

## مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها (دراسة ميدانية)

د. منال حامد فراج

مدرس المحاسبة  
المعهد العالى للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات  
أكاديمية الشروق

### أولاً : مقدمة

تعتبر ثورة المعلومات الأساس فى ظهور ونمو العولمة القائمة على تحرير تجارة السلع والخدمات، وإزالة القيود الجمركية والحدود الاقتصادية للدولة وتحويل الأسواق المحلية إلى أسواق عالمية مفتوحة.

تكنولوجيا المعلومات والتطور غير المسبوق لشبكة الانترنت قد جعل صفقات التجارة التقليدية من الممكن إجراؤها عبر الشبكات الإلكترونية، وتعتبر شبكة الانترنت الدعامة الأساسية فى البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، حيث تدور بها ومن خلالها جميع المحاور الضرورية لإتمام الصفقات التجارية من عرض السلع والخدمات.

وتعتبر التجارة الإلكترونية أحد روافد ثورة المعلومات، بالإضافة إلى أنها نتيجة غير مباشرة للنمو السريع والمتطور فى استخدام شبكة الانترنت الدولية، كما تعد احد الركائز الأساسية للنمو الاقتصادى فى معظم بلاد العالم فى القرن الحادى والعشرين.

وقد صاحب ظهور التجارة الإلكترونية تغير جوهري ببيئة الأعمال الخاصة، ومن جهة أخرى ونظراً لطابعها الفريد من نوعه صاحبها غياب التوثيق المستندى لأغلب مراحل العمليات التى تمت من خلالها.

مقابل ذلك نلاحظ أن ظهور التجارة الإلكترونية قد خلق تحديات اقتصادية بما فيها التحديات الضريبية للنظم الضريبية فى مختلف الدول المتقدمة منها والنامية.

## ثانيا : مشكلة البحث

أن النمو السريع للتجارة الإلكترونية ، خاصة البيع للسلع والخدمات عبر شبكة الانترنت قد أثار النقاش بين المختصين حول أى من الأنظمة لنظام الضرائب التى يمكن أن تستخدم ، فالتجارة الإلكترونية ستؤثر على نظام الضرائب فى كل البلدان.

ويظهر سهولة تنفيذ الصفقات وتنفيذ العقود سواء تلك المتعلقة بشراء السلع أو بتوصيل الخدمة عبر الوسائط الإلكترونية , حيث لم تعد هناك حاجة لانتقال بائع السلعة المقيم فى دولة معينة إلى مشتريها والمقيم فى دولة أخرى , حيث أن على المشتري الاطلاع على عرض البائع عبر شبكة الانترنت ومن خلال إجراء حوار مشترك بينه وبين البائع حتى يتم عقد الصفقة .

ولذلك فإن البائعين يمكن أن يستغلوا الوضع الضريبي الذى لم يتناول قواعد أو معايير أو تشريعات تفرض على التجارة الإلكترونية , ويحققوا أرباح طائلة ويجنبوها من الخضوع للضريبة.

ومن ناحية أخرى تنشأ مشكلة تحديد الدولة التى لها حق فرض الضريبة على الدخل الناتج عن هذه النوعية من الصفقات , وذلك إذا تم ممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق دولي , حيث تحدد القواعد التقليدية السيادة الضريبية فى إطار مبدأ مصدر الدخل والإقامة .

وتتلخص المشكلة فى دراسة إلى أى مدى يمكن فرض ضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية وما هى المشاكل التى تعوق فرض ضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية، وكيف يتم تحديد الدخل الخاضع للضريبة والناتج من بيع السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت .

## ثالثا: أهمية الدراسة

تتضح أهمية الدراسة من أهمية المحاسبة الضريبية نفسها ، وأهمية التجارة الإلكترونية وتتبع أهمية البحث من المحاور الآتية :

- تزايد الاهتمام العالمى بالتجارة الإلكترونية وفتح الأسواق وإلغاء القيود والحواجز الجمركية .

- ظهور مخاطر التهرب الضريبي الإلكتروني ، مما يضيف مشكلة جديدة معقدة لأشكال التهرب الضريبي التقليدي .
- تزايد عائدات التجارة الإلكترونية وأرباحها مما يمهد الطريق لظهور ضريبة جديدة .

#### رابعاً : أهداف البحث

- يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على مشكلات المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية وتمثل تلك الأهداف في :
- حصر المشكلات التي تواجه الضرائب في ظل التجارة الإلكترونية.
- تقديم حلول مقترحة لكيفية إخضاع صفقات التجارة الإلكترونية للضريبة .

#### خامساً: فروض البحث

- لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية .
- لا توجد وسائل لمعالجة مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية .

#### سادساً : تقسيمات البحث

- المبحث الأول : إطار عام للتجارة الإلكترونية .
- المبحث الثانى : مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية .
- المبحث الثالث : أساليب المعالجة الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية .
- المبحث الرابع : دراسة ميدانية.

## المبحث الأول إطار عام للتجارة الإلكترونية

### مقدمة :

إن التجارة الإلكترونية هي فرع متمزج فيه الأصول والمبادئ والنظريات التجارية بتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهي فرع يقوم على مقومات متميزة، ويستند إلى نماذج واستراتيجيات وأساليب وتقنيات مستحدثة تختلف في أغلب جوانبها عن تلك التي سادت لعصور طويلة في ظل المعاملات التجارية التقليدية .

### أولاً : مفهوم التجارة الإلكترونية

تعرف التجارة الإلكترونية بأنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت ، والشبكات العالمية الأخرى ويشمل ذلك:(1)

- الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات .
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات .
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري .
- عقد الصفقات وإبرام العقود.
- سداد الالتزامات المالية ودفعها .
- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات .
- الدعم الفنى للسلع التى يشتريها العملاء.

ويعرف البعض التجارة الإلكترونية بأنها عمليات البيع والشراء بين المنتجين والمستهلكين ، أو بين الشركات بعضها ببعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات(2) .

وقد تنوعت وتعددت التعاريف التى تناولت التجارة الإلكترونية فقد أعتبرها البعض بأنها تشمل جميع المبادلات الإلكترونية ذات العلاقات بالأنشطة التجارية ،

ذلك أنها تعنى بتلك العلاقات بين المؤسسات والإدارات ، والمبادلات بين المؤسسات والمستهلكين (3) .

والتجارة الإلكترونية هي مفهوم عام يغطي أى شكل من أشكال المعاملات التجارية أو تبادل المعلومات يتم تنفيذه باستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ، سواء بين الشركات وبعضها البعض ، أو بين الشركات وعملائها ، أو بين الشركات والجهات الحكومية ، ومن هذا التعريف يتضح ما يلي (4) :

- أن التجارة الإلكترونية ليست مجرد تبادل السلع والخدمات بمقابل على الانترنت ، ولكن نطاقها يمتد ليشمل كل عملية تجارية تتم بوسائل إلكترونية عبر شبكات الكمبيوتر .
- لا يقتصر مفهوم " المنتجات " فى هذا التعريف على البضائع أو السلع المادية الملموسة ، بل يشمل كذلك الخدمات والمنتجات الرقمية كالمعلومات وبرامج الحاسبات والأفلام والموسيقى .
- أن الوسائل الإلكترونية المقصودة هي التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال الشبكات ، وبخاصة شبكة الانترنت مثل مواقع الويب ، التبادل الإلكتروني للبيانات ، التحويل الإلكتروني للأموال ، البريد الإلكتروني .

وتشير الباحثة إلى أن مصطلح التجارة الإلكترونية يدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالأنشطة التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات، معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص، والأصوات، والصور، ويدل هذا المصطلح كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية فى المؤسسات والإجراءات التي تسهل وتحيط بالأنشطة التجارية.

#### ثانيا : مزايا التجارة الإلكترونية

تهتم المنشآت بالتجارة الإلكترونية لأنها ببساطة يمكن أن تساعد على زيادة الأرباح ، وكل مزايا التجارة الإلكترونية لكيانات الأعمال يمكن تلخيصها فى جملة واحدة " يمكن للتجارة الإلكترونية زيادة المبيعات وخفض التكلفة " (5).

إن اعتماد التجارة الإلكترونية نمطا رئيسيا للتجارة بمختلف الأطراف يحقق مزايا عديدة منها :

#### - تحقيق الموازنة بين ثورة المعلومات والطرق التسويقية الحديثة

من خلال توسيع قاعدة عرض السلع والخدمات ، توفير فرص أفضل لتسويق المنتجات بتكاليف أقل من التسويق التقليدي نظرا للدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق سرعة أكبر في انجاز العقود وإبرامها(6) .

#### - انخفاض التكلفة

أهم ما يميز أنشطة التجارة الإلكترونية هو مقارنتها بأنشطة التجارة التقليدية إلى حد كبير حيث إنها لا تحتاج إلى متاجر أو معارض أو مخازن أو مجتمعات تسويق إذ يكفي وضع موقع على الإنترنت للتعريف بنشاط الشركة وعرض منتجاتها ومزاياها ، كما يؤدي ذلك أيضا إلى خفض عدد العاملين بالشركة إذ يكفي عدد لا يتعدى أصابع اليد الواحدة للإشراف على أنشطة التجارة الإلكترونية وخدمة العملاء (7).

#### - توافر سجل إلكتروني لأنشطة الشركة

تتيح أنشطة التجارة الإلكترونية للشركة ميزة وجود سجل إلكتروني لكل عمليات الشركة من بيع وشراء وأسماء العملاء على نحو دقيق لا يحتمل الخطأ وذلك لأنه يعتمد على تقنية التسجيل بالكمبيوتر مما يوفر تكلفة ووقت وجهد الاستعانة بالأنشطة الورقية بما تتطلبه من استهلاك للمواد ووجود عدد كبير من العاملين والاحتمال الأكبر للخطأ في تسجيل البيانات.(8)

#### - فعالية أكبر في التسويق

تستطيع الشركة من خلال موقعها على الإنترنت تحقيق تسويق أفضل لمنتجاتها وأكثر فعالية من خلال الوصول إلى عدد هائل من المستهلكين على مستوى العالم ولمدة 24 ساعة يوميا حيث يمكنها تلقي طلبات المستهلكين في أي ساعة من ساعات الليل أو النهار والرد عليها في الحال، كما يمكن أيضا تلقي اقتراحات المستهلكين أو التجار والعمل على تحسين منتجات الشركة وتلافي أية عيوب بها ، كما تستطيع الشركة أيضا شرح كافة تفاصيل المنتج وكيفية استخدامه

أو حتى تركيبه الكيميائي إذا كان مادة كيميائية أو وضع دليل المستخدم على الهواء مباشرة.(9)

#### - التعرف على المنافسين

يمكن للشركة التعرف على منتجات وأسعار الشركات المنافسة مما يتيح لها دراسة السوق ووضع أسعار أكثر تنافسية من أجل تحقيق النجاح والحصول على نصيب وافر من العملاء كما يمكنها التعرف على أفكار جديدة في المجال الذي تعمل فيه من أجل المزيد من الابتكار وتحسين المنتج والبقاء على مستوى المنافسة(10).

#### - القدرة على التواصل مع الشركاء

يمكن للشركة الاتصال على نحو أسهل بشركائها أو عملائها من خلال البريد الإلكتروني أو الرسائل الفورية عبر برامج التخاطب على الإنترنت مما يؤدي إلى الوقوف على احتياجات الأسواق المختلفة وتحقيق التواصل المستمر مع الجمهور.(11)

#### - سهولة الحصول على المنتج

يستطيع عملاء الشركة الحصول على منتجاتها في أي وقت دون تزامم أو انتظار ولكن بمجرد الضغط على لوحة المفاتيح يمكن إرسال طلب الشراء وتقوم الشركة بإرسال المنتج في الحال فور قيام العميل بدفع ثمنه عبر إحدى وسائل الدفع الإلكتروني.(12)

#### - تكوين أسواق أكثر تخصصاً

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتيح إمكانية إنشاء أسواق أكثر تخصصاً على نحو قد لا يكون ممكناً عبر سبل التجارة التقليدية حيث يمكن على سبيل المثال إنشاء موقع لبيع نوع معين من الزهور أو مواد البناء أو الطعام أو أدوات الكمبيوتر.(13)

#### - تكلفة اتصالات أقل

تتيح الإنترنت وسيلة اتصال رخيصة الثمن إلى حد كبير مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية مثل التليفون والفاكس كما تؤدي إلى توفير الوقت والجهد حيث يمكن على سبيل المثال إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني إلى العديد من الأطراف في نفس اللحظة(14).

### ثالثا : متطلبات التجارة الالكترونية

- يلزم لقيام التجارة الالكترونية وانتشارها توافر عدد من المتطلبات على مستوى كل دولة على حده ، وكذلك على الصعيد الدولي(15) :
- بنية متطورة للاتصالات ونظم جيدة لإدارتها ، وبخاصة زيادة إمكانات الاتصالات عن بعد ذات النطاق وذات السرعات العالية .
  - توافر التسهيلات اللازمة للوصول إلى الانترنت بتكلفة فى حدود إمكانات النسبة الكبرى من المواطنين ، بما فى ذلك اقتناء الحاسبات .
  - إقامة بنية وبيئة قانونية أو تشريعية توفر الحماية والثقة والأمان للمتعاملين فى التجارة الإلكترونية ، بما فى ذلك حماية المستهلك من الغش ومن التطفل على المعلومات الخاصة به ، وحماية حقوق الملكية الفكرية وتنظيم المسائل الخاصة بالضرائب وما إلى ذلك ، وتشجيع الشركات العامة والخاصة والأفراد على الدخول فى ثورة المعلومات .
  - توافر خدمات مصرفية ملائمة للتعامل عبر الانترنت مع كفالة الصفة القانونية للتوقيعات والمستندات الالكترونية ، ومع توفير إجراءات الأمان وتقليل المخاطر للبنوك والعملاء على السواء ، وكذلك تأمين الرقابة الفعالة .
  - قوة بشرية مؤهلة ومدربة تدريباً جيداً على استعمال تكنولوجيا المعلومات ، وعلى صيانة الأجهزة والمواقع ، بما فى ذلك تطوير مناهج التعليم لتزويد الطلاب بكميات أكبر من المعلومات والتدريب فى مجال المعلوماتية وتكنولوجياها ، وفى مجالات مخصوصة كالتجارة الالكترونية والحكومة الالكترونية وما إلى ذلك .
  - وعى عام لدى الشركات ولدى الحكومة ولدى الجمهور بأهمية تكنولوجيا المعلومات وما يمكن أن تحققه من منافع .



## المبحث الثاني مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية

### مقدمة

أن نمو وتزايد حجم التجارة الإلكترونية يعنى بالضرورة مواجهة الأنظمة الضريبية الحالية تحديا كبيرا ومشكلات يجب التكيف معها من خلال نظام ضريبي يتسم بالبساطة والكفاءة والفعالية.

ويتميز نطاق ضرائب التجارة الإلكترونية بأنه غامض وغير مستقر ومقلق، ذلك لأن التجارة الإلكترونية غير ملموسة، وبالتالي لا توجد ثمة قواعد ضريبية حاليا، وعندما تنتوع ضرائب التجارة الإلكترونية في كل دولة فإن التأكد مما هو خاضع للضريبة ومن المسئول عن دفعها يكون أمرا معقدا، وتعتمد على الدولة التي نشأت منها.

**أولاً : خصائص المعاملات التجارية الإلكترونية والتي تجعل من الصعوبة فرض القواعد الضريبية:**

يمكن الوقوف على الخصائص الرئيسية المميزة للمعاملات التجارية الإلكترونية تختلف فيها عن المعاملات التجارية التقليدية، الأمر الذي يجعل من الصعوبة بمكان فرض القواعد الضريبية المألوفة على التجارة الإلكترونية وهي على النحو التالي(16):

- **اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات:**

لا ترتبط المعاملة الإلكترونية بوجود أى وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملة، مما يشكل صعوبة في إثبات العقود والمعاملات، ذلك أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونيا دون استخدام أى أوراق. وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أى نزاع بينهما، الأمر الذي يؤدي إلى فتح المجال أمام قضية أدلة الإثبات القانوني.

### - المبيعات عبر العالم:

يعبر عن ذلك بإشكالية إلغاء قيود الزمان والمكان، حيث تزايد في الآونة الأخيرة ظهور الشركات العملاقة التي تمارس أنشطتها التجارية عبر العالم وأصبحت تمثل تحدياً وعبئاً على الاقتصاديات الوطنية، ومع تزايد التجارة الإلكترونية، بدأ ظهور الشركات صغيرة الحجم والتي تستطيع باستخدام شبكة الإنترنت أن تمارس أنشطتها عبر العالم، وهذا يؤدي إلى تزايد شكل التعارض بين المصالح الاقتصادية القومية ومصالح هذه الشركات وانفتاح الباب على مصراعيه لمشاكل السيادة القانونية واختلاف النظم الضريبية وسبل الإثبات.

### - الانفصال المكاني :

تتيح شبكة الإنترنت للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أى موقع جغرافى فى العالم، ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد فى أى مكان دون أن يؤثر ذلك على الأداء.

### - صعوبة تحديد الهوية:

لا يرى طرفى التعامل التجارى الإلكتروني كل منهما الآخر، وقد لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضهما البعض كما هو الحال فى التعاملات التجارية التقليدية. ونتيجة لذلك قد يجد البائعون عبر الإنترنت صعوبة فى استكمال الملفات الضريبية التى تقيد السلطات التشريعية الالتزام بها، وقد يستغل هؤلاء البائعون ذلك للتهرب من الضريبة بعدم تسجيل هذه التعاملات فى الدفاتر المحاسبية الرسمية.

### - المنتجات الرقمية:

أتاحت شبكة الإنترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً مثل برامج الكمبيوتر، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات. ويشكل ذلك تحدياً أمام السلطات، حيث لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية غير المنظورة للضريبة.

## ثانياً: الصعوبات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية

عند تفحص موضوعات التجارة الإلكترونية يمكن أن نواجه الاحتمالات الآتية:

1- طرفى التعامل التجارى الإلكتروني ينتميان لبلد واحد (تجارة إلكترونية داخلية) حيث يمكن حصر هؤلاء الأشخاص ويمكن مراقبة انسياب السلع والخدمات (تجارة منظورة) ويمكن ضبطها ضريبياً ومعالجتها بالضريبة المناسبة، مثل ضريبة الدخل وهذا النوع من الأنماط التجارية الإلكترونية يطلق عليه البعض تسمية الصفقات التجارية الإلكترونية، حيث يتم التعاقد عليها وسداد ثمنها إلكترونياً إلا أنها تسلم بطرق تقليدية عبر المنافذ الجمركية. (17)

2- طرفى التعامل التجارى الإلكتروني (مورد وعميل، مصدر ومستورد) ينتميان لبلدين مختلفين أو طرفين ينتميان لبلدين مختلفين وطرف ثالث ينتمى لبلد آخر (التجارة غير المنظورة)، هذا الشكل من التعامل التجارى الإلكتروني يخلق تحدياً نوعياً أمام النظم الضريبية نظراً لصعوبة ضبطه ومراقبته، ولكن لا بد من متابعة انسياب السلع والخدمات من خلال المنافذ الجمركية للدولة ومعالجتها بالرسوم الجمركية لها برأى بعض منهم إلا أن هذا الرأى يصطدم بالضغط العالمى لتحرير التجارة وإزالة القيود الجمركية (18).

3- طرفى التعامل التجارى الإلكتروني مؤسستين أجنبيتين ووسيط محلى (وكيل بالعمولة) حيث لا يتعدى دور الوسيط (الوكيل) تقريب وجهات النظر وتوفير القبول والرضا بينهما فيما يتعلق بمواصفات هذه السلع والخدمات، وإن عمولة وكلاء البيع يمكن أن تعالج بضريبة الدخل إلا أن المشكلة تكمن فى صعوبة حصر موضوع التكلفة (مطرح الضريبة) نظراً لغياب المستندات الورقية التى تثبت تحقق الواقعة، وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يمثل تحدياً أمام المشرع الضريبى عالمياً (19).

4- نمط تجارة الخدمات والاستشارات الإلكترونية لاسيما الطبية، المحاسبية، القانونية، الحقوقية، الصحف والمجلات، الخدمات المالية، الألعاب وغيرها، التى تتم من خلال شبكة الإنترنت، هذا ما يعرف بالصفقات الإلكترونية الكاملة لأنها تتم منذ الإعلان عنها وحتى التعاقد عليها وسداد ثمنها إلكترونياً، لذلك تعرف بالسلع غير الملموسة أو السلع الافتراضية (20).

وترى الباحثة أن هذا النوع من التجارة الإلكترونية يعتبر من أعقد وأصعب الأنماط في المعالجة الضريبية لها حيث تفتقر إلى المستندات والتسجيل في الدفاتر والوجود المادى (المكاني) لممارستها على اعتبار أن مزاولة هذه المهنة يمكن أن تتم عبر شبكة الإنترنت من دون وجود مكان تجارى خاص بها.

5- التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والحكومة أو بين المستهلكين والحكومة تعتبر من أسهل أنماط التجارة الإلكترونية معالجةً بضريبة الدخل نظراً لأن الحكومة ممثلة بمؤسساتها المختلفة تعتبر طرفاً فيها ويمكن حصر حجم المبيعات أو حجم الإنفاق وتقدير الأرباح الصافية الناتجة عنها بصورة أو بأخرى (21).

6- إن المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية يمكن أن تؤدي إلى الازدواج الضريبي المحلى (الإقليمي) الذى يعرف على أنه فرض أكثر من ضريبة واحدة على ذات المكلف وعلى ذات المطرح خلال المدة نفسها داخل إقليم جغرافى واحد، أما الازدواج الضريبي الدولى فهو فرض أكثر من ضريبة من قبل عدة دول (22).

### ثالثاً : قصور التشريع الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية

يواجه التشريع الضريبي الذى تمت صياغته وفقاً لطبيعة المعاملات التجارية التقليدية قصوراً فى معالجه المعاملات التجارية الإلكترونية ويتجسد القصور فى ثلاث هي (23) :

#### 1 - فى التشريع :

على الرغم من قيام بعض الدول بالإعلان عن برنامجها القومى للتجارة الإلكترونية ، إلا أن ذلك لم يتواءم مع الإعلان عن بدء الإصلاحات التشريعية اللازمة ، ويتطلب من هذه الدول تقييم القوانين والنظم التشريعية السائدة وإجراء التعديلات الضرورية أو صياغة تشريعات جديدة تتلاءم وطبيعة المعاملات التجارية الإلكترونية .

#### 2 - فى الإدارة :

تختص الإدارة الضريبية بتنفيذ القوانين والتشريعات وحماية حقوق كل من الدولة والمجتمع الضريبي ، وبذلك أصبح لزاماً عليها استخدام الابتكارات التقنية اللازمة لضمان أعلى مستوى ممكن من كفاءة النظام الضريبي ، غير أنه فى ذات الوقت لا تزال تعاني قصوراً فى أداء مهامها من حصر وفحص وتحصيل كافة أنواع الضرائب.

### 3 - فى المفهوم :

يعانى المجتمع من وجود فجوة مفاهيمية ، فعلى الرغم من تطور حجم المعاملات التجارية الإلكترونية ، إلا أنه لا يزال يوجد قصور فى فهم المفردات الخاصة بها وما يترتب عنها من اعتبارات قانونية .

وتشير الباحثة إلى أن تميز كل دولة من الدول تتميز بوجود مجموعة من القوانين والتشريعات التى هى معمول بها بقوة القانون ، غير أن التجارة الإلكترونية ألغت قيود الزمان والمكان، الأمر الذى يؤدى إلى التداخل بين جملة من القوانين والتشريعات لدول ذات سياسات وقوانين مختلفة، مما يؤدى إلى وجود صعوبة التوافق بين القوانين الضريبية.

#### رابعاً : القضايا المتعلقة بصعوبات الإعداد والفحص الضريبى

يتم الجزء الأساسى من صفقة التجارة الالكترونية أو كلها Online وباستخدام مواقع الويب والبريد الالكترونى ووسائل الدفع الالكترونية ، وتضع العمليات التى تتم إلكترونياً صعوبات كثيرة أمام الفاحص الضريبى والإدارة الضريبية ومن أهمها (24):

- تحديد المكلف والملزم بسداد الضريبة : فهناك صفقات تتم Online فى أماكن بعيدة ودول مختلفة ، وهناك صفقات تتم بدون وسطاء ، بينما صفقات أخرى تتم بدخول وسطاء مثل المصارف أو أجهزة خادمة . وبالتالي لم يتم تحديد الممول، وكيفية مخاطبته وعنوانه ، وكيفية تحديد وعاء الضريبة ، ونوع الضرائب المفروضة عليه .

أى أن التجارة الإلكترونية تلقى بتحديات كبيرة على عملية الحصر الضريبى .

- يثار فى حالة معرفة هوية الممول صعوبات فى عملية الفحص ذاتها ، وفى عمليات التجارة الإلكترونية تكون هناك مستجدات على عملية الفحص الضريبى وأهمها :

- اختلاف المستندات والأدلة المؤيدة لحدوث العمليات ، حيث لا توجد للصفقات الإلكترونية مستندات ورقية ، ولذلك يثار بشأنها عدم القدرة على الاطلاع من ناحية ومدى حجيتها كأساس لربط الضريبة من ناحية أخرى .

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

- ظهور مخاطر استخدام التقنيات الحديثة فى إخفاء أو تغيير البيانات فى السجلات الإلكترونية .
- مدى قدرة الفاحص الضريبي على القيام بفحص السجلات الإلكترونية .
- خامساً : المشكلات التى تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية**
- والمشكلات التى تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية هى كالتالى (25):
- أن جزء كبير من التجارة الإلكترونية يعتبر تجارة غير منظورة من الصعب حصرها وتحديدها .
- صعوبة إجراء الرقابة الخارجية على عمليات التجارة الإلكترونية
- التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الإلكترونية والمساهمة فى تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها .
- عدم توفر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها .
- عدم وجود تنسيق قانونى دولى واتفاقيات مشتركة لتفادى الازدواج الضريبي الدولى .
- قصور التشريعات الضريبية المحلية مع التزايد السريع فى التجارة الإلكترونية .
- عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية.
- صعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي للتجارة الإلكترونية .
- صعوبة تتبع وفهم المعاملات التى تتم عبر شبكة الانترنت .
- عدم تطور الإدارات الضريبية بما يلاءم التجارة الإلكترونية .

## المبحث الثالث أساليب المعالجة الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية

### مقدمة :

تمثل المعالجة الضريبية عامل رئيسي في نجاح التجارة الإلكترونية ، فإذا فرضت ضرائب جديدة وزادت اللوائح فإن منافع التجارة الإلكترونية واحتمالاتها يمكن أن تكون مفيدة ويمكن فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية كخدمة اتصالات ، أو خدمة معلومات أو خدمة حاسبات أو دمج كل ما سبق ، فالخلط والتداخل في قانون الضرائب يمكن أن يسبب ازدواجا ضريبيا ، كذلك توجد مشكلات تعدد التقارير والتوافق ، وهناك أنشطة أعمال كثيرة لا تعرف حتى ما إذا كانت خاضعة للضريبة على المبيعات والصفقات عما تحققه عبر الإنترنت .

### أولاً : توجهات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية

يشير أحد الباحثين أن المستهلكين سيخاطرون بتحويل مشترياتهم إلى الفضاء الإلكتروني، وهو ما سيعمل على انخفاض حصة الدولة من الضرائب ، ويشير في هذا الصدد إلى 3 اتجاهات وهي (26):

### التوجه الأول :

يتميز هذا التوجه بالبساطة في طبيعته ، فإن الضرائب على الإنترنت يجب أن تستجيب لثلاثة مبادئ يسهل إعلانها ويصعب تطبيقها في نفس الوقت، وهي: الحياد، البساطة والشفافية ، والملائمة.

### التوجه الثاني :

يرى هذا الاتجاه أن ظهور تحديات جديدة أمام النظام الضريبي على الإنترنت يجب أن يؤدي إلى إيجاد ضرائب جديدة وقواعد جديدة تختلف عن القواعد الضريبية التقليدية ، حيث تم اقتراح ضرائب جديدة مثل ضرائب على الاستهلاك، ضرائب على المبيعات، ضرائب على الدخل

### التوجه الثالث:

وهو حل وسطى بين السابقين، والذي يتضمن احترام التقنيات الضريبية التقليدية مع الأخذ فى الحسبان ظاهرة التجارة الإلكترونية، وهو توجه كثير الخطورة لأنه يترك هامشاً واسعاً لدور الضمير فى التصاريح الضريبية، وهذا أمر فى غير محله.

ويرى آخرون أن هناك رأى عند فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يتجه إلى ضرورة التفرقة بين نوعين من السلع والخدمات : (27)

### النوع الأول :

هو الصفقات التى يتم فيها الاتفاق بين الطرفين إلكترونياً ولكنها يجب أن تسلم بالطرق التقليدية ، ويتجه الرأى هنا إلى إخضاعها للمعاملة الضريبية العادية حسب القواعد العامة المطبقة فى هذا الشأن.

### النوع الثانى :

يرى هذا الرأى أنه عند عقد الصفقة وإتمامها إلكترونياً كما فى حالة خدمات المعلومات والبرامج ، يروا عدم خضوعها للضريبة تشجيعاً لحركة نمو التجارة الإلكترونية وعدم تقييدها، ولمنع الازدواج الضريبي، والاهم لصعوبة حصر هذه العمليات وفحصها.

### ثانياً : مبدأ إقليمية الدخل أو عالمية الإيراد

يثور حول فرض الضرائب على الدخل من صفقات التجارة الإلكترونية الكثير من الجدل والنقاش والذي ينصب على المبدأ الذى تفرض على أساسه هذه الضرائب ، وهل هو مبدأ إقليمية الضريبة أم عالمية الإيراد ، مما يسبب الكثير من المشاكل المتعلقة بفرض تلك الضرائب(28) .

أن الدول التى تأخذ بمبدأ الإقليمية فتعتمد على مصدر الدخل كأساس لفرض الضريبة ، فهى تفرض الضريبة على جميع الأشخاص : المواطنين والأجانب وذلك على الدخل الذى يتحقق من مصادر داخل الدولة ، ولا تفرض الضريبة على الدخل الذى يتحقق من مصادر خارج حدود الدولة ، ولو كان من حقها أشخاص ينتمون إلى جنسيتها أو مقيمين فيها ، وتأخذ بهذا الاتجاه غالبية الدول النامية ومنها مصر ، وتعتمد الدولة التى تأخذ بمبدأ عالمية الإيراد بفرض الضريبة على جميع الدخل التى يحققها



الممول من مصادر داخل دولته أو خارجها ، وتأخذ بهذا المبدأ معظم الدول الصناعية ومن أهمها الولايات المتحدة الأمريكية (29).

أن نظام التجارة الإلكترونية وإلغاء الرسوم الجمركية والحدود الاقتصادية بين الدول من خلال تحرير تجارة السلع والخدمات يجعل من المعالجة الضريبية محلياً أو عالمياً ، إذا ما أخذنا بعين الاعتبار إمكانية منع الازدواج الضريبي محلياً أو دولياً على اعتبار أن هناك تحديات موضوعية قانونية تواجه هذه المسألة، لاسيما فيما يتعلق باعتماد مبدأ إقليمية الدخل أو مبدأ عالمية الإيراد، حيث يرى البعض أن الإنفاق على شراء سلع استهلاكية ذات طبيعة كمالية تعتبر مطرحاً لضريبة الإنفاق بالمقابل، فإن قيمة مبيعات الشركة من هذه السلع تعتبر مطرحاً لضريبة الدخل من قبل الدولة التي يوجد فيها مقر الشركة، لذلك نلاحظ أن الصفة تكون خضعت لمعالجتين ضريبتين، مما قد يؤدي إلى انكماش في حجم التجارة الإلكترونية، وهذا ما يتنافى مع تحرير التجارة وتنميتها(30).

وترى الباحثة أن المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية يقع بين مبدأ إقليمية الضريبة وعالمية الإيراد ، حيث يركز مبدأ إقليمية الضريبة على فرض الضريبة على مكان تحقق الدخل بغض النظر عن جنسية المكلف به ويمنع الدولة من تحصيل الضرائب يمكن فرضها على شخص يحقق دخلاً عبر خدماته على شبكة الإنترنت من خلال عمله كوسيط بين مؤسسات أكانت تقع مراكزها خارج حدود بلده على اعتبار أن تحقق الدخل يرتبط بمكان وجود المنشأة، بينما مبدأ عالمية الإيراد يسمح بفرض ضريبة على دخل المواطن بغض النظر عن منشئه سواء تحقق داخل الدولة أو خارجها عالمياً .

### ثالثاً : القوانين العالمية الصادرة للمعالجة الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية

لقد أصدرت عدة دول قوانين خاصة بفرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية: (31)

- 1- أصدر الكونغرس الأمريكي ما يعرف بقانون الحرية الضريبية للإنترنت الذي يتضمن النقاط الآتية:
  - إعفاء التجارة الإلكترونية من الضرائب المحلية والفيدرالية.
  - اعتبار الإنترنت منطقة تجارة حرة.
  - تكوين لجنة استشارية مهمتها تحديد كيفية معالجة التجارة الإلكترونية ضريبياً.

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

2- فى بريطانيا صدر قانون منع الاحتكار المسمى بقانون المنافسة الذى يوصى بما يلي:

- حماية الإيرادات الضريبية السيادية من خطر الانخفاض.
- عدم التسرع بمعالجة التجارة الإلكترونية ضريبياً.
- السعى للتحويل إلى مجتمع يقوم على تكنولوجيا المعلومات.

3- فى أستراليا وبناء على تقرير لجنة الحسابات العامة والمراجعة التابعة للبرلمان الأسترالى تبين ما يلى :

- لا تخضع صناعة البرمجيات لضريبة المبيعات.
- انخفاض الإيرادات الضريبية من مبيعات الجرائد والمجلات نتيجة لتحويل الجمهور إلى صناعة الأخبار والمعلومات الإلكترونية المعفاة من الضريبة.

- إعفاء السلع المستوردة بواسطة البريد التى لا تزيد قيمتها عن 1000 دولار من الضريبة والرسوم الجمركية.

- إعفاء الموسيقى المحملة إلكترونياً من الضرائب والرسوم الجمركية، بينما تخضع عمليات استيراد الاسطوانات لضريبتى المبيعات والرسوم الجمركية.

وترى الباحثة أن الدول السابقة أصدرت قوانين بإعفاء أنشطة التجارة الإلكترونية من المعالجة الضريبية، وذلك تشجيعاً لزيادة تجارة السلع والخدمات وبهدف عدم وضع قيود ومعوقات أمام التجارة الإلكترونية .

#### رابعاً : إعفاء أو إخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة

تتجه بعض الآراء إلى إعفاء صفقات التجارة الإلكترونية من الضريبة ، بينما تتجه الآراء الأخرى إلى فرض التجارة الإلكترونية

#### 1- إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية من الضريبة :

أن إعفاء صفقات التجارة الإلكترونية من الضريبة لمدة معينة تتراوح بين 3-5 سنوات ، ويحقق هذا الرأى المزايا التالية (32):

- تشجيع رجال الأعمال والمشروعات فى الدخول فى صفقات عبر الشبكة العالمية للانترنت ، وهو ما يساعد على اللحاق بركب التكنولوجيا الحديثة وعصر

- الاتصالات من ناحية ، وكذلك إكسابهم الخبرة فى عقد الصفقات الكترونية وما يرتبط بها من التعرف والتدريب على الأمور المتعلقة بالتجارة الالكترونية .
- تلافى الازدواج الضريبي الذى قد يحدث نتيجة فرض الضريبة على عمليات التجارة الالكترونية .
  - تعتبر التجارة الالكترونية مجال حديث نسبيا ، ولذلك تتسم فيه عمليات فرض الضرائب بالغموض وعدم الاستقرار ، وإعطاء إجازة ضريبية لمشروعات التجارة الالكترونية يتيح فسحة من الوقت لدراسة المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الإلكترونية فى الدول المتقدمة وأخذ ما يناسب البيئة المصرية منها ، كذلك يتيح تدريب كوادر ضريبية للتعامل مع تكنولوجيا حديثة من حيث الإعداد والحصص والفحص الضريبي .
  - أن فرض الضريبة على صفقات التجارة الالكترونية قد يحد من انطلاقها ويؤدى إلى تعثرها وهى فى مهدها فى الدول النامية .
- ## 2- إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة
- يستند أصحاب رأى إخضاع صفقات التجارة الالكترونية للضريبة إلى :
- أن إعفاء معاملات التجارة الالكترونية من الضريبة مع إخضاع معاملات التجارة التقليدية سوف يؤدى إلى الإخلال بمبدأ العدالة وهو أحد المبادئ الأساسية لفرض الضرائب أو الإعفاء منها أو تعديلها .
  - أن الصعوبات التى تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية سواء عند الحصر أو الفحص الضريبي لا يجب أن تقف حائلا أمام إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة ويمكن فى هذا المجال مراعاة خصوصية التجارة الالكترونية وذلك بوضع شروط وأسس خاصة متعلقة بالنماذج والمستندات والإقرارات المرتبطة بخضوع المعاملات التى تتم بوسائل الكترونية للضريبة .
  - أن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية مبكرا سيتيح للإدارة الضريبية اكتساب الخبرة من الواقع العملى وعرض المشكلات والصعوبات أمام تحصيل الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية أولا بأول أمام المسؤولين لدراستها واتخاذ ما يلزم بشأنها .

### خامساً : المعالجة الضريبية لصفقات التجارة الإلكترونية المحلية

تخضع هذه الصفقات الناتجة عنها أساساً للضرائب التالية (33):

#### أ – الضرائب على الدخل

ظهرت فكرة العدول عن تطبيق ضريبة الدخل التقليدية وفرض ضريبة مستحقة تفرضها طبيعة التجارة الإلكترونية تعرف بضريبة الوحدات الرقمية ( أو ضريبة البايت) وذلك لأول مره فى نوفمبر عام 1994 ، ضمن التقرير الذى قدم أمام نادى روما ، وقد تأتى ذلك فى محاولة لوقف الخسارة الناتجة عن تآكل وعاء الضريبة بسبب التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية التى يتعذر متابعتها ضريبياً ، ويتم تحصيلها على أساس كمية البيتس الرقمية التى يتم استخدامها أو نقلها ، ويتطلب تحقيق ذلك الأمر وجود مواصفات خاصة فى الأجهزة المختلفة التى تقوم بنقل المعلومات وغيرها خاصة بقياس البيانات على أساس البيتس ، وقد نتج عن فرض هذه الضريبة عدة مزايا أهمها ما يلى :

1- تشجيع النقل الإلكتروني للسلع والخدمات حيث يتم الاستفادة من الضريبة المنخفضة على هذا النقل مقارنة بالضرائب والرسوم التى تفرض على النقل بالوسائل التقليدية أو المادية ، ومن الأهمية بمكان أن نذكر هنا أن هذا النقل الإلكتروني يعود بالنفع على البيئة نتيجة لتقليل الازدحام الناتج على النقل المادى لهذه السلع والخدمات مما يقلل معدلات التلوث البيئى .

2- يمكن أن تفيد هذه الضريبة فى تحفيز المؤسسات على مراقبة موظفيها الذين يستخدمون الانترنت فى أوقات العمل فى مجالات لا ترتبط بأعمالهم .

3- يمكن استخدام الحصيلة المتوقعة من هذه الضريبة فى أغراض اجتماعية عامه ، كدعم نظام للضمان الاجتماعى أو تعويض العمال الذين يفقدون فرص العمل نتيجة التجارة الإلكترونية .

#### ب – الضريبة العامة على المبيعات :

تفرض هذه الضريبة على مبيعات السلع والخدمات وفق تحديد كل دولة لها وتكون الواقعة المنشئة لها عملية البيع أو ما فى حكمها ، ويقع عبؤها على المستهلك . ولكن يتحمل البائع الالتزام بتحصيلها من المشتري وتوريدها إلى الإدارة الضريبية المختصة نيابة عنه ، أى أنها ضريبة تحتجز من المنبع ، لأنها تضاف إلى السلعة

أو الخدمة ، وقد تكون هذه الضريبة محلية تمثل موردا من مورد الحكومة المحلية ، كما هو الحال فى الولايات المتحدة الأمريكية التى تعتبر فيها كل من ضريبة المبيعات وضريبة الاستخدام مصدرا من مصدر تمويل كل ولاية ويجدر بالذكر أنه يوجد نوعان أساسيا من الصفقات التى تبرم من خلال التجارة الإلكترونية هم :

- المنتجات المادية : وتؤول هذه المنتجات فى النهاية إلى المستهلك عن طريق الاستلام المادى للمنتج ، وهو الأمر الذى يمكن من تحصيل الضريبة عليها كغيرها من السلع المادية الأخرى
- المنتجات الرقمية : وتؤول هذه المنتجات إلى المستهلك بطرق استلام إلكترونية ، بحيث يخفى معها الأثر المادى الذى يمكن تتبعه ، ولتحصيل الضريبة على هذه المنتجات يلزم البحث عن آلية خاصة تنفق معها .
- ويقترح البعض إلزام المؤسسات البائعة بتحصيل الضريبة على التجارة الإلكترونية وذلك فى ظل استخدام وسائل تقنية تمكن إدارة الضرائب أو الدولة من إغلاق موقع الشركة غير الملتزمة بالتحصيل ، بحيث لا يتمكن المستهلكون من النفاذ إلى موقعها والتعامل معها .

#### سادساً : المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الإلكترونية الخارجية

تخضع هذه الصفقات للضريبة الجمركية أو للضريبة العامة على المبيعات (343):

##### أ- الضريبة الجمركية :

تمثل هذه الضريبة تحديا حقيقيا لتنمية التجارة الإلكترونية ، فلا يوجد لشبكة الانترنت تقسيم جغرافى محدود وواضح لانتقال البضائع مثل ما هو موجود فى التجارة الدولية التقليدية ، ففى حين أنه قد يكون من الممكن تحديد الضريبة الجمركية للبضائع المطلوبة من خلال شبكة الانترنت والتى يمكن نقلها بواسطة البحر أو الجو ، إلا انه توجد صعوبة حقيقية فى تحديد هذه الضريبة والتحكم فيها إذا كانت البضائع يتم نقلها إلكترونيا عبر شبكات الانترنت ، مما يحتاج إلى رقابة وإجراءات دقيقة لمتابعة هذه الصفقات .

##### ب- الضريبة العامة على المبيعات :

تخضع الصفقات التى يتم تصديرها للخارج من خلال التجارة الإلكترونية الخارجية للضريبة العامة على المبيعات بسعر صفر مثلما هو الحال فى الولايات

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

المتحدة الأمريكية التي تفرض سعر صفر على جميع المعاملات الإلكترونية التي تتم بصورة رقمية أو تنقل بالاتصال المركزى طالما تم نقل السلع بصورة إلكترونية .

**و ترى الباحثة انه لفرض الضريبة على التجارة الإلكترونية :**

- 1- لا بد من تحليل الدخل الناتج عنها كما يلى :
  - الدخل الناتج عن صفقة التجارة الإلكترونية بين حدود الدولة وخارجها عبر شبكة الانترنت يفترض أن يخضع لضريبة الدخل.
  - إذا كانت الصفقة فى استيراد مادة أو سلعة من الأسواق العالمية بواسطة شبكة الانترنت فإن عمله يمكن أن يخضع للضرائب الجمركية أو لضريبة المبيعات .
- 2 - يمكن تبنى مبدأ عالمية الإيراد أى التركيز فى المعالجة الضريبية على جنسية المكلف أو أقامته بغض النظر عن مصدر الإيراد أو مكان تحققه بحيث تفرض الضريبة على شخص غير جنسية الدولة ولكنه مقيم بالدولة .

## المبحث الرابع الدراسة الميدانية

### مقدمة :

قامت الباحثة بطرح محتويات الدراسة الميدانية في قائمة استقصاء كأداة لجمع البيانات واعتمدت في تصميمها على مجموعة من الأسئلة .

### أولاً : مجتمع الدراسة وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في المحاسبين العاملين بالبنوك التجارية في مصر والمحاسبين العاملين بمصلحة الضرائب ، وتتمثل العينة المختارة للدراسة في :

- 1- عينة من المحاسبين العاملين بالبنوك قوامها 100 مفردة .
- 2- عينة من المحاسبين العاملين بمصلحة الضرائب قوامها 50 مفردة .

### جدول رقم ( 1 )

قوائم الاستقصاء الصحيحة		قوائم الاستقصاء الموزعة	الفئة
النسبة %	العدد	العدد	
90	90	100	محاسبين البنوك
80	40	50	محاسبين مصلحة الضرائب
86.5	130	150	الاجمالي

### ثانياً : أسلوب معالجة البيانات

تم استخدام البرنامج الاحصائي **SPSS** في إجراء التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية واختبار فروض الدراسة ، وقد تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية الملائمة لتطبيق البيانات على النحو التالي :

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

- أساليب الإحصاء الوصفي :

حيث تم استخدام التكرارات ، والنسبة المئوية ، والمتوسط الحسابي ، والانحراف المعياري .

- الاستدلال الاحصائي : قامت الباحثة باستخدام اختبار T-ONE SAMPLE عند مستوى معنوية (5%) بمستوى ثقة (95%) وذلك لاختبار فروض الدراسة.

ثالثا : التوزيع التكراري لعينة الدراسة

جدول رقم (2)

التوزيع التكراري لعينة الدراسة

السؤال	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة
	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
1	70	90	27	35	3	5	0	0	0
2	62	80	23	340	12	15	3	5	0
3	58	75	19	25	15	20	8	10	0
4	54	70	15	20	15	20	15	20	0
5	63	85	24	25	10	15	3	5	0
6	54	70	18	23	23	30	5	7	0
7	62	80	31	40	7	10	2	3	0
8	65	85	23	30	12	15	0	0	0
9	54	70	15	20	23	30	8	10	0
10	51	66	19	24	18	24	12	16	0
11	65	894	20	26	15	230	0	0	0
12	48	62	25	33	19	25	5	10	3
13	62	80	15	20	15	20	8	10	0



السؤال	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
14	84	64	40	31	6	5	0	0	0	0
15	90	70	250	19	10	8	5	3	0	0
16	80	62	30	23	20	15	0	0	0	0
17	65	50	25	20	35	27	5	3	0	0
18	80	62	30	23	20	15	0	0	0	0
19	90	70	30	22	10	8	0	0	0	0
20	70	53	40	31	10	8	10	8	0	0

يتضح من الجدول رقم (2) أن الأغلبية العظمى لعينة الدراسة تتجه نحو الموافقة على المقياس موافق بشدة وموافق ، مما يدل على أن عينة الدراسة توافق على وجود مشكلات تواجه فرض ضرائب على معاملات التجارة الالكترونية ، وأيضاً يوجد موافقة على وجود وسائل لمعالجة هذه المشكلات الضريبية .

#### رابعا : اختبار الفروض

- اختبار الفرض الأول والذي ينص على :

" لا توجد مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية "

#### جدول رقم (3)

يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
		المشكلات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية
0.99	3.31	- أن جزء كبير من التجارة الالكترونية يعتبر تجارة غير منظورة من الصعب حصرها وتحديدها .
0.63	4.33	- صعوبة إجراء الرقابة الخارجية على عمليات التجارة الالكترونية .

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبرة
0.90	3.83	- التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الإلكترونية والمساهمة في تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها .
0.62	4.25	- عدم توافر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها .
0.97	4.06	- عدم وجود تنسيق قانوني دولي واتفاقيات مشتركة لتفادي الأزواج الضريبي الدولي .
0.90	3.84	- قصور التشريعات الضريبية المحلية مع التزايد السريع في التجارة الإلكترونية .
0.62	3.78	- عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الإلكترونية.
0.77	3.91	- صعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي للتجارة الإلكترونية .
0.86	3.51	- صعوبة تتبع وفهم المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت .
0.90	3.82	- وجود قصور في أداء مهام الإدارة الضريبية في حصر وفحص وتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية .
0.65	4.58	- وجود فجوة مبدئية في المجتمع الضريبي في فهم المفردات الخاصة بالمعاملات على التجارة الإلكترونية .

من الجدول رقم (3) يتضح وجود مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية ، حيث تمثل المشكلة " عدم توافر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها . " بوسط حسابي 4.25 وانحراف معياري 0.62 .

للتأكد من صحة النتائج السابقة يوضح الجدول رقم (4) التالي نتائج اختبار الفرض الأول باستخدام **T.TEST - ONE -SAMPLE** كما يلي :

#### جدول رقم (4)

يوضح نتائج اختبار الفرض الأول من خلال اختبار ( T )

قيمة (T) المحسوبة	قيمة (T) الجدولية	مستوى المعنوية	النتيجة
16.827	2.0167	0.00	رفض

المحسوبة البالغة ( 16.827 ) ذات T يتضح من الجدول رقم (4) أن قيمة دلالة إحصائية عند مستوى ( 0.05 ) وهي أكبر من قيمتها الجدولية وبما أن قاعدة القرار تنص على قبول الفرض العدمي إذا ما كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ورفض الفرض العدمي إذا ما كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ، وبناء عليه فإنه يتم رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل ، مما يعنى وجود مشكلات تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية .

- الفرض الثانى :

"لا توجد وسائل لمعالجة مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية "

#### جدول رقم (5)

يوضح الوسط الحسابى والانحراف المعياري

الانحراف المعيارى	الوسط الحسابى	العبارة
		معالجة المشكلات التى تواجه فرض الضرائب على التجارة الالكترونية
0.55	4.82	- أن إعفاء معاملات التجارة الالكترونية للضريبة يساعد على تلافى الازدواج الضريبي الذى قد يحدث نتيجة فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية .

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
0.82	4.19	أن إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية من الضرائب يؤدي إلى الإخلال بمبدأ العدالة .
0.72	3.07	- أن إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة يساعد على تشجيع المشروعات للدخول في صفقات عبر شبكة الانترنت .
0.74	3.64	- أن فرض ضريبة الوحدات الرقمية يؤدي إلى تشجيع النقل الإلكتروني للسلع والخدمات .
0.62	3.88	- أن فرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية قد يحد من انطلاقها ويؤدي إلى تعثرها .
0.84	3.76	- أن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية مبكراً سيتيح للإدارة الضريبية التعرف على مشكلات وصعوبات أما تحصيل الضريبة .
0.78	4.23	- تفرض الضريبة على مبيعات السلع والخدمات وتكون الواقعة المنشئة لها عملية البيع أو ما في حكمها ويقع عبؤها على المستهلك وذلك في صفقات التجارة الإلكترونية المحلية .
0.88	3.84	- تخضع الصفقات التي يتم تصديرها للخارج من خلال التجارة الإلكترونية الخارجية للضريبة العامة على المبيعات بسعر صفر .
0.58	4.75	- الاعتماد على مبدأ إقليمية الدخل كأساس لفرض الضريبة .
0.59	4.05	- الاعتماد على مبدأ عالمية الإيراد كأساس لفرض الضريبة .

من الجدول رقم (5) يتضح وجود حلول لمشكلات للنظام الضريبي وتمثل الحل " أن إعفاء معاملات التجارة الالكترونية للضريبة يساعد على تلافى الازدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرض الضريبة على عمليات التجارة الالكترونية " بوسط حسابى 4.82 ، وانحراف معيارى 0.55 .

للتأكد من صحة النتائج السابقة يوضح الجدول (6) التالى نتائج اختبار الفرض الأول باستخدام **T.TEST - ONE -SAMPLE** كما يلى :

### جدول رقم (6)

يوضح نتائج اختبار الفرض الأول من خلال اختبار ( T )

النتيجة	مستوى المعنوية	قيمة ( T ) الجدولية	قيمة ( T ) المحسوبة
رفض	0.00	2.0167	10.232

يوضح الجدول رقم ( 6 ) أن قيمة (T) المحسوبة ( 10.232 ) وهى أكبر من قيمتها الجدولية ، وبناء عليه فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة مما يعنى وجود حلول معالجة لفرض الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية .

## الخلاصة والنتائج والتوصيات

### أولاً : الخلاصة

يهدف هذا البحث إلى المشكلات التي تواجه النظام الضريبي في معاملات التجارة الإلكترونية ودراسة المعالجة لهذه المشكلات ، وتحقيقاً لهذه الأهداف فقد قامت الباحثة بتقسيم هذا البحث إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي :

#### المبحث الأول :

##### " إطار عام للتجارة الإلكترونية "

وقد تناولت الباحثة في هذا المبحث مفهوم التجارة الإلكترونية ، مزايا التجارة الإلكترونية ، متطلبات التجارة الإلكترونية .

#### المبحث الثاني :

##### " مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية "

وقد تناولت الباحثة في هذا المبحث خصائص المعاملات التجارية الإلكترونية والتي تجعل من الصعب فرض الضرائب ، الصعوبات التي تواجه فرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية ، قصور التشريع الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية ، القضايا المتعلقة بصعوبات الإعداد والفحص الضريبي للتجارة الإلكترونية ، المشكلات التي تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية .

#### المبحث الثالث :

##### " أساليب المعالجة الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية "

وقد تناولت الباحثة في هذا المبحث توجهات فرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية ، مبدأ إقليمية الدخل أو عالمية الإيراد ، القوانين العالمية الصادرة للمعالجة الضريبية على معاملات التجارة الإلكترونية ، إعفاء أو إخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضرائب ، المعالجة الضريبية للصفقات الإلكترونية المحلية ، المعاملة الضريبية للصفقات الإلكترونية الخارجية.

## المبحث الرابع :

### " دراسة ميدانية "

وقد استخدمت الباحثة في هذا المبحث برنامج **SPSS** في إجراء التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة واختبار فروض الدراسة ، وقد تم استخدام التكرارات والنسبة المئوية ، المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، واستخدمت أيضاً الباحثة اختبار (T) للتعرف على أثر التحليل الاحصائي ونتائج اختبار الفروض .

### ثانياً : النتائج

- 1- تساعد التجارة الالكترونية على تحويل الأسواق المحلية إلى أسواق عالمية ، مما يزيد الضغط على المنتجين والمستهلكين في آن واحد .
- 2- تنشأ التجارة الإلكترونية مشكلات جديدة تتعلق بتغيير المفاهيم التقليدية مثل الواقعة أو الحدث أو الإقامة ، المنشأة الدائمة ، التقادم ، تاريخ أبرام العقد .
- 3- صعوبة إجراء الرقابة الخارجية على عمليات التجارة الالكترونية .
- 4- عدم توافر مستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصص التجارة الالكترونية وعائداتها .
- 5- التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الالكترونية والمساهمة في تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها .
- 6- عدم وجود تنسيق قانوني دولي واتفاقيات مشتركة لتجنب الازدواج الضريبي الدولي وحماية حقوق الدول ولاسيما النامية فيها في الحصول على إيراداتها الضريبية الصحيحة .
- 7- عدم مواكبة التشريعات الضريبية المحلية على مستوى الدولة للنمو السريع في التجارة الإلكترونية .
- 8- أن التجارة الالكترونية تتطلب معاملة ضريبية مختلفة عن تلك التي يتم التعامل بها مع التجارة التقليدية .

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

9- أن المعاملة التي تتطلبها التجارة الإلكترونية يجب أن تتصدى للصعوبات والمشكلات التي تفرضها آلية المعاملات الإلكترونية التي تهدر الإيرادات الضريبية لكثير من دول العالم إذا ظلت قواعدها الضريبية التقليدية هي المطبقة على هذا النوع من التجارة .

10- توجد وسائل لمعالجة وحل المشكلات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية .

### ثانيا : التوصيات

- 1- ضرورة التنبيه لإعادة النظر في النظام الضريبي المصرى .
- 2- ضرورة إعادة تأهيل الكوادر بما يتواءم مع ثورة المعلومات والاتصالات .
- 3- ضرورة تبنى مبدأ عالمية الإيراد أو الإقامة كأساس لفرض الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية .
- 4- ضرورة تطوير الإدارة الضريبية بشريا وماديا بما يضمن زيادة فعالية وكفاءة العمل الضريبي حتى يمكنها من التعامل مع التطورات التكنولوجية .
- 5- ضرورة أن تقوم البنوك والمؤسسات المالية بإخطار مصالح الضرائب بالتحويلات المالية التي تتم عن طريقها بين المؤسسات سواء كان أطراف هذه التحويلات مقيمين داخل الدولة أو خارجها .
- 6- ضرورة إعداد دورات تدريبية للعاملين بمصلحة الضرائب لرفع الكفاءة العلمية والعملية فى أدائهم وتطوير خبراتهم المحاسبية .
- 7- ضرورة استقطاب الكفاءات البشرية المؤهلة وتطويرها باستمرار .



### هوامش البحث

- 1- د. طارق عبد العال حماد ، التجارة الالكترونية ، الدار الجامعية ، 2003 ، ص 7-8.
- 2- Cohan, P.S.e-profite, High Payoff Strategies for Capturing E.Commerce Edge New York. Amacom -2000.
- 3- د. شكرى رجب العشماوى التجارة الالكترونية ومشكلات إخضاعها للضرائب ، المجلة المصرية للدراسات التجارية ، المجلد الرابع والثلاثون ، العدد الرابع ، كلية التجارة جامعة المنصورة ، 2010 ، ص 438.
- 4- د. هشام مخلوف ، التجارة الالكترونية ، بدون ناشر ، 2003 ، ص 44 إلى ص 45.
- 5- Frederic Huet : La fiscalité du commerce électronique ,Edition Litec, Paris, 2000.
- 6- د.إبراهيم عبد الحفيظ عبد الهادى ، إطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحويل إلى عالم التجارة الإلكترونية ، دراسة نظرية ميدانية ، ص 212 .
- 7- يمكن الرجوع إلى الدراسات التالية :
- www. Blueniletadepoint. Com / arabisite / e-comers / arabicindex-copy ( 23 ) .
- Computing Canada, Nov. 23, 1998, Vol. 24, Issue 44.
- 8- Schneider, G.P.& James T.Perry. Electronic Commerce ,Australia, Course Technology ,2001.
- 9- وكالة الإعلام الأمريكية ، التجارة الالكترونية مقالات مختارة من سلسلة المجالات الالكترونية ، متاحة على الموقع التالى :
- <http://usinfo.state.gov/regional/nea/Arabic/journal/electcom.htm>.
- 10- Al Chen, Y.L.R.Ingraham and J.G.Jenkins " Creating value through E-Commerce", Strategic Finance, Jan 2001, pp.44-45.
- 11- Coppel, J.E-Commerce: Impacts and Policy ChLLENGES, oecd, Economic Dept, Working Paper no.252, June 2000, [www.oecd.org/eco/eco](http://www.oecd.org/eco/eco).

- 12- JEP , "The Journal of Economic Perspectives" , Winter , 2001 , vol.15,NO,1 This number contains a set of paper on e-Commerce , pp.34-36.
- 13- The Economist, 19 August 2000,23 sep,2000,13 Jan 2001,17 March 2001,and 19 and 26 May2001.
- 14- WTO,Annual Yearbook ,2000,www.wto.org.
- 15- د. إبراهيم العيسوي ، التجارة الإلكترونية ، المكتبة الأكاديمية ، 2003 ، ص 73 إلى ص 74 .
- 16 - يمكن الرجوع إلى الدراسات التالية :
- Charles E.Mc Lure / ( Thinking Straight A Bout The Taxation of Electronic Commerce / Hoover Institution , Stand ford University / USA / 2002 / P 120. - Mukul G. Asher and Others / Globalization Tax Systems / Asian Economic Bulletin / April 2001 / P 122 .
- The Electronic Commerce and Development Report / UNCTAD / United nations Publication / 2001 / P 120 .
- 17- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية – بحوث ودراسات، 1999، ص 348.
- 18- د.أحمد منير نجار ، إشكالية البعد الضريبي في التجارة الإلكترونية ، جامعة فيلادلفيا ، 2002 ، ص 10 .
- 19- د. محمد شريف توفيق ، د. نعيم فهم حنا ، أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية والتحاسب الضريبي عنها ، بحث منشور على الانترنت ، ص 41.
- 20- يمكن الرجوع إلى الدراسات التالية :
- WIPO,Primer on Electronic Commerce and Intellectual Property Issues,WIPO,2000,http://ecommerce.wipo.int/primer.
- UNCTAD,E-Commerce Development Report 2003.
- UNCTAD,E-Commerce Development Report 2006.
- 21- E-Commerce times ,several issues,http://ecommerce times.com.

- 22- Esteve,R AND L. Schuknecht,A Quantitative Assessment of Electronic commerce,WTO,Staff Working paper ,ERAD-99-01 SEPT 2006,www.wto.org.
- 23- رأفت رضوان ، الضرائب فى عالم الأعمال ، الإلكترونية " ، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية ، العدد 2 ، 2002 .
- 24- د. طارق عبد العال حماد ، مرجع سابق ، ص 696 .
- 25- يمكن الرجوع إلى الدراسات الآتية :
- USIA (US Information Agency ) ,Economic Perspectives,Vol.5 no.2, May 2000 , A Special Issue on Electronic Commerce, see also :  
[www.usinfo.state.gov](http://www.usinfo.state.gov).
  - AGB, ICC, BIAC, and GIIC,,A global Action Pkan for Electronic Commerce ,Prepared by business with recommendations for governments , the Alliance for global Business ( AGB),2 ed.,Oct.,2008,www.iccwbo.org
- 26- يمكن الرجوع إلى الدراسات الآتية :
- Hyunbae, information Technology and the Demand for Educated Worers: Disentang line the Impact of Adoption Versus use, the Review of Economies and Statistic, The MIT Press Journal, 85:1Feb,2003,1-7.
  - Wjitely, David ,E-Commerce :Strategy, Technologies and Applications,( England, Berkshire: McGraw-Hill Pub.co,2009.
  - Roger Clarke, "Electronic Data Interchange (EDI):An Introduction", Department of Computer Science, Australian National University, October 2001.
- 27- لمزيد من التفاصيل عن الموضوع انظر المواقع الإلكترونية :  
-www.Finance.gov.FR.  
-www.ecommerce.gov.
- 28- د. جلال الشافعى ، أساليب الفحص الضريبي الحديثة ، 2000 ، ص 170 .

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

- 29- د. رمضان صديق ، الضرائب على التجارة الإلكترونية ، دراسة مقارنة ، القاهرة : دار النهضة العربية ، 2001 ، ص 78 .
- 30 - E-Commerce Webopedia, <http://e-comm.webopedia.com>.
- 31- يمكن الرجوع إلى الدراسات التالية :
- Shim, J.K et. The International Handbook of Electronic Commerce. Glenlake Publishing Company.2000.
- Jones, Don, Mark D. Scott, And Richard Villars ,E-Commerce for Dummies,2 ed.,(Cleveland, Ohio: Hungry Minds,inc.,2007.
- Sokol, p., From EDI TO Electronic Commerce :A Business initiative,(New York: McGraw hill Book Co.,2008.
- 32- د. طارق عبد العال حماد ، مرجع سابق ، ص 690 .
- 33- رأفت رضوان ، مرجع سابق ، ص 32-35.
- 34- السيد حازم خصاونة ، التجارة الإلكترونية وآثارها المتوقعة على الإيرادات الضريبية في الوطن العربي ، جامعة فيلادلفيا ، 2002 .

## ملاحق البحث قائمة استقصاء

السيد الأستاذ /

تحية طيبة وبعد

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان " دراسة تحليلية لمشكلات المعالجة  
الضريبية

لمعاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها- ( دراسة ميدانية ) ، حيث تتناول  
الباحثة المشكلات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية ،  
وتتناول أيضا الحلول والوسائل التي تعالج هذه المشكلات .

لذلك نرجو م سيادتكم التكرم بتعبئة قائمة الاستبيان وإعطائها الأهمية المناسبة  
لما له من تأثير على نتيجة الدراسة .

وتفضلوا بقبول فائق الشكر والاحترام

الباحثة

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

### قائمة الاستقصاء

درجة الأهمية النسبية				البند
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة	
				القسم الأول : المشكلات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية
				- أن جزء كبير من التجارة الإلكترونية يعتبر تجارة غير منظورة من الصعب حصرها وتحديدها .
				- صعوبة إجراء الرقابة الخارجية على عمليات التجارة الإلكترونية
				- التناقض بين تسهيل إجراءات التجارة الإلكترونية والمساهمة في تنميتها وبين المعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها .
				- عدم توفر المستندات وأدلة الإثبات الكافية لحصر حجم التجارة الإلكترونية وعائداتها .
				- عدم وجود تنسيق قانونى دولى واتفاقيات مشتركة لتفادى الازدواج الضريبي الدولى .
				- قصور التشريعات الضريبية المحلية مع التزايد السريع فى التجارة الإلكترونية .

درجة الأهمية النسبية					البند
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
					- عدم التوافق بين الضرائب التقليدية وإمكانية المعالجة الضريبية لأنماط التجارة الالكترونية.
					- صعوبة الحصر وتحديد المجتمع الضريبي للتجارة الالكترونية .
					- صعوبة تتبع وفهم المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت .
					- وجود قصور فى أداء مهام الادارة الضريبية فى حصر وفحص وتحصيل الضرائب على معاملات التجارة الالكترونية .
					- وجود فجوة مبدئية فى المجتمع الضريبي فى فهم المفردات الخاصة بالمعاملات على التجارة الالكترونية .

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها

درجة الأهمية النسبية					البند
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
					القسم الثاني : معالجة المشكلات التي تواجه فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية
					- أن إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة يساعد على تلافى الازدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية .
					- أن إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية من الضرائب يؤدي إلى الإخلال بمبدأ العدالة .
					- أن إعفاء معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة يساعد على تشجيع المشروعات للدخول في صفقات عبر شبكة الانترنت .
					- أن فرض ضريبة الوحدات الرقمية يؤدي إلى تشجيع النقل الإلكتروني للسلع والخدمات .



					- أن فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية قد يحد من انطلاقتها ويؤدي إلى تعثرها .
					- أن فرض الضرائب على التجارة الالكترونية مبكرا سيثير للإدارة الضريبية التعرف على مشكلات وصعوبات أما تحصيل الضريبة .
					- تفرض الضريبة على مبيعات السلع والخدمات وتكون الواقعة المنشئة لها عملية البيع أو ما في حكمها ويقع عبؤها على المستهلك وذلك في صفقات التجارة الالكترونية المحلية .
					- تخضع الصفقات التي يتم تصديرها للخارج من خلال التجارة الالكترونية الخارجية للضريبة العامة على المبيعات بسعر صفر .
					- الاعتماد على مبدأ إقليمية الدخل كأساس لفرض الضريبة .
					- الاعتماد على مبدأ عالمية الإيراد كأساس لفرض الضريبة .

مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها