



مجلة البحوث المالية

المجلد (22) – العدد الأول – يناير 2021



دور التحول الرقمي في دعم الإيرادات الضريبية
(مع إشارة خاصة للاقتصاد المصري)

**The role of digital transformation in supporting tax revenue
(With special reference to the Egyptian economy)**

دكتورة/ آمال علي إبراهيم

مدرس الاقتصاد

معهد المدينة العالي للإدارة والتكنولوجيا

رابط المجلة: <https://jsst.journals.ekb.eg/>



الملخص:

يهدف البحث إلى دراسة التحول الرقمي وإشكالية فرض ضريبة على المعاملات الرقمية، وسبل الحد من التحديات التي تعوق فرض ضريبة على المعاملات الرقمية في مصر، بالإضافة إلى دراسة تجارب الدول الأخرى (فرنسا، إيطاليا، المملكة المتحدة) في هذا المجال، وذلك من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من أهم نتائج البحث أن هناك خطر تآكل القاعدة الضريبية الوطنية في ظل تزايد الاقتصاد الرقمي، عدم ملائمة التشريعات الضريبية في مصر للتحولات العميقة في المعاملات المالية، حيث يتحدى التحول الرقمي الممارسات الضريبية التقليدية بنماذج الأعمال الجديدة مثل مبيعات البرامج والكتب الألكترونية والطباعة ثلاثية الأبعاد، أوصى البحث بضرورة الأهتمام بالبنية التحتية المعلوماتية، والمساهمة مع المنظمات والمؤسسات العالمية لصياغة نظام ضريبي دولي ملائم للتحولات الكبيرة في الاقتصاد الرقمي، سن تشريع محلي وأحادي التدابير لفرض ضريبة على المعاملات الرقمية في مصر، حتى يتم الإتفاق بشأن التنسيق المتعدد الأطراف على المستوى العالمي، وأن تكون هذه الاجراءات متفقة مع ألتزامات مصر الدولية. الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، الضريبة الرقمية، التشريعات الضريبية.

Abstract:

The research aims to study the digital transformation and the problem of imposing a tax on digital transactions, and ways to reduce the challenges that hinder the imposition of a tax on digital transactions in Egypt, in addition to studying the experiences of other countries (France, Italy, and the United Kingdom) in this field, through the use of the descriptive analytical approach. One of the most important results of the research is that there is a risk of eroding the national tax base in light of the growing digital economy, the inappropriateness of tax legislation in Egypt to the profound transformations in financial transactions, as the digital transformation challenges traditional tax practices with new business models such as sales Programs, e-books and 3D printing, the research recommended the need to pay attention to the information infrastructure, and to contribute with international organizations and institutions to formulate an international tax system appropriate for the major transformations in the digital economy, enacting local legislation and one of the measures to impose a tax on digital transactions in Egypt, until agreement is reached on multiple coordination parties at the global level, and that these measures are in line with Egypt's international obligations.

Key words: Digital Transformation, Digital Tax, Tax Legislation.



مقدمة:

شهد الاقتصاد العالمي منذ بداية الألفية الثالثة تغيرات جذرية وسريعة، بسبب التطور التكنولوجي الهائل في عصر الثورة الصناعية الرابعة، التي تختلف في شدتها وتعقيدها وأتساع نطاقها عن غيرها من الثورات الصناعية السابقة (أستخدمت الثورة الصناعية الأولى الميكنة والطاقة المائية وقوة البخار، وأستخدمت الثورة الصناعية الثانية الإنتاج الضخم من خلال خطوط التجميع والكهرباء، وركزت الثورة الصناعية الثالثة على الإلكترونيات من أجهزة الحاسب الآلي والإنترنت)⁽¹⁾، حيث أسندت في جوهرها إلى ظاهرة تكنولوجية جديدة سميت بالتحول الرقمي، أي اندماج التكنولوجيات الرقمية وتغلغلها السريع في البنية التحتية للمؤسسات والهيئات، وتشمل تلك التكنولوجيات إنترنت الأشياء، والحوسبة السحابية، وتحليلات البيانات الضخمة، والطباعة ثلاثية الأبعاد، والذكاء الاصطناعي، وتكمن أهمية الثورة التكنولوجية في تأثيرها الكبير على المجتمعات، من خلال قدرتها على إنتاج كميات هائلة من البيانات الجديدة، وتحسين نقل المعلومات والمعرفة وتعزيز إنتاجها وتسهيل الابتكار⁽²⁾، فقد تم تخزين 1% من المعلومات العالمية في شكل رقمي في عام 1986، ولكن مع بداية العصر الرقمي في عام 2002، بلغت المعلومات العالمية المخزنة رقميا نحو 50%، وزاد استخدام الإنترنت في العالم حوالى سبعة أضعاف، من نحو 6.5% في عام 2000 إلى نحو 43% من سكان العالم في عام 2015⁽³⁾.

وواقع الأمر أن التقنيات والمنصات الرقمية ترتبط ارتباطا وثيقا باقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية واقتصاد الصين، حيث يمثلان معا نحو 75% من جميع براءات الاختراع المتعلقة بالبلوك تشين، ونحو 50% من الإنفاق العالمي على إنترنت الأشياء، ونحو 75% من سوق الحوسبة السحابية، ونحو 90% من القيمة السوقية لأكبر (70) شركة منصة رقمية في العالم⁽⁴⁾.

وقد أدى النمو والانتشار السريع للأعمال الرقمية إلى إثارة عدة تساؤلات حول الآليات المناسبة للتعامل معها ومن أهم القضايا المثارة المعاملة الضريبية للأعمال الرقمية.

مشكلة البحث:

أدت الثورة الصناعية الرابعة إلى ظهور أنواع جديدة من الشركات ونماذج الأعمال في أنظمة الضرائب الحالية، مثل مواقع الشبكات الاجتماعية ومحركات البحث وشركات البيع بالتجزئة عبر شبكة الإنترنت، وغيرها من الشركات العاملة في أنشطة الاقتصاد الرقمي، كما ظهرت أنواع جديدة من التجارة في الأصول والسلع غير الملموسة، مثل شراء شخص لبرنامج مكافحة الفيروسات، أو

تطبيق معالجة البيانات عبر الأنترنت هذا من جانب، ومن جانب آخر لم يصاحب هذا التطور في نماذج الأعمال والأصول تطورا مماثلا في القواعد الضريبية، ومن ثم ظهرت مشكلة عدم سداد الضرائب عن تلك الأنشطة، وهو ما له آثاره السلبية على حصيلته الإيرادات العامة في مصر، بالإضافة إلى احتمال التآكل الضريبي في القاعدة الضريبية، نتيجة للتصاعد في الأعمال الرقمية على حساب الأنشطة التقليدية، ومما سبق يمكن تلخيص المشكلة البحثية في التساؤلات التالية:

- هل يجب فرض ضريبة على الأعمال الرقمية في مصر؟ إذا كانت الإجابة بنعم فما هي

التحديات والمعوقات التي تواجه مصر في فرض هذه الضريبة؟

- كيف تستفيد مصر من التجارب الدولية في تطبيق الضريبة على الأعمال الرقمية؟

أهمية البحث:

ترجع أهمية البحث إلى أهمية الدور الذي تلعبه الضرائب في الاقتصاد القومي، باعتبارها من أهم مصادر تمويل الإيرادات في الموازنة العامة، كما يكتسب هذا البحث أهمية خاصة تستند إلى حداثة موضوع التحول الرقمي، وفرض ضريبة على الأعمال الرقمية في مصر، وإلى الدور الحيوي والهام للمعلوماتية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أن الانتقال من البيئة التجارية المادية إلى البيئة الرقمية المرتكزة على الثورة المعلوماتية، طرح عدة مسائل وقضايا هامة تتعلق بإمكانية فرض ضريبة على الأعمال الرقمية في مصر.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى ما يلي:

- تقديم نظرة عامة أولية على الأدبيات الاقتصادية الحديثة التي تركز على فرض ضريبة على الأعمال الرقمية.
- التعرف على الاتجاهات العالمية الحديثة في فرض ضريبة على الأعمال الرقمية.
- تحديد التحديات التي تعوق فرض ضريبة على الأعمال الرقمية في مصر.
- تحليل تجارب بعض الدول الأخرى في مجال فرض الضريبة على الأعمال الرقمية، وكيفية الاستفادة منها.



فروض البحث:

من خلال التساؤلات المطروحة في مشكلة البحث، وفي ضوء ما سبق التطرق إليه يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- يساهم فرض ضريبة على الأعمال الرقمية في زيادة الإيرادات الضريبية في مصر.
- لا توجد مشاكل أو تحديات تواجه فرض الضريبة على الأعمال الرقمية في مصر.

منهجية البحث:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لبيان تعريف او مفهوم التحول الرقمي ومقوماته وخصائصه، بالإضافة إلى استخدام المنهج المقارن لعرض تجارب بعض الدول الأخرى، التي فرضت الضرائب على الشركات الرقمية العالمية.

بعض المصطلحات والمفاهيم الحديثة المستخدمة:

- الحوسبة السحابية **Cloud Computing**: هي تكنولوجيا تعتمد على نقل المعالجة ومساحة التخزين الخاصة بالحاسوب إلى ما يسمى السحابة، وهي عبارة عن مجموعة من الخوادم التقنية المتصلة معاً، والتي تدار مركزياً عبر شبكة الانترنت، وبهذا تتحول برامج تكنولوجيا المعلومات من منتجات إلى خدمات⁽⁵⁾.

- البلوكتشين **Block chain**: هي عبارة عن سلسلة من الصناديق المرتبطة فيما بينها، والتي تحتوي على بيانات مؤمنة بشفرة خاصة تدعم اللامركزية والأمن، وقد تم تصميمها للحفاظ على البيانات دون تعديلها، أي عند تخزين أي معلومة فيها لا يمكن القيام بتعديلها⁽⁶⁾.

- الاقتصاد التشاركي **Sharing Economy**: هو نظام اجتماعي اقتصادي يقوم على مشاركة الموارد والأصول البشرية والمادية بين الأفراد والمؤسسات الخاصة والعامة، والمقصود في هذا النظام هو أن أي خدمة تجارية تقوم على مبدأ مشاركة الأفراد أو المؤسسات للأصول التي تمتلكها، بحيث يقدم الأفراد أو المؤسسات أصحاب هذه الأصول المتاحة دائماً أو أحياناً خدمات مقابل أجر⁽⁷⁾.

- إنترنت الأشياء **Things of Internet**: يشير هذا المصطلح الذي استُخدم أول مرة عام 1999 إلى شبكة متنامية بشكل رهيب من الأشياء المادية المتصلة بالإنترنت، والتي تتميز بوجود عنوان IP مخصص لها كسائر الأجهزة التقليدية التي نستخدمها في حياتنا اليومية، كالحواسيب

المحمولة والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، والألعاب، والكاميرات، والأدوات الطبية والأنظمة الصناعية، وجميع معلومات الاتصال والمشاركة بناءً على البروتوكولات المنصوص عليها، من أجل تحقيق عمليات إعادة التنظيم الذكية، وتحديد المواقع، والتعقب، والأمان والتحكم، وحتى المراقبة الشخصية في الوقت الفعلي عبر الإنترنت⁽⁸⁾.

خطة البحث:

أولاً: الدراسات السابقة.

ثانياً: ماهية التحول الرقمي (المفهوم، المقومات، الخصائص).

ثالثاً: الوضع الراهن للضريبة على الأعمال الرقمية في مصر.

رابعاً: تحديات ومعوقات فرض ضريبة على الأعمال الرقمية في مصر.

خامساً: بعض التجارب الدولية في فرض الضريبة على التجارة الرقمية.

سادساً: النتائج والتوصيات.

أولاً: الدراسات السابقة:

1- دراسة (Nazarov & Other, 2019)⁽⁹⁾: هدفت الدراسة إلى تعريف مصطلح الاقتصاد الرقمي، وتحديد دوره في تنمية الاقتصاد الروسي، ومراجعة الوضع الحالي للتنظيم الضريبي للاقتصاد الرقمي في روسيا والقضايا المرتبطة به، وتحديد تحديات فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمي، واتجاه المزيد من التحسين في التنظيم الضريبي للاقتصاد الرقمي في روسيا، وأستخدمت الدراسة التحليل النظري والتحليل التشخيصي للحالة والأسباب والأختبار، والمنهج التجريبي لوصف الحقائق وقياس نتائج البحث، وأكدت التحليلات المختلفة على أن هناك حاجة ملحة لتغيير التشريع الضريبي المتعلق بالمجال الناشئ للتجارة الإلكترونية، وأن تطوير الضرائب على الاقتصاد الرقمي يثير الكثير من المخاوف، فمن ناحية تحرم الحكومات من عائدات الضرائب التي تشتد الحاجة إليها، ومن ناحية أخرى تمنح الشركات الرقمية القائمة في الخارج ميزة على منافسيها المحليين الذين يدفعون الضرائب.



2- دراسة (Lyla, 2019)⁽¹⁰⁾: قامت الدراسة بتسليط الضوء على مشكلة فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمي، من أجل استخلاص مميزات البارزة، التي جعلت من الصعب على الدول الأفريقية النامية أخضاعها لتشريعاتها الضريبية، وهدفت الدراسة إلى معالجة تحديات فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمي، كما هدفت إلى تقديم الحلول الممكنة من أجل مواءمة الاقتصاد الرقمي مع القواعد التي تحكم الشركات التقليدية، وأستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن السبب وراء قدرة الشركات الرقمية على تجنب دفع الضرائب، هو أنها لا تحتاج إلى أماكن مادية لبيع سلعها وخدماتها للمستهلكين، أوصت الدراسة بضرورة تطبيق الضريبة الرقمية، وأن تخضع هذه الضريبة لإتفاقيات ثنائية ومتعددة الأطراف بين الدولة التي يكون للشركة الأجنبية تواجد رقمي فيها وبين الدولة التي تم تأسيس الشركة الأجنبية على أرضها، ويجب على الاتحاد الأفريقي الضغط من أجل إجماع عالمي أو قاري نحو قانون يشترط على جميع الشركات ذات الحضور الرقمي توفير قاعدة بيانات تظهر مصادر توليد الإيرادات.

3- دراسة (إمريود، 2018)⁽¹¹⁾: هدفت الدراسة إلى محاولة حصر المشكلات والتحديات التي تواجه فرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا، وهدفت الدراسة إلى محاولة اقتراح بعض الحلول لعلاجها، وقد تم تصميم أستمارة أستيبيان وزعت على فئة موظفي ومأموري الضرائب بإدارة ضرائب مدينة طرابلس، وأستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في تحليل البيانات، بالإضافة إلى إجراء بعض الأختبارات الاحصائية لتحليل وأختبار فرضيات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من الصعوبات والتحديات التي تواجه فرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا، وعدم قدرة الإدارة الضريبية بوضعها الحالي على حصر وفحص وتحصيل الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية، وعدم توفر ادلة الأثبات والمستندات المتعلقة بهذه التجارة، وصعوبة حصر وتحديد إيرادات التجارة الإلكترونية، بأعتبار أن جزء كبير منها غير منظورة، وكذلك عدم وجود إتفاقيات دولية لتلافي الأزواج الضريبي، في حال إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للضريبة، مع وجود فجوة مفاهيمية لفهم مفردات معاملات التجارة الإلكترونية.

4- دراسة (عبد الرسول، 2017)⁽¹²⁾: هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على قضية فرض ضرائب على إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي كجوجل وفيسبوك، فالتطور الذي تشهده الإعلانات الرقمية يعد أحد التحديات أمام الفكر الضريبي التقليدي، كما أنه يثير الكثير من التساؤلات حول المعاملة الضريبية للإعلانات والصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية.

وقد رصدت الدراسة أهم الصعوبات التي تواجه قيام الإدارة الضريبية في تطبيق الضرائب على الإعلانات الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، مثل عدم خضوع المقرات الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي للقانون الضريبي المصري لوجودها في دول أخرى، وكذلك الوجود الافتراضي للإعلانات الرقمية، وقصور التشريع الضريبي رغم نجاح بعض الدول الأخرى في تطبيق الضرائب على الإعلانات الرقمية مثل إنجلترا وفرنسا، وقد أكدت الدراسة على صعوبة مراقبة مأموريات الضرائب ووزارة المالية لشركات الدعاية والإعلان، التي تنشر إعلاناتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن فرض ضرائب على الإعلانات الرقمية يتطلب إحصاء كامل لعدد المنتجات والسلع التي يتم نشرها عبر هذه المواقع، والتأكد من أن هذه المنتجات يتم إنتاجها داخل مصر، وهل شركات الإعلان الذي تعمل على الأنترنت تتواجد في مصر من عدمه؟.

5- دراسة (سهاد، 2012)⁽¹³⁾: يهدف البحث إلى دراسة التجارة الإلكترونية وأثرها في فرض الضرائب، وأختبار إمكانية تطبيقها في دولة العراق، من خلال الأخذ في الاعتبار التطورات الاقتصادية الهامة وكيفية مواكبتها، وأن تركيبة نظام فرض الضرائب هو الوسيلة الوحيدة لإزالة العوائد اللازمة لتمويل الإنفاق الحكومي على السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع، وتوصل البحث لعدة استنتاجات من أهمها: الأفتقار للبنية المالية والنقدية المناسبة لتسهيل عمليات الدفع والتسويات الناجمة عن التعاملات في التجارة الإلكترونية، وعدم توافر الكادر الوظيفي القادر على التعامل مع التجارة الإلكترونية وتطبيقات التقنية الحديثة، بالإضافة إلى عدم تطوير العاملين بدوائر الضرائب، من خلال الأشتراك في الدورات التدريبية في هذا المجال، وأوصى البحث بضرورة تطوير التشريعات الضريبية بما يتلائم مع التطورات التقنية الحادثة في عالم التجارة الإلكترونية والأنترنت، والعمل على تأهيل البنية التحتية للدوائر الضريبية، وربطها بشبكة الأنترنت منعا للأزدواج الضريبي المحلي والعالمى.



6 - دراسة (عبير، 2009)⁽¹⁴⁾: هدفت الدراسة إلى ألقاء الضوء على مفهوم الاقتصاد الرقمي وبعض المفاهيم المرتبطة به، مثل التحول الرقمي والثورة الرقمية والمعرفة والمعلوماتية والعولمة، وسعت الدراسة إلى التعرف على تجارب بعض الدول، مثل الولايات المتحدة الأمريكية والهند ودولة الإمارات العربية المتحدة، في مجال تطبيق هذا النمط الاقتصادي الجديد، وأعدمت على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى بعض النتائج منها أن التحول الرقمي يساهم في تعزيز وتحسين الخدمات الحكومية، وتوسعة المعرفة الانسانية، وتحقيق التنمية الاقتصادية، وأن تقنيات الاتصالات والمعلومات تعد عنصر أساسيا لتحويل المجتمعات، وتعزيز النمو الاقتصادي العالمي، وأوصت الدراسة ببعض التوصيات منها ضرورة العمل على إعادة هيكلة العملية التعليمية، وتشجيع القطاع الخاص على المساهمة في خلق التقنية الرقمية، والتشجيع على اكتساب مهاراتها وأستخدامها، كما أوصت بضرورة تشجيع إقامة الشركات القائمة على التكنولوجيا، وتشجيع التعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص في تنمية قطاع المعلومات والاتصالات في مصر، بالإضافة إلى زيادة المحتوى العربي في شبكة الأنترنت.

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أهمية تناول موضوع التحول الرقمي، وفرض ضريبة على الأعمال الرقمية، وتختلف في أن معظم هذه الدراسات أهتمت بفرض الضريبة الرقمية في دول الأتحاد الأوروبي (مثل فرنسا والمملكة المتحدة وإيطاليا وبعض الدول العربية والأفريقية)، بينما تهتم الدراسة الحالية بإمكانية الأستفادة من تجارب تلك الدول لتطبيقها في مصر، مع العلم بندرة الدراسات التي أجريت في هذا المجال في مصر.

ثانيا: ماهية التحول الرقمي (المفهوم، المقومات، الخصائص):

1- مفهوم التحول الرقمي:

يشير مفهوم التحول الرقمي Digital Transformation إلى أستخدام التكنولوجيا الرقمية والتطورات المصاحبة للثورة الصناعية الرابعة بمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال أستخدام الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات الكبيرة، والحوسبة السحابية وأنترنت الأشياء، مما أفسح المجال لظهور نماذج أعمال جديدة مثل المنصات الرقمية⁽¹⁵⁾، وقد عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCAD عام 2015 التحول الرقمي " بأنه النتيجة لعملية تحويلية جلبتها المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، التي جعلت التقنيات أرخص وأكثر قوة وموحدة على نطاق واسع،

وأدت الى تحسين العمليات التجارية، وتعزيز الأبتكار في جميع قطاعات الاقتصاد⁽¹⁶⁾، وتعرف دراسة عبد الوهاب غنيم⁽¹⁷⁾ التحول الرقمي " بأنه عملية أنتقال وتحول المؤسسات الحكومية للعمل وفقا لنماذج الأعمال Business Models"، والتي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية، والبنية التحتية المعلوماتية الذكية، والمبنية علي المعرفة والأبتكار والإبداع في تقديم المنتجات والخدمات للمتعاملين بكفاءة وفاعلية وبأسلوب آمن، ومن خلال وسائل تكنولوجيا رقمية، مثل الهاتف المحمول والحاسبات الآلية وغيرها، كما يقصد بالرقمية إمكانية تحويل كافة أشكال وأنواع البيانات والمعلومات المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، وسواء كانت تلك المعلومات في شكل صور أو أحرف أو أرقام، إلى شكل رقمي أساسه الصفر والواحد، ويمكن نقلها بين أجهزة الحاسبات من خلال الشبكات⁽¹⁸⁾.

2- مقومات ومتطلبات التحول الرقمي:

أ- الجوانب الأساسية والتي تشتمل على ما يلي⁽¹⁹⁾:

- البنية التحتية لأعمال الالكترونية (شبكات الأنترنت والاتصالات).
- الأبتكارات الرقمية (أشباه المواصلات والمعالجات).
- التقنيات الأساسية (أجهزة الحاسب الآلي وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية).
- ب- قطاعات تكنولوجيا المعلومات والقطاعات الرقمية التي تنتج المنتجات الرئيسية أو الخدمات التي تعتمد على التقنيات الرقمية الأساسية (كالمنصات الرقمية والتطبيقات المحمولة وخدمات الدفع الرقمية).
- ج- القطاعات الرقمية والتي تشتمل على المنتجات الرقمية وتستخدم الخدمات بشكل متزايد (كالتجارة الألكترونية).

3- خصائص التحول الرقمي:

- الأعتداع بشكل كبير على الأصول غير الملموسة، التي تشتمل على الملكية الفكرية وتطوير واستخدام البرمجيات والخوارزميات، التي تحلل كمية كبيرة من البيانات الناتجة عن الأعمال التجارية على منصات الأنترنت، وكذلك المحتوى الإبداعي الذي يلعب دوراً رئيسياً في الإنتاج أو تقديم الخدمات عبر الأنترنت.



- الوصول على نطاق واسع دون وجود مادي، حيث يمكن للشركات استخدام الأنترنت ومنصاته، لإنشاء علاقات عبر الحدود للمسافات البعيدة مع العملاء، دون الحاجة إلي تواجد منشأة دائمة في غيرها من الدول⁽²⁰⁾.

- مشاركة العملاء والمستخدمين في خلق القيمة للبيانات، حيث تستخدم شركات المنصات الرقمية للتفاعل مع عملائها، من خلال تحليل سلوك العملاء وزيادة عائداتها مثل إعادة بيع البيانات ووضع اعلانات خاصة بالعميل على المنصات مقابل رسوم⁽²¹⁾، يضاف إلى ذلك أن خلق القيمة يحدث من خلال أنترنت الأشياء والعملاء والعمليات الافتراضية والاقتصاد التشاركي⁽²²⁾.

- أن الشركات التي تهيمن على الأعمال الرقمية غالبا ما تكون منصات تمكن الجانبين من التفاعل، ويمكن أن يكون الجانبان بائعين ومشتريين للسلع أو الخدمات التقليدية، وفي هذه الحالة تكون هذه الشركات نشطاء يستفيدون من الأنترنت لتقليل تكاليف المعاملات والبحث، ويمكنهم أيضا الربط بين المعلنين والمستهلكين وتزويد المستهلكين بخدمات مجانية⁽²³⁾.

- هناك أهمية للحجم، فكلما زاد حجم أو عدد الأشخاص المستخدمين كلما زادت القيمة أي تأثير شبكة الأنترنت، وإذا كان ذلك مهما بالنسبة للعديد من الشركات، فإنه أكثر أهمية في ظل الاقتصاد الرقمي، ويرجع ذلك لسببين: الأول، أنه غالبا ما تكون للمنصات الرقمية تكاليف ثابتة كبيرة وتكاليف هامشية قليلة، والسبب الثاني، يرجع إلى أن فائدة كل جانب تتزايد بكمبر الحجم أو في زيادة عدد الأشخاص من الجانب الآخر⁽²⁴⁾.

- التحول من الإدارة الورقية إلى الإدارة الرقمية أو الالكترونية أو الإدارة بدون أوراق، كآلية جديدة للتسجيل والتخزين والاسترجاع ونقل المعلومات، مما يسهل من عملية إتخاذ القرار ويزيد من سرعتها⁽²⁵⁾.

- تميل الشركات الرقمية مثل شركات التجارة الألكترونية والإعلانات عبر الأنترنت والحوسبة السحابية إلى الاحتكار، وذلك بسبب تأثير الشبكة والحجم الكبير وقيود الاستخدام والأنظمة المتعددة الجوانب⁽²⁶⁾.

ثالثا: الوضع الراهن للضريبة على الأعمال الرقمية في مصر:

من المعروف أن مصر قامت بالتوقيع على الوثيقة الدولية متعددة الأطراف في يونيو 2017، والتي تهدف إلى مواجهة مشكلة التجنب الضريبي، الذي تمارسه الشركات الدولية العاملة في

دور التحول الرقمي في دعم الإيرادات الضريبية (مع إشارة خاصة للاقتصاد المصري).
د. / آمال على إبراهيم عبدالله

النشاط الرقمي، ولكن عادةً ما يتم فرض أى ضريبة جديدة وتحصيلها بموجب التشريعات الضريبية الداخلية التي تسنها الدولة، وواقع الأمر أن قانون الضريبة على الدخل رقم (91) لسنة 2005 يشترط أن يكون للشركة مقراً دائماً في مصر، حتى يمكن فرض الضريبة على أرباحها، وهذا الشرط لا ينطبق على شركات الاقتصاد الرقمي، يضاف إلى ذلك أن القانون يستثنى الأنشطة التحضيرية والمساعدة مثل أنشطة التخزين والتسليم وتجميع البيانات والمعلومات من تعريف المنشأة الدائمة⁽²⁷⁾، وقد قامت مصر باتخاذ عدة تدابير لتعزيز عملية التحول الرقمي تتمثل فيما يلي⁽²⁸⁾:

- إنشاء المجلس الأعلى للتحول الرقمي بالقرار الرئاسي رقم (501) لعام 2017، الذي أسفر عنه إصدار وثيقة مصر الرقمية.
- إنشاء المجلس القومي للمدفوعات بالقرار الرئاسي رقم (89) لعام 2017، الذي أسفر عن مشروع قرار المدفوعات غير النقدية.
- بروتوكول التعاون مع شركة E-Serve في مجال تطوير الخدمات الحكومية (تطوير المحول الرقمي القومي G2G، تطوير بوابة الخدمات الإصدار الرابع، تطوير تطبيقات المحمول).

ويتضح من الجدول رقم (1)، أن وزارة المالية المصرية قد أعلنت عن خطط لتعزيز تدابير فرض ضريبة على الاقتصاد الرقمي في مشروع الموازنة العامة للدولة لعام 2021/2020.

جدول رقم (1)

الوضع الراهن لتطبيق الضريبة على الأعمال الرقمية في مصر وبعض الدول الأخرى

الدولة	مستوى التنفيذ	التاريخ	الإجراء
--------	---------------	---------	---------



أعلنت وزارة المالية المصرية في مشروع مقترح موازنة عام 2021/2020 عن خطط لتعزيز تدابير فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمي.	21 سبتمبر 2019	أعلنت	مصر
في أغسطس 2019، تم التوقيع على قانون ضريبة الخدمة الرقمية DST الفرنسي ونشره في الجريدة الرسمية، وهي قابلة للتطبيق بأثر رجعي اعتباراً من 1 يناير 2019، ويتم تطبيق الضريبة بنسبة 3% على إجمالي الإيرادات الناتجة عن توفير واجهة رقمية (أي خدمات الوساطة) والإعلان المستهدف ونقل البيانات، التي تم جمعها عن المستخدمين لأغراض الدعاية. تنطبق الضريبة فقط على الشركات التي تجاوزت في السنة الضريبية السابقة العتبات التالية: 1- 750 مليون يورو من الإيرادات العالمية، 2- 25 مليون يورو في الخدمات الخاضعة للضريبة المقدمة في فرنسا، يجب حساب هذه العتبات على مستوى المجموعة الموحدة. أعلن الرئيس ماكرون أنه سيتم إلغاء DST بمجرد التوصل إلى إتفاق دولي وستستعيد الشركات الفرق بين DST الفرنسية المدفوعة والضريبة الرقمية الدولية التي لم يتم الاتفاق عليها بعد.	26 أغسطس 2019	طبقت	فرنسا
طبقت المجر في يونيو 2019 ضريبة على إيرادات الإعلانات، وأصدرت الإدارة الوطنية للضرائب والجمارك دليلاً محدثاً يوضح الخاضعين للقواعد، وذلك بمعدل ضريبة 7.5% على عائدات الإعلانات التي تتجاوز 100 مليون Huf (فورنت هنغاري) سنوياً، مع إعفاء ضريبي لإيرادات الإعلانات لأقل من 100 مليون فورنت هنغاري سنوياً.	27 يونيو 2019	طبقت	المجر
نشرت الهيئة اليونانية المستقلة للإيرادات العامة على الأنترنت تعميماً يشرح فرض الضرائب على الإيجارات قصيرة الأجل في اقتصاد المشاركة من خلال المنصات الرقمية. يوضح التعميم ما يلي: 1- التزام مدير العقار بتسجيل الملكية وإرجاع الملف، 2- إجراءات تسجيل الممتلكات والمستفيدين، 3- إجراءات التسجيل، 4- عقوبات لنشر ملكية على منصات رقمية بدون رقم تسجيل، 5- شرط المحاسبة عن إيرادات العمولات أو المكافآت كإيرادات تجارية.	16 يوليو 2019	طبقت	اليونان
تم الإعلان عن ضريبة للخدمات الرقمية DST بنسبة 3% من إجمالي الإيرادات المستمدة مما يلي: 1- الإعلان على واجهة رقمية، 2- واجهة رقمية متعددة الأطراف تتيح للمستخدمين شراء/ بيع السلع والخدمات، 3- نقل بيانات المستخدم الناتجة عن استخدام واجهة رقمية.	10 أكتوبر 2019	أعلنت	إيطاليا

دور التحول الرقمي في دعم الإيرادات الضريبية (مع إشارة خاصة للاقتصاد المصري).
د. / آمال على إبراهيم عبدالله

وتنطبق DST على كل من الشركات المقيمة وغير المقيمة التي يبلغ إجمالي إيراداتها 750 مليون يورو وإجمالي الإيرادات من الخدمات الرقمية المقدمة في إيطاليا على الأقل 5.5 مليون يورو. أعلن وزير المالية الإيطالي روبرتو جوالتييري أن DST الإيطالي ستدخل حيز التنفيذ في 1 يناير 2020 (تم تأجيل التطبيق الفعلي إلى 1 يناير 2021).			
الكيان الأجنبي الذي يحصل على دخل من المعاملات عبر الإنترنت مع المقيمين الإسرائيليين سيخلق المنشأة الدائمة PE، وبالتالي يخضع للضريبة إذا كان له وجود رقمي كبير في إسرائيل.	12 أبريل 2016	طبقت	إسرائيل
تقترح وزارة المالية الإسرائيلية وهيئة الضرائب الإسرائيلية فرض ضريبة تتراوح بين 3% و5% على الإيرادات.	1 مايو 2019	أعلنت	

Source: KPMG, Taxation of the digitalized economy–direct taxes, developments summary, October, 2019. P7-15

رابعاً: تحديات ومعوقات فرض ضريبة على الأعمال الرقمية في مصر:

يعد فرض ضريبة على الأعمال الرقمية أمر بالغ الصعوبة، كون هذه الأعمال يتم عبر حدود العالم دون قيود أو حواجز، كما أنه يصعب في ظل الأعمال الرقمية تتبع الصفقة أو العملية، ومن ثم يصعب تحديد مصدر الدخل، وأيضاً المنطقة التي يتحقق فيها هذا الدخل الخاضع للضريبة، فالأنظمة الضريبية التقليدية أصبحت عاجزة عن مواكبة التطورات الحادثة في الأعمال الرقمية، حيث تستند هذه الأنظمة في فرض الضرائب على مبدئين هما⁽²⁹⁾:

- مبدأ إقليمية الضريبة، حيث تفرض الضريبة على مصادر الدخل داخل الدولة، أي في المكان الذي يتحقق فيه الدخل دون النظر إلى جنسية الشخص الذي حقق هذا الدخل.
- مبدأ عالمية الضريبة، حيث يتم فرض الضريبة على الدخل الذي حققه الشخص المتمتع بالجنسية بغض النظر عن مكان تحقيق الدخل.

وفي ظل التطورات التكنولوجية العديدة، فإن المفاهيم الضريبية قد تغيرت مثل مفهوم مصدر الدخل، فالإعمال الرقمية تتم في أكثر من دولة، ومن أكثر من مزود للخدمة، ومن ثم يصعب فرض الضريبة عليها، لذلك نتناول في هذا الجزء من البحث تحديات ومعوقات فرض الضريبة على الأعمال الرقمية في مصر فيما يلي:



1- مشكلة الحصر الضريبي: أن التحدي الرئيسي لفرض الضريبة على الاقتصاد الرقمي هي الطبيعة المتنقلة وغير الملموسة للسلع والخدمات الرقمية⁽³⁰⁾، حيث أدى إلى ظهور تلك المشكلة أن جزءاً كبيراً من التجارة الرقمية أو التجارة عبر الأنترنت تعتبر غير منظورة، وتأخذ أشكالاً وأبعاداً ومستويات عديدة، فهي تتم بين المؤسسات التجارية بعضها البعض (B2B)، أو بين المؤسسات التجارية والمستهلكين (B2C)، أو بين المؤسسات التجارية والحكومة (B2G)، وقد تكون بين الدول أو بين دولتين من خلال وسيط في دولة أخرى⁽³¹⁾.

2- مشكلة توصيف الدخل المكتسب من المعاملات الرقمية: التي تتم في الفضاء الرقمي، حيث لا يوجد حدود واضحة بين بعض المفاهيم، مثل الأتعاب الأدبية وحقوق المؤلف Royalties، رسوم الخدمات الفنية Fees for Technical Services، والدخل من الأعمال Business Income⁽³²⁾.

3- مشكلة تعريف المنشأة الدائمة (PE) Permanent Establishment: يشير مصطلح المنشأة الدائمة إلى أنها مكان ثابت للعمل يتم من خلاله تنفيذ أعمال الشركة كلياً أو جزئياً، وهذا التعريف يحتوي على ثلاثة شروط هي⁽³³⁾:

- وجود "مكان للعمل" أي منشأة مثل المباني.
- أن يكون هذا المكان ثابتاً، أي يجب أن يكون محددًا بشكل متميز.
- الاستمرار في ممارسة أعمال المؤسسة من خلال هذا المكان الثابت.

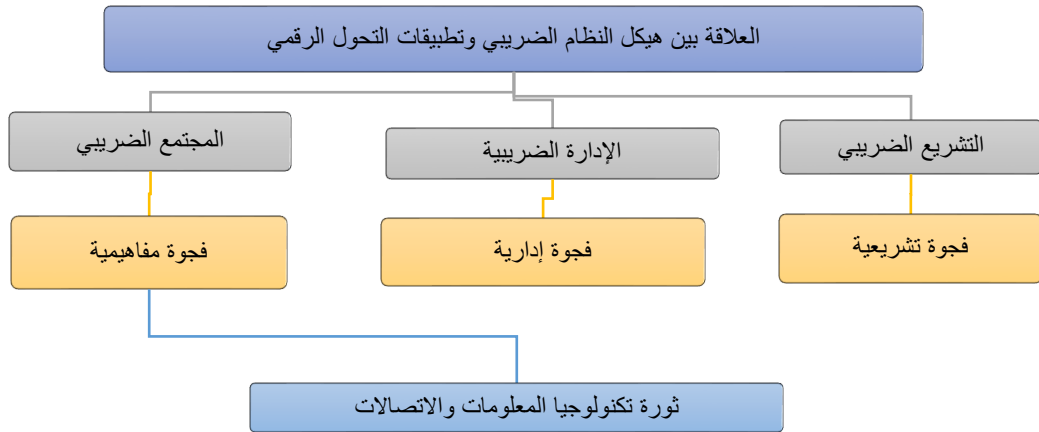
كما تشير مبادئ الضريبة الدولية الحالية إلى أنه إذا كانت الشركة تمارس نشاطاً تجارياً في بلد آخر، فإنها تكون مسؤولة عن ضريبة دخل الشركات في تلك الدولة فقط، إذا كان لديها منشأة دائمة أي أن المنشأة تمثل وجوداً خاضعاً للضريبة في البلد الأجنبي للشركات التي تمارس أعمالاً دولية، حيث يتم تطبيق مفهوم المنشأة الدائمة لأنشطة الأعمال المادية، إلا أن التوسع في الاقتصاد الرقمي قد طرح تحديات عديدة لتحديد ماهي المنشأة الدائمة، ف نماذج أعمال الشركات الرقمية تختلف اختلافاً كبيراً عن نماذج الشركات التقليدية⁽³⁴⁾، وهناك عدة معايير يجب مراعاتها عند التعرف على الشركات الرقمية على الرغم من أنها لا تمتلك أي وجود مادي وهي تتمثل فيما يلي⁽³⁵⁾:

- أن لا تقل إيرادات الشركة عن 7 مليون يورو في الولاية القضائية.
 - أن يكون لدى الشركة أكثر من 100 ألف مستخدم يمكنهم الوصول للخدمات الرقمية.
 - أن يكون لدى الشركة ما لا يقل عن ثلاثة آلاف عقد عمل.
- 4- مشكلة أستغلال الشركات الرقمية متعددة الجنسيات للثغرات القانونية في الدول التي تمارس أعمالها فيها، وهي تتمثل فيما يلي⁽³⁶⁾:
- ثغرة الأنشطة التحضيرية والمساعدة: حيث يكون للشركة تواجد مادي فعلي في دولة ما، وهذا التواجد يكون في شكل مخازن أو مكاتب للتسويق أو لتجميع البيانات والمعلومات، وهي أنشطة لا تخضع للضرائب لأنها تعد من الأنشطة التحضيرية والمساعدة، وهو ما لا يعطي للدولة الحق في فرض الضرائب عليها، حيث يعتبر القانون نشاط التخزين والتسليم وتجميع المعلومات من الأنشطة الثانوية.
 - ثغرة الوكلاء: أحياناً تمارس الشركات الرقمية متعددة الجنسيات أنشطتها في دولة ما من خلال وكيل تابع لها، كما تفعل شركة أوبر الآن في مصر، فهذه الشركة ليس لها مقر ثابت في مصر، ولكنها تدير أعمالها من خلال شركة أو وكيل تابع لها، ومن ثم لا يحق للدولة فرض الضريبة على أرباح هذه الشركة أو الوكيل، وإنما تفرض ضريبة علي العمولة التي تحصل عليها الشركة أو الوكيل مقابل خدماته التي يقدمها للشركة الأم.
- 5- مشكلة تآكل الوعاء الضريبي وتحويل وجهة الأرباح: تتمثل هذه المشكلة في لجوء الشركات متعددة الجنسيات للتجنب الضريبي، من خلال أستغلال الثغرات الموجودة في النظام الضريبي في الدول المختلفة، حيث تتبنى بعض الممارسات الخاطئة مثل التقليل من دخلها الخاضع للضريبة، أو تحويل أرباحها بطريقة غير مشروعة للدول التي لديها ضرائب منخفضة وتسمى "بالملاذات الضريبية"⁽³⁷⁾، وقد طلبت مجموعة العشرين G20 من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD في عام 2012، وضع خطة عمل لمعالجة مشكلة " التآكل الأساسي وتحويل الأرباح " في جدول زمني محدد، وأعدمت بلدان مجموعة العشرين ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية خطة العمل رقم (15) للتعامل مع هذه المشكلة بعنوان " الضريبة وتحديات الاقتصاد الرقمي" في تقرير نهائي تم نشره في اكتوبر 2015⁽³⁸⁾.



- 6- مشكلة قصور هيكل النظام الضريبي المحلي ومستوى التقدم التقني: تعد هذه المشكلة من أكثر التحديات التي تواجه عملية فرض ضريبة على الأعمال والشركات الرقمية، حيث يتضح من الشكل رقم (1)، أن هيكل النظام الضريبي يعتمد على ثلاث دعائم رئيسية هي⁽³⁹⁾:
- التشريع الضريبي وهو عبارة عن النصوص القانونية والتشريعات المتعلقة بفرض الضرائب وتنظيم طرق وإجراءات وأساليب تحصيلها.
 - الإدارة الضريبية وهي الجهة المختصة بتطبيق التشريع الضريبي ومتابعة الممولين لتحصيل الأنواع المختلفة من الضرائب.
 - المجتمع الضريبي ويشمل جميع الممولين الخاضعين للتشريع الضريبي سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين.

شكل رقم (1)



- المصدر: رأفت رضوان وآخرون: الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية، مركز معلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، مصر، 1999. ص6
- ويتبين من الشكل رقم (1)، أن القصور في العلاقة بين هيكل تنظيم الضريبي ومستوى التقدم التقني تتمثل في ثلاث فجوات رئيسية هي⁽⁴⁰⁾:
- الفجوة التشريعية: تمثلت في قصور التشريع الضريبي الذي تمت صياغته بما يتفق مع طبيعة المعاملات التجارية التقليدية في معالجة المعاملات التجارية الرقمية لذلك لا بد من اعلان الدول المختلفة عن بدء الإصلاحات التشريعية اللازمة بما يتفق قوي بما يتوافق مع طبيعة المعاملات الرقمية.

- الفجوة الإدارية: الإدارة الضريبية هي الإدارة المختصة كما سبق القول لتنفيذ القوانين والتشريعات الضريبية لذلك يجب عليها استخدام التكنولوجيا والابتكارات لضمان مستوى أعلى من كفاءة أداء النظام الضريبي في مجال الحصر وفحص وتحصيل الضرائب المتنوعة.
- الفجوة المفاهيمية: لا يزال المجتمع الضريبي يعاني من القصور في فهم المعاني والمفاهيم المتعلقة بالمعاملات الرقمية مثل فجوة تحديد طبيعة بعض السلع والمنتجات مثل برامج الحاسبات الآلية والصور والتسجيلات الموسيقية وغيرها.

خامسا: بعض التجارب الدولية في فرض ضريبة على الأعمال الرقمية:

لقد تزايد في الآونة الأخيرة اهتمام مختلف دول العالم بالنظم الضريبية، فمنذ مطلع عام 2010 كان هناك أستياء متزايد في العديد من الدول، يستند إلى أن القواعد الضريبية الحالية لم تعد صالحة للتطبيق في الوقت الحاضر، فهي تسمح لبعض الشركات متعددة الجنسيات بالتجنب الضريبي على نطاق واسع، وقد أصبح من غير المقبول عدم دفع تلك الشركات حصتها العادلة من الضرائب، أو ما يسمى حرمان الدول من الإيرادات الخاضعة للضريبة، وقد دفع هذا الوضع مجموعة العشرين G 20 إلى تفويض لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD لأقتراح تغيير ضريبي (مبادرة BEPS)، وقاد أيضا المفوضية الأوروبية لأقتراح توجيهات ضريبية جديدة، حيث أقرحت توجيهين هامين: أحدهما يركز على حل طويل الأجل، والآخر يصف حلا مؤقتا قصير الأجل يعتمد على ضريبة الخدمة الرقمية (Digital Service Tax (DST، التي من المقترح أن تطبق على بعض الأنشطة مثل (الأعلان الرقمي، نقل البيانات الشخصية، الوساطة في السوق)، وقد فشلت المفاوضات في التوصل إلى توافق في الآراء بين أصحاب المصلحة الرئيسية (ولاسيما الولايات المتحدة والدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي)⁽⁴¹⁾، وهو ما أدى الى اتخاذ بعض الدول إجراءات وتدابير مؤقتة من جانب واحد، تتمثل هذه التدابير في أربعة أنواع، كما يتضح مما يلي:

- التطبيقات البديلة لعتبة المنشأة الدائمة مثل أختبارات التواجد الكبير والمؤسسات الافتراضية الدائمة كما هو الحال في الهند واسرائيل⁽⁴²⁾.
- اقتطاع الضرائب (خاصة بالنسبة للصناعات مثل الاعلام).
- فرض المساواة على الإعلان على الأنترنت وضرائب الخدمات الرقمية.



- أنظمة محددة للتعامل مع الشركات متعددة الجنسيات الكبرى، مثل ضريبة الأرباح المحولة في إنجلترا، وضريبة مكافحة تآكل الأرباح في الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁴³⁾.
- وترجع أسباب ومبررات فرض ضريبة مؤقتة على الأعمال والتجارة الرقمية إلى ما يلي⁽⁴⁴⁾:
- أن قواعد التجارة الدولية لا تعطي للدول الحق في فرض ضرائب على دخول الشركات متعددة الجنسيات، حيث تبرر ملكية الأصول لدولة ما فرض ضريبة على أرباح تلك شركات.
- الضريبة الرقمية المؤقتة ليست مهيكلة كضرائب على أرباح الشركات، فالربح المحاسبي للشركات يساوي إجمالي الإيرادات مطروحا منه إجمالي التكاليف، في حين أن الضريبة الرقمية المؤقتة تفرض على الإيرادات الناتجة عن الأنشطة الخاضعة للضريبة بغض النظر عن التكاليف التي تكبدتها تلك الشركات.
- أن الضريبة الرقمية المؤقتة تعادل اقتصاديا الضرائب غير المباشرة على الخدمات الوسيطة في سلاسل العرض في الأسواق المختلفة.

جدول رقم (2)

مبيعات التجارة الإلكترونية لأكثر 10 دول في العالم في عام 2017 (بالبليون دولار)

الترتيب	الدولة	إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية	كنصيب من GDP	B2B	كنصيب من B2B التجارة الإلكترونية	B2C

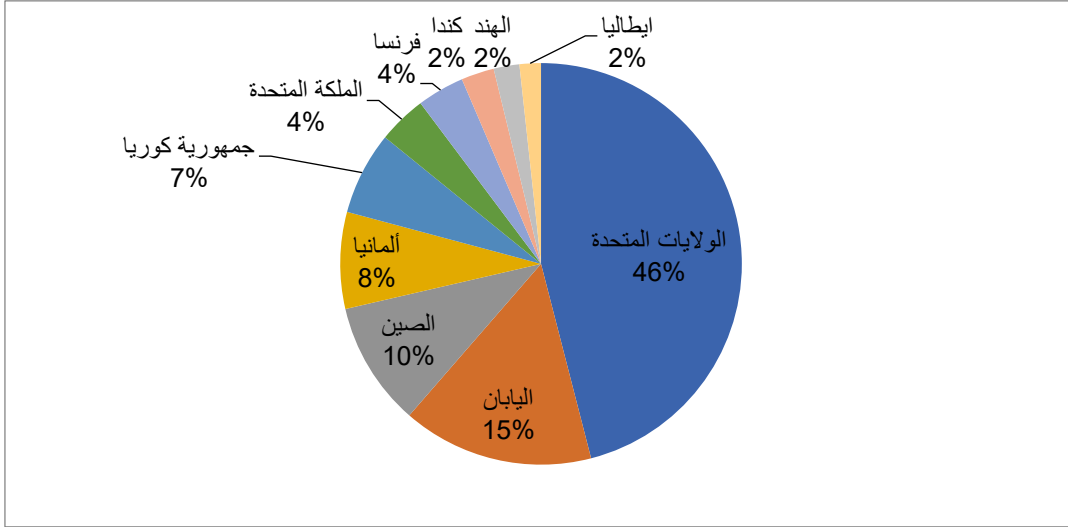
دور التحول الرقمي في دعم الإيرادات الضريبية (مع إشارة خاصة للاقتصاد المصري).
د. / آمال على إبراهيم عبدالله

753	%90	8129	%46	8883	الولايات المتحدة	1
147	%95	2828	%61	2975	اليابان	2
1062	%49	869	%16	1931	الصين	3
88	%92	1414	%41	1503	ألمانيا	4
69	%95	1220	%84	1290	جمهورية كوريا	5
206	%74	548	%29	755	المملكة المتحدة	6
92	%87	642	%26	734	فرنسا	7
60	%90	452	%31	512	كندا	8
31	%91	369	%15	400	الهند	9
23	%93	310	%17	333	إيطاليا	10
3857	87%	25516		29367	العالم	

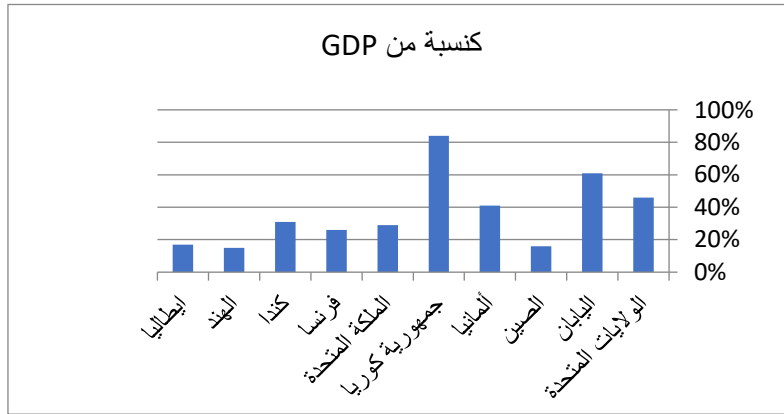
Source: UNCTAD, op. cit. P15

يوضح الجدول رقم (2) والشكل رقم (2)، حجم التجارة الإلكترونية وأهميتها في أهم عشر دول على مستوى العالم، وأن أكبر تلك الدول هي الولايات المتحدة الأمريكية، حيث يبلغ نصيبها نحو 30.2% من حجم التجارة الإلكترونية في العالم، تأتي بعدها اليابان ثم الصين وألمانيا بنصيب يبلغ نحو 10%، 6.6%، 5.1% على الترتيب، ويبين نفس الجدول والشكل رقم (3)، أن أكبر تلك الدول لمبيعات التجارة الإلكترونية كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي GDP هي كوريا، حيث يبلغ نصيبها نحو 84%، تليها اليابان ثم الولايات المتحدة الأمريكية بنصيب يبلغ نحو 61%، 46% على الترتيب، كما يتضح من الشكل رقم (4)، نصيب تلك الدول من التجارة الإلكترونية في صورة B2B و B2C.

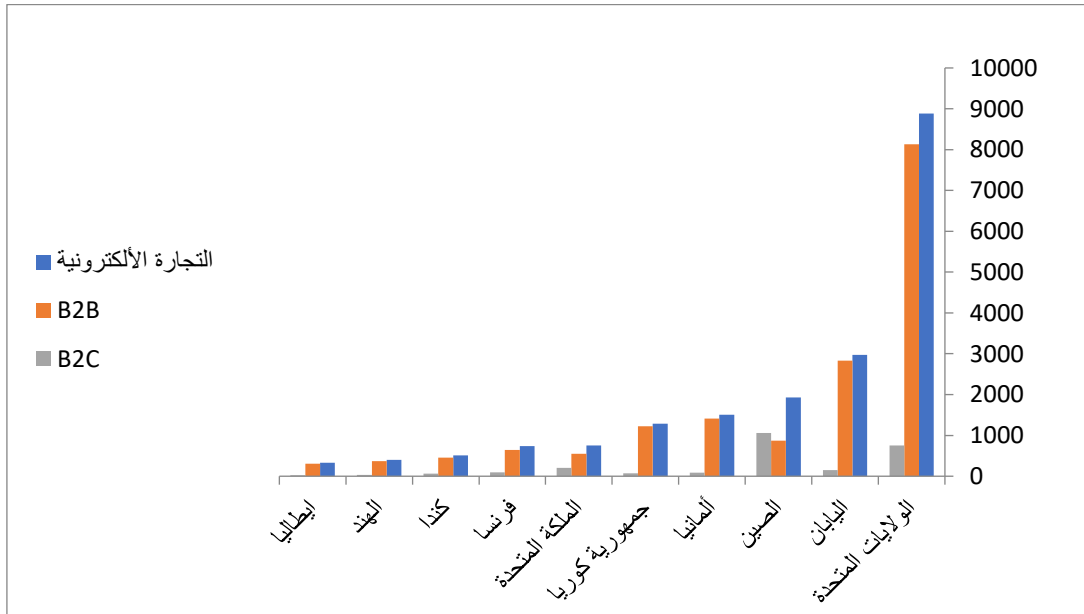
شكل رقم (2) مبيعات التجارة الإلكترونية لأكثر 10 دول في العالم في عام 2017



شكل رقم (3) مبيعات التجارة الإلكترونية لأكثر 10 دول في العالم كنسبة من GDP



شكل رقم (4)



1- الضريبة على الأعمال الرقمية في فرنسا:

قامت فرنسا منذ بداية عام 2017 بجهود عديدة، لسن تشريع لضريبة الخدمات الرقمية على مستوى الاتحاد الاوروبي، ولكن هذه الجهود باءت بالفشل لعدة أسباب منها: أن هذه المبادرات لم تلقى الدعم الكامل من قبل ألمانيا لخشيته من أن تقوم الولايات المتحدة الأمريكية بفرض ضريبة على السيارات الألمانية المباعه لها، وبعد تولى الرئيس إيمانويل ماكرون السلطة في مايو 2017، وتولى برونو لوماير وزير الاقتصاد والمالية، أعلن عن فرض ضريبة على الأعمال الرقمية في فرنسا في عام 2019 بأسم ضريبة الـ GAF A (وهي عبارة عن الأحرف الأولى لكل من الشركات Google, Apple, Face book, Amazon)⁽⁴⁵⁾، حيث يمثل جوجل نحو 90% من سوق عمليات البحث على الإنترنت، ويمثل موقع فيسبوك ثلثي سوق مواقع التواصل الاجتماعي، كما تمثل منصة امازون نحو 40% من حصة أنشطة التجزئة في العالم عبر الانترنت⁽⁴⁶⁾.

وقد طبقت هذه الضريبة على إيرادات بيع البيانات للأعلانات المستهدفة، وبيع الإعلانات عبر شبكة الأنترنت والأسواق من خلال الشبكة بشرط أن ترتبط إيراداتها بالمشاركة من جانب المستخدمين الفرنسيين، حيث تفرض الضريبة على ما يلي:

- الإعلان على الواجهات الرقمية (الخدمات المستهدفة توزيع ومراقبة الإعلانات وخدمات نقل البيانات).
- إعادة بيع وإدارة البيانات الشخصية للأعلان.
- توفير واجهة رقمية لتمكين مستخدمي المنصات من التفاعل مع بعضهم البعض من أجل تبادل السلع والخدمات.

ويقتصر نطاق تطبيق الضريبة على أكبر شركات الأنترنت، والذي تتجاوز إيراداتها من 750 مليون يورو في جميع أنحاء العالم، وتحقق إيرادات تتجاوز 25 مليون يورو في فرنسا، ويبلغ معدل الضريبة نحو 3%، كما يبلغ العائد المتوقع من فرض هذه الضريبة نحو 400 مليون يورو تتزايد مع مرور الوقت⁽⁴⁷⁾.

جدول رقم (3)

الشركات الخاضعة لضريبة الأعمال الرقمية (DST) في فرنسا



م	أسم الشركة	الجنسية	الأعلان	نوع النشاط
1	Airbnb	الولايات المتحدة الأمريكية		خدمات السفر
2	Alibaba	الصين		تجارة التجزئة
3	Alphabet (Google, you tube)	الولايات المتحدة الأمريكية	√	التطبيقات
4	Amadeus	اسبانيا		خدمات السفر
5	Amazon	الولايات المتحدة الأمريكية	√	تجارة التجزئة
6	Apple	الولايات المتحدة الأمريكية		التطبيقات
7	Axel springer	ألمانيا		العقارات
8	Booking Holdings	الولايات المتحدة الأمريكية		خدمات السفر
9	eBay	الولايات المتحدة الأمريكية	√	تجارة التجزئة
10	Expedia	الولايات المتحدة الأمريكية		خدمات السفر
11	Facebook (Facebook, Instagram)	الولايات المتحدة الأمريكية	√	التواصل الاجتماعي
12	Groupon	الولايات المتحدة الأمريكية	√	
13	Match Group	الولايات المتحدة الأمريكية		خدمات التعارف
14	Microsoft	الولايات المتحدة الأمريكية	√	تطبيقات
15	Twitter	الولايات المتحدة الأمريكية	√	التواصل الاجتماعي
16	Snapchat	الولايات المتحدة الأمريكية	√	التواصل الاجتماعي
17	Uber Technologies	الولايات المتحدة الأمريكية		انتقالات
18	Travelport	المملكة المتحدة		خدمات السفر

Source: Office of the United States Trade Representative: Report on France's digital services tax prepared in the investigation under section 301 0f the trades act of 1974, December, 2019. P26

2- الضريبة على الأعمال الرقمية في إيطاليا:

تعد إيطاليا من أوائل البلدان الأوروبية، التي أرادت تطبيق ضريبة خاصة بقطاع التكنولوجيا الرقمية، فقد تم اقتراح ضريبة تستهدف الأعمال الرقمية في عام 2013، ولكن لم يتم تنفيذها فعلياً⁽⁴⁸⁾، كما تم صياغة مشروع قانون جديد لضريبة الإنترنت في عام 2015، من قبل إنريكو زانيتي (وكيل وزارة الاقتصاد والمالية الإيطالي في ذلك الوقت)، تطبق هذه الضريبة على الشركات الإيطالية والأجنبية على أساس متطلبين أساسيين: الأول، تواجد كبير عبر الإنترنت في إيطاليا لمدة ستة أشهر على الأقل، والثاني، جمع ما لا يقل عن 5 ملايين يورو من الإيرادات من العملاء

الإيطاليين، وقد تم أحياء فكرة ضريبة الويب مرة أخرى عندما طرحه النائب الديمقراطي ماسيمو موتشيتي كتعديل لقانون الموازنة الإيطالي لعام 2018، وتهدف أحدث نسخة من "ضريبة الويب" إلى تغطية ثلاثة أنواع من الأنشطة⁽⁴⁹⁾:

1. توفير الإعلانات عبر الإنترنت.
2. توفير منصات على الإنترنت، بما في ذلك تلك التي تربط المشتري والبائع.
3. نقل بيانات المستخدم التي تم إنشاؤها وجمعها من خلال خدمات عبر الإنترنت.

نخلص مما سبق، أن إيطاليا طبقت إجراءات أحادية بعيدا عن الاتحاد الأوروبي، حيث أستخدمت قانون المالية 2018 ضريبة جديدة على شبكة الإنترنت تسمى ضريبة الويب، تم سريانها من يناير 2019، وتطبق هذه الضريبة بنسبة 3% على خدمات الإنترنت التي تتميز بحد أدنى من التدخل البشري واستخدام التكنولوجيا، والتي تقدمها كل من الكيانات الإيطالية المقيمة وغير المقيمة إلى متلقي الأعمال المحليين، ويتم تسوية الضريبة الجديدة من قبل مشتري الخدمة، وتشتد حد أدنى من المعاملات تبلغ نحو 3000 معاملة في السنة⁽⁵⁰⁾.

3- ضريبة الأرباح المحولة في المملكة المتحدة:

تم تصور ضريبة الأرباح المحولة في المملكة المتحدة كأستجابة لأنشطة تآكل الوعاء الضريبي وتحويل الأرباح BEPS، متحايلة على حالة المنشأة الدائمة PE على الرغم من الوجود الاقتصادي الكبير للشركات الرقمية، زتهدف ضريبة الأرباح المحولة إلى إقامة علاقة بين الجهة المنتجة للدخل والمكان الذي نشأ منه الدخل، والضريبة المحولة المقترحة هي ضريبة مقدمة بنسبة 25% (على عكس ضريبة دخل الشركات في المملكة المتحدة بنسبة 19%) ذات طابع عقابي، وفي أبريل 2018، أقرت المملكة المتحدة ضريبة أستقطاع تطبق على حقوق الملكية الفكرية المدفوعة من قبل كيان غير مقيم في المملكة المتحدة لطرف ذي صلة في ولاية قضائية منخفضة الضرائب، وتعد ضريبة الأستقطاع خطوة نحو فرض ضريبة على الاقتصاد الرقمي بالرجوع إلى العلاقة بين قاعدة المستهلكين والمستخدمين بدلاً من الوجود المادي، لا تتطلب الضريبة المقترحة وجوداً في المملكة المتحدة لدافعي الضرائب خارج قاعدة عملاء المملكة المتحدة.



وضعت حكومة المملكة المتحدة خططها لضريبة الخدمات الرقمية (DST) في ميزانية 2018، وينصب التركيز على أن تدفع الشركات الرقمية ضريبة تعكس القيمة التي تستمدتها من مستخدمي المملكة المتحدة، وبالتالي ستطبق ضريبة الخدمات الرقمية بنسبة 2٪ على الإيرادات لنماذج الأعمال الرقمية المحددة، وهي محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي والمنصات والتسويق على الإنترنت، حيث ترتبط إيراداتها بمشاركة مستخدمي المملكة المتحدة، وتوضح الأمثلة الثلاثة التالية كيفية عمل ذلك:

- إذا كانت منصة وسائل التواصل الاجتماعي تولد عائدات من أستهـداف الإعلانات لمستخدمي المملكة المتحدة، ستطبق الحكومة ضريبة بنسبة 2٪ على هذه العائدات؛

- إذا كان السوق يولد عمولة عن طريق تسهيل المعاملة بين مستخدمي المملكة المتحدة، ستطبق الحكومة ضريبة بنسبة 2٪ على تلك الإيرادات؛

- إذا كان محرك البحث يدر عائدات من عرض الإعلانات مقابل نتائج مصطلحات البحث الرئيسية التي أدخلها مستخدمو المملكة المتحدة⁽⁵¹⁾.

سادسا: النتائج والتوصيات:

م	النتائج	التوصيات	الجهات المعنية

دور التحول الرقمي في دعم الإيرادات الضريبية (مع إشارة خاصة للاقتصاد المصري).
د. / آمال على إبراهيم عبدالله

وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات	ضرورة الاهتمام بالبنية التحتية المعلوماتية حتى تساهم في تعزيز وتحسين أداء الخدمات الحكومية.	1 تعتبر التكنولوجيا في القرن الحادي والعشرين أحد أهم عناصر التحول الرقمي، وسوف يؤدي ذلك إلى تغييرات جذرية في مجالات الحياة المختلفة.
وزارتى المالية والخارجية	المساهمة مع المنظمات والمؤسسات العالمية لصياغة نظام ضريبي دولي ملائم للتحولات الكبيرة في الاقتصاد الرقمي.	2 أدى ظهور التكنولوجيا الرقمية إلى زيادة كبيرة فى حجم الاقتصاد الرقمية لدرجة أنه فى بعض البلدان يشكل أكثر من 60% من إجمالي الناتج المحلى الإجمالى لهذه الدول.
مصلحة الضرائب	إنشاء إدارة للمخاطر والتقييم الذاتي لتحسين أساليب جمع المعلومات الضريبية والحد من تكاليف الامتثال لدفع الضرائب.	3 تمتلك الثورة الرقمية أماكن هائلة لتحسين أدوات السياسة المالية، من خلال تحويل الطريقة التي تجمع بها الدول ومنها مصر المعلومات الرقمية ومعالجتها والتصرف فيها، أى يمكن للتكنولوجيا إعادة تشكيل الطريقة التي تصمم بها الحكومة سياستها الضريبية.
وزارة المالية مجلس النواب	سن تشريع محلي وأحادي التدابير لفرض ضريبة على المعاملات الرقمية فى مصر، حتى يتم الإتفاق بشأن التنسيق المتعدد الأطراف على المستوى العالمي، وأن تكون هذه الاجراءات متفقة مع ألتزامات مصر الدولية.	4 هناك خطر تآكل القاعدة الضريبية الوطنية فى ظل تزايد المعاملات الرقمية.
وزارة المالية مجلس النواب	يمكن فرض ضريبة فعالة على المعاملات الرقمية أو موارد الانترنت، حيث يجب على الدولة القيام بالكثير من الأجراءات التشريعية.	5 ترجع صعوبة فرض ضريبة على المعاملات الرقمية بشكل كبير لغياب الحدود المكانية والزمانية بين طرفي المعاملة الرقمية، بالإضافة إلى عدم وجود وثائق أو مستندات رقمية.
مصلحة الضرائب	ضرورة العمل على تطوير الجهاز الإداري الضريبي وتحسين كفاءته، حتى يساهم بقوة فى تحقيق الأهداف التنموية للدولة.	6 عدم ملائمة التشريعات الضريبية فى مصر للتحولات العميقة فى المعاملات المالية، حيث يتحدى التحول الرقمية الممارسات الضريبية التقليدية بنماذج الأعمال الجديدة مثل مبيعات البرامج والكتب الألكترونية والطباعة ثلاثية الأبعاد.
وزارة المالية مجلس النواب	ضرورة الأستفادة من تجارب الدول الأخرى فى فرض ضريبة للخدمات الرقمية DST فى مصر.	7 هناك أمكانية للأستفادة من تجارب الدول المتقدمة، مثل فرنسا وانجلترا فى تطبيق ضريبة مؤقتة على الأعمال الرقمية، وذلك حتى يتم



		صياغة نموذج ضريبة دولية على الأعمال الرقمية يطبق على جميع دول العالم.	
البنك المركزي المصري والجهاز المصرفي	تشجيع استخدام أنظمة الدفع الرقمية عن المدفوعات النقدية أي ضمان وصول المواطنين للنظام المصرفي الرسمي (الشمول المالي).	الاقتصاد الرقمي لديه القدرة على التفاعل مع الاقتصاد غير الرسمي، ومن ثم إضافة مصادر جديدة للايرادات الضريبية.	8

المراجع العلمية:

1- Juswanto & Simms, Wawan, Rebecca (2017): Fair Taxation in the digital economy, ADB Institute, policy brief, No. 5, December, P1.

2- بروبست، لوران، وآخرون (٢٠١٩): أستشراف مستقبل المعرفة، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة وبرامج الأمم المتحدة الإنمائي UNDP، الغير للطباعة والنشر، دبي، الإمارات العربية المتحدة، ص ٣.

3- Juswanto & Simms, Wawan, Rebecca: op. cit. P2P3.

4- UNCTAD (2019): Value creation and cap implications for developing countries, digital economy report, P21.

5- سليم، تيسير اندراوس (2016): الحوسبة السحابية بين النظرية والتطبيق، Cybrarians Journal، العدد رقم (42)، يونيو، ص 5.

6- العميان، دانيه حابس سفهان (2020): الاتجاهات نحو تطبيق تكنولوجيا سلسلة الكتل وأثرها على أداء سلسلة التوريد - دراسة ميدانية في قطاع الصناعات التعدينية في الأردن - رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ص 17.

7- الجزار، سارة (2018): المجالات والفرص المتاحة لتطبيق اقتصاد المشاركة والاقتصاد الدائري في العالم العربي لتحقيق التنمية المستدامة، دائرة البحوث الاقتصادية، اتحاد الغرف العربية، ص 3 ص 4.

8- Patel, Keyur K & Other (2016): Internet of Things-IOT: definition, characteristics, architecture, enabling technologies, application & future challenges, International Journal of Engineering Science and Computing, Vol. (6) Issue No. (5), P6122.

9- Nazarov & Other, M. A. (2019): Digital economy: Russian taxation issues, international scientific conference "global challenges and prospects of the modern economic development", the European proceedings of social & behavioral sciences.

10- Latif, Layla (2019): The challenges in imposing the digital tax in developing African countries, journal of legal studies and research, vol. (5), issue (3), June.

11- إمريود، مسعود محمد (2018): الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية، المؤتمر الدولي الثانى لكلية الاقتصاد والتجارة، بعنوان "الثورة التكنولوجية (اقتصاديات القرن الحادى والعشرين)"، ليبيا، 7 - 9 أكتوبر.



- 12- عبد الرسول، ياسر عوض (2017): المشاكل الضريبية للأعلان الرقمي في مصر (مقارنة بعض النظم الضريبية الأجنبية)، المؤتمر العلمي الرابع بعنوان "القانون والإعلام"، بكلية الحقوق، جامعة طنطا، 23- 24 أبريل.
- 13- كشكول، سهاد (2012): أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب، جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (18)، العدد (68)، العراق.
- 14- محمود، عيبر فاروق (2009): دور الاقتصاد الرقمي في دعم التنمية مع إشارة خاصة للاقتصاد المصري، رسالة دكتوراة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- 15- مكاوي، محمود عبد الرحمن كامل (2019): معوقات التحول الرقمي بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر: دراسة استكشافية، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون لوحدة أ. د/ محمد رشاد الحملاوي لبحوث الأزمات، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ديسمبر، ص20.
- 16- Juswanto & Simms, Wawan, Rebecca: op. cit. P1
- 17- غنيم، عبد الوهاب (2019): التحول الرقمي ورؤية مصر 2030، في مؤتمر إدارة التحول الرقمي لتحقيق رؤية مصر 2030، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون لوحدة أ. د/ محمد رشاد الحملاوي لبحوث الأزمات، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ديسمبر، ص11.
- 18- Hallzhieva, Eli (2019): Impact of digitalization on international tax matters (challenges and remedies the taxes committee), European parliament, February, P14.
- 19- Nazarov & Other, M. A.: op.cit. P1274
- 20- Brauninger, Dieter (without date): taxing the digital economy (good reasons for skepticism), Deutsche bank research (DBR), May, P7
- 21- Terada-Hagiwara, Akiko (2019): Taxation challenges in a digital economy (the case of the people's republic of China), ABD briefs, No. (108), May, P2.
- 22- Nellen, Annette (2015): Taxation and today's digital economy' Sanjose University, California, USA, April-May, P31.
- 23- Sand-Zantman, Wilfried (2018): Taxation in the digital economy, Institute D'Economie Industrielle, May, P2.
- 24- Sand-Zantman, Wilfried: op.cit, P3.
- 25- الجندي، أماني فوزي أحمد طه (2016): الآثار الاقتصادية للقرصنة الإلكترونية كإحدى الجرائم المعلوماتية في ظل الاقتصاد الرقمي وتداعياتها على صناعة السينما والتنمية في مصر ولبنان (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ص5.

26- Eli Hallzhieva: op.cit, P15.

27- معهد التخطيط القومي (2019/2018): الثورة الصناعية الرابعة وتحديات التنمية المستدامة، لقاء الخبراء، وقائع الحلقة الرابعة، ص10.

28- المركزي المصري للدراسات الاقتصادية (2019): OECD تقدم مساعدات فنية لمصر لفرض الضرائب على التجارة "الأون لاين"، رأي في خبر، العدد (488)، يناير، ص1.

29- النجداوي، أكرم يوسف، وآخرون (2009): التحاسب الضريبي عن التجارة الإلكترونية من وجهة نظر مقدري ومدققي دائرة ضريبة الدخل والمبيعات في الأردن، جامعة القاهرة، كلية التجارة، مجلة المحاسبة والتجارة والتأمين، العدد (74)، الجزء الأول، ص495.

30- بوعزة وحميمش، عبد القادر، نرجس (2017): نحو حل مشاكل جباية التجارة الإلكترونية في إطار الجهود الدولية، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد (1)، العدد (2)، الجزائر، ص119.

31- سهاد كشكول: مرجع سابق، ص469.

32- Jha, Vijay Shakhar (without date): Taxation of digital economy: issues & challenges, available at <https://ssrn.com/abstract=3425401>. P19

33- Jha, Vijay Shakhar: op.cit. P4

34- Beebe Joyce (2019): Recent developments on the E.U's digital tax proposal, Rice University, BAKER Institute for public policy, report, September, P4.

35- Biyan & Yilmaz, Ozgur, Gunes (2018): A taxation problem caused by digital economy: definition of virtual establishment, printed by CPI books, Berlin, P29.

36- عبد القادر، مصطفى محمود (2018): مكافحة التجنب الضريبي الدولي في ضوء أنشطة الاقتصاد الرقمي: هل هو ضرورة أم رفاهية، المركزي المصري للدراسات الاقتصادية ECES، ورقة عمل رقم (195)، يونيو، ص7ص8.

37- Jha, Vijay Shakhar: op.cit. P63

38- Alan M. Rhode (2018): Current trends in the Taxation of international digital activities, Geneva, April, P3.

39- الحواس زواق ونهى بوعلام (2017): الضرائب على التجارة الإلكترونية (المشكلات وآليات الإخضاع)، جامعة المسيلة، الجزائر، ص5.



40- المرجع السابق مباشرة، ص6.

- 41- Pellefigue, Jullien (2019): The French digital service taxation economic impact assessment, Taj society, March, P4.
- 42- Olbert & Spengel, Mareel, Christoph (2019): Taxation in the digital economy-recent policy development and question of value creation, (ZEW) discussion papers, No. 19-010, April, P3.
- 43- Committee of experts on international (2019): Tax issues related to the digitalization, report, Eighteenth session New York, April, P9.
- 44- Congressional Research Service (2019): Digital Services Taxes (DSTs): policy and economic analysis, CRS report, February, P13.
- 45- Jessop & Other, Julian (2019): The case against tech taxes (a critical assessment of EU plans for taxes on digital turnover), European policy information center (EPI CENTER), P18-21.
- 46- United Nations (2019): Value creation and capture: implications for developing countries, digital economy report, P xvii.
- 47- Pellefigue, Jullien: op. cit, P2.
- 48- Sand-Zantman, Wilfried: op. cit, P4.
- 49- Jessop & Other, Julian: op. cit, P27-31.
- 50- Hadzhieva, Eli: op. cit, P39.
- 51- Lilian V. Faulhaber: Taxing tech: the future of digital taxation, Virginia Tax Review, Vol. 39, December, 2019. P162