق بمنصات المحتوى عبر الانترنت مثل منصات المحتوى الاعلامى ومنصات الموسيقى ومنصات الالعاب الالكترونية تنطبق ضريبة الخدمات الرقمية على النظام الأساسى الذى سهل بيع السلع أو الخدمات أو المحتوى بين المشترين والبائعين، بمعنى تنطبق ضريبة الخدمات الرقمية على مالك المنصة، ولكن ليس على الأشخاص الذين قدموا السلعة أو الخدمات أو المحتوى عبر النظام الأساسى.

٢/٢/٢/٣ الشروط المالية لتطبيق ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة :-

يشير تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المؤقت إلى أهمية وجود حد أدنى لفرض ضريبة الخدمات الرقمية لزيادة فرصة تطبيقها على الشركات الرقمية متعددة الجنسيات المربحة، وتقليل تأثيرها السلبي على الشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة والحد من تكاليف الامتثال والتكاليف الإدارية للضريبة، ويوصى التقرير المؤقت لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بوضع مبلغين حد أدنى منفصلتين (يجب تجاوز كلاهما في السنة الضريبية السابقة من أجل تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية) ، لذلك أقرت معظم مقترحات الدول التي اعتمدت هذه الضريبة مبلغ ٧٥٠ مليون يورو من إجمالي المبيعات السنوية للمجموعة كوحدة واحدة فيما عدا المملكة المتحدة، اعتمدت مبلغ ٥٠٠ مليون جنيه استرليني من حجم التداول السنوي العالمي الموحد، اما فيما يتعلق بالحد الأدنى للايرادات السنوية التي تُعزى إلى المستخدمين في الاسواق المحلية، فقد اعتمدت فرنسا حد محلي يبلغ ٢٥ مليون يورو، وإيطاليا ٥٠ مليون يورو، والنمسا ١٠ ملايين يورو، واسبانيا ٣ ملايين يورو، نيوزيلندا ٣.٥ مليون دولار، بينما يبلغ الحد الأدنى للمملكة المتحدة ٥٠ مليون جنيه استرليني. ولتحقيق التوافق مع التوجه العالمى يقترح الباحثان ان يكون الحد الأدنى لتطبيق ضريبة الخدمات الرقمية فى مصر أيضا ٧٥٠ مليون يورو- أو ما يعادلها بالدولار الأمريكى- من إجمالي الإيرادات السنوية العالمية والحد الأدنى للإيرادات السنوية

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

التي تُعزى إلى المستخدمين في مصر مبلغ ٥ مليون يورو أو ما يعادلها بالدولار الأمريكي، لذا يجب تجاوز كلا الحدين وفقا للتقارير المالية المنشورة للشركة لتطبيق ضريبة الخدمات الرقمية.

٣/٢/٢/٣ الواقعة المنشئة لضريبة الخدمات الرقمية المقترحة :-

تتمثل الواقعة المنشئة للضريبة الرقمية المقترحة في اصدار شركات التكنولوجيا الرقمية للتقارير المالية المنشورة معروض فيها حجم ايرادات سنوية عالمية تزيد عن ٧٥٠ مليون يورو أو ما يعادلها للمجموعة كوحدة واحدة .

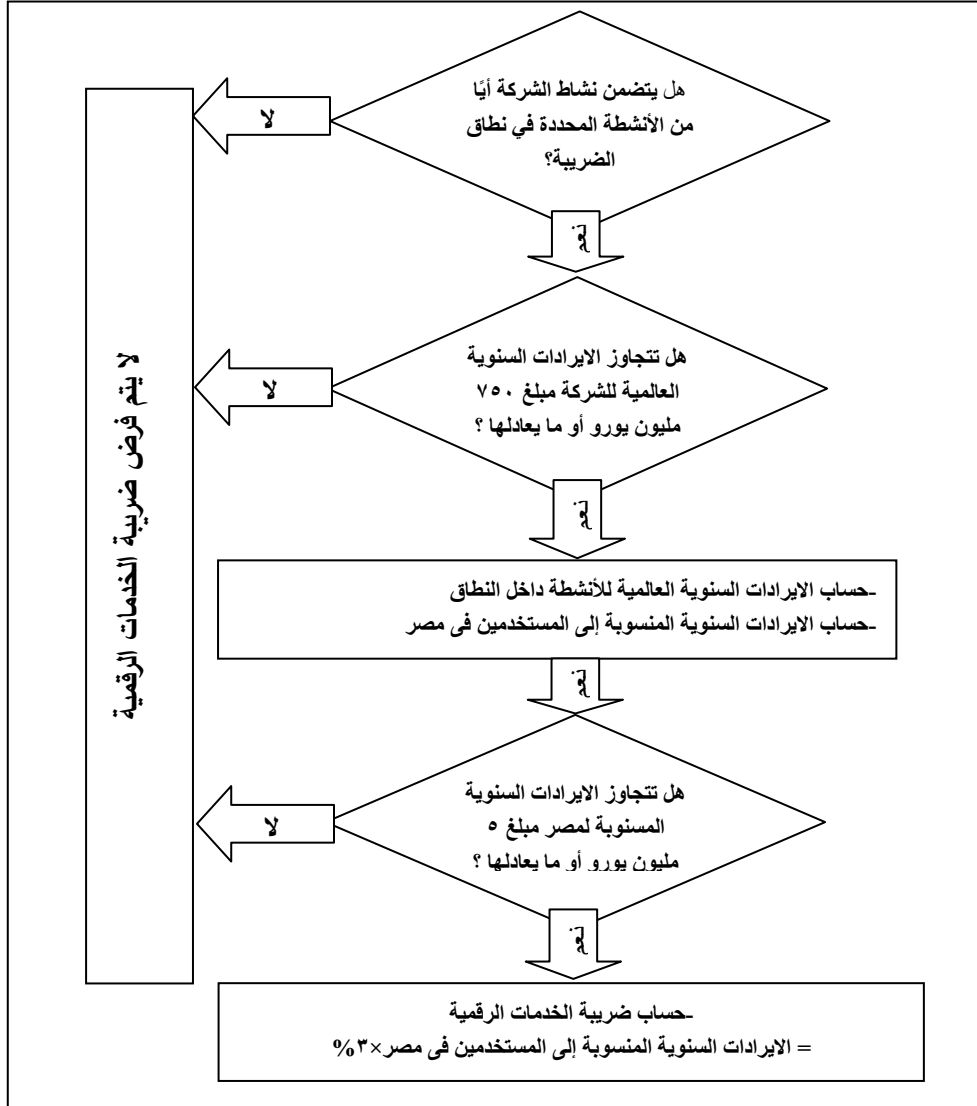
٤/٢/٢/٣ خطوات تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة :-

يعتمد تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة وفقا لاعتبارات تصميمها وخصائصها وشروط تطبيقها على الخطوات في الشكل التالي :-

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي"
 أ.د/ بونس حسن محقل & د/محمد حارس طه

شكل رقم (٢)

خطوات تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة على المنصات الرقمية في مصر



١- اختبار شروط تطبيق الضريبة: حيث تنطبق الضريبة الخدمات الرقمية المقترحة إذا:

أ- يتضمن نشاط شركة التكنولوجيا الرقمية أيًا من الأنشطة المحددة في نطاق الضريبة؛ و

ب- تتجاوز مبيعات الشركة على مستوى المجموعة شروط الحد الأدنى للإيرادات السنوية عالميا ومحليا .

٢- فى حالة توافر شروط تطبيق الضريبة يتم حساب الإيرادات السنوية التى تعزى للمستخدمين فى مصر كما يلى :-

أ- حساب إجمالي الإيرادات العالمية السنوية للشركة التى تعزى إلى أنشطتها التجارية ضمن النطاق ؛حيث إذا استثمرت الشركة فى أنشطة الأعمال داخل وخارج نطاق الضريبة ، فلن يتم إدراج سوى الإيرادات من أنشطة الأعمال داخل النطاق. وبناءً على ذلك، سيتم تقسيم إجمالي إيراداتها بين الأنشطة داخل النطاق وخارجه.

ب- تحديد نصيب الدولة من تلك الإيرادات العالمية السنوية للمجموعة على أساس نسبة عدد المستخدمين فى مصر من إجمالي المستخدمين العالميين ، على سبيل المثال، لنفترض أن الشركة الرقمية عرضت فى قائمة الدخل إجمالي الإيرادات العالمية ٥ مليار دولار ونسبة ٢% من إجمالي المستخدمين العالميين فى مصر. ستكون الإيرادات المنسوبة لمصر = ٥ مليار دولار × ٢% = ١٠٠ مليون دولار.

٣- فى حالة توافر شرط الحد الأدنى للإيرادات السنوية المحلية يتم حساب ضريبة الخدمات الرقمية بمعدل ٣% من نصيب الدولة من تلك الإيرادات السنوية العالمية للشركة وإخطارها بمبلغ الضريبة لتقوم بسدادها الى مصلحة الضرائب المصرية.

٣/٢/٣ الإطار الإدارى لفرض الضريبة على المنصات الرقمية فى مصر :-

تعتبر الإدارة الضريبية هي السلطة المختصة بتنفيذ التشريعات، لذا يصبح لزاما عليها استخدام الوسائل والاساليب اللازمة لضمان أعلى مستوى من كفاءة الحصر والتحصيل والرقابة لضريبة الخدمات الرقمية، غير أن هذا قد يصطدم مع القصور في أداء الإدارة الضريبية لمهامها في مجال حصر وفحص وتحصيل الضرائب بكافة

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

أنواعها، خاصة إذا لم تشهد الإدارة الضريبية تطويرا في أساليب ونظم العمل التي تستخدمها للقيام بمهامها؛ ولذا يقترح الباحثان الآليات التالية لضمان كفاءة تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية في مصر :-

١/٣/٢/٣ إدارة ضريبة الخدمات الرقمية وتكاليف الامتثال لها :-

قد تعترض بعض شركات التكنولوجيا الرقمية متعددة الجنسيات على الامتثال لضريبة الخدمات الرقمية بداعي ارتفاع تكاليف الامتثال لها، ولذلك اعتمد الإطار المقترح على أن تكون ضريبة الخدمات الرقمية أبسط من ضريبة الدخل، وبالتالي سيكون من الأسهل إدارته والامتثال له، وعلاوة على ذلك تم مراعاة أن تكون ضريبة الخدمات الرقمية المقترح تطبيقها في مصر متوافقة مع تلك التي اعتمدها الدول الأخرى بحيث لا تحتاج الشركات متعددة الجنسيات إلى مجموعة إضافية من الأساليب للامتثال لضريبة الخدمات الرقمية في مصر.

٢/٣/٢/٣ سنوية الأقرار عن ضريبة الخدمات الرقمية :-

يقترح الباحثان أن تكون فترة التقرير عن ضريبة الخدمات الرقمية سنوية بما يتماشى مع مع تاريخ اصدار التقارير المالية للشركة . وهذا سيسهل استخدام معلومات التقارير المالية الخاصة بها لتحديد مسؤوليتها عن ضريبة الخدمات الرقمية. ٣/٣/٢/٣ آليات الرقابة والتحصيل :-

يرتبط نجاح تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية بوجود آليات لرقابة وتحصيل هذه الضريبة من شركات التكنولوجيا الرقمية متعددة الجنسيات في ظل عدم وجود مقرات لهذه الشركات بمصر. لذا يقترح الباحثان مجموعة من الآليات للرقابة والتحصيل عند فرض ضريبة الخدمات الرقمية كالاتى :-

١- تطوير برمجيات للتتبع والتعقب :-

يعتمد هذا الاقتراح على التعاون بين مصلحة الضرائب المصرية واحدى شركات التكنولوجيا الرقمية على تطوير برنامج للمحاسبة والضرائب يركز على المنصات الرقمية من خلال تعقب هذه الأنشطة، حيث يقوم أوتوماتيكياً بمزامنة صفقات التبادل ومعاملات المنصات الرقمية ، والابلاغ عن الاحداث الخاضعة للضريبة ، وهذه الآلية

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

استخداماتها دائرة الإيرادات الداخلية بالولايات المتحدة الأمريكية عندما تعاونت مع شركة "ليبراتاكس"، وهي شركة بلوك تشين ناشئة، في تطوير برنامج للمحاسبة والضرائب يركّز على معاملات العملات الرقمية^(٣٣)، وايضا قامت الحكومة اليابانية بإنشاء نظام تتبع يسمح لووكالة الضرائب الوطنية بتجميع البيانات من المنصات الرقمية لتداول العملات المشفرة^(٣٤).

٢- التعاون بين مصلحة الضرائب المصرية والبنوك

تعتبر المعاملات التجارية التي تتم في إطار منظومة المنصات الرقمية مسجلة، حيث يتم استخدام طرق ووسائل المدفوعات الإلكترونية مثل البطاقات المصرفية وبالتالي يتوافر لدى البنك معلومات عن معاملات المنصات الرقمية، ويمكنه أن يعرف لصالح من تتم هذه المدفوعات، وهو ما يعنى أن المعلومات عن معاملات الصفقات التجارية والتحويلات المالية عبر الإنترنت موجودة بالفعل وهناك إمكانية متابعتها من خلال الربط والتعاون مع البنوك .

٣- تقليل سرية الحسابات البنكية أمام مصلحة الضرائب المصرية :-

تتطلب رقابة وتحصيل الضرائب على المنصات الرقمية اطلاع مصلحة الضرائب المصرية على الحسابات البنكية عند المعاملات المالية الإلكترونية، وبالتالي مراعاة ذلك عند تعديل التشريعات الضريبية والمصرفية المصرية حتى يمكن لمصلحة الضرائب المصرية التعامل مع البيانات التي تتلقاها حول أنشطة المنصات الرقمية .

٤- استخدام نموذج تسجيل الموردين عبر الإنترنت

يتوقع الباحثان أن ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة ستنطبق غالبا على شركات التكنولوجيا الرقمية غير المقيمة، وبالتالي هناك عدد محدود من الوسائل المتاحة لمصلحة الضرائب المصرية لتحصيل هذه الضريبة، وعلى الرغم من ذلك اظهرت بعض شركات التكنولوجيا الرقمية متعددة الجنسيات استعدادها بشكل عام للامتثال للتشريعات الضريبية وتعاونها مع مصلحة الضرائب المصرية على سبيل المثال، كان هناك امتثال عالي من شركة فيسبوك وشركة أوبر مع ضريبة القيمة المضافة على خدماتها الرقمية في مصر، ويرى الباحثان إمكانية معالجة هذه المشكلة جزئياً

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

باستخدام نموذج تسجيل الموردين عبر الإنترنت على غرار ذلك الذي تم استخدامه في تحصيل ضريبة القيمة المضافة على المبيعات عبر منصات التجارة الإلكترونية. وهذا يتطلب تسجيل وكلاء أو ممثلي المنصات الرقمية في مصر مع مسؤولية قانونية عن سداد ضريبة الخدمات الرقمية .

٥ - الاستقطاع من المنبع :-

في حالة عدم قيام المنصات الرقمية بتوفير اوضاعها للامتثال الضريبي من خلال مزاوله النشاط من خلال منشأة دائمة في مصر، يمكن استقطاع الضريبة من المنبع، فعلى سبيل المثال تلتزم الشركات المعلنة باستقطاع الضرائب على الاعلانات الرقمية وستتحمل منصات الانترنت مسؤولية تهرب عملاتها من دفع الضرائب على الأرباح المجنية من خلال المنصات.

٣/٣ أهمية الإطار المقترح لتطبيق ضريبة الخدمات الرقمية في مصر :-

ترجع أهمية الإطار المقترح بصفة رئيسية في تقديم ضريبة الخدمات الرقمية كوسيلة لجمع الضرائب من شركات التكنولوجيا الرقمية غير المقيمة في مصر، والتي تمثل التحدي الأكبر للإطار الضريبي الدولي والتشريعات الضريبية المصرية الحالية، بالإضافة إلى ذلك، ومن هنا تتمثل أهمية هذا الإطار في الاعتبارات التالية:

١- يوفر الإطار المقترح قاعدة عامة وليس اتفاق فردي مع شركة أو قطاع بعينه، وبالتالي يساعد في المحاسبة الضريبية لمجتمع جديد نشأ عن الطفرة في خدمات التكنولوجيا الرقمية، والذي يتعدى مجرد منصات النقل الذكي ليشمل منصات الاعلانات الرقمية وغيرها من التطبيقات دائمة الظهور في المجالات المختلفة.

٢- يقدم الإطار المقترح أسلوباً بسيطاً نسبياً لحساب ضريبة الخدمات الرقمية وإدارته مقارنة بضريبة الدخل،

٣- يمكن الاسترشاد به في تعديل التشريعات الضريبية أو اصدار تعليمات تنفيذية أو كتب دورية من للسلطات الضريبية التي يسترشد بها ماموري الضرائب عند فرض ضريبة الخدمات الرقمية في مصر.

- ٤- ترشيد اداء الادارة الضريبية عند فرض ضريبة الخدمات الرقمية فى مصر من خلال المساهمة فى تقديم حلول للمشكلات والصعوبات التى تواجه مامورى وفاحصى الاقرارات الضريبية للاشخاص العاملة فى هذا المجال .
- ٥- كتقدير تقريبي، يتوقع الباحثان أن تكون الحصيلة السنوية من تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية بين ١٠٠ مليون دولار و ١٥٠ مليون دولار سنويا اعتمادًا على معايير تصميمها، وتقديرات حجم اقتصاد المنصات فى مصر،
- ٦- يودى تطبيق الإطار المقترح إلى فوائد أخرى تتمثل فى ثقة المجتمع الضريبي فى عدالة النظام الضريبي المصرى من خلال فرض الضرائب على الشركات الرقمية متعددة الجنسيات التى ليس لها وجود مادي فى مصر (وبالتالى لا تخضع لضريبة الدخل)، وهو عامل مهم يساعد على الامتثال الضريبة الطوعي،
- ٧- هناك مخاطرة فى انتظار توصل مجموعة العشرين ومنظمة التعاون الاقتصادى والتنمية إلى حل دولى للتحديات الضريبية للاقتصاد الرقمية، حيث يودى القيام بذلك دون الاستعداد بالنظر فى كيفية تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية فى مصر إلى عدم عدالة النظام الضريبي المصرى ،
- ٨- علاوة على ذلك ، قد لا يسري أى حل دولى تحققه منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية حتى عام ٢٠٢٥، حتى لو تم تحقيقه فى عام ٢٠٢٠. فى غضون ذلك، سنظل الشركات الرقمية متعددة الجنسيات تخضع للضرائب بشكل غير عادل،
- ٩- بالإضافة إلى ذلك، هناك بعض المكاسب الأخرى من تبني ضريبة الخدمات الرقمية يتمثل فى تدعيم موقف مصر من مشاورات منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية و تحفيز البلدان المتقدمة على سرعة التوصل لنظام ضريبي عالمى يلائم الاقتصاد الرقمية،
- ١٠- هناك أيضاً مشكلة تتعلق باعتماد أى حل متفق عليه دولياً. سيتطلب هذا الحل تعديلات التشريعات الضريبية المحلية، والتي ستكون اختيارية ، حيث لا توجد طريقة لإجبار الدولة على تغيير ضريبة الخدمات الرقمية وفقاً لذلك، فان تقديم ضريبة الخدمات الرقمية حتى إذا تم التوصل لنظام ضريبي عالمى يلائم الاقتصاد الرقمية،

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "
أ.د/ بونس حسن محقل & د/محمد حارس طه

سيتم تطبيقها على الشركات الرقمية العاملة خارج البلدان التي لا تقوم بتطبيق هذا الحل.

وبعد أن خلص الباحثان من التعريف بالإطار المقترح لفرض ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات الرقمية في مصر من حيث الاهداف والمفاهيم وعناصر الإطار وأهميته في ترشيد الممارسة الضريبية وبالتالي الاختبار النظري للفرض الثاني من فروض البحث، يتناول في القسم التالي كيفية تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية وفقا الاطار المقترح على منصات النقل البرى للركاب باستخدام التكنولوجيا الرقمية في مصر

القسم الرابع

دراسة تطبيقية لفرض الضريبة على منصات النقل البري للركاب باستخدام التكنولوجيا الرقمية في مصر

المقدمة :-

تعتبر شركة أوبر Uber أول وأكبر شركات توصيل الركاب حول العالم باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مسخرة مفهوم الاقتصاد التشاركي. فالشركة لا تملك سيارة أجرة واحدة إطلاقاً، وخدمتها تقوم على استخدام تطبيق على الهواتف الذكية، يتيح لمستخدميه طلب التوصيل الى اي مكان عن طريق توجيه سائقي اوبر الذين يستخدمون سياراتهم الخاصة في تنفيذ طلبات التوصيل، ومنذ إطلاقها، قامت العديد من الشركات الأخرى بنسخ نموذج أوبر في أعمالها .

ويعد مركز شركة «أوبر» لخدمات النقل البري للركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية بالقاهرة الجديدة هو المركز الأكبر لشركة أوبر على مستوى الشرق الأوسط وأفريقيا، وثاني أكبر مراكز أوبر في العالم، لذلك أصدرت الدولة القانون رقم (٨٧) لسنة ٢٠١٨ بشأن تنظيم خدمات تنظيم خدمات النقل البري للركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات والمعلومات، والذي يقطن نماذج الاعمال الرقمية في مجال النقل البري. لذا يتناول هذا القسم تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية المقترحة على شركة «أوبر» في مصر من خلال التعريف بالشركة واستراتيجيتها في التجنب الضريبي وتقييم اتفاقية التحاسب الضريبي لها مع مصلحة الضرائب المصرية وكيفية تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على نشاطها في مصر من خلال النقاط العلمية التالية :-

١/٤ التعريف بالشركة :-

شركة أوبر هي شركة تكنولوجية أمريكية متعددة الجنسيات على شبكة الإنترنت، مقرها في مدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا، قامت بتطوير نموذج اعمال رقمي يعمل كوسيط يتيح لمستخدمي الهواتف الذكية طلب سائق مع سيارته بغرض التنقل. وقد بدأت فكرة شركة أوبر في منتصف عام ٢٠٠٨ حين لم يتمكن ترافيس كالانيك من الحصول على سيارة أجرة في باريس، وذلك خلال ذهابه لحضور مؤتمر حول

التكنولوجيا ومن هنا جاءت فكرة الاستفادة من خدمات الهواتف الذكية وتطبيقاته المتعددة في مجال المواصلات العامة ، لذا استعانة براند الاعمال جاريت كامب لتصميم تطبيق على الهواتف الذكية يحضر سيارة للنقل ، وتم تأسيس الشركة عام ٢٠٠٩ في سان فرانسيسكو تحت اسم Uber Cab براس مال اولي بلغ نحو ٢٠٠ الف دولار والذي وصل بعد عام واحد في ٢٠١٠ الى ١.٢٥ مليون دولار، وأطلقت أوبر رسمياً تطبيقها على الهواتف الذكية عام ٢٠١١ في نيويورك وباريس حتى بدأ المشروع ينتشر في امريكا بالكامل حتى عام ٢٠١٢^(٣٠).

وبعد عام ٢٠١٢ بدأت تطبيق اوبر في الانتشار في اكثر من ٥٠ دولة و ٣٠٠ مدينة حول العالم واستطاعت شركة اوبر ان تعمل على تخفيض نسب البطالة في العديد من البلدان التي انتشرت بها وايضاً توفير الكثير من الوقت على الناس الذين كانوا يعتمدون على سيارات التاكسي ، ثم توسعت الشركة للعديد من المدن العالمية. حتى وصلت عام ٢٠١٥ لأكثر من مليار عملية إركاب، وحاز تطبيق "أوبر" على لقب أتمن شركة ناشئة في العالم، واصبحت اوبر شركة متعددة الجنسيات من حيث مصادر رأس المال، حيث ضخ صندوق الاستثمارات العامة السعودي في يونيو ٢٠١٦ استثمارات في شركة "أوبر" بقيمة ٣.٥ مليار دولار، كما ضخت مجموعة "سوفت بنك" اليابانية في ديسمبر ٢٠١٧ استثمارات بقيمة ٧ مليارات دولار للمساعدة في إصلاح الشركة التي كانت تواجه سيلا من الأخبار والعناوين السلبية و دعوى قضائية من وحدة سيارة جوجل ذاتية القيادة، زعمت فيها أنها سرقت أسرار تجارية. وتستثمر شركة "أوبر" حالياً وبشكل مكثف في مجال السيارات بتكنولوجيا القيادة الذاتية، والسيارات الطائرة لحماية أعمالها مستقبلاً، لتتوقع انطلاق عمليات كاملة بأسطول من السيارات الطائرة بحلول عام ٢٠٢٣. كما أعلنت شركة "أوبر" عن إتمامها عملية الاستحواذ على شركة كريم، مقابل ٣.١ مليار دولار أمريكي تتكون من ١.٧ مليار دولار أمريكي من سندات القرض القابلة للتحويل و ١.٤ مليار دولار نقداً. وأصبحت "كريم نتوركس"، الآن، شركة تابعة ومملوكة بالكامل لشركة أوبر، لكنها ستحافظ على اسمها التجاري، ومع إتمام الصفقة، أصبحت شركة أوبر تستحوذ

على الأعمال الخاصة بشركة كريم في مجال النقل والتوصيل والدفع في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط، إذ تستحوذ كريم على نسبة عالية من تطبيقات النقل على الهواتف الذكية في السوق العربي والمصري خصوصاً كما حققت نجاحاً مبهراً في السوق الخليجية أما شركة أوبر فقد حققت أرباحاً تصل إلى مليارات الدولارات على مستوى العالم^(٣٦).

٢/٤ تنظيم خدمات النقل البري باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مصر:-
صدر القانون رقم (٨٧) لسنة ٢٠١٨ لينظم خدمات النقل البري للركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض تقنين عمل المنصات الرقمية لنقل الركاب في مصر مثل أوبر وكريم وسويفل ووصلني، وألزم القانون الشركات المرخص لها بإتاحة أو أداء الخدمة بدفع رسوم ترخيص بحد أقصى ٣٠ مليون جنيه لمدة ٥ سنوات على أن تسدد ٢٥% من الرسوم في بداية الترخيص ويسدد الباقي على المدة المتبقية من الترخيص، وقد قسمت اللائحة التنفيذية رسوم الترخيص إلى ستة شرائح وفقاً لعدد المركبات، فرسوم الترخيص للشريحة الأولى من ٥ آلاف مركبة فأقل ٣ ملايين جنيه، الشريحة الثانية ما يزيد على ٥ آلاف إلى ١٠ آلاف مركبة ٦ ملايين، الشريحة الثالثة ما يزيد على ١٠ إلى ٢٠ ألف مركبة ١٢ مليون جنيه، الشريحة الرابعة ما يزيد على ٢٠ ألف إلى ٣٠ ألف مركبة ١٨ مليون جنيه، الشريحة الخامسة ما يزيد على ٣٠ ألف إلى ٥٠ ألف مركبة ٢٤ مليون جنيه، الشريحة السادسة ما يزيد على ٥٠ ألف مركبة ٣٠ مليون جنيه. كما يلزم القانون أصحاب المركبات المصرح لها بالعمل مع هذه الشركات بسداد الرسوم وضرائب السيارات المحددة في قانون المرور، يضاف إليها ٢٥% من إجمالي الضرائب والرسوم معاً. وعلاوة على ذلك تلتزم الشركات المرخص لها بإتاحة أو تقديم خدمات النقل البري باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتقديم بيان ربع سنوي بأسماء ممارسي الخدمة سواء كانوا شركات مرخصا لها أو أشخاصاً طبيعيين على نموذج تصدره مصلحة الضرائب ويجب إبلاغها بكل تغيير أو تعديل يطرأ على هذا البيان في موعد غايته ١٥ يوماً من تاريخ التغيير أو التعديل. وتخضع خدمة النقل الذكي لضريبة القيمة المضافة ويجب على الشركات ووكلائها

تحصيل وتوريد هذه الضريبة. وتضمن القانون ولائحته التنفيذية أحكاما فيما يتعلق بجودة الخدمة والرقابة والتفتيش عليها، وضوابط التعريف، وسرية وخصوصية البيانات وتأمين المعلومات والعقوبات على الشركات والسائقين الذين يعملون دون الحصول على التراخيص اللازمة، ومخالفة ضوابط التأمين على السائقين، أو قواعد حماية البيانات، أو عدم الالتزام بدمج سيارات الأجرة، وتتراوح العقوبات بين الغرامة المالية لا تقل عن مائتي ألف جنيه ولا تزيد على خمسة ملايين جنيه وتصل إلى إلغاء ترخيص التشغيل^(٣٧).

والخلاصة أن صدور قانون تنظيم خدمات نقل الركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يستلزم توفيق أوضاع الشركات العاملة في هذا النشاط ضريبياً. ٣/٤ استراتيجية شركة أوبر في التجنب الضريبي :-

اعتمدت شركة أوبر في التجنب الضريبي على استراتيجية الملاذات الضريبية التي تتبعها غالبية شركات التكنولوجيا الرقمية مثل "جوجل" و"آبل" و"مايكروسوفت" و"فيسبوك" وغيرها من الشركات الأمريكية الكبرى، والتي تساعدها على تجنب دفع الضرائب على دخلها المحقق عن مبيعاتها في الأسواق الخارجية، ولكن بشرط ألا يتم إرجاع الأموال إلى البلد الأم. حيث قامت شركة أوبر بتأسيس ثلاثة شركات خارج الولايات المتحدة الأمريكية، الأولى في برمودا، الثانية في سنغافورة، الثالثة في هولندا، ثم قامت بنقل ملكية حقوقها الفكرية المتعلقة بتطبيقاتها التكنولوجية إلى الشركة في برمودا بسعر بيع منخفض قدر الإمكان حتى لا تجد الشركة الأمريكية نفسها مضطرة لدفع ضرائب على هذه الصفقة لمصلحة الضرائب الأمريكية، ومن ناحية أخرى لا توجد ضرائب على الأرباح في برمودا، بعد عملية البيع هذه قامت الشركة في برمودا بمنح ترخيص للشركة في سنغافورة يسمح له باستخدام حقوق الملكية الفكرية، والتي قامت بدورها بترخيص ذات الحقوق إلى الشركة في هولندا كما حدث في المخطط الأول، ومن هنا تقوم شركة أوبر ببيع خدماتها في الأسواق الخارجية عبر الشركة الهولندية والتي تقوم بتحويل هذه الأموال إلى الشركة في سنغافورة كرسوم مقابل استخدام حقوق الملكية الفكرية بعد خصم مبلغ

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونيس حسن محفل & د/محمد حارس طه

صغير جدا ، هذا هو كل المبلغ الخاضع للضريبة في هولندا بمعدل ٧% -على الرغم من ان معدل الضريبة على ارباح الشركات في هولندا ٢٥%، الا أن الدخل من الممتلكات غير الملموسة، مثل الإتاوات ورسوم الترخيص، يمكن أن يخضع للضريبة بنسبة ٧%، فقط - ثم تقوم الشركة في سنغافورة بدورها بتحويل هذه الاموال أيضاً بعد خصم مبلغ صغير جدا هذا هو كل المبلغ الخاضع لضريبة الارباح في سنغافورة بمعدل ١٧% ودون استقطاع أى ضرائب من المبلغ إلى الشركة في برمودا على أنها رسوم استغلاله للترخيص، وبهذه الاستراتيجية تم إخفاء إيرادات شركة أوبر خلفه بند "رسوم استخدام الترخيص" في الشركة السنغافورية والشركة الهولندية، وحصلت الشركة في برمودا على معظم الإيرادات ولا توجد ضرائب على الارباح في برمودا، وهكذا تتحرك الأموال من هولندا إلى سنغافورة قبل أن تستقر في برمودا دون أن تضطر الشركة الأمريكية لدفع أي شكل من أشكال الضرائب.

وفي إطار الحرب التي يشنها الاتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على الملاذات الضريبية حول العالم، وأستراتيجيات التجنب الضريبي المختلفة، خاصة لشركات التكنولوجيا الرقمية اعلنت شركة أوبر عن نقل موطنها الشكلي من جزر برمودا حيث لا تدفع أى ضرائب على الارباح إلى مقر الشركة في هولندا بعد ان حصلت على خصم ضريبي من السلطات الهولندية يصل إلى ٦.١ مليار دولار سنوياً على أى أرباح قد تحققها، وهو ما يعني أن الشركة قد لا تدفع ضرائب على الإطلاق عن جزء كبير من ارباحها، وعلى الرغم من ان هذا الخفض لا يطبق إلا على فاتورة الضرائب للشركة في هولندا، الا انه سيخفض بالتأكيد عبء الضريبة العالمية الشاملة للشركة إذا تحولت للربحية، وفي الوقت نفسه، يمكن للشركة استخدام خسائرها في الولايات المتحدة لخفض الضرائب الأميركية، فلقد اظهرت التقارير المالية للشركة خسائر التشغيل بأكثر من ١٠ مليارات دولار على مدار السنوات الثلاث الماضية من ٢٠١٧-٢٠١٩، هذه الخسائر ستتيح للشركة توفير حوالي مليار دولار من الضرائب الفيدرالية، وحوالي ٢٢٠ مليون دولار من ضرائب الولاية، أو ما

مجموعه حوالي ١.٢ مليار دولار، بالإضافة إلى ٦.١ مليار دولار التي لن تدفعها في هولندا^(٣٨).

والخلاصة قامت شركة أوبر بخلط الأوراق من أجل تلبية مطالب البيئة الضريبية العالمية الجديدة والحفاظ على فواتير الضرائب منخفضة من خلال خصم ضريبي من هولندا ليس لها تاريخ انتهاء صلاحية، وهي أفضل من الخسائر الأميركية التي لا يمكن ترحيلها للمستقبل بعد التعديلات الأخيرة التي تم إجرائها على قانون الضرائب الأميركي الجديد الذي خفض معدل الضريبة على ارباح الشركات من ٣٥% إلى ٢١% ولم يشجع الشركة على نقل ملكيتها وأرباحها مرة أخرى إلى الولايات المتحدة، لأنها لا تزال قادرة على دفع ضرائب أقل عن طريق الحفاظ على كيانات معينة في الخارج^(٣٩).

٤/٤ تفويج اتفاقية التحاسب الضريبي لشركة أوبر مصلحة الضرائب المصرية :-

دخلت مصلحة الضرائب المصرية في مفاوضات مع شركة أوبر بشأن الضرائب المستحقة عليها منذ دخولها السوق المصرية؛ اسفرت في فبراير ٢٠١٩ عن اتفاق يقضى بما يلي :-

- ١- خضوع خدمات نقل الركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للضريبة على القيمة المضافة بمعدل ١٤% منذ مايو ٢٠١٨.
- ٢- تحصل الشركة نسبة إضافية تبلغ ٣% من الأجرة التي يتقاضها السائق يتم توريدها إلى مصلحة الضرائب المصرية كضريبة دخل على السائقين، وقد جاءت نسبة ٣% ضريبة دخل للسائق بعد دراسة فعلية للنشاط قامت بها مصلحة الضرائب المصرية شملت متوسط ساعات العمل والإيرادات وسنة الموديل، وأسفرت عن ان السيارات التي يقل عمرها عن ٥ سنوات يكون أيام العمل لها ٣٠٠ يوماً و ٢٣٠ يوماً للسيارات سنة الموديل اقل من ١٠ سنوات و ١٩٠ يوماً للسيارات موديل اقل من ١٥ سنة وتم تحديد ١٢٠ جنيهاً إيراد السيارة في القاهرة في اليوم الواحد و ١٠٠ جنيه في المحافظات الأخرى وبناء عليه تم تحديد نسبة ٣% من الأجرة كضريبة دخل على السائق.

ولتنفيذ هذا الاتفاق قامت الشركة بما يلي :-

١- التسجيل بالضريبة على القيمة المضافة، واتفقت مع مكتب اندرسون للاستشارات بالقاهرة على تعيينه وكيلاً لها لسداد الضريبة على القيمة المضافة نظير خدماتها التي تقدمها في السوق المحلى، وبدأت الشركة فى توريد ضريبة القيمة المضافة بواقع ١٤% على المبالغ التي تحصل عليها من السائقين، علاوة على توريد مبالغ ضرائب الدخل المحصلة من السائقين (١٠).

٢- إعادة هيكلة أسعار خدماتها في مصر ليرتفع العداد لخدمة أوبر إكس من ٧ جنيهات إلى ٧.٢٥ جنيهات، وفتحة العداد لخدمة أوبر سيليكيت من ١٠ جنيهات إلى ١٢ جنيها، وسعر الكيلومتر من ٢.٣٠ إلى ٢.٥٥ جنيهين بالنسبة لخدمة أوبر إكس، ومن ٣.٣٠ جنيهات إلى ٣.٥٠ جنيهات بالنسبة لأوبر سيليكيت (١١).

٣- الحصول على ٢٣% من الأجرة من السائق منها ٢٠% حصة الشركة، ٣% ضريبة دخل على السائق.

وبتحليل هذا الاتفاق يتضح للباحثان على الرغم من أهميته فى تحديد المعاملة الضريبية لشركات النقل البرى للركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية فى تعزيز الثقة والتعاون بين مصلحة الضرائب المصرية والمجتمع الضريبي، الا انه يؤخذ عليه ما يلى :-

١- ان حساب الضريبة على دخل السائقين بواقع نسبة مقطوعة ٣% من الأجرة يعارض احكام قانون الضريبة على الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته من عدة أوجه منها فرض الضريبة على الايراد وليس الدخل ، وعدم مراعاة اعفاءات الاشخاص الطبيعيين و تكاليف الحصول على الايراد من صيانة السيارة والوقود والاهلاكات.

٢- يثير هذا الاتفاق مشكلة ازدواج ضريبي، حيث يلتزم السائق بسداد الضرائب والرسوم المحددة بقانون المرور يضاف إليها ٢٥% من إجمالي الضرائب والرسوم وفقا لاحكام قانون تنظيم خدمات النقل البرى للركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات ، كما يلتزم بسداد ٣% من الأجرة كضريبة دخل وفقا لهذا الاتفاق .

٣- قامت الشركة بتحميل الاعباء الضريبية المترتبة على تنفيذ الاتفاق على المستخدمين لخدمات المنصات الرقمية فى النقل من خلال إجراء تعديل على أسعار

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

الخدمات التي تقدمها في السوق المصري .

٤- لم يراعى الاتفاق تقديم حوافز لتشجيع خدمات النقل الجماعي باستخدام التطبيقات التكنولوجية لخفض الزحام المروري التي تحدثه السيارات الخاصة ، وهو أمر شديد الملائمة للحالة المصرية.

٤/٥ تطبيق الإطار المقترح لضريبة الخدمات الرقمية على شركة أوبر في مصر:-
تبين مما سبق ان شركة أوبر شركة تكنولوجية تدير منصة رقمية لنقل الركاب في دول العالم، وتستمد دخلها من المبالغ التي تحصل عليها من السائقين المستخدمين لتطبيقاتها التكنولوجية ، وفيما يلي كيفية تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على نشاط الشركة في مصر :-

اولا : البيانات اللازمة للتطبيق ومصادر الحصول عليها :-

يحتاج تطبيق الإطار المقترح لضريبة الخدمات الرقمية على نشاط شركة أوبر في مصر البيانات التالية :-

أ- الإيرادات السنوية العالمية للشركة ، والتي أمكن الحصول عليها من التقارير المالية المنشورة على الموقع الإلكتروني للشركة عن عام ٢٠١٩ والتي بلغت ١٤.١٤٧ مليار دولار عن عام ٢٠١٩ وفقا للملحق البحث

ب - عدد المستخدمين لخدمات منصة أوبر ١٠.٣ مليون مستخدم على مستوى العالم منها ٤.٦٣٥ مليون مستخدم في مصر خلال عام ٢٠١٩ ، وقد تم الحصول عليها من موقع شركة Statista العالمية^(٢).

ثانيا : خطوات تطبيق الإطار المقترح لضريبة الخدمات الرقمية على نشاط الشركة في مصر :-

يمكن تطبيق الإطار المقترح لضريبة الخدمات الرقمية على نشاط الشركة في مصر من خلال الخطوات التالية :-

١- اختبار ما إذا كان نشاط الشركة يقع ضمن نطاق ضريبة الخدمات الرقمية:-
تقوم الشركة بتشغيل منصة رقمية لنقل الركاب، وبالتالي يعتبر نشاط تجارى يقع داخل نطاق ضريبة الخدمات الرقمية.

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

٢- اختبار ما إذا كانت إيرادات الشركة تحقق شروط تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية وهذا يتطلب :-

أ- تحديد إجمالي الإيرادات العالمية السنوية المنسوبة إلى الأنشطة التجارية داخل نطاق ضريبة الخدمات الرقمية .

تقوم الشركة بنشاط النقل باستخدام التطبيقات التكنولوجية، وبالتالي فإن كل الإيرادات السنوية العالمية عن عام ٢٠١٩ والموضحة بقائمة الدخل للشركة بمبلغ ١٤.١٤٧ مليار دولار داخل نطاق ضريبة الخدمات الرقمية وتتجاوز الحد الأدنى لفرض ضريبة الخدمات الرقمية وفقا للإطار المقترح وهو ٧٥٠ مليون دولار.

ب- تحديد نسبة الإيرادات السنوية المنسوبة لنشاط الشركة في مصر ،

يتم حساب نسبة المستخدمين في مصر بالمعادلة التالية

المستخدمين لنشاط الشركة في مصر × ١٠٠

إجمالي المستخدمين العالمين لنشاط الشركة = نسبة المستخدمين في مصر

إذا

$$١٠٠ \times ٤.٦٣٥$$

$$\%٤.٥ = \frac{١٠٣}{١٠٠} = \text{نسبة المستخدمين في مصر}$$

أى يوجد ٥% من إجمالي مستخدمي خدمات الشركة في مصر، وبالتالي فإن ٥% من إجمالي إيرادات الشركة يُعزى أيضاً إلى مصر، وهذا يعني أن الإيرادات المنسوبة لنشاط الشركة في مصر = ١٤.١٤٧ مليار دولار × ٤.٥% = ٦٣٦.٦١٥ مليون دولار، وبالتالي تتجاوز أيضاً الحد الأدنى لفرض ضريبة الخدمات الرقمية وفقاً للإطار المقترح وهو ٥٠ مليون جنيه مصري .

٥- حساب ضريبة الخدمات الرقمية المستحقة على نشاط شركة أوبر في مصر .

يتم تحديد ذلك عن طريق ضرب الإيرادات المنسوبة إلى مصر × معدل الضريبة

$$= ٦٣٦.٦١٥ \text{ مليون دولار} \times ٣\% = ١٩.٠٩٨٤٥ \text{ مليون دولار} .$$

٦- قيام الشركة بسداد ضريبة الخدمات الرقمية المستحقة عن نشاطها في مصر عن عام ٢٠١٩ .

تستحق ضريبة الخدمات الرقمية عن نشاط الشركة في مصر بمجرد نشر قوائمها المالية السنوية ، وحيث ان إيرادات الشركة في السوق المحلي بالجنيه المصرى فيمكنها سداد الضريبة بالعملة المحلية وفقا لمتوسط سعر صرف الدولار عن سنة المحاسبة وهي ٢٠١٩ وهو ١٦.٥ ج / دولار

وبالتالى مبلغ الضريبة على نشاط شركة أوبر في مصر عن عام ٢٠١٩ بالجنيه المصرى

= ١٩.٠٩٨٤٥ مليون دولار × ١٦.٥ ج / دولار = ٣١٥١٢٤٤٢٥ جنيه مصرى
٦/٤ أوجه اختلاف بين الإطار المقترح لضريبة الخدمات الرقمية عن اتفاقية مصلحة الضرائب المصرية :

يختلف الإطار المقترح لضريبة الخدمات الرقمية عن اتفاقية التحاسب الضريبي مع شركة أوبر فيما يلى :

١- يركز الإطار المقترح على فرض ضريبة الخدمات الرقمية على إيرادات نشاط المنصات الرقمية التى تعزى للمستخدمين فى مصر، بينما تركز اتفاقية التحاسب الضريبي مع شركة أوبر على ضريبة القيمة المضافة ، والضريبة على دخل السائقين المتعاملين مع الشركة بواقع نسبة مقطوعة ٣% من الأجرة.

٢- يتسق الإطار المقترح مع احكام قانون تنظيم خدمات النقل البرى للركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات رقم (٨٧) لسنة ٢٠١٨ ، بينما يودى تطبيق اتفاقية التحاسب الضريبي مع شركة أوبر فى ظل هذا القانون إلى ازدواج ضريبي.

٣- لا يخالف الإطار المقترح احكام احكام قانون الضريبة على الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته، بينما تخالف اتفاقية التحاسب الضريبي مع شركة أوبر احكام هذا القانون من حيث فرض ضريبة على السائقين المتعاملين مع الشركة على اساس الايراد وليس على الدخل .

٤- لا يوجد تعارض بين الإطار المقترح واتفاقية منع الازدواج الضريبي بين مصر وهولندا بلد تأسيس الشركة التابع لها مركز أوبر فى مصر التى تحول دون قدرة مصلحة الضرائب المصرية على تحصيل الضريبة على ارباح الشركة من عملياتها فى السوق المصرى .

القسم الخامس

الخلاصة والنتائج والتوصيات

والتوجهات البحثية المستقبلية

١/٥ خلاصة والنتائج

هدف البحث إلى تقديم إطار مقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية وتطبيقه على منصات نقل الركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية في مصر، وقد خلص البحث إلى عدة نتائج من أهمها:

١- تثير المنصات الرقمية في ظل التشريعات الضريبية الحالية في مصر عدة مشكلات ضريبية بعضها مرتبط بقصور المفاهيم مثل مفهوم المنشأة الدائمة ومفهوم اقليمية الضريبة ومشكلات رفض الدول الأجنبية المالكة لشركات التكنولوجيا الرقمية العالمية الخضوع لقوانين الضرائب الوطنية وصعوبة تحديد الواقعة المنشئة للضريبة ووعاء الضريبة وافتقار الادارة الضريبية إلى الوسائل والبرمجيات المتخصصة لتحقيق الرقابة الفعالة على المنصات الرقمية، وعدم وجود أساليب حصر ضريبية متطورة تمكن مصلحة الضرائب المصرية من فحص وربط الضريبة على الصفقات والتحويلات التي تتم عبر الانترنت

٢- تتحكم المنصات الرقمية في قواعد ضخمة من البيانات، وتمتلك القدرة على تتبع حركة هذه البيانات وتخزينها ونقلها وهو ما يتيح لها فرصة استغلال تلك البيانات وتوظيفها في تحقيق أرباح طائلة من خلال معرفة تفضيلات المستخدمين، واستخدامها في عمليات التسويق المختلفة. وتعتمد كثيراً على الأصول غير الملموسة، مثل براءات الاختراع والعلامات التجارية أو البرمجيات وعناصر الملكية الفكرية الأخرى التي يصعب تقدير قيمتها، مما يعني أن الدخل المنسوب إليهم يمكن نقله بسهولة إلى البلدان منخفضة الضرائب وبالتالي صحة الفرض الاول من فروض البحث.

٣- تتعدد مجالات وأنشطة المنصات الرقمية والتي يمكن للانظمة الضريبية ان تستهدفها ومنها أنشطة الاقتصاد التشاركي والاعلانات الرقمية والالعاب الالكترونية وأنشطة الاقتصاد الافتراضى .

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونسي حسن محفل & د/محمد حارس طه

- ٤- أصبحت ضريبة الخدمات الرقمية توجه عالمي اتخذته العديد من الدول كتدبير ضريبي مؤقت حتى يتم التوصل إلى اتفاق على مستوى منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لتعديل الإطار الضريبي الدولي الحالي لاستيعاب الضرائب على الاقتصاد الرقمي وقد اختارتها معظم دول العالم لأنها يمكن تطبيقها بشكل مستقل دون الالتزام باتفاقية ضريبية تشترط موافقة البلد الناظر
- ٥- الدافع الرئيس وراء تبنى ضريبة الخدمات الرقمية، هو شعور الدول الأوروبية بالغبن من أن شركات التكنولوجيا الرقمية وأغلبها أمريكية، لا تدفع حصة عادلة من إيراداتها أو أرباحها للخزانة العامة في هذه الدول، نظرا لوجودها في بلدان أخرى، بعضها أوروبي لكنه منخفض الضرائب مثل إيرلندا
- ٦- يستلزم صدور قانون تنظيم خدمات نقل الركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات توفيق أوضاع الشركات العاملة في هذا النشاط ضريبياً.
- ٧- تعتمد شركات التكنولوجيا الرقمية ومنها شركة أوبر على استراتيجية الملاذات الضريبية من خلال تأسيس كيان شكلي في إحدى دول الملاذات الضريبية وتحويل الإيرادات إليها كمقابل بند رسوم التراخيص لاستخدام التطبيقات التكنولوجية .
- ٨- قامت شركة أوبر بنقل موطنها الشكلي من جزر برمودا إلى مقر الشركة في هولندا بعد ان حصلت على خصم ضريبي من السلطات الهولندية يصل إلى ٦.١ مليار دولار سنوياً على أي أرباح قد تحققها من أجل تلبية مطالب البيئة الضريبية العالمية الجديدة والحفاظ على اعباء ضريبية منخفضة.
- ٩- على الرغم من خفض معدل الضريبة على ارباح الشركات من ٣٥% إلى ٢١% وفقاً لتعديل قانون الضرائب الأمريكي عام ٢٠١٧ - الا انه لم يشجع شركة أوبر على نقل أرباحها مرة أخرى إلى الولايات المتحدة، لأنها لا تزال قادرة على تجنب الضريبة عن طريق الحفاظ على كيانات معينة في الخارج.
- ١٠- عدم قانونية الضريبة على دخل السائقين المتعاملين مع المنصات الرقمية لنقل الركاب باستخدام التطبيقات القانونية التي تم استحداثها وفقاً لاتفاقية مصلحة الضرائب المصرية مع شركة أوبر، حيث المبدأ الدستورية لا ضريبة الا بقانون

١١- تؤدي اتفاقية مصلحة الضرائب المصرية مع شركة أوبر إلى ازدواج ضريبي داخلي، حيث تلتزم الشركة بتحصيل ضريبة دخل من السائقين بنسبة ٣% من الاجرة ، ومن ناحية اخرى يلتزم السائقين المتعاملين مع الشركة بسداد الضرائب والرسوم المحددة بقانون المرور يضاف إليها ٢٥% من إجمالي الضرائب والرسوم وفقا لاحكام قانون تنظيم خدمات النقل البرى للركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات رقم (٨٧) لسنة ٢٠١٨ .

١٢- تتمثل أهمية هذا الإطار المقترح لفرض الضرائب على المنصات الرقمية فى الاعتبار التالية:

- يوفر الإطار المقترح قاعدة عامة وليس اتفاق فردى مع شركة أو قطاع بعينه، وبالتالي يساعد فى المحاسبة الضريبية لمجتمع جديد نشأ عن الطفرة فى خدمات التكنولوجيا الرقمية، والذي يتعدى مجرد منصات النقل الذكى ليشمل منصات الاعلانات الرقمية وغيرها من التطبيقات دائمة الظهور فى المجالات المختلفة.
- يقدم الإطار المقترح أسلوب بسيطاً نسبياً لحساب ضريبة الخدمات الرقمية وإدارته مقارنة بضريبة الدخل،
- يمكن الاسترشاد به فى تعديل التشريعات الضريبية أو اصدار تعليمات تنفيذية أو كتب دورية من للسلطات الضريبية التى يسترشد بها مامورى الضرائب عند فرض ضريبة الخدمات الرقمية فى مصر.
- ترشيد اداء الادارة الضريبية عند فرض ضريبة الخدمات الرقمية فى مصر من خلال المساهمة فى تقديم حلول للمشكلات والصعوبات التى تواجه مامورى وفاحصى الاقرارات الضريبية للأشخاص العاملة فى هذا المجال .
- كتقدير تقريبي، يتوقع الباحثان أن تكون الحصيلة السنوية من تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية بين ١٠٠ مليون دولار و ١٥٠ مليون دولار سنويا اعتماداً على معايير تصميمها، وتقديرات حجم اقتصاد المنصات فى مصر،
- يودى تطبيق الإطار المقترح إلى فوائد أخرى تتمثل فى ثقة المجتمع الضريبي فى عدالة النظام الضريبي المصرى من خلال فرض الضرائب على الشركات الرقمية

متعددة الجنسيات التي ليس لها وجود مادي في مصر (وبالتالي لا تخضع لضريبة الدخل)، وهو عامل مهم يساعد على الامتثال الضريبية الطوعي،

- قد لا يسري أي حل دولي تحققه منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية حتى عام ٢٠٢٥، حتى لو تم تحقيقه في عام ٢٠٢٠. في غضون ذلك، سنظل الشركات الرقمية متعددة الجنسيات تخضع للضرائب بشكل غير عادل،
- هناك بعض المكاسب الأخرى من تبني ضريبة الخدمات الرقمية يتمثل في تدعيم موقف مصر من مشاورات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية و تحفيز البلدان المتقدمة على سرعة التوصل لنظام ضريبي عالمي يلائم الاقتصاد الرقمي،
- هناك أيضاً مشكلة تتعلق باعتماد أي حل متفق عليه دولياً. سيتطلب هذا الحل تعديلات التشريعات الضريبية المحلية، والتي ستكون اختيارية، حيث لا توجد طريقة لإجبار الدولة على تغيير ضريبة الخدمات الرقمية وفقاً لذلك، فان تقديم ضريبة الخدمات الرقمية حتى إذا تم التوصل لنظام ضريبي عالمي يلائم الاقتصاد الرقمي، سيتم تطبيقها على الشركات الرقمية العاملة خارج البلدان التي لا تقوم بتطبيق هذا الحل.

٢/٥ توصيات البحث :

في ضوء نتائج البحث يوصى الباحثان بما يلي :

١. استحداث ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات الرقمية، ويمكن الاعتماد على الإطار المقترح في هذا الشأن.
٢. استمرار التنسيق والتشاور مع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لتعديل الإطار الضريبي الدولي الحالي بما يواجه التحديات الضريبية المترتبة على الاقتصاد الرقمي.
٣. تطبيق ضريبة الخدمات الرقمية على المنصات الرقمية في مصر في حالة عدم تعديل الإطار الضريبي الدولي خلال عام ٢٠٢٠ ليستوعب أنشطة الاقتصاد الرقمي .

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ يونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

٤. إلغاء بند الضريبة على دخل السائقين المتعاملين مع شركات نقل الركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية الواردة في اتفاقية مصلحة الضرائب المصرية مع شركة أوبر.

٥. تدريب وإعداد كوادر فنية متخصصة في فرض الضرائب على أنشطة الاقتصاد الرقمي.

٦. إنشاء إدارة داخل مصلحة الضرائب المصرية تختص بضريبة الخدمات الرقمية على أنشطة المنصات الرقمية في مصر .

٣/٥ التوجهات البحثية المستقبلية :-

في ضوء طبيعة موضوع البحث وهدفه وحدوده ، وما انتهى اليه من نتائج وتوصيات، فإن الباحثان يقترح توجيه مزيد من البحوث المستقبلية في المجالات التالية :

- ١- تقويم دور معيار التقرير المشترك في مكافحة التهرب الضريبي الدولي .
- ٢- مشكلات فرض الضرائب على منصات التمويل الرقمي .
- ٣- مشكلات فرض الضرائب على العملات الرقمية المشفرة .
- ٤- مشكلات فرض الضرائب على الروبوتات الذكية .

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي"
أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

مراجع البحث

- 1) PwC (2016) "**Europe's Five Key Sharing Economy Sectors could deliver €570 Billion by 2025**" Available at: <https://press.pwc.com/News-releases/europe-s-five-key-sharing-economy-sectors-could-deliver--570-billion-by-2025/s/45858e92-e1a7-4466-a011-a7f6b9bb488f>
- 2) Yan, J., (2017)" **China's booming Sharing Economy**" <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2017-11-09/chinas-booming-sharing-economy>
- 3) Vaughan, Robert, & Raphael Daverio (2016) "**Assessing the Size and Presence of the Collaborative Economy in Europe.**" PricewaterhouseCoopers, London.
- ٤) دنجلاء رزق (٢٠١٦) "دراسة حديثة حول الشركاء من السائقين في القاهرة" مركز اتاحة المعرفة من أجل التنمية ، كلية إدارة الاعمال ، الجامعة الامريكية بالقاهرة
- 5) OECD (2018), "**Tax Challenges Arising from Digitalisation – Interim Report 2018**" Inclusive Framework on BEPS, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD, Paris. P.8
- ٦) د.ياسر عوض عبد الرسول (٢٠١٧) "المشاكل الضريبية للاعلان الرقمي في مصر مقارنة ببعض النظم الضريبية الاجنبية" **بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع لكلية الحقوق – جامعة طنطا ، بعنوان القانون والاعلام – ٢٢ ، ٢٣ ابريل ٢٠١٧ .**
- 7) Thomas, Kathleen D. (2017) "**Taxing the Gig Economy**" UNC Legal Studies Research Paper No. 2894394, University of North Carolina, School of Law, Chapel Hill, North Carolina. Pp .1-60
- 8) Aslam, Aqib, & Alpa Shah. (2017) "**Taxation and the Peer-to-Peer Economy** ", in Gupta, Sanjeev, Michael Keen, Alpa Shah, and Genevieve Verdier (Eds.), *Digital Revolutions in Public Finance*, Washington D.C.: International Monetary Fund.
- ٩) د. مصطفى محمود عبد القادر (٢٠١٨) " مكافحة التجنب الضريبي الدولي في ضوء أنشطة الاقتصاد الرقمي :هل هو ضرورة أم رفاهية؟ ورقة عمل رقم (١٩٥), **ندوة أنشطة الاقتصاد الرقمي : التحديات الضريبية** ، ٨ مايو ، المركز المصري للدراسات الاقتصادية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .

- 10) Beretta, Giorgio (2018) "VAT and the Sharing Economy" *World Tax Journal*, August pp. 381-425
- 11) <https://www.uber.com/eg>
- 12) Berg J, Furrer M, Harmon E, Rani U and Silberman MS (2018). Digital Labour Platforms and the Future of Work: Towards Decent Work in the Online World. *International Labour Organization*, Geneva.
- 13) Täuscher, Karl, & Sven Laudien (2018) "Understanding Platform Business Models: A Mixed Methods Study of Marketplaces." *European Management Journal* 3, (3): p.319.
- 14) Markus, M. L., and Loebbecke, C. (2013) "Commoditized digital processes and business community platforms: new opportunities and challenges for digital business strategies," *MIS Quarterly* (37:2), p. 649.
- 15) Kapoor, R., and Agarwal, S. (2017) "Sustaining Superior Performance in Business Ecosystems: Evidence from Application Software Developers in the iOS and Android Smartphone Ecosystems," *Organization Science* (28:3), p. 531.
- 16) Greenwood, B. N., and Agarwal, R. (2016) "Matching Platforms and HIV Incidence: An Empirical Investigation of Race, Gender, and Socioeconomic Status," *Management Science* (62:8), p.2281.
- 17) Koh, T. K., and Fichman, M.(2014) "Multi-Homing Users' Preferences for Two-Sided Exchange Networks," *MIS Quarterly* (38:4), p. 987.
- 18) Asadullah , Ahmad& Faik, Isam (2018) " Digital Platforms: A Review and Future Directions" *Literature Review on Digital Platform, Twenty-Second Pacific Asia Conference on Information Systems*, Japan September 2018
<https://www.researchgate.net/publication/327971665>
- 19) Majchrzak, A., & Malhotra , A. (2016) " Effect of Knowledge-Sharing Trajectories on Innovative Outcomes in Temporary Online Crowds," *Information Systems Research* (27:4), p 685.
- 20) Majchrzak, A., and Malhotra, A. (2013)"Towards an information systems perspective and research agenda on crowdsourcing for

- innovation," *Journal of Strategic Information Systems* (22:4), Elsevier B.V., p. 257.
- 21) Kwark, Y., Chen, J., & Raghunathan, S. (2017) "Platform or Wholesale? A Strategic Tool for Online Retailers to Benefit from Third-Party Information," *MIS Quarterly* (41:3), p. 763
- 22)- Bauer, M. (2018). Digital Companies and Their Fair Share of Taxes: Myths and Misconceptions. *ECIPE Occasional Paper* 03/2018. <http://ecipe.org/publications/digitalcompanies>
- Druckman-Church Michael (2013). "Taxing a Galaxy Far Away: How Virtual Property Challenges International Tax Systems". *Columbia Journal of Transnational Law*. P.51.
- 23) OECD. (2015a)" *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*" Paris: OECD Publishing. <http://www.oecdilibrary>.
- 24) OECD's *Tax Challenges Arising from Digitalization – Interim Report 2018*, Inclusive Framework on BEPS, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, *OECD Publishing*, Paris, 2018, paragraphs 3.83–3.86.
- 25) Brynjolfsson E, Diewert WE, Collis A, Eggers F & Fox KJ (2019). " *GDP-B: Accounting for the value of new and free goods in the digital economy*" Available at: <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/SSRN-.pdf>.
- 26) Acquier, A., Daudigeos, T. & Pinkse, J. (2017), "Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework", *Technological Forecasting and Social Change*, Vol.125, p.5.
- 27) Davidson, A., Habibi, M.R. and Laroche, M. (2018), "Materialism and the sharing economy: Across-cultural study of American and Indian consumers", *Journal of Business Research*, Vol. 82, p. 364.
- 28) Guttentag, D.A. & Smith, S.L. (2017), "Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 64, p8.
-

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ يونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

-
- ٢٩) الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية (٢٠١٩) ، " القانون رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ بإصدار قانون الضريبة على الدخل ولائحته التنفيذية " القاهرة
- ٣٠) الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية (٢٠١٧) ، " القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠١٦ بإصدار قانون الضريبة على القيمة المضافة ولائحته التنفيذية " القاهرة
- 31) OECD. (2018b) " *Tax Challenges Arising from Digitalization - Interim Report 2018*" Paris: OECD Publishing. <http://www.oecdilibrary>.
- 32) Holland, CP & Gutiérrez,Leefmans M (2018). A taxonomy of SME e-commerce platforms derived from a market-level analysis. *International Journal of Electronic Commerce*, 22(2): p.161
- 33) IRS (october,2019) " *New crypto tax guidance* " <https://www.irs.gov/pub> .
- 34) Hansen, G. İmrohoroğlu, S. (2018)" Replacing income taxation with consumption taxation in Japan "*Journal of the Japanese and International Economies*", Volume 48, June 2018, pp. 15-28.
- 35) <https://www.uber.com/eg>
- 36) Op Cit .
- ٣٧) الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية (٢٠١٩) ، " القانون رقم ٨٧ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون تنظيم خدمات النقل البرى للركاب باستخدام تكنولوجيا المعلومات ولائحته التنفيذية " القاهرة
- 38) Albertus, James F. (2018) "The Real Effects of US Tax Arbitrage by Foreign Multinational Firms," Carnegie Mellon University – David A. Tepper School of Business, Oct. 27, 2018, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2691065.
- 39) Hadzhieva, E (2019)." Impact of digitalization on international tax matters: Challenges and remedies: Study for the Committee on Financial Crimes, Tax Evasion and Tax Avoidance" Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, *European Parliament*, Luxembourg.
- 40) <https://www.uber.com/eg>
- 41) Op Cit
- 42) <https://www.statista.com/statistics>

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ يونس حسن محفل & د/مهد حارس طه

ملحق البحث

Uber Technologies Income Statement (Annual) Numbers in millions USD, except per-share numbers.

Year Ended	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
Revenue	14,147	11,270	7,932	3,845
Revenue Growth	25.53%	42.08%	106.29%	-
Cost of Revenue	7,208	5,623	4,160	2,228
Gross Profit	6,939	5,647	3,772	1,617
Selling, General & Admin	7,925	5,233	4,787	2,575
Research & Development	4,836	1,505	1,201	864
Operating Expenses	15,535	8,680	7,852	4,640
Operating Income	-8,596	-3,033	-4,080	-3,023
Income Taxes	45.00	283	-542	28.00
Interest Income/Expense	559	648	479	334
Other Expense/Income	-135.00	-4,313.00	495	-2,681.00
Net Income	-8,506	997	-4,033	-370
Shares Outstanding	1,248	443	426	412
Shares Change	181.56%	3.99%	3.61%	-
EPS (Basic)	-6.81	-	-9.46	-0.90
Earnings Per Share (EPS)	-6.81	-	-9.46	-0.90
FCF Per Share	-3.89	-3.90	-4.45	-11.00
Gross Margin	49%	50.1%	47.6%	42.1%
Operating Margin	-60.8%	-26.9%	-51.4%	-78.6%
Profit Margin	-60.1%	8.8%	-50.8%	-9.6%
FCF Margin	-34.3%	-15.4%	-23.9%	-117.7%
EBITDA	-7,430	2,354	-3,586	339
EBITDA Margin	-52.5%	20.9%	-45.2%	8.8%
EBIT	-7,902	1,928	-4,096	-8.00
EBIT Margin	-55.9%	17.1%	-51.6%	-0.2%

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ بونس حسن محفل & د/محمد حارس طه

Uber Technologies Balance Sheet (Annual)
Numbers in millions USD, except per-share numbers.

Year Ended	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
Cash	12,067	8,209	5,828
Short-Term Investments	440	-	-
Cash & Equivalents	12,507	8,209	5,828
Cash Growth	52.36%	40.85%	-
Receivables	1,214	919	739
Other Current Assets	204	-470.00	270
Total Current Assets	13,925	8,658	6,837
Property, Plant & Equipment	3,325	1,641	1,192
Long-Term Investments	11,891	11,667	5,969
Goodwill and Intangibles	238	235	93.00
Other Long-Term Assets	2,382	1,787	1,335
Total Long-Term Assets	17,836	15,330	8,589
Total Assets	31,761	23,988	15,426
Accounts Payable	272	150	213
Current Debt	196	-	-
Other Current Liabilities	5,171	4,109	3,634
Total Current Liabilities	5,639	4,259	3,847
Long-term Debt	7,230	6,869	3,048
Other Long-Term Liabilities	3,709	6,068	4,878
Total Long-Term Liabilities	10,939	12,937	7,926
Total Liabilities	16,578	17,196	11,773
Total Debt	7,426	6,869	3,048
Debt Growth	8.11%	125.36%	-
Common Stock	30,739	668	320
Retained Earnings	-16,362	-7,865	-8,874
Comprehensive Income	-187	-188	-3.00

إطار مقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر " دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي "

أ.د/ يونس حسن محقل & د/ همد حارس طه

Shareholders' Equity	14,190	-7,385	-8,557
Total Liabilities and Equity	30,768	9,811	3,216
Net Cash / Debt	16,972	13,007	8,749
Net Cash / Debt Growth	30.48%	48.67%	-
Net Cash Per Share	13.60	29.34	20.52

Uber Technologies Cash Flow Statement Numbers in millions USD, except per-share numbers.

Year Ended	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
Net Income	-8,506	997	-4,033	-370
Depreciation & Amortization	472	426	510	347
Share-Based Compensation	3,023	170	124	107
Other Operating Activities	-3,713	2,964	-2,105	2,890
Operating Cash Flow	-4,321	-1,541	-1,418	-2,913
Capital Expenditures	-537	-189	-479	-1,612
Acquisitions	286	-64.00	-	-240
Investments	-539	-442	-	-
Other Investing Activities	0.00	0.00	-8.00	-6.00
Investing Cash Flow	-790	-695	-487	-1,858
Share Issuance (Repurchase)	8,541	17.00	-128	-73.00
Debt Issued (Paid)	1,024	2,867	114	1,411
Other Financing Activities	-626	1,756	1,029	4,856
Financing Cash Flow	8,939	4,640	1,015	6,194
Net Cash Flow	3,824	2,285	-868	1,398
Free Cash Flow	-4,858	-1,730	-1,897	-4,525
Free Cash Flow Margin	-34.3%	-15.4%	-23.9%	-117.7%
FCF Per Share	-3.89	-3.90	-4.45	-11.00