



إطار مقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة
المحتوي في مصر (دراسة نظرية ميدانية)

**A proposed Approach to treat the problems of tax
accounting for the activity of the content industry in
Egypt (field theory study)**

إعداد

أ.م / السيد زكريا ابراهيم

استاذ المحاسبة والمراجعة المساعد

المعهد العالى للعلوم التجارية بالمحلة

ملخص البحث:

تعد صناعة المحتوى صورة من صور الأنشطة التي تمارس من خلال شبكة الانترنت والتي يطلق عليها الاقتصاد الرقمي ، بالإضافة الي أنها نتيجة غير مباشرة النمو السريع والمتطور في إستخدام شبكة الانترنت ، وأحد الركائز الاساسية للنمو الاقتصادي في معظم بلاد العالم في القرن الحادي والعشرين .

وقد أستهدف الباحث دراسة وتحليل مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى، وأسس المحاسبة الضريبية له في بعض الأنظمة الأجنبية للاستفادة منها في وضع إطار مقترح لعلاج هذه المشكلات في مصر، مع إختبار مدي قبول هذا الإطار في الواقع العملي من خلال إجراء دراسة ميدانية.

وقد تم إستخدام اسلوب قائمة الاستقصاء لجمع البيانات عن العينة محل الدراسة وعددها (٥٢) مفردة من خبراء الضرائب، وخبراء تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وممولي نشاط صناعة المحتوى، وقد تم تحليل بيانات الدراسة بإستخدام بعض الأساليب الاحصائية الملائمة وتحليل نتائجها.

وقد توصلت نتائج الدراسة الميدانية الي قبول فروض البحث، وقد تم التوصية بضرورة الاستفادة من النظم الأجنبية للمعاملة الضريبية لنشاط صناعة المحتوى، وإصدار معيار محاسبي ينظم المعالجة المحاسبية لها، وتطبيق برامج فعالة للفحص الضريبي للأنشطة الرقمية، وإنشاء نظام تتبع الكتروني للمعاملات التتم عبر شبكة الانترنت، ورفع مستوي الالتزام الضريبي لدي ممولي هذه الأنشطة، وضرورة تعاون مأمورية الضرائب مع شركة تكنولوجيا رقمية.

الكلمات المفتاحية: صناعة المحتوى - الأنظمة الضريبية الأجنبية - العملات الرقمية المشفرة - العمليات الرقمية - التحاسب الضريبي.

The Summary of Research:

The content industry is one of the activities that are practiced through the Internet, which is called the digital economy. In addition, it is an indirect result of the rapid and advanced growth in the use of the Internet, one of the main pillars of economic growth in most countries of the world in the twenty-first century.

The Researcher aimed to study and analyze the problems of tax accounting for the activity of the Content Industry and the foundations of tax accounting for it in some foreign systems to benefit from it in developing a proposed framework to treat these problems in Egypt while testing the extent of acceptance of this program in practice by conducting a field study.

The survey-list method was used to collect data on the sample under individuals from tax experts, information)study, which consisted of) 52 and communication technology experts, and academics in Egyptian universities. The study data were analyzed using some appropriate statistical methods and their results were analyzed.

The results of the field study reached the acceptance of the three research hypotheses, and it was recommended that foreign systems should be used for the tax treatment of the activity of the content industry, and the issuance of an accounting standard that regulates the accounting treatment for it, and the application of effective programs for tax examination of digital activities, and the establishment of an electronic tracking system for transactions that take place via the Internet and raise The level of tax compliance with all these activities, and the need for the tax office to cooperate with a digital technology . company

Key words: Content Industry - Foreign Tax Systems – Crypto
- Digital Operations - Tax Accounting. currency

القسم الأول الاطار العام للبحث

١/١ : مقدمة وطبيعة مشكلة البحث:

شهد العالم خلال العقود الاخيرة ثورة حقيقية في تقنية المعلومات والاتصالات، أثرت إلى حد كبير على أوجه النشاط الاقتصادي والاجتماعي ومن نتائج هذه التطورات ظهور ما يعرف بنشاط صناعة المحتوى

وقد تم إنشاء وحدة للمعاملات الالكترونية داخل المصلحة تختص بمساعدة الممولين من خلال تقديم التوعية اللازمة ومساعدة الممولين والتوجيه نحو التسجيل بمصلحة الضرائب بهدف تحقيق الإلتزام الطوعي وكذلك تجميع البيانات والمعلومات الخاصة بصناعة المحتوى التي تتم عبر المنصات الالكترونية تهدف إلى محاصرة الاقتصاد غير الرسمي لدمجة بالاقتصاد الرسمي ومن ثم تحقيق العدالة الضريبية وتكافؤ الفرص بين فئات المجتمع المختلفة. فقد أدى التطور المستمر في مجال تكنولوجيا المعلومات إلى ظهور تحدي كبير أمام الفكر الضريبي، حيث أصبحت المبادئ الضريبية التقليدية لا تواكب التحديات التي تطرحها المعاملات الإلكترونية ولا تساعد علي فرض الضريبة عليها، وبالتالي فإن هناك قصور في التشريعات الضريبية وعدم توافر عدد كافي لكوادر ضريبية مؤهلة للتعامل مع النظم المحاسبية لهذه المعاملات، ونظراً للتقدم المذهل في تكنولوجيا المعلومات فإن هذا يستلزم ضرورة وضع الإجراءات والمعايير المحاسبية والضريبية التي تخدم الدولة وتساير هذا التطور التكنولوجي.

حيث أن مبدأ إقليمية الضريبة وعالمية الإيراد اللذان تفرض علي أساسهما الضريبة لا يمكن تطبيق أي منهما بدقة في الأمور المتغيرة كما في حالة المعاملات الإلكترونية لنشاط صناعة المحتوى ومعاملات التجارة الإلكترونية ، ففي حالة تطبيق إقليمية الضريبة علي هذه المعاملات فإن هذا يستوجب وجود كيان مادي أو ممثل مقيم لمنتج السلعة أو مقدم الخدمة في دولة مصدر الدخل ، وهذا لا يتحقق حيث تكون المنشأة البائعة موجودة في الخارج وليس لها وجود مادي في الدولة الأخرى ، وفي هذه الحالة لا تستطيع الدولة أن تطالب بالضريبة علي الدخل الذي يتحقق من مصادر داخل دولتها، وكذلك مبدأ عالمية الإيراد علي هذه المعاملات ، فإن

هذا المبدأ لن يمنع عمليات التهرب الضريبي التي تتم من خلال هذه المعاملات، حيث يستطيع الممول أن يعقد الصفقة أو يقدم الخدمة أو المحتوي في دولة لا يقيم فيها أو لا يحمل جنسيتها وبالتالي يظهر العديد من المشاكل الضريبية المتعلقة بنشاط صناعة المحتوي سواء كانت مرتبطة بمتابعة وحصر وفحص الأوجه المختلفة لهذا النشاط ، وتحديد أسلوب الفحص الملائم له، أو مرتبطة بتحديد المعالجة الضريبية لتلك المعاملات التي تتم من خلال نشاط صناعة المحتوي وكيفية خضوعها والأرباح الناتجة منها للضريبة.

في ضوء ما تقدم يمكن تلخيص مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤلات الآتية :

١- ما هي طبيعة نشاط صناعة المحتوي وأنواعه وأنواع إيراداته ، والضرائب المستحقة عليه ؟

٢- ما هي مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي ؟

٣- كيف يمكن الاستفادة من النظم الضريبية الأجنبية في المحاسبة الضريبية لنشاط صناعة المحتوي في مصر ؟

٤- كيف يمكن طرح إطار مقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في مصر ؟

٥- كيف يمكن إختبار الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لهذا النشاط لتحديد مدى صلاحيته في الواقع العملي؟

٢/١ : أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١- إيضاح مفهوم نشاط صناعة المحتوي وأنواعه والضرائب المستحقة عليه.
- ٢- دراسة تحليلية لمشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي التي تؤثر علي الربح الضريبي المتوقع له ، وبالتالي علي الحصيلة الضريبية للدولة .
- ٣- وضع إطار مقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي يساهم في تحديد الوعاء الضريبي لها بشكل سليم .
- ٤- إجراء دراسة ميدانية لتحديد مدى قبول الإطار المقترح في الواقع العملي ومدى مساهمته في علاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي.

٣/١ : أهمية البحث:

يحتوي هذا البحث على أهمية خاصة في المجالين العلمي والعملية على النحو التالي:
١/٣/١ : الأهمية العلمية .

تتمثل الأهمية العلمية في الآتي :

- ١- يتناول البحث موضوعاً حديثاً في مجال المحاسبة الضريبية في ظل غياب المعايير اللازمة للمحاسبة والافصاح عن نشاط صناعة المحتوى .
- ٢- إلقاء الضوء علي المشكلات الضريبية لنشاط صناعة المحتوى ، والنظم الضريبية الأجنبية للمحاسبة الضريبية لهذا النشاط وأوجه الاستفادة منها في مصر .
- ٣- وضع إطار مقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى بما يساهم في ترشيد التحاسب الضريبي لهذا النشاط لمنع التهرب الضريبي له.

٢/٣/١ : الأهمية العملية .

تتمثل الأهمية العملية في الآتي :

- ١- ما يوفره البحث من نتائج تحليل مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى ، بما يساهم في وضع إطار مقترح لعلاج هذه المشكلات بحيث يناسب طبيعة الواقع العملي في مصر .
- ٢- توفير قواعد وأسس محاسبة ضريبية موضوعية لنشاط صناعة المحتوى بما يحقق الملائمة بين النظام الضريبي المصري وأنشطة الاقتصاد الرقمي .
- ٣- تحقيق حصيلة ضريبية وفيرة يتوافر فيها عنصري الضمان والاستمرارية نتيجة هذه المعاملات الالكترونية .

٤/١ : فروض البحث:

- على ضوء طبيعة مشكلات البحث وأهميته وأهدافه، يركز البحث على الفروض الآتية:
- ١- لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول وجود العديد من مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى .
 - ٢- لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول مدي مساهمة الاطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى في مصر .

وسوف يقوم الباحث بإختبار هذه الفروض من خلال الدراسة الميدانية بإستخدام قائمة استقصاء كوسيلة أساسية للحصول على البيانات اللازمة للدراسة، ومعالجة هذه البيانات وتحليلها بإستخدام إختبار (كا^٢) لحساب دلالة الفروق بين التكرارات والنسب المئوية.

٥/١: نطاق البحث وحدوده:

يتمثل نطاق البحث وحدوده فيما يلي:

- ١- يقتصر البحث علي تحليل مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في ضوء قانون الضريبة علي الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته ، وقانون الضريبة علي القيمة المضافة رقم (٦٧) لسنة ٢٠١٦ وتعديلاته دون التعرض لباقي أنواع الضرائب (الجمركية ، والأخرى) .
- ٢- تقتصر دراسة الأنظمة الضريبية الأجنبية للمحاسبة عن نشاط صناعة المحتوي علي بعض الدول الأجنبية التي أصدرت قوانين وإرشادات للمعاملة الضريبية له مثل الولايات المتحدة الأمريكية ودول الاتحاد الأوروبي ممثلة في بلجيكا والمملكة المتحدة وفرنسا وبعض الدول الآسيوية مثل الفلبين واليابان والهند وبعض الدول العربية مثل المغرب والجزائر .
- ٣- تقتصر الدراسة الميدانية على اختبار مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي والإطار المقترح لعلاج هذه المشكلات في مصر .
- ٤- لن تتناول الدراسة الجوانب الفنية لمعاملات نشاط صناعة المحتوي والإبعاد التنظيمية والقانونية لها ، ولن يتناول إجراءات وأساليب الفحص الضريبي لهذا النشاط إلا بما يخدم أهداف البحث .

٦/١: منهج وأسلوب البحث:

لتحقيق هدف البحث أعتمد الباحث علي المنهج العلمي المعاصر بشقيه الاستقرائي والاستنباطي وذلك للقيام بنوعين من الدراسات:

١/٦/١: الدراسة النظرية: من خلال الكتب والمجلات العلمية والمؤتمرات العلمية المرتبطة بموضوع البحث، واستقراء العديد من الدراسات في مجال المعاملات الالكترونية وارتباطها

بمجال المحاسبة الضريبية لها في بعض النظم الضريبية الأجنبية، حيث سيتم استخدام المنهج الاستنباطي في بناء الإطار النظري للبحث وإشتقاق فروض البحث.

٢/٦/١: **الدراسة الميدانية:** سيتم توجيه إستبيان لاستقصاء آراء فئات عينة الدراسة من خبراء الضرائب من كبار المحاسبين والمراجعين والأطعم الفنية من الفاحصين، وخبراء تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والأكاديميين من أساتذة المحاسبة والمراجعة بالجامعات المصرية حول مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي، ومدى فاعلية الإطار المقترح لعلاج هذه المشكلات، حيث سيتم استخدام المنهج الاستقرائي في جمع البيانات والمعلومات اللازمة لاختبار فروض البحث.

٧/١: الدراسات السابقة:

تناولت دراسة (hagiwara , 2020) أهم التحديات في الاقتصاد الرقمي لجمهورية الصين الشعبية، وتمثلت في ثلاثة تحديات هم: تحديد أنشطة الاقتصاد الرقمي، جمع المعلومات وفحصها، تحديد العملاء وقد أوصت الدراسة بضرورة إصلاح منظومة الإدارة الضريبية من خلال تقليل الاعتماد على فواتير الضرائب الورقية، لعدم توافقها مع مجالات الاقتصاد الرقمي، وإنشاء نظام موحد لإدارة الضرائب على مستوى الدولة بدلاً من النظام اللامركزي الحالي لتحسين جمع المعلومات الضريبية والحد من تكاليف الإمتثال الضريبي للممولين.

وتناولت دراسة (عبد القادر، ٢٠٢٠) مشكلة المعاملة الضريبية للإقتصاد الرقمي في ضوء التشريعات الضريبية الحالية في مصر، وإن الشركات الرقمية تستغل ثغرتين في قوانين الضرائب المصرية، أولهما: أن القانون يعتبر أنشطة التخزين والعرض والتسليم وتجميع المعلومات من قبيل الأنشطة التحضيرية المساعدة وأن ممارسة الشركة لهذه الأنشطة لا يعطي الدولة الحق في فرض الضريبة عليها. أما الثغرة الثانية: فرض أن أنشطة الإقتصاد الرقمي تتم في مصر عن طريق الوكلاء، من خلال ممارسة الشركة لنشاطها رقمياً دون أن يكون لها مقر أو كيان مادي موجود عبر الوكيل تابع لها مثل شركة "أوبر" حالياً في مصر وبالتالي لا يحق لمصر فرض الضريبة على أرباح هذه الشركة بل تفرض الضريبة على العمولة التي

يحصل عليها هذا الوكيل مقابل خدماته التي تقدمها الشركة. ولذلك توصي الدراسة بضرورة تعديل التشريعات الضريبية في مصر لتلائم رقمنة الاقتصاد المصري.

واستهدفت دراسة (Agbo,Nwadiolor,2021) توضيح كيفية حمايه الإيرادات الضريبية ، وتنظيم المعاملات عبر الانترنت ، ومشاكلها الضريبية ، وتأثيرها على الاقتصاد الوطني مع تطور الضرائب الإلكترونية في فنيجيريا ، بالاعتماد على الشركات والمستهلكين الإلكترونية ، وأوصت الدراسة بوضع إطار قانوني شامل لحماية الإيرادات الضريبية والحد من التهرب الضريبي ، وعلاج مشاكلها الضريبية .

واستهدفت دراسة (jamkeepar sad ,2021) تحديد محددات قبول دافعي الضرائب خاصة عن معاملات نشاط صناعة المحتوى لنظام تقديم الاقرارات الضريبية الإلكترونية في جنوب أفريقيا ، وتم ذلك من خلال استعراض الأدبيات لمحددات قبولهم لنظام الاقرار الإلكتروني من بلدان أخرى وتحديد دوافع الممولين للعمليات الإلكترونية لتقديم الاقرار الإلكتروني في جنوب أفريقيا ، وتوصلت الدراسة إلي أن هناك علاقة متبادلة بين السن والمستوي التعليمي للمول والتوجه نحو الاقرار الإلكتروني ، حيث أن غالبية مقدمي الإقرارات الإلكترونية للمعاملات الإلكترونية هم الأصغر سناً والأكثر تعليماً .

وأشارت دراسة (farm,2021) إلي أساليب تطوير أسلوب التحاسب الضريبي للمعاملات الإلكترونية بغرض مكافحة التهرب الضريبي والتعرف علي اوجه القصور والضعف لأسلوب التحاسب الضريبي لهذه المعاملات وقد توصلت الدراسة إلي وجود قصور ونقاط الضعف اسلوب التحاسب الضريبي الحالي ساعد علي التهرب الضريبي بسبب كثرة التعليمات والمنشورات الضريبية ، وضرورة التطوير المستمر للنظام الضريبي بأن تكون كافة الأموريات متصلة بالإنترنت ورقمية مما يساهم في حصر المعاملات الإلكترونية سواء تجارة إلكترونية أو صناعة محتوى وفرض ضريبة عليها .

وتهدف دراسة (ابراهيم ،٢٠٢١) إلى دراسة التحول الرقمي وإشكالية فرض الضريبة على المعاملات الرقمية، وسبل الحد من التحديات التي تعوق فرض ضريبة على المعاملات الرقمية في مصر بالإضافة لدراسة تجارب الدول الأخرى الأجنبية في هذا المجال، وذلك من خلال استخدام المدخل الوصفي التحليلي. ومن أهم نتائج الدراسة أن هناك خطر تآكل القاعدة

الضريبية الوطنية في ظل تزايد الاقتصاد الرقمي ، وعدم ملائمة التشريعات الضريبية في مصر للتحويلات الرقمية ومن ثم صعوبة فرض ضريبة علي المعاملات الرقمية ، بالإضافة لعدم وجود وثائق أو مستندات رقمية حيث يتحدى التحول الرقمي الممارسات الضريبية التقليدية بنماذج الأعمال الجديدة مثل مبيعات البرامج والكتب الالكترونية والطباعة ثلاثية الأبعاد ، ويمكن الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة مثل فرنسا وإنجلترا في تطبيق ضريبة مؤقتة علي الأعمال الرقمية حتي يتم صياغة نموذج ضريبة دولية علي الأعمال الرقمية .

تناولت دراسة (إسماعيل ، ٢٠٢٢) مشكلات المحاسبة الضريبية علي القيمة المضافة في ضوء القانون رقم (٣) لسنة ٢٠٢٢ لأنشطة التجارة الالكترونية وصناعة المحتوى، وتحديد وعاء الضريبة علي القيمة المضافة لأنشطة صناعة المحتوى خاصة إن هذا القانون لم يتعرض للمعالجة الضريبية لصناعة المحتوى وخاصة فيما يتعلق بالإيرادات الناتجة عن عرض المنتجات علي المنصة ، والإيرادات الناتجة عن صناعة محتويات مرئية أو مسموعة والإيرادات الأخرى الناتجة عن عقد المؤتمرات الافتراضية ، وإيرادات المدونات الصوتية ، ومشكلات الفحص الضريبي الالكتروني ، وأوصت الدراسة بضرورة وضع آلية تطبيق حديثة لتحديد وعاء الضريبة لمعاملات التجارة الالكترونية وأنشطة صناعة المحتوى لصعوبة تطبيق الضريبة بشكل سليم.

استهدفت دراسة (ابراهيم، ٢٠٢٢) إجراء دراسة ميدانية لاستكشاف طبيعة المشكلات الضريبية التي تواجه استخدام العملات الرقمية إذا تم تقرير ضريبة علي المبادلات الإلكترونية مع عمل مسح ميداني لفئات الدراسة لتقرير مدي تأثير فروض البحث من خلال عينه عشوائية من الخبراء في المجال الضريبي والأكاديميين في مجال المحاسبة الضريبية والمسوقين عبر الأنترنت لمعرفة مدي حجم تأثير مشكلات المحاسبة الضريبية عند التعامل بالعملات الرقمية في المعاملات الإلكترونية وقد أوصت الدراسة بضرورة التوصل إلي نظام تتبع إلكتروني لا سيما وأن كافة بيانات المستخدمين للأنترنت مسجلة ومعروفة ، وتعميم فرض الضريبة علي المبادلات الإلكترونية بناء علي رقم التسجيل الضريبي أو مجرد الرقم القومي للمتعامل.

وتناولت دراسة (عبدالعظيم ، ٢٠٢٢) المشكلات المحاسبية والضريبية للشركات المستخدمة للخدمات السحابية ، ومدي كفاية قانون الضرائب علي الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥ ومعايير

المحاسبة المصرية ذات الصلة في التطبيق والقياس والاعتراف لتحديد الوعاء الضريبي للشركات المقدمة للخدمة ، وتوصلت الدراسة إلي عدم صلاحية قانون الضرائب علي الدخل رقم (١١) لسنة ٢٠٠٥ في التطبيق علي بعض أنواع الشركات المزودة للخدمات السحابية وفقاً لمبدأ المنشأة الدائمة ، وقصور معايير المحاسبة المصرية ذات الصلة في التعامل مع ترتيبات الحوسبة السحابية ، وأوصت الدراسة بضرورة تعديل وتطوير معايير المحاسبة المصرية خاصة معيار ٤٨ ومعيار ٢٣ وقانون الضرائب علي الدخل رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ حتي تتناسب في التطبيق علي ترتيبات الحوسبة السحابية من إيرادات وتكاليف وإجراءات وأصول غير ملموسة.

وأخيراً تناولت دراسة (عبدالرازق، ٢٠٢٣) حجم نشاط صناعة المحتوى في الجزائر، وأهميتها وأنواعها وإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الإجتماعي وعائدات صناعة المحتوى على مواقع التواصل الإجتماعي وأهدافها وأنواع الضرائب المتعلقة بصناعة المحتوى والإلتزامات المتعلقة بها وصعوبات فرض ضرائب على نشاط صناعة المحتوى في الجزائر وأوصت الدراسة بضرورة سن تعديلات على النظام الضريبي القائم وكذلك قانون التجارة الإلكترونية بإضافة نشاط صناعة المحتوى ضمن نشاطات التجارة الإلكترونية، وتواصل مصلحة الضرائب مع جوجل لمعرفة المبالغ الحولة فعلياً ومقارنتها بإقرارات صناعة المحتوى بدلاً من التقدير الجزافي. تحليل الدراسات السابقة والفجوة البحثية:

باستقراء وتحليل الدراسات السابقة، وما توصلت إليه من نتائج وتوصيات مهمة لاحظ الباحث ما يلي:

١. ندرة الأبحاث التي تمت بشأن مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى نظراً لأن هذا النشاط تم فرض ضريبة عليه حديثاً عام ٢٠٢١.
٢. هناك العديد من المشاكل والمعوقات التي يجب علي المحاسب والمراجع والفاحص الضريبي تجاوزها للوصول لفحص ضريبي سليم لممولي نشاط صناعة المحتوى.
٣. أوضحت بعض الدراسات السابقة مشكلات المعاملة الضريبية للمعاملات الالكترونية ومنها نشاط صناعة المحتوى، ولكنها لم تضع الحلول المناسبة لها، خاصة في ظل غياب معايير محاسبية واضحة في هذا الشأن.

٤. اتفقت غالبية الدراسات على أن عدم وجود معيار محاسبي خاص للمعاملات الإلكترونية قد خلق مجالاً كبيراً للاجتهاد والحكم المهني، خاصة أن المحاسبة الضريبية لهذه العمليات معقدة لاعتمادها على تقينه المعلومات.

وبناء على ذلك يري الباحث أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة فيما يتعلق بدراسة المحاسبة الضريبية لها في بعض الدول الأجنبية للاستفادة منها في تقديم إطار مقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي لإيجاد مصدر تمويل جديد للدولة للمساهمة في سد عجز الموازنة العامة بها.

٨/١: خطة البحث:

بناء على طبيعة مشكلة البحث وأهميتها وتحقيقاً لأهدافها يمكن تنظيمها تبعاً للخطة التالية:

القسم الأول: الإطار العام للبحث.

القسم الثاني : ماهية نشاط صناعة المحتوي ومشكلاته الضريبية .

القسم الثالث: الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي.

القسم الرابع : الدراسة الميدانية لاختبار الإطار المقترح للتحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في مصر .

القسم الخامس: النتائج والتوصيات والتوجهات البحثية المستقبلية.

القسم الثاني

ماهية نشاط صناعة المحتوى ومشكلاته الضريبية

١/٢ : تمهيد:

أعلنت مصلحة الضرائب في أكتوبر عام ٢٠٢١ تفاصيل المحاسبة الضريبية لمن يقومون بممارسة نشاط التجارة الالكترونية من خلال بيع أو شراء المنتجات أو ممارسة نشاط صناعة المحتوى مثل اليوتيوبز والبلوجرز وغيرهما وأنه لا توجد ضريبة على من يبلغ صافي دخلة ١٥ ألف جنية سنوياً وتستمر الضريبة في البضاعة حتى تصل إلى ٢٥ % لمن يزيد دخلة عن ٤٠٠ ألف جنية، مع التسجيل بمأمورية القيمة المضافة عند وصول إيراداتهم إلى ٥٠٠ ألف جنية خلال ١٢ شهراً من تاريخ مزولة النشاط.

ويتناول الباحث في هذا القسم ماهية وأنواع إيرادات نشاط صناعة المحتوى، والمعاملة الضريبية لها ومشكلات المحاسبة الضريبية لها في مصر، وأخيراً المحاسبة الضريبية لنشاط صناعة المحتوى في الأنظمة الأجنبية، وأوجه الاستفادة منها في مصر.

٢/٢ : ماهية نشاط صناعة المحتوى وأنواع إيراداته:

إن مصطلح صناعة المحتوى يشير إلى جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالأنشطة التجارية والمالية والثقافية بين الأفراد، معتمدة على المعالجة والنقل الالكتروني للمعطيات خاصة النصوص، والأصوات، والصور، والفيديوهات وغيرها، ويدل هذا المصطلح كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الالكتروني للمعلومات بين الأفراد.

١/٢/٢ : مفهوم نشاط صناعة المحتوى:

هو صناعة أو إنشاء المحتوى من خلال صناعة الفيديوهات أو المقاطع الصوتية والموسيقية أو الاغاني أو البث المرئي أو الصوتي أو عن طريق المدونات الالكترونية المكتوبة أو المرئية ونشر وبث المعلومات في سياقات محددة على المنصات الرقمية أو تطبيقات الموبايل والكمبيوتر المختلفة مثل: Youtube / Snapchat / Tiktok / Twitter / Instagram

Vimeo / Like / Spotify / Soundcloud / Facebook / وذلك لإفادة الجمهور أو للترفيه ويتحقق من خلالها إيرادات مثل:

- ١- اليوتيوبرز (youtuber): هو صانع محتوى مرئي أو صوتي على يوتيوب يحصل على إيرادات بناء على عدد المشاهدات والتفاعلات وشروط أخرى.
- ٢- البلوجرز (blogger): هو صانع المدونات الإلكترونية المكتوبة أو المرئية بانتظام ويحقق منها إيرادات .
- ٣- انفلونسر (influencer): هو شخص يلهم أو يوجه تصرفات الآخرين، وهناك بعض الانفلونسر (influencer) يستخدم هذا التأثير لإثارة الاهتمام بشيء معين (مثل منتج استهلاكي) من خلال نشره على وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٤- العاملون لحسابهم الخاص (freelancers): هو كل من يمارس نشاطه بشكل مستقل أي بدون علاقة تبعية مع صاحب العمل ويعمل لحسابه الخاص عبر الإنترنت ويمكن تصنيف صناع المحتوى بناء على عدد المتابعين أو المشتركين إلى الأنواع التالية (عبدالرازق، ٢٠٢٣):

١. ميغا أنفلونسر Mega influencer: يكون عدد المتابعين وعدد المشاهدات كبير أكثر من مليون ويحصل على مبالغ ضخمة لقاء الإعلانات وذو شهرة كبيرة وجمهورهم متنوع ومحتواهم متنوع وتسعى وراءه العلامات التجارية.
٢. ماكرو أنفلونسر Macro influencer: يتراوح عدد المتابعين ما بين ١٠٠ ألف إلى مليون ويسعى للإستقطاب العلامات التجارية المختلفة.
٣. ميكرو أنفلونسر Micro influence: يكون أكثر حرصا على علاقته بمتابعيه وصورته أمامهم ويتراوح عدد مشتركيه ما بين ١٠ آلاف إلى ١٠٠ ألف، وعادة ما يتخصص في مجال أو قطاع خاص.
٤. النانو أنفلونسر Nano influencer: المؤثر الحديث أو الجديد وتراوح عدد مشتركيه ما بين ألف و ١٠ آلاف متابع ويكون تأثير عادة محلي.

ويرى الباحث إن صانعي المحتوى على شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي هم الأفراد الذين يقومون بتحقيق أرباح جراء صناعة المحتوى على صفحاتهم الشخصية أو منصات

التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، يوتيوب، انستجرام، تيك توك، وما في حكمها، وإن محاسبتهم ضربياً يستهدف حصر المجتمع ضمن إستراتيجية الدولة نحو تعظيم موارد الخزانة العامة.

ومن شروط تحقيق الإيراد من الفيسبوك ما يلي:

- ١- أن يكون لدى صفحة الفرد ١٠ آلاف متابع علة الأقل.
 - ٢- أن تكون صفحة الفرد حققت ٦٠٠ ألف دقيقة مشاهدة فى آخر ٦٠ يوم.
 - ٣- يجب أن يكون العمر ١٨ عام علة الأقل.
 - ٤- لا يتم قبول دقائق المشاهدات من الحملات الإعلانية مثل اليوتيوب، مع نشر على الأقل خمس فيديوهات فى الصفحة وتكون نشيطة.
 - ٥- يجب أن تجمع الصفحة ٦٠ ألف دقيقة مشاهدة من البث المباشر من إجمالى ٦٠٠ ألف دقيقة مشاهدة.
 - ٦- يجب أن تتبع الصفحة سياسات شركة فيسبوك وبرنامج Ad Breaks .
- أما اليوتيوب فيمنح الإيراد مقابل كل ألف مشاهدة (فيما يعرف بالتكلفة لكل ألف مشاهدة) ويتراوح المبلغ ما بين ٥ إلى ٦ دولار بناء على موقع المشاهدين والجمهور المستهدف، ويتم تحويل الأرباح من اليوتيوب بوصولها إلى الحد الأدنى لمبلغ السحب وهو ١٠٠ دولار، بتحويلها إلى الحساب البنكى للشخص صاحب المحتوى بشكل شهري وفى بعض الدول تصدر خدمة جوجل أد سنس شيكات لصاحب المحتوى بالمستحق له.
- ويري الباحث أن صانع المحتوى المبتدئ يمكن أن يحصل على ٥٠٠ دولار أسبوعياً من اليوتيوب من خلال تحميل أكثر عدد من مقاطع الفيديو والتي تستهدف شريحة معينة أو جمهور معين، ويمكن أن يحصل على ٣٠٠ دولار فى حالة وجود إعلانات على مقاطع الفيديو، كما يمكن له التسويق بالعمولة من خلال استخدام مدونات إحصائية لتوجيه الجمهور إلى الروابط التى تسوق لمنتجات معينة.

٢/٢/٢: أنواع إيرادات نشاط صناعة المحتوى:

وتتمثل في الأنواع الآتية:

النوع الاول: إيرادات ناتجة عن صناعة محتوى مرئي أو مسموع (مثل صناعة الفيديوهات أو المقاطع الصوتية أو البث المرئي أو الصوتي) المنصات الرقمية أو تطبيقات الموبايل والكمبيوتر المختلفة مثل Tiktok , Instagram، Facebook، YouTube .

النوع الثاني: إيرادات ناتجة عن الإعلان والترويج عن سلع أو خدمات داخل المحتوى وذلك بمقابل مادي أو بمقابل الحصول على السلع أو الخدمات المعلن عنها. (مثل مراجعي الموبايلات : حيث أن بعض الشركات تعطي المراجع جهاز الموبايل لمراجعتة ومن ثم الحصول علي هذا الجهاز)

النوع الثالث: الايراد الناتج من بيع المنتجات الخاصة بالقناة والتي تعرف بـ *marche* أو *merchandise*.

النوع الرابع: الايراد الناتج من الصندوق المالي المخصص للفيديوهات القصيرة Youtube *fund*.

النوع الخامس: الايراد الناتج من جمع التبرعات من المتابعين من خلال *patreon* أو *youtube* أو ما يشابهه من المواقع والبرامج .

النوع السادس : الايراد الناتج من تجارة الخدمات والاستشارات الالكترونية لا سيما الطبية ، المحاسبية ، القانونية ، الحقوقية ، الصحف والمجلات ، والخدمات المالية ، الألعاب وغيرها التي تتم من خلال شبكة الانترنت وهذا ما يعرف بالصفقات الإلكترونية الكاملة لانها تتم من الاعلان عنها وحتى التعاقد عليها وسداد ثمنها إلكترونياً ، لذلك تعرف بالسلع غير الملموسة أو السلع الافتراضية .

٣/٢/٢: أنواع الضرائب المتعلقة بنشاط صناعة المحتوى:

أن أية إيرادات ناتجة عن أي مهنة أو نشاط سواء كانت هذه الإيرادات محققة في مصر أو في الخارج إذا كانت مصر مركز لمزاولة المهنة أو النشاط فهي إيرادات خاضعة للضريبة، وعند الخضوع للضريبة يجب الالتزام بأحكام القوانين الضريبية والتي من أهمها، عملية

التسجيل الضريبي في مصلحة الضرائب المصرية ثم تقديم الإقرارات الضريبية في مواعيدها القانونية.

وتتمثل أنواع الضرائب المتعلقة بصناعة المحتوي على النحو التالي:

١- **ضريبة الدخل:** هي ضريبة مباشرة تفرض علي دخل الأشخاص الطبيعيين (المنشأة الفردية) أو ربح الأشخاص الاعتبارية (الشركات) المحقق من ممارسة المهنة غير التجارية أو الأنشطة التجارية أو الصناعية أو تقديم الخدمات وذلك وفقاً لأحكام قانون ضريبة الدخل الصادر بالقانون رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته.

٢- **ضريبة القيمة المضافة:** هي ضريبة غير مباشرة تفرض على جميع السلع خلال مراحل التداول (عمليات البيع والشراء) أو عند تقديم الخدمات فيما عدا السلع والخدمات المعفاة من الضريبة وذلك وفقاً لأحكام قانون ضريبة القيمة المضافة رقم ٦٧ لسنة ٢٠١٣ وتعديلاته.

وأنه يجب التسجيل في ضريبة الدخل بمصلحة الضرائب المصرية بمجرد البدء في ممارسة نشاط تجاري أو مهني سواء تمت الممارسة تقليدياً أو إلكترونياً، أما التسجيل في ضريبة القيمة المضافة فله شروط لابد من تحقيقها حتى يخضع النشاط للضريبة وفقاً لأحكام القانون كما يلي:

١- **سلع أو خدمات تخضع للسعر العام ١٤٪:** يتم التسجيل بـضريبة القيمة المضافة إذا بلغت أو تجاوزت قيمة المبيعات من السلع والخدمات الخاضعة والمعفاة معاً مبلغ ٥٠٠ ألف جنيه سنوياً.

٢- **سلع أو خدمات خاضعة لضريبة الجدول ثانياً:** يتم التسجيل بـضريبة القيمة المضافة إذا بلغت مبيعاته بيع السلع والخدمات الخاضعة والمعفاة معاً مبلغ ٥٠٠ ألف جنيه سنوياً (وتوجد قائمة بهذه السلع والخدمات موضح به سعر الضريبة).

٣- **سلع أو خدمات مصدرة:** تستوجب التسجيل بـضريبة القيمة المضافة منذ بداية النشاط بالنسبة للسلع أو الخدمات المصدرة وتخضع بسعر ضريبة صفر في هذه الحالة.

٤- سلع أو خدمات خاضعة لضريبة الجدول أولاً : يتم التسجيل بضريبة القيمة المضافة منذ بداية النشاط وذلك بالنسبة للسلع والخدمات المدرجة بالجدول المرفق بقانون القيمة المضافة وتقرض ضريبة علي هذه السلع والخدمات بنسب خاصة أو بقيم محددة (وتوجد قائمة بهذه السلع والخدمات موضح به سعر الضريبة) .

٥- سلع أو خدمات معفاة: لا يستوجب التسجيل بضريبة القيمة المضافة إذا كانت الإيرادات ناتجة عن بيع السلع أو الخدمات المعفاة الواردة بالقانون على سبيل الحصر (وتوجد قائمة بهذه السلع والخدمات).

ويري الباحث أن التسجيل الضريبي بصانع المحتوى ليس مجرد تضيق واقتسام من الدولة لأرباحه بل يعود بعدة مزايا تتمثل في الآتي:

١- بناء وظيفة كيويتوبر أو بلوجرز والحصول على الأرباح من المنصة بشكل ثابت بالرقم القومي.

٢- الإستفادة من مزايا التأمين الإجتماعي من تأمين صحي ومعاشي وغيرها باعتبارها وظيفة أساسية.

٣- سهولة التعامل مع البنوك وسحب الأرباح والحصول على القروض.

٤- القدرة على صرف الأموال الواردة من خارج مصر بطريقة قانونية.

٥- استخراج سجل تجارى بكل مرونة.

٦- إمكانية الإشتراك والدخول في المناقصات والمزيدات الحكومية.

٧- الإستفادة من الحوافز والجوائز المادية في حالة الحصول على فواتير ضريبية.

٣/٢: المحاسبة الضريبية لإيرادات نشاط صناعة المحتوى في مصر:

إن صانعي المحتوى على شبكات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي من الأفراد الذين يحققون من نشاط صناعة المحتوى على صفحاتهم الشخصية أو منصات التواصل الاجتماعي مثل (فيس بوك، يوتيوب، انستجرام، تيك توك، وما في حكمها)، لديهم إختيار طريقة واحدة للمحاسبة الضريبية إما المحاسبة وفق قانون الضرائب على الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته أو تتم المحاسبة وفق قانون تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر رقم (١٥٢) لسنة ٢٠٢٠ على النحو التالي:

١/٣/٢: المحاسبة الضريبية لإيرادات نشاط صناعة المحتوى وفق قانون الضريبة على الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥ وتعديلاته وقانون القيمة المضافة رقم (١٦٧) لسنة ٢٠١٦ وتعديلاته: تختلف المحاسبة الضريبية لنشاط صناعة المحتوى حسب نوع الإيراد المتولد من هذا النشاط كما في الجدول رقم (١) التالي:

جدول رقم (١)

| نوع الإيراد | طبيعة النشاط | الضريبة على الدخل | ضريبة القيمة المضافة |
|---|---|---|---|
| ١- إيرادات ناتجة عن صناعة محتوى مرئي أو مسجوع. | قد تكون مرئية أو مسجوعة وتندرج تحتها الفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي ويتم مشاهدتها من المتابعين وتقوم المنصة بوضع إعلان على المحتوى دون تدخل صانع المحتوى نفسه وعلى سبيل المثال YouTube والمرتبطة بحساب AdSense. | يتم إنشاء حساب AdSense لحصر ومتابعة الإيراد الخاص بوضع الإعلانات على المحتوى لضريبة الدخل بمصلحة الضرائب المصرية. | طبقاً لأحكام قانون القيمة المضافة يكون سعر الضريبة ١٤٪ على الخدمات المؤداة بمضات مقيمة بمصر عدا الخدمات المهلية تكون سعر الضريبة ١٠٪. |
| ٢- إيراد الإعلان عن سلع أو خدمات داخل المحتوى. | من خلال الاعلان ضمن المحتوى الخاص بصانع المحتوى بمقابل مادي من المستفيدين (صاحب النشاط المعن عنها) أو مقابل سلع مجانية أو خدمة مجانية ممنوحة من صاحب الاعلان. | يخضع الربح المتولد من هذا النشاط لضريبة الدخل. | يلتزم صانع المحتوى بالتسجيل بضرريبة القيمة المضافة إذا بلغ حجم الإيراد مقابل خدمات التسويق والترويج مبلغ ٥٠٠ ألف جنيه فأقل بسعر ضريبة ١٤٪. |
| ٣- إيراد تسويق المنتجات. | يعرض صانع المحتوى لمنتجاته الرسمية على المنصة، والترويج لها عبر القناة أو الفيديو أو تلك أسفل المحتوى أو غيره. | يخضع النشاط التجاري لبيع هذه المنتجات لضريبة على الدخل حسب السعر التصاعدي لها. | تأيد من التسجيل بضرريبة القيمة المضافة إذا وصلت المبيعات حد التسجيل ٥٠٠ ألف جنيه، مع خصم الضريبة الممددة على شراء هذه المنتجات إذا كانت مدعومة بقواتر ضريبية. |
| ٤- إيراد الصندوقي المائي المخصص لتنقيدهات القمرية. | وهو صندوقي مخصص لمكافأة مشرف المحتوى على تفانيهم في إنتاج فيديوهات قصيرة إبداعية. | الإيراد المحصل من الصندوقي يخضع للضريبة على الدخل حسب السعر التصاعدي لها. | يخضع لضريبة القيمة المضافة بسعر صفر إذا كانت جهة الصندوقي غير مقيمة في مصر. |
| ٥- إيراد جمع التبرعات عبر اليوتيوب أو المواقع والبرامج. | من خلال إضافة زر أو أيقونة أو ترويج إيمي المحتوى الخاص بصانع المحتوى أو البث المباشر. | هذه التبرعات تخضع للضريبة على الدخل حسب السعر التصاعدي لها. | غير خاضعة لضريبة القيمة المضافة. |
| ٦- إيرادات عقد المؤتمرات أو ندوة إقراضية أو المدونات الصوتية. | يعقد ندوات ومؤتمرات وبثها عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو الحفلات الصوتية عبر المنصات الإلكترونية. | تخضع هذه الإيرادات للضريبة على الدخل حسب السعر التصاعدي لها. | تخضع هذه الإيرادات لضريبة القيمة المضافة بسعر ١٤٪. |

المحاسبة الضريبية لإيرادات نشاط صناعة المحتوى

المصدر: اعداد الباحث

ويرى الباحث إن صناعة المحتوى علي مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات ملجأ كثير من المجتمع للتعبير عن رأيهم وأفكارهم ، فأرباح البلوجرز في مصر تزداد يوماً بعد يوم ، ولكن الأمر لم يقتصر علي ذلك ، فقد أصبحت هي مهنة المستقبل ، ومن النقر علي زر التشغيل

والمتابعة تجني الأموال ، وسواء إختلفنا أو اتفقنا من كونها تجارة أو مجرد هواية ، فمصلحة الضرائب قد حسمت الأمر بأنها تجارة منذ ٢٥ سبتمبر سنة ٢٠٢٠ ، إذ يكلف اليوتيوبرز والبلوجرز بالتوجه لأقرب مأمورية لفتح ملف ضريبي علي أنواع الإيرادات المختلفة المحققة من نشاط صناعة المحتوى وتقديم إقرار ضريبي سنوي عنها .

٢/٣/٢: المحاسبة الضريبية لإيرادات نشاط صناعة المحتوى وفق قانون تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر رقم (١٥٢) لسنة ٢٠٢٠:

حيث يمكن لممولي نشاط صناعة المحتوى من التسجيل بجهاز تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر كما ورد باللائحة التنفيذية للقانون رقم (١٥٢) لسنة ٢٠٢٠ والاستفادة من الأسس المبسطة للمعاملة الضريبية والتي تنقسم إلى ضريبة قطعية وضريبة نسبية وفقاً لحجم الاعمال فيما يخص ضريبة الدخل وفقاً للجدول رقم (٢) التالي:

جدول رقم (٢)

قيمة الضريبة المستحقة وفق قانون تنمية المشروعات

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

ويتميز الخاضعون لقانون محاسبة المشروعات الصغيرة والمتوسطة بسداد ضريبة ثابتة لمدة خمس سنوات ويتم إعادة تقييمها مرة أخرى بعد مرور خمس سنوات ويحسب إجمالي الإيرادات الجديدة.

ويتم منح عفو ضريبي لمشروعات الاقتصاد غير الرسمي مثل أنشطة صناعة المحتوى والغير مسجلة لدي مصلحة الضرائب المصرية والتي تقدمت بطلب للحصول على ترخيص مؤقت لتوفيق أو صناعتها عن السنوات السابقة من تاريخ تقديم هذا الطلب إلى جهاز السنوات

السابقة على تاريخ تسجيله بجهاز تنمية المشروعات الصغيرة مع التسجيل بضريبة القيمة المضافة ايضاً إذا بلغ حد التسجيل لإيراداته ٥٠٠ ألف جنية في العام.

٤/٢ : مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي:

يمثل نشاط صناعة المحتوي تحدياً جديداً يواجه الفكر المحاسبي والضريبي عند التحاسب الضريبي عن الدخل الناتج من المعاملات الالكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت، والتي تتمثل في صعوبة تتبع وحصر تلك المعاملات، وفحصها بهدف قياس الدخل الناتج منها، وربط وتحصيل الضريبة المستحقة عليها. ويرى الباحث أن هذه الصعوبات ترجع إلى القصور الموجود بالنظام الضريبي الحالي فهو يلائم معاملات التجارة التقليدية ولا يتلاءم مع طبيعة المعاملات الالكترونية، حيث إن ذلك يؤدي الى ظهور الكثير من المشكلات المرتبطة بقياس الدخل الضريبي لهذه المعاملات تتمثل في الآتي:

١/٤/٢ : مشكله صعوبة تحديد هوية الممولين:

يتطلب تحديد الموقف الضريبي للممول، وتقدير الضريبة وتحصيلها، أن تطلع إدارة الضريبة على البيانات الضرورية التي تلائم تطبيق الضريبة على الدخل أو على ضريبة القيمة المضافة. ومن أهم هذه البيانات اسم الممول أو المكلّف، وعنوان منشأته، ومحل إقامته، التي أبرمها أو أنجزها، وبيانات عن المتعاملين خلال السنة الضريبية (حمزه ، ٢٠٢١). وبالتالي يجد المتعاملين عبر الانترنت صعوبة في استكمال الملفات الضريبية التي تلزم السلطات التشريعية الالتزام بها.

وقد ادت إمكانيه انتقال الممولين عبر المواقع والعناوين المختلفة لممارسة نشاط صناعة المحتوي والتجارة الإلكترونية عبر الانترنت دون الحاجة الى الانتقال الى بلد المستهلك إلى صعوبة التعرف على هوية الممولين أو المكلّفين لتطبيق قوانين الضرائب، وإمكانية الوقوف على محل إقامتهم الحقيقي، مما يحد من قدره الإدارة الضريبية على حصر الأنشطة والجهات الخاضعة (عبد المنعم، ٢٠٢١).

٢/٤/٢: مشكلة عدم القدرة على الاطلاع على بيانات منشأة الممول:

من الصعوبات التي تفرضها التطورات التكنولوجية عدم قدرة إدارة الضريبة على الاطلاع على البيانات الحقيقية لمنشأة الممول نتيجة الإمكانيات التي تتوافر للمنشأة في تغيير بياناتها أو إخفائها بالطرق الإلكترونية. ففي الوقت الذي تعد فيه بيانات ضريبة على الشاشة لأغراض مساعدة الممولين على تجنب الضريبة، يتعذر على إدارة الضريبة الوصول لهذه البيانات بغرض ربط الضريبة وبالتالي يستغل ذلك للتهرب من الضريبة بعدم تسجيل التعاملات الإلكترونية في الدفاتر المحاسبية الرسمية.

٣/٤/٢: مشكلة صعوبة تحديد الإيرادات المحققة من نشاط صناعة المحتوي ويرجع ذلك للأسباب التالية:

١. سهولة التهرب الضريبي من عوائد المعاملات الإلكترونية من خلال تبادل الخدمات والاستشارات الإلكترونية لا سيما الطبية، المحاسبية، القانونية، الخدمات المالية، الألعاب وغيرها من خلال شبكة الانترنت لأنها تتم من الاعلان عنها وحتى التعاقد عليها وسداد ثمنها إلكترونياً وتعرف بالسلع الافتراضية أو غير المنظورة.

ويرى الباحث ان التسليم الإلكتروني للسلع والمنتجات والخدمات غير المنظورة يمثل تحدياً أمام الجهاز الضريبي المصري، حيث تواجه الإدارة الضريبية صعوبة بالغه في تحديد وتتبع وحصر عوائد هذه المنتجات في ظل التهرب الضريبي، مما يؤثر بشكل مباشر على دقة قياس الدخل الضريبي المحقق من هذه المنتجات.

٢. صعوبة تتبع وحصر وتحديد الصفقات والمعاملات الإلكترونية تواجه الإدارات الضريبية صعوبة بالغه في تتبع وحصر وتحديد هذه المعاملات ويرجع السبب في ذلك الى
(العبد، ٢٠٢١).

أ- أن شبكه الانترنت لا تعمل من خلال جهاز مركزي او إطار تنظيمي بحيث يمكن مراقبته او السيطرة عليه.

ب- عدم امكانيه الربط بين العنوان الذي تتخذه المنشأة على الحاسبات الإلكترونية والحقيقة (ظواهر ، ٢٠٢٠).

- ج- افتقاد الرقابة والتسجيل لمعاملات الصفقات الإلكترونية .
 د- عدم وجود مسار لمراجعة الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت الدولية.
 هـ- تعرض المعاملات الإلكترونية لمخاطر التبادل الإلكتروني للبيانات.
 و- عدم وجود أي وثائق للدفع مقابل المعاملات الإلكترونية حتى يمكن إثباتها.

٤/٤/٢ : مشكلة غياب أدلة الإثبات لمعاملات نشاط صناعة المحتوى:

حيث يصعب توثيقها من الجانب المحاسبي ومن ثم صعوبة تتبع هذه التعاملات، وبالتالي لا يوجد مستندات ورقية أو إلكترونية للتعاملات المالية أو التجارية لنشاط صناعة المحتوى، حيث أن هذه التعاملات تتم لا مركزياً بين طرفي المعاملة وقد تتم باستخدام تكنولوجيا البلوك تشين، واعتمادها على البصمة الإلكترونية في تنفيذ هذه التعاملات والتحويلات المالية مما يصعب على السلطات الضريبية إثبات هذه التعاملات.

ويرى الباحث أنه يمكن التغلب على هذه المشكلة أو التقليل منها من خلال ضرورة التوصيل إلى نظام تتبع إلكتروني لاسيما أن كافة بيانات المستخدمين للإنترنت مسجلة ومعروفة، مع إعادة النظر في وسائل الإثبات والفحص الضريبي.

٥/٤/٢ : مشكلة صعوبة تحديد قيمه التكاليف واجبة الخصم عن عوائد نشاط صناعة المحتوى :

وتتمثل المشكلات التي تواجه الإدارة الضريبية عند تحديد قيمه تكاليف نشاط صناعة المحتوى في الاتي (عبد القادر، ٢٠٢٠):

١. صعوبة تحديد تكاليف تأسيس المتجر الافتراضي، والتي تضم تكاليف إنشاء الموقع الإلكتروني للمنشأة.
٢. صعوبة تحديد التكاليف التسويقية الإلكترونية، خاصة وأنها تختفي في ظل استخدام شبكة الإنترنت الدولية.
٣. صعوبة تحديد تكاليف صيانة الأنظمة الإلكترونية، والتي يصعب تحديدها في ظل ظروف عدم التأكد.

٦/٤/٢: مشكلة تحديد وعاء الضريبة على القيمة المضافة لأنشطة صناعة المحتوى:

حيث أن قانون ضريبة القيمة المضافة رقم (٦٧) لسنة ٢٠١٦ وتعديلاته القانون رقم (٣) لسنة ٢٠٢٢، لم يتعرض للمعالجة الضريبية لصناعة المحتوى وخاصة فيما يتعلق بتحقيق الإيرادات التالية:

- ١- إيرادات ناتجة من عرض المنتجات علي المنصة ، وترويج السلع داخل المحتوى .
- ٢- إيرادات ناتجة عن صناعة محتويات مرئية أو مسموعة ومندرج تحتها الفيديوهات علي مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتشايد من المتابعين ، وتقوم المنصة بوضع إعلانها علي المحتوى دون تدخل من صانع المحتوى مثل منصة اليوتيوب . وكيف يتم حساب الضريبة إذا كانت المنصة موجودة أو غير موجودة في مصر (إسماعيل ، ٢٠٢٢) .
- ٣- إيرادات أخرى ناتجة عن عقد المؤتمرات الافتراضية وإيرادات المدونات الصوتية.

٧/٤/٢: مشكلة عدم توافر معايير محاسبية ملائمة لطبيعة نشاط صناعة المحتوى

والتحاسب الضريبي عنها حيث يتم من خلالها الاتي (farm,2021) .

- ١- تحديد أسلوب قياس الدخل الضريبي الملائم لطبيعة نشاط صناعة المحتوى.
 - ٢- تحديد أسلوب الفحص الضريبي الملائم لطبيعة نشاط صناعة المحتوى.
- ويرى الباحث انه بالرغم من انتشار نشاط صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية إلا أنها ما زالت تعد مجالاً للنشاط التجاري ، وبحاجة إلى بذل الجهود من قبل الجهات المختصة لإصدار معايير محاسبية ملائمة لطبيعة هذا النشاط في مجال التحاسب الضريبي خاصة وأن أسلوب الفحص الضريبي للصفقات التي تتم من خلال هذا النشاط لم يتم تحديده بعد بصورة قاطعة . هذا ويواجه الفاحص الضريبي العديد من المشكلات عند مراجعة البيانات التي يتم تشغيلها إلكترونياً ومنها (محمد، ٢٠٢١).
- ١- اختفاء المستندات والسجلات وتعذر قراءتها بدون استخدام الحاسب الإلكتروني.
 - ٢- غياب الدورة المستندية.
 - ٣- دمج المهام وعدم الفصل بين الإختصاصات.
 - ٤- تغيير نمط وإعداد التقارير والقوائم المالية.

٥- عدم توافر أساليب فحص مناسبة لنشاط صناعة المحتوى في ظل تعذر استخدام أساليب الفحص التقليدية.

٥/٢: المحاسبة الضريبية لنشاط صناعة المحتوى في الأنظمة الضريبية الأجنبية والعربية.

حقق العديد من الممولين من معاملات لنشاط صناعة المحتوى أرباح ضخمة لم تخطر بها السلطات الضريبية، مما دفع هذه السلطات إلى أن تضع إرشادات وتعليمات تنفيذه محددة لمعالجة هذه المعاملات في الدول المختلفة، وفيما يلي جدول رقم (٣) يوضح المحاسبة الضريبية لمعاملات نشاط صناعة المحتوى في بعض الأنظمة الضريبية الأجنبية والعربية للاستفادة منها في مصر (العبد، ٢٠٢١)، (Damanik, 2020)، (FARM, 2021).

جدول رقم (٣)

المحاسبة الضريبية لنشاط صناعة المحتوى في الأنظمة الضريبية الأجنبية والعربية

| الدولة | المحاسبة الضريبية |
|----------------------------|--|
| | ضريبة القيمة المضافة |
| الولايات المتحدة الأمريكية | تخضع معاملات نشاط صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية لضريبة الدخل بمعدل ١٥,٣٪ بكافة أنواعها مع خصم التبرعات بها لجهة خيرية من وعاء الضريبة على الدخل . |
| بلجيكا | يتم التفرقة بين الشركات والأفراد المستثمرة في نشاط صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات تخضع لضريبة الدخل بمعدل ٢٥٪ ، أما بالنسبة للأفراد تخضع لضريبة الدخل بمعدل ٣٣٪ . |
| المملكة المتحدة | تفرض ضريبة تصاعديّة على أرباح صانعي المحتوى بمعدل ٢٠٪ للأرباح التي تزيد عن ١٢٥٠٠ جنيه استرليني وحتى ٥٠٠٠٠ جنيه، وبمعدل ٤٠٪ للأرباح من ٥٠٠٠١ إلى ١٥٠٠٠٠ جنيه استرليني، وبمعدل ٤٥٪ للأرباح التي تزيد عن ١٥٠٠٠٠ جنيه استرليني مع فرض ضرائب على مشاهدة الأعمال الفنية على اليوتيوب تبلغ من ٢ إلى ٥ جنيه استرليني عند كل مرة يتم مشاهدة الأفلام والمسلسلات باللغة الإنجليزية على هذه المنصة . |
| فرنسا | يتم فرض الضرائب حسب النشاط القانوني لصانع المحتوى وطبيعة علاقته مع المؤسسة صاحبة العلامة التجارية التي يقوم بالترويج لها. ففي حالة عدم وجود عقد واضح يربطه مع العلامة التجارية فيعتبر صانع المحتوى أجير لدى المؤسسة صاحبة العلامة التجارية وتخضع للضرائب على الأجر وتقوم المؤسسة صاحبة العلامة التجارية وتخضع للضرائب على الأجر وتقوم المؤسسة باقتطاع الضريبة وتوريدها لمأمورية الضرائب، أما إذا كان مستقل عن المؤسسة فيخضع لضريبة الأرباح غير التجارية بمعدل ١٩٪ ، وإذا قام صانع المحتوى بإنشاء مؤسسة خاصة به تخضع للضريبة على الشركات بمعدل ٣٣٪ من رقم الأعمال بعد خصم التكاليف الخاصة بصناعة المحتوى. |

| | | |
|---|---|---------|
| أقرت الحكومة الفلبينية في يناير ٢٠١٩ إرشادات تنظم أسواق التجارة الإلكترونية والعملات المشفرة كوسيلة لتسهيل التجارة ونشاط صناعة المحتوى والتحويلات والمدفوعات، وبالتالي تفرض ضرائب دخل على جميع الشركات العاملة في هذا المجال. | أعفت هذه المعاملات من ضريبة القيمة المضافة . | الفلبين |
| أعلنت الحكومة اليابانية عن إنشاء نظام تتبع جديد يسمح لوكالة الضرائب الوطنية بتجميع البيانات عن وسطاء المعاملات الإلكترونية، ومنصات تجارة العملات لتخضع لضريبة الدخل ١٥٪ . | لا تخضع معاملات التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى للضريبة على القيمة المضافة . | اليابان |
| نص قانون المالية في عام ٢٠١٦ على فرض ضريبة الدخل بمعدل ٤٪ على المعاملات الإلكترونية سواء للمقيم أو غير المقيم الذي لديه منشأة دائمة في الهند مع تمتعه ببعض الإعفاءات الضريبية لسلع معينة . | اعتباراً من أبريل عام ٢٠٢٠ أدخل قانون المالية ضريبة جديدة بنسبة ٤٪ على المعاملات الإلكترونية التي تزيد عن ٢٠ مليون روبية هندية . | الهند |
| تخضع معاملات التجارة الإلكترونية ونشاط صناعة المحتوى لضريبة الدخل بمعدل ١٧,٧٪ بالنسبة للمنشآت التي لا يتوفر لها مقر بالمغرب خلال الخمس سنوات الأولى من إنشائها ثم تخضع للضريبة بعد ذلك بمعدل ٣٠٪ للتشجيع على إنشاء هذه المنشآت. | كما تخضع معاملات التجارة الإلكترونية لضريبة القيمة المضافة بمعدل ٢٠٪ إذا زادت هذه المعاملات عن ٢ مليون درهم سنوياً فيما عدا معاملات المنتجات الصيدلانية والأدوات المدرسية والسكر والحليب تخضع لسعر ضريبة ٧٪ . | المغرب |
| تم إلغاء كافة الضرائب والرسوم على التجارة الإلكترونية وأنشطة صناعة المحتوى والهواتف النقالة الفردية ووسائل الاعلام الآلي الموجهة من عام ٢٠٢١ وحتى الآن لتفادي آثار الارتفاع الجنوني للأسعار على المواطنين لغاية استقرارها. | تم إلغاء ضريبة القيمة المضافة على معاملات صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية بكافة أنواعها منذ عام ٢٠٢١ مؤقت . | الجزائر |

المصدر: إعداد الباحث

ويخلص الباحث من الدراسة المقارنة للمحاسبة الضريبية لنشاط صناعة المحتوى والمعاملات الإلكترونية في بعض الأنظمة الأجنبية والعربية إلى اختزال أوجه الاستفادة من محاسبة هذه الأنظمة لنشاط صناعة المحتوى عن المحاسبة الضريبية عليها بمصر في الآتي:

- ١- الاستفادة مما انتهجه المشرع البلجيكي والفرنسي في التفرقة بين الشركات والأفراد المحترفين وغير المحترفين المتعاملين في نشاط صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية بخضوع الأفراد المحترفين لمعدل ضريبة دخل أعلى تصل إلى ٣٣,٤٪ .
- ٢- الاستفادة بما قرره التشريع في المملكة المتحدة بفرض ضريبة تصاعدية على أرباح صانعي المحتوى مع الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة .
- ٣- الاستفادة من الإعفاء الذي قرره المشرع الأمريكي والبلجيكي والياباني والجزائري لمعاملات صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية من ضريبة القيمة المضافة .
- ٤- الاستفادة مما انتهجه المشرع الجزائري من إلغاء كافة الضرائب والرسوم على معاملات صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية لمدة معينة ولتكن خمس سنوات لمواجهة ارتفاع الأسعار لحين استقرارها .

٥- الاستفادة بما قرره التشريع الهندي بفرض معدلات ضريبة علي الدخل وعلي القيمة المضافة بقيمة أقل لا تتجاوز ٦٪ .
 وخلص الباحث من ذلك إن الأمر يتطلب وضع إطار مقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي يعتمد على تطوير التشريعات الضريبية المنظمة لهذه العمليات وإصدار معايير محاسبية لها، وتطوير الإدارة الضريبية، وتطبيق برامج فعالة للفحص الضريبي ورفع مستوى الالتزام الضريبي للممولين وهذا ما يعرضه الباحث في القسم التالي.

القسم الثالث

الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي

١/٣ : تمهيد:

يتناول الباحث في هذا القسم بعض العناصر الأساسية المقترحة لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي، من خلال إقتراح إطار يتضمن مجموعة من الأهداف والمفاهيم والافتراضات والمعايير والركائز لعلاج هذه المشكلات على النحو التالي:

٢/٣: أهداف الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط

صناعة المحتوي:

يمكن حصر أهداف الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في الآتي:

- ١- توفير أسس وقواعد محاسبية ضريبية سليمة لأرباح نشاط صناعة المحتوي.
- ٢- تطوير الإدارة الضريبية واستخدام أساليب فحص متطورة يؤدي الي تحقيق أعلى معدل من التفوق والكفاءة في العمل، ويؤدي للقضاء على مشاكل الفحص الحالية ، ويشجع على الالتزام الطوعي للممولين مما يؤدي لحصيلة ضريبية وفيرة يتوافر فيها عنصري الضمان والاستمرارية.
- ٣- يمكن الاسترشاد بالإطار المقترح في تقديم مقترحات تشريعية . أو إصدار تعليمات تنفيذية أو كتب دورية يسترشد بها مأمور الضرائب عند محاسبة نشاط صناعة المحتوي.

٤- تشجيع المستثمرين ومنظمات الأعمال في القيام بأنشطة الاقتصاد الرقمي، بما يساعد في اللحاق بركب التطبيقات التكنولوجية المعاصرة في دول العالم المتقدمة.

٣/٣: مفاهيم الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى:

تتمثل مفاهيم الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى في الآتي:

- ١- صناعة المحتوى : هو مصطلح يعني استخدام الفيديوهات المرئية أو الصوتية، أو المدونات الإلكترونية المكتوبة أو المرئية أو نشر المعلومات علي المنصات الرقمية أو تطبيقات الكمبيوتر مثل (اليوتيوب، والفيسبوك، والإنستجرام، وغيرها).
- ٢- العمليات الرقمية : هي جميع العمليات التي تتم بوسائط تكنولوجيا رقمية ، والتي في أغلبها تتم عبر شبكة الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية.
- ٣- العملات الرقمية المشفرة: هي عملات إفتراضية يتم تداولها بشكل إلكتروني أو عبر الإنترنت فقط ، ويمكن شراء سلعة أو خدمة من خلالها.
- ٤- الأنظمة الضريبية الأجنبية: هي بعض الدول الأجنبية المتقدمة التي أصدرت إرشادات لمعالجة نشاط صناعة المحتوى، وغيرها من المعاملات الإلكترونية.
- ٥- التحاسب الضريبي: هو التنظيم الفني للضريبة الذي يتناول كيفية قياس وربط وتحصيل الضريبة ويشمل عمليات الحصر والفحص وتحصيل الضريبة.

٤/٣: افتراضات الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى:

وتتمثل افتراضات الإطار المقترح في الآتي:

- ١- العدالة الضريبية : في ظل تباين مستويات الضرائب بين دول العالم ، يجب على الفاحص الضريبي محاسبة أنشطة صناعة المحتوى في ضوء قواعد وأسس محاسبية محددة وسليمة بما يحقق العدالة الضريبية لكافة ممولي هذه العمليات.

٢- الإفصاح عن تطبيقات معاملات نشاط صناعة المحتوى : يجب أن تفصح المنشأة عن تطبيقات أعمالها بشأن العمليات الإلكترونية وتنفذ معاملاتها طبقاً لتطبيقات أعمالها المفصح عنها ، وأن يتماثل إفصاح المنشأة مع المعايير المهنية القابلة للتطبيق ويكون ملائم لعمل نشاطها الإلكتروني.

٣- الموضوعية في أداة القياس : بأن تكون أداة القياس لأرباح عمليات نشاط صناعة المحتوى مناسبة وموضوعية وعادلة ، بحيث تمكن الفاحص الضريبي من قياس الدخل على هذه العمليات بدرجة كبيرة من الدقة.

٤- ملائمة نظم المعلومات بالمنشأة : حيث أن تنفيذ العمليات إلكترونياً يتطلب أجهزة حاسبات بمواصفات خاصة بالإضافة إلى سهولة استخدامها وقبولها من جانب أفراد المنشأة.

٥/٣: معايير الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى:

وتتمثل معايير الإطار المقترح في الآتي:

١- معيار التأهيل العلمي والعملي للفاحص الضريبي: حيث تتطلب الطبيعة المتغيرة لنشاط صناعة المحتوى أفراد تتوافر فيهم الكفاءة العلمية والخبرة العملية، مما يساعد على إجراء عملية التحاسب الضريبي لهذا النشاط بشكل موضوعي ومحاييد.

٢- معيار التخطيط والتنظيم الجيد للفحص الضريبي لنشاط صناعة المحتوى : حيث يجب على الفاحص الضريبي أن يقوم بالتنظيم والتخطيط الجيد للفحص الضريبي في المنشآت التي تزاول نشاط صناعة المحتوى عند فحص وتقييم نظام الرقابة الداخلية للنظام الإلكتروني الخاص بها والتعرف على الحاسب الإلكتروني المستخدم في عملياتها ومراجعة والتأكد من دقتها وكفاءتها .

٣- معيار كفاية أدلة الإثبات الإلكتروني : وفقاً لهذا المعيار يتعين على الفاحص الضريبي التأكد من مدى توافر الخصائص المميزة لمدى كفاية الأدلة عند الفحص لعمليات نشاط

صناعة المحتوى والتحقق منها وفقا لما لدية من خبرة فيما يتعلق بخصائص الصلاحية ، والملائمة ، والكفاية ، والتوقيت المناسب لتوافر ادله الاثبات.

٤- معيار المناسبة عند فرض الضريبة على دخل نشاط صناعة المحتوى : تتحدد السيادة الضريبية للدولة في الفكر التقليدي على أساس أحد مبدئين هما مبدأ إقليمية الضريبة ومبدأ عالمية الإيراد . وفي ظل وجود هذين المبدئين فإن المعيار المناسب لفرض الضريبة على دخل العمليات الإلكترونية يمكن تحديده على أساس تبني مبدأ عالمية الإيراد لفرض الضريبة على دخل هذه العمليات حيث يقضي هذا المبدأ أن يكون الممول مقيم في الدولة التي تفرض هذه الضريبة أو ينتمي لجنسيتها.

٥- معيار تتبع التحويلات المالية ووسائل الدفع النقدية الإلكترونية: حيث أن المسار الإلكتروني لنشاط صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية يعتبر مسارا غير مرئيا، فإن متابعة الفحص الضريبي له يواجه صعوبة بالغة وبذلك فلا بد من الاسترشاد بمعيار تتبع التحويلات المالية ووسائل الدفع الإلكترونية التي تستخدم كوسائل سداد في المعاملات التجارية الإلكترونية وذلك لغرض التحاسب الضريبي عن دخل هذا النشاط.

٦/٣: ركائز الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى:

تتمثل ركائز الإطار المقترح في مجموعة من العناصر الأساسية التي تساهم في علاج مشكلات التحاسب الضريبي لعمليات صناعة المحتوى والتي تتمثل في الآتي:

١/٦/٣: مقترحات تشريعية لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي:

بعد أن تناول الباحث بالدراسة والتحليل في القسم السابق مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي، والمحاسبة الضريبية له في بعض الأنظمة الأجنبية والعربية للإستفادة منها في مصر، يعرض الباحث بعض المقترحات التشريعية لعلاج هذه المشكلات على النحو التالي:

١/١/٦/٣: مشكلة صعوبة تحديد هوية الممولين:

ويمكن التغلب على هذه المشكلة بتعميم فرض الضريبة على كافة المعاملات بناء على رقم التسجيل أو مجرد الرقم القومي للتعامل، وذلك بحدود تشريعية يضبط ذلك الأمر بالنسبة لطبيعة الضريبة التي تفرض على هذه المعاملات الإلكترونية وتتبع مواقع الإنترنت وإنشاء حسابات مصطنعة لجمع المعلومات من خلال الجهات المختصة (وزارة الإتصالات ووزارة الداخلية).

٢/١/٦/٣: مشكلة عدم القدرة على الإطلاع على بيانات منشأة الممول.

ويري الباحث إن عدم توافر معلومات عن طرفي التعامل ليست مشكلة كبيرة لفرض ضريبة على أرباح نشاط صناعة المحتوي فهناك محاسبة ضريبية لبعض الأنشطة لا تستوجب معرفة التعامل، مثل فرض ضريبة قطاعية بنسب معينة حاليًا على المنشآت الصغيرة ومتوسطة الحجم وفق قانون تنمية المشروعات رقم (١٥٢) لسنة ٢٠٢٠، وفرض ضريبة على عوائد الديون المدفوعة لشخص غير مقيم بنسبة قطاعية تحتجز من المنبع قدرها (٢٠٪)، والضريبة على الإتاوات والسمسرة غير المتصلة بالنشاط فلا حاجة لمعرفة الطرف الآخر.

٣/١/٦/٣: مشكلة صعوبة تحديد الإيرادات والتكاليف واجبة الخصم من عوائد نشاط صناعة المحتوي.

ويمكن التغلب على هذه المشكلة من خلال محاسبة ممولى نشاط صناعة المحتوي وفق قانون تنمية المشروعات المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر رقم (١٥٢) لسنة ٢٠٢٠ على أساس ضريبة قطعية ثابتة لمدة خمس سنوات، ويتم إعادة تقييمها مرة أخرى بعد مرور خمس سنوات وبحسب إجمالي الإيرادات الجديدة.

وفي حالة إمساك دفاتر وحسابات منتظمة يعتمد جميع التكاليف والمصروفات المؤيدة بالمستندات والتي تتعلق وتلزم لمزاولة النشاط، والمصروفات التي لا يتم إثباتها كالمصروفات النثرية يتم إثباتها في حدود ٧٪ من المصروفات العمومية المؤيدة، وفي حالة إدارة نشاط صناعة المحتوي من داخل المنزل دون وجود مكان منفصل للعمل يتم اعتماد ٢٥٪ من قيمة الإيجار الشهري، ٧٥٪ من قيمة فواتير الإنترنت، ٢٠٪ من فواتير الكهرباء كتكاليف واجبة الخصم من عوائد نشاط صناعة المحتوي.

بالإضافة لمصروفات الصيانة، والإهلاك للكاميرات، والمصروفات الخاصة ببرامج تعديل الفيديوها، ومصاريف الإنتقالات، وفي حالة عدم توافر دفاتر تبين المصروفات يتم خصم نسبة ١٠٪ من إجمالي أرباح البلوجر في مصر واليوتيوبر، ومن ثم يمكن البدء في عملية تسديد الضرائب.

٣/١/٦/٤: مشكلة غياب أدلة الإثبات لتعاملات نشاط صناعة المحتوي

ويمكن علاج هذه المشكلة من خلال التوصل لنظام تتبع إلكتروني ولا سيما أن كافة بيانات المستخدمين للإنترنت مسجلة ومعروفة بما يضمن الإحتفاظ بسجلات التعاملات، مع حوكمة الشبكة، وتحديد أخلاقيات التعامل، وتفعيل نظام الشبكات الخاصة مما يعني استحالة التهرب الضريبي وتقليل تكلفة الإمتثال الضريبي للشبكات الخاصة بها.

٥/١/٦/٣ : مشكلة تحديد وعاء الضريبة على القيمة المضافة لأنشطة صناعة المحتوى.

ويمكن التغلب على هذه المشكلة من خلال تعديل قانون ضريبة القيمة المضافة رقم (٧٦) وتعديلاته بوضع معالجة ضريبية محددة لإيرادات صناعة المحتوى الناتجة عن عرض المنتجات على المنصة والترويج لها، وإيرادات الفيديوها على مواقع التواصل الإجتماعي، والإيرادات الناتجة عن عقد المؤتمرات الافتراضية وإيرادات المدونات الصوتية ولتكن بسعر ضريبة ١٤ % من هذه الإيرادات.

٢/٦/٣ : إصدار معايير محاسبية ملائمة للقياس والإفصاح عن دخل نشاط صناعة المحتوى وصفقات التجارة الإلكترونية.

أ- يعتمد المدخل المقترح على ضرورة إصدار معايير محاسبية ملائمة للقياس والإفصاح عن دخل نشاط صناعة المحتوى وصفقات التجارة الإلكترونية وذلك على النحو التالي: (عبدالعظيم، ٢٠٢٠).

- ١- إصدار معيار محاسبي لأسس تحقق الإيراد في المعاملات الإلكترونية .
- ٢- إصدار معيار محاسبي لتحديد أسلوب ومدخل قياس الدخل الضريبي المحقق من نشاط صناعة المحتوى وصفقات التجارة الإلكترونية.
- ٣- إصدار معيار محاسبي لتحديد أسلوب الفحص الضريبي للملائم لنشاط صناعة المحتوى وصفقات التجارة الإلكترونية .
- ٤ - إصدار معيار محاسبي لتنظيم وحماية الإفصاح المحاسبي الإلكتروني للممولين .

٣/٦/٣ : تطوير الإدارة الضريبية لمواكبة المعاملات الإلكترونية

تعد الإدارة الضريبية عصب النظام الضريبي وأي ضعف بسببها سوف يؤدي إلى انهيار النظام الضريبي كله وفشله في تحقيق الأهداف المرجوة حيث تختص هذه الإدارة بتنفيذ القوانين الضريبية والتحقق من سلامه تطبيقها ، واقتراح التعديلات الضريبية التي ترقى بكفاءة هذا النظام . وترتكز عمليه تطوير الإدارة الضريبية على توافر بعض العناصر اهمها:

- ١- وجود نظام معلومات للحاسب الضريبي عن نشاط التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى.

٢- إنشاء إدارة للحاسب الضريبي الإلكتروني عن نشاط التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى.

ويرى الباحث ضرورة أن تكون منظومة العمل بمصلحة الضرائب المصرية مميكنة من خلال عملية التحول الرقمي كترجمة حقيقية لكل الجهود المبذولة لدمج وتبسيط الإجراءات الخاصة بعناصر ربط وتحصيل الضريبة العامة علي الدخل والضريبة علي القيمة المضافة ، مع ضرورة وجود رقم تسجيل ضريبي موحد لكل ممول بحيث يتضمن تسجيل كافة أنواع الضرائب الخاضع لها كل ممول ومن خلاله وعبر الموقع الإلكتروني المفتوح يمكنهم من تقديم جميع الاقرارات الضريبية وفقاً لأنشطتهم ، ومن خلال ذلك تتحدد قيمة الضرائب المستحقة علي الممول وسدادها إلكترونياً بإحدى وسائل الدفع الإلكتروني مما يساهم علي دمج الاقتصاد غير الرسمي مع الاقتصاد الرسمي ورفع كفاءة وفعالية الاداء بمصلحة الضرائب المصرية .

٤/٦/٣ : تطبيق برامج فعالة للفحص الضريبي:

من خلال استخدام برامج فعالة للفحص الضريبي للصفقات والتحويلات التي تتم عبر شبكه الانترنت بما يقلل من حالات التهرب الضريبي باستخدام أساليب المحاسبة الاحتيالية من خلال توفير قوة بشرية جادة متميزة في العمل بمصالح الضرائب المختلفة مع رفع كفاءة التأهيل العلمي والعملية لهم ، وتزويدهم بالمعلومات الفنية عن كافة الأنشطة الحديثة عن طريق الدورات التدريبية الجادة والمستمرة وتحديد حالات الفحص وفقاً لمعايير موضوعية مع التركيز على الحالات عالية المخاطر مع استخدام أساليب فحص متطورة ، بجانب هذه البرامج مثل استخدام أسلوب تحليل المخاطر ، وأسلوب الفحص بواسطة النظراء ، وأسلوب الفحص المقارن مع تطبيق تقنيات حديثة كالنظم الخبيرة والذكاء الاصطناعي، ونظم تخطيط الموارد لمواجهة مشكلة الفحص للنظم المحاسبية الإلكترونية، مثل صعوبة التوصل إلي مواقع السجلات الإلكترونية وتحديد الإيرادات الضريبية .

ويرى الباحث أنه يمكن إستخدام النظم الخبيرة في الفحص الضريبي الإلكتروني، من خلال إعداد الفاحص الضريبي وتطويره بتطبيق قاعدة المعرفة للنظم الخبيرة في توجيه وتقويم أداء الفاحص، ودعم قراراته لفحص الحالات ذات الطبيعة الخاصة مثل معاملات التجارة الإلكترونية

وصناعة المحتوي والبلوك تشين لصعوبة تطبيق الضريبة عليهم بشكل سليم، ولعدم توافر أدلة إثبات كافية.

٥/٦/٣ : رفع مستوى الالتزام الضريبي لدى ممولي أنشطة صناعة المحتوي.

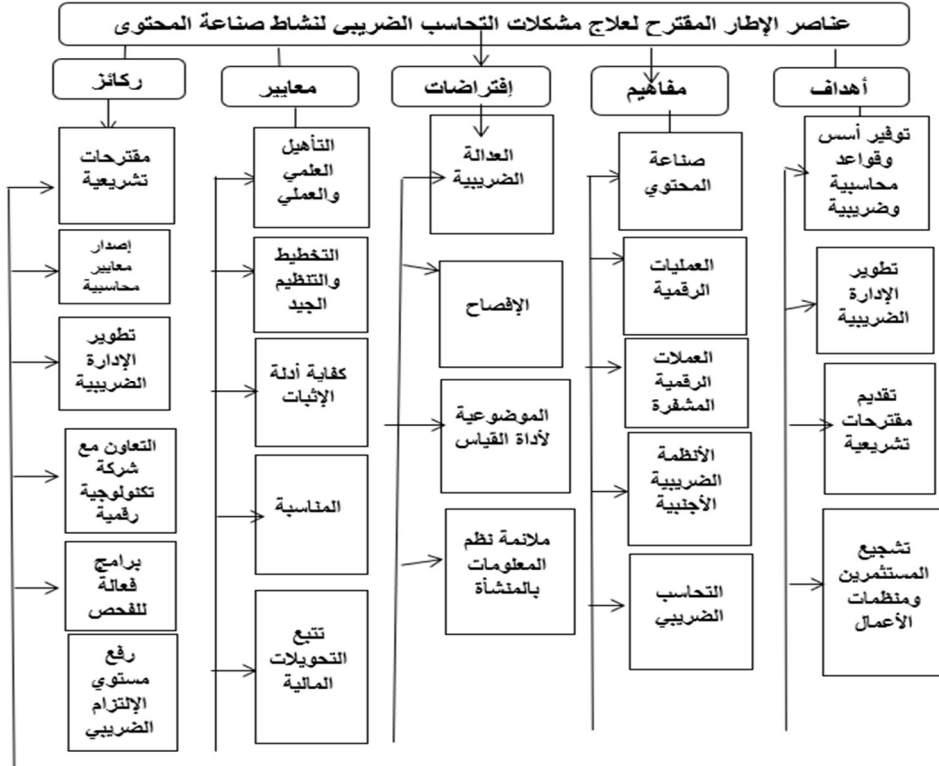
ويمكن رفع الالتزام لدى ممولي هذه الأنشطة من خلال العناصر الآتية:

- ١- توافر الموضوعية في نصوص التشريع الضريبي وعملية الفحص الضريبي: بأن تكون نصوص التشريع محددة غير قابلة للبس أو التقدير الشخصي ومتوافقة مع الأصول المحاسبية المتعارف عليها، مع توافر موضوعية الفحص الضريبي بعدم اختلاف أسس وقواعد الفحص من مأمورية لأخرى من خلال وجود برنامج موحد للفحص تلتزم به جميع المأموريات والعاملين بها.
- ٢- تحقيق العدالة الضريبية: من خلال المساواة في المعاملة الضريبية بين الشخصية الاعتبارية والطبيعية في توحيد الشريحة المعفاة بينهما وتوحيد سعر الضريبة والمزايا والاعفاءات مع التفرقة في معدل الضريبة على المكاسب الرأسمالية لهذه العملات طويلة الاجل وقصيره الاجل بفرض معدل أكبر على طويلة الأجل.
- ٣- منح الحوافز والاعفاءات الضريبية: حيث أن حوافز الضريبة على الأنشطة سواء كانت في شكل إعفاءات ضريبية كلية أو جزئية تشجع بشكل كبير على زيادة مستوى الالتزام الضريبي لدى الممولين من خلال إعفاء نسبة من الأرباح المحققة من هذه الأنشطة عن الخضوع للضريبة، مما يساعد في تحديد هوية الممولين لنشاط صناعة المحتوي.

كما يرى الباحث إن إلزام البنوك والمؤسسات المالية بإخطار مصلحة الضرائب بالتحويلات المالية لعمليات نشاط صناعة المحتوي والتجارة الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت بين المشروعات والمنشآت ، مع خصم نسبه منها تحت حساب الضريبة ، مع ضرورة توافر خدمة تأكيد الثقة في مواقع شركات صناعة المحتوي وإفصاحاتها على الشبكة من خلال أحد المحاسبين القانونيين المؤهلين لهذه الخدمة بالقيام بالاختبارات اللازمة للتحقق من أن هذا الموقع التجاري يمثل شركة تجارية موجودة فعلا ، مع تعاون مأمورية الضرائب مع شركه تكنولوجية رقمية للعمل على استحداث أداة تحليلية أو برنامج للمحاسبة والضرائب لتتبع معاملات أنشطة صناعة المحتوي.

ويوضح الشكل رقم (١) التالي عناصر الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط

صناعة المحتوى:



المصدر: إعداد الباحث

شكل رقم (١)

الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى

وقد خلص الباحث من ذلك إلى أن تطبيق الإطار المقترح بكل دقة وموضوعية، من شأنه معالجة مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى ويسهل من المحاسبة لها كنشاط جديد في مصر، ويحقق العديد من الأهداف للممولين والخزانة العامة ولذا ويقوم الباحث في القسم التالي بإجراء دراسة ميدانية لإستقصاء عن آراء الفئات المختلفة تجاه هذا الإطار المقترح لاختبار مدى جدواه في الواقع العملي في مصر.

القسم الرابع

الدراسة الميدانية لاختبار الإطار المقترح للتحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في مصر

١/٤: تمهيد:

وبعد أن تناول الباحث في القسم الثالث من هذا البحث الدراسة النظرية للإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي، من خلال التعرف على أهدافه ومفاهيمه وافتراضاته ومعاييرته وركائزه، فقد رأى الباحث أنه من المناسب طرح هذا الإطار المقترح للاستقصاء من خلال إجراء دراسة ميدانية لاختبار مدى قبوله وإيجابيته في الواقع العملي.

يتناول فيها الباحث تحديد أهداف الدراسة الميدانية، وتحديد أسلوب جمع البيانات، ومجتمع وعينه الدراسة، وأساليب التحليل الاحصائي المستخدم، واختبار مدى صدق وثبات قائمة الاستقصاء وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفروض على النحو التالي:

٢/٤: أهداف الدراسة الميدانية:

تهدف الدراسة الميدانية إلى اختبار مدى قبول الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي المحتملة لنشاط صناعة المحتوي في الواقع العملي من خلال ما يلي:

- ١- استطلاع آراء عينة الدراسة حول مشكلات التحاسب الضريبي المحتملة لنشاط صناعة المحتوي.

- ٢- استطلاع آراء عينة الدراسة حول عناصر الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي المحتملة لنشاط صناعة المحتوي في مصر.

٣/٤: تحديد أسلوب جمع البيانات:

قام الباحث بإعداد قائمة إستقصاء لجمع البيانات لتحقيق هدف الدراسة الميدانية، حيث تضمنت قائمة الاستقصاء مجموعة من الاستفسارات التي تضمنت العديد من العبارات التي تعكس الهدف من الدراسة، وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الابعاد الخمسة لتصميم قائمة

وذلك بإعطاء وزن نسبي لإجابات كل عبارة، تتراوح بين درجة وخمسة درجات وبذلك فإن اجابة كل عبارة تتمثل في اختيار بديل واحد بوزن معين من خمسة بدائل، وقد تم تقسيم القائمة إلى ثلاث مجموعات كما يلي:

١- المجموعة الأولى: تضم سبعة اسئلة تتعلق بمشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي.

٢- المجموعة الثانية: تضم خمس اسئلة تتعلق بعناصر الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي ومدى جدواه في الواقع العملي في مصر.

٤/٤: مجتمع وعينة الدراسة:

في ضوء حدود البحث يمكن تقسيم مجتمع الدراسة الميدانية إلى ثلاث فئات كما يلي:

١- الفئة الأولى (خبراء الضرائب): من كبار المحاسبين والمراجعين والأطعم الفنية من الفاحصين ومن علاهم من لجان الطعن والفحص بمصلحة الضرائب المصرية بشقيها ضرائب الدخل والقيمة المضافة.

٢- الفئة الثانية (خبراء تكنولوجيا المعلومات والاتصالات): من أعضاء غرف صناعة تكنولوجيا المعلومات باتحاد الغرف المصرية.

٣- الفئة الثالثة (الممولين): ممولى نشاط صناعة المحتوي.

وتم إختيار هذه الطوائف لتوافر الخبرة العلمية فيها بصناعة المحتوي واهتمامها بموضوع البحث من وجهة نظر الباحث. وتم تحديد مجتمع الدراسة بـ ٧٥ مفردة لطوائف الدراسة (٢٠ خبراء الضرائب، ٢٥ خبراء تكنولوجيا المعلومات، ٢٥ ممولى نشاط صناعة المحتوي).

وقد قام الباحث بتطبيق معادلة جمع العينة لتحديد حجم العينة المناسب لموضوع البحث، باستخدام العينة الطبقية المتناسبة، وبافتراض توفر الظاهرة محل الدراسة بنسبة (٥٠%) أي أن (L= 0.50) كما يلي: (العباسي ، ٢٠٠٥).

$$n = \frac{L(1-L)}{\frac{L(1-L)}{N}} + \frac{d^2}{z^2}$$

حيث أن:

N = حجم المجتمع

$Z =$ القيمة الجدولية عند معامل ثقة 96% وتساوى 1.96

$L =$ نسبة العينة من حجم المجتمع

$d =$ الخطأ المسموح به ويساوى 0.05 عند معامل ثقة 95% يعنى الخطأ المسموح به

(0.05) وبذلك يكون حجم العينة كما يلي:

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)}{\frac{.5(1 - .5)}{75} + \frac{(0.05)^2}{(1.96)^2}}$$

$$n = 60$$

وبتوزيع حجم العينة (٧٥) على فئات الدراسة بنسبه حجم مجتمع الدراسة لكل طائفة دون وجود معرفة محددة مسبقه بأحدهم، ووزعت استمارات الاستقصاء عليهم إما بالاتصال الشخصي المباشر أو عن طريق البريد وأعطيت لهم مهلة قدرها أسبوع للرد والاستفسار عن أي بيان بالاستمارة. وقد بلغت الردود الصحيحة (٥٨) أي بنسبه بلغت ٨٠٪ من حجم العينة الكلية للدراسة، ويمثل الجدول التالي جدول رقم (٤) توزيع عينه البحث.

جدول رقم (٤)

توزيع العينة على فئات الدراسة ونسبة الردود

| بيان | خبراء الضرائب | خبراء التكنولوجيا | الممولين | الإجمالي | نسبة الردود |
|------------------------|---------------|-------------------|----------|----------|-------------|
| الاستمارات الموزعة | ٢٥ | ٢٥ | ٢٥ | ٧٥ | ١٠٠٪ |
| الاستمارات المستلمة | ٢٠ | ٢١ | ٢٢ | ٦٣ | ٨٤٪ |
| الاستمارات غير الصحيحة | ٥ | ٤ | - | ٩ | ١٢٪ |
| الاستمارات الصالحة | ١٨ | ١٨ | ٢٢ | ٥٨ | ٧٧٪ |
| نسبة الردود | ٧٢٪ | ٧٢٪ | ٨٨٪ | ٧٧٪ | - |

المصدر: اعداد الباحث

٥/٤: أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة:

تحقيقاً لأهداف البحث تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية إضافة إلى أسلوب ليكرت السابق الإشارة إليه عالية:

١- حساب معامل الثبات والصدق (Alpha, Cronbatches)

٢- الاحصاء الوصفي للبيانات (الوسط الحسابي والانحراف المعياري)

٣- الإحصاء الاستدلالي (إختبار كا^٢ Chisquare)

وإستخدام الباحث برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (Spssv.17) وبرنامج التحليل الإحصائي (Minitap,v.16) في تحليل البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستقصاء لاختيار فروض البحث.

٦/٤: إختبار صدق وثبات قائمة الاستبيان:

وقد تم ذلك من خلال مقياس (Alpha,Cronbatch's) لقياس الصدق والثبات والتناسق الداخلي لعبارات قائمة الاستبيان، وذلك لمعرفة مدى الموثوقية في إستجابات عينة الدراسة على أسئلة قائمة الاستبيان، وبالتالي على فروض الدراسة ومدى إمكانية تعميم نتائجها على مجتمع الدراسة، على النحو التالي:

جدول رقم (٥)

نتائج إختبارات الصدق والثبات لفروض الدراسة الثلاثة

| فروض الدراسة | عدد العبارات | معامل الثبات | معامل الصدق* |
|---|--------------|--------------|--------------|
| ١. لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول وجود العديد من مشكلات التحاسب الضريبي لإستخدام صناعة المحتوي في مصر. | ٧ | ٠.٩١٢ | ٠.٩٢٢ |
| ٢. لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول مدى فاعلية الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في مصر | ٥ | ٠.٨١٥ | ٠.٨٢١ |
| الإجمالي | ١٢ | ٠.٨٦٤ | ٠.٨٧٢ |

المصدر: مخرجات حزمة البرامج الإحصائية SPSS

يتضح من الجدول السابق، أن معامل الثبات على عبارات قائمة الاستبيان يتراوح بين (٠.٨١٥)، (٠.٩١٢)، والذي يعكس بدوره معامل الصدق حيث يتراوح بين (٠.٨٢١-٠.٩٢٢).

٧/٤: تحليل نتائج الدراسة وإختبار الفروض:

من خلال إستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات الموافقة على أبعاد قائمة الاستبيان، وترتيب الأهمية النسبية لإستجابات عينة البحث، وإستخدام الإحصاء الاستدلالي من خلال إختبار (كا^٢) لمعرفة مدى تأييد فروض البحث كما يلي:

١/٧/٤: إختبار الفرض الأول.

بقياس آراء فئات عينة الدراسة حول عبارات الفرض الأول الذي ينص على "لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول وجود العديد من مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في مصر"، كانت إستجابة عينة الدراسة حول عبارات الفرض الأول كما يوضحها الجدول رقم (٦) التالي:

جدول رقم (٦)

| الترتيب | إختبار كا ^٢ | | نسبة الموافقة | الاحصاء الوصفي | | | إستجابات عينة الدراسة | | | | | عبارات الفرض الأول |
|---------|------------------------|----------------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|--------|------|--------|--------------------|
| | المعيارية | قيمة كا ^٢ | | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | لا رأقي | مطلقاً | لا رأقي | مطلقاً | رأقي | مطلقاً | |
| ١ | ٠.١٥١ | ٢٧.٢ | ٪٧٩ | ٠.٩٧ | ٤.٨ | ١ | ٤ | ٧ | ١٨ | ٢٨ | ١ | ٢٨ |
| | | | | | | ٪١ | ٪٧ | ٪١٢ | ٪٣١ | ٪٤٨ | | |
| ٢ | ٠.١٤١ | ٢٥.١ | ٪٧٧ | ٠.٩٩ | ٤.٧ | ٢ | ٢ | ٩ | ١٩ | ٢٦ | ٢ | ٢٦ |
| | | | | | | ٪٣ | ٪٣ | ٪١٦ | ٪٣٣ | ٪٤٥ | | |
| ٥ | ٠.١٢٢ | ٢٠.٢ | ٪٦٣ | ١.٢٠ | ٤.٣ | ٤ | ٨ | ٩ | ١٥ | ٢٢ | ٤ | ٢٢ |
| | | | | | | ٪٧ | ٪١٤ | ٪١٦ | ٪٢٦ | ٪٣٨ | | |
| ٤ | ٠.١١٢ | ٢٧.١ | ٪٦٤ | ١.٣٠ | ٤.٤ | ٦ | ٦ | ٩ | ١٦ | ٢١ | ٦ | ٢١ |
| | | | | | | ٪٧ | ٪١٤ | ٪١٦ | ٪٢٨ | ٪٣٦ | | |
| ٦ | ٠.١٣٢ | ٢٢.٢ | ٪٦٢ | ١.٩٠ | ٤.١ | ٧ | ٨ | ٧ | ١٨ | ١٨ | ٧ | ١٨ |
| | | | | | | ٪١٢ | ٪١٤ | ٪١٢ | ٪٣١ | ٪٣١ | | |
| ٣ | ٠.١٤٢ | ٣١.١ | ٪٧٤ | ٠.٩٨ | ٤.٦ | ٤ | ٥ | ٦ | ١٨ | ٢٥ | ٤ | ٢٥ |
| | | | | | | ٪٧ | ٪٩ | ٪١٠ | ٪٣١ | ٪٤٣ | | |
| ٧ | ٠.١٥١ | ٢٨.٢ | ٪٦٠ | ١.٩٩ | ٤ | ٧ | ٧ | ٩ | ١٥ | ٢٠ | ٧ | ٢٠ |
| | | | | | | ٪١٢ | ٪١٢ | ٪١٦ | ٪٢٦ | ٪٣٤ | | |
| - | - | - | ٪٦٨ | ١.٣٣ | ٤.٤ | المتوسط العام | | | | | | |

إستجابات عينة الدراسة حول عبارات الفرض الأول

المصدر: مخرجات حزمه البرامج الإحصائية SPSS

ويتضح من الجدول رقم (٦) ما يلي:

- ١- أن نسبة الموافقة على عبارات الفرض الأول كلها (أكبر من ٥٠٪)، وبالتالي قبول كل عبارات الفرض الأول من وجهة نظر عينة الدراسة.
- ٢- أن العبارة الأولى (غياب أدلة الإثبات في تعاملات نشاط صناعة المحتوى) جاءت الموافقة عليها في المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ (٤.٨)، وانحراف معياري قدرة (٠.٩٧).
- ٣- أن المتوسط العام لإستجابات الفرض الأول بلغ (٤.٤) بإنحراف معياري (١.٣٣) وهي قيمة مرتفعة، وأن قيمة مستوى المعنوية لكل عبارات الفرض الأول أكبر من مستوى المعنوية (٠.٠٥)، وبالتالي لا يوجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول عبارات الفرض الأول ووجود العديد من مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى وبالتالي قبوله.

٣/٧/٤: إختبار الفرض الثاني:

وكانت إستجابة عينة الدراسة حول عبارات الفرض الثاني الذي ينص على "لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول مدى فاعلية الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى في مصر"، كما يوضحها الجدول رقم (٧) التالي:

جدول رقم (٧)

| الترتيب | إختبار كا ^٢ | | نسبة الموافقة | الاحصاء الوصفي | | | إستجابات عينة الدراسة | | | | | عبارات الفرض الثاني |
|---------|------------------------|----------------------|---------------|-------------------|---------------|-----------------|-----------------------|-------|-------|--------------|---|---------------------|
| | مستوى المعنوية | قيمة كا ^٢ | | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | لا أوافق مطلقاً | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق تماماً | | |
| ١ | ٠.١٥ | ٢٢.١ | ٪٧٩ | ١.١١ | ٤.٩ | ٣ | ٤ | ٥ | ١٩ | ٢٧ | ١ | |
| | | | | | | ٪٤ | ٪٧ | ٪٩ | ٪٣٣ | ٪٤٧ | | |
| ٢ | ٠.١٣ | ٢١.٢ | ٪٧٦ | ٠.٩٥ | ٤.٧ | ٤ | ٤ | ٦ | ١٨ | ٢٦ | ٢ | |
| | | | | | | ٪٧ | ٪٧ | ٪١٠ | ٪٣١ | ٪٤٥ | | |
| ٤ | ٠.١٢ | ٢٠.٢ | ٪٦٧ | ١.٢٠ | ٤.٣ | ٥ | ٦ | ٨ | ١٧ | ٢٢ | ٣ | |
| | | | | | | ٪٩ | ٪١٠ | ٪١٤ | ٪٢٩ | ٪٣٨ | | |
| ٣ | ٠.١٤ | ٢٧.١ | ٪٧١ | ٠.٩٨ | ٤.٥ | ٣ | ٥ | ٩ | ١٦ | ٢٥ | ٤ | |
| | | | | | | ٪٤ | ٪٩ | ٪١٦ | ٪٢٨ | ٪٤٣ | | |
| ٥ | ٠.١٦ | ٢٦.٢ | ٪٦٠ | ١.١٢ | ٤ | ٥ | ٨ | ١٠ | ١٥ | ٢٠ | ٥ | |
| | | | | | | ٪٩ | ٪١٤ | ٪١٧ | ٪٢٦ | ٪٣٤ | | |
| - | - | - | ٪٧١ | ١.٠٧ | ٤.٥ | المتوسط العام | | | | | | |

إستجابات عينة الدراسة حول عبارات الفرض الثاني

المصدر: مخرجات حزمه البرامج الإحصائية SPSS

يتضح من الجدول رقم (٧) ما يلي:

- ١- إن نسبة الموافقة على عبارات الفرض الثاني جاءت (أكبر من ٥٠٪) وبالتالي عدم وجود إختلاف بين آراء عينة الدراسة حول قبول الفرض الثاني.
- ٢- إن العبارة الأولى (تقديم مقترحات تشريعية لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي) جاءت في المرتبة الأولى من حيث الموافقة ثم العبارة الثانية (تطبيق برامج فعالة للفحص الضريبي)، كأحد عناصر الاطار المقترح لعلاج هذه المشكلات، بينما العبارة الخامسة (رفع مستوى الإلتزام الضريبي لدى الممولين) جاءت الموافقة عليها في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي بلغ (٤) وانحراف معياري قدرة (١.١٢).
- ٣- إن المتوسط العام لإستجابات الفرض الثاني بلغ (٤.٥) بإنحراف معياري قدرة (١.٠٧) وهي قيمة مرتفعة، وأن قيمة مستوى المعنوية لكل عبارات الفرض الثاني أكبر من مستوى المعنوية (٠.٠٥) وبالتالي لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول عبارات هذا الفرض وبالتالي قبول الفرض الثاني وصحته وقبول الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوي في مصر.

القسم الخامس

النتائج والتوصيات والتوجهات البحثية المستقبلية

١/٥ : النتائج:

من خلال الدراسة النظرية والميدانية للبحث يمكن إستخلاص النتائج الآتية:

- ١- أن صانعي المحتوى على شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي هم الأفراد الذين يقومون بتحقيق أرباح جراء صناعة المحتوى على صفحاتهم الشخصية أو منصات التواصل الإجتماعي مثل (فيس بوك - يوتيوب - انستجرام - تيك توك، وما فى حكمها).
- ٢- أن أي إيرادات ناتجة عن أي مهنة أو نشاط سواء كانت هذه الإيرادات محقة فى مصر أو فى الخارج إذا كانت مصر مركز لمزاولة المهنة أو النشاط فهي إيرادات خاضعة للضريبة ومنها نشاط صناعة المحتوى سواء داخل مصر أو خارجها.
- ٣- يجب التسجيل فى ضريبة الدخل بمصلحة الضرائب المصرية بمجرد البدء فى ممارسة نشاط صناعة المحتوى ، والتسجيل فى ضريبة القيمة المضافة إذا وصل الإيرادات إلى ٥٠٠ ألف جنيه خلال ١٢ شهر من تاريخ مزاولة نشاط صناعة المحتوى.
- ٤- من أهم إيرادات نشاط صناعة المحتوى الإيرادات الناتجة عن الإعلان والترويج عن سلع أو خدمات داخل المحتوى، والإيراد الناتج من تجارة الخدمات والإستشارات الإلكترونية المحاسبية، والطبية، والقانونية، والصحف والمجلات وغيرها.
- ٥- يمكن الاستفادة من المحاسبة الضريبية لنشاط صناعة المحتوى فى بعض الأنظمة الأجنبية والعربية فى مصر خاصة التشريع الأمريكى والمملكة المتحدة والجزائري.
- ٦- هناك صعوبة فى تحديد هوية ممولى أنشطة صناعة المحتوى لتطبيق القوانين الضريبية، وإمكانية الوقوف على محل إقامتهم الفعلي مما يحد من قدرة الإدارة الضريبية على حصر الأنشطة والجهات الخاضعة.
- ٧- إن صناعة المحتوى توفر ظروفًا أفضل أمام الممولين للتهرب الضريبي من عوائد صناعة المحتوى من خلال بيع وشراء بعض السلع والخدمات غير المنظورة.

- ٨- هناك مشكلة صعوبة فحص عمليات صناعة المحتوى لعدم توافر أدلة إثبات، وكذلك صعوبة في جباية الضرائب على هذه العمليات.
- ٩- هناك مشكله عدم توافر معايير محاسبية ملائمة لطبيعة نشاط صناعة المحتوى، يتم من خلالها تحديدا قياس الدخل والفحص الضريبي الملائم لنشاط صناعة المحتوى.
- ١٠- جاءت نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحث بشأن الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي المحتملة لنشاط صناعة المحتوى في مصر إيجابية مما يؤكد قبول فروض الدراسة في الواقع العملي.

٢/٥: التوصيات:

في ضوء ما إنتهى إليه الباحث من نتائج يمكن طرح التوصيات التالية:

- ١- إصدار معيار محاسبي أو إرشاد لمراجعة أنشطة صناعة المحتوى وعمليات تكنولوجيا البلوك تشين.
- ٢- تطبيق برامج فعالة للفحص الضريبي يتطور من خلالها أساليب الفحص الضريبي تساعد في رفع مستوى الالتزام الضريبي لدى ممولي أنشطة صناعة المحتوى، وتعاون مأمورية الضرائب مع احدى شركات التكنولوجيا الرقمية.
- ٣- تطوير الادارة الضريبية لمواكبة المعاملات الإلكترونية من خلال وجود نظام معلومات للتحاسب الضريبي علي الأنشطة الإلكترونية وإنشاء ادارة للتحاسب الضريبي الالكتروني عن تلك الأنشطة الإلكترونية .
- ٤- رفع مستوى الالتزام الضريبي لدي الممولين من خلال توافر الموضوعية في نصوص التشريع الضريبي وتحقيقي العدالة الضريبية ومنع الحوافز والاعفاءات الضريبية لممولي أنشطة صناعة المحتوى .

٥- التزام البنوك والمؤسسات المالية بإخطار مصلحة الضرائب بالتحويلات المالية للعمليات الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت بين المشروعات والمنشآت مع خصم نسبة منها تحت حساب الضريبة .

٦- ضرورة توافر خدمة تأكيد الثقة في مواقع شركات صناعة المحتوى، وإفصاحها على الشبكة من خلال أحد المحاسبين القانونيين المؤهلين لهذه الخدمة، مع تعاون مأمورية الضرائب مع شركة تكنولوجية رقمية للعمل على استحداث أداة تحليلية أو برنامج للمحاسبة والضرائب لتتبع معاملات انشطه صناعة المحتوى والتجارة الإلكترونية.

٧- ضرورة إعفاء أنشطة المواقع الإلكترونية في مصر من الضريبة؛ لتحفيز الشركات الرقمية على إتخاذ مصر مقرًا لمواقعها الإلكترونية.

٣/٥: التوجهات البحثية المستقبلية:

- في ضوء طبيعة موضوع البحث وأهميته وفروضه وحدوده، وما أنتهى إليه الباحث من نتائج وتوصيات فإنه يقترح إجراء مزيد من البحوث المستقبلية في المجالات الآتية:
- ١- مدخل مقترح للحد من التهرب الضريبي باستخدام تقنية البلوك تشين.
 - ٢- فلسفة الضريبة لنشاط الاستيراد والتصدير عبر منظومة Topic الإلكترونية.
 - ٣- إطار مقترح لعلاج مشاكل التحاسب الضريبي الرقمية في مصر.
 - ٤- التوظيف الملائم للعنصر البشرى في ظل الدمج الرقمي بين الضرائب المباشرة وغير المباشرة في مصر .
 - ٥- دراسة تحليلية لمشكلات التحاسب الضريبي على القيمة المضافة والفحص الضريبي الإلكتروني وفقاً لقانون الإجراءات الضريبية الموحدة رقم (٢٥٦) لسنة ٢٠٢٠.

قائمة المراجع**أولاً: المراجع باللغة العربية:**

١. إبراهيم، السيد زكريا، (٢٠٢٢)، "أثر إستخدام تكنولوجيا سلاسل الكتل على البيئة المحاسبية في مصر، دراسة نظرية ميدانية"، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، العدد الأول، ص.ص: ١٢٠-١٧٢.
٢. إبراهيم، آمال على، (٢٠٢١)، " دور التحول الرقمي فى دعم الإيرادات الضريبية مع إشارة خاصة للإقتصاد المصري"، مجلة البحوث المالية، جامعة بور سعيد، العدد الأول، مجلد (٢٢)، ص.ص: ٢٦٠-٢٩١.
٣. اسماعيل، محمود عطية، (٢٠٢٢)، "إطار مقترح لمعالجة مشكلات المحاسبة الضريبية على القيمة المضافة فى ضوء القانون رقم (٣) لسنة ٢٠٢٠"، مجلة الفكر المحاسبى، جامعة عين شمس، العدد الأول، ص ص: ١٥٥-٢٠٣.
٤. حمزة، صلاح الدين، (٢٠٢١) "تحديات صناعة المحتوى للنظم الضريبية"، مجلة الدراسات والبحوث العلمية، العدد الرابع، المجلد الثاني، ص.ص: ١- ٣٦.
٥. العباسى، عبد الحميد، (٢٠٠٥)، "التحليل الاحصائي باستخدام SPSS"، معهد الاحصاء، جامعة القاهرة.
٦. عبد القادر، مصطفى محمود، (٢٠٢٠)، "مكافحة التجنب الضريبي الدولي في ضوء أنشطة الاقتصاد الرقمي: هل هو ضرورة أم رفاهية"، ندوة أنشطة الاقتصاد الرقمي، التحديات الضريبية، ٨ مايو، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص: ١٦٥.
٧. عبد المنعم، محمد الطيب، (٢٠٢١)، "صناعة المحتوى " الواقع والاشكاليات التطبيقية"، مجلة دراسات حوض النيل، العدد الثالث، المجلد الثاني، ص.ص: ٦٥-٧٩.
٨. العبد، خيراني، (٢٠٢١)، "تحديات فرض الضرائب على المعاملات التجارية الإلكترونية"، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، المجلد الثالث، ص.ص: ١-١٤.

٩. عبد الرزاق، يخلف، (٢٠٢٣)، "جباية صناعة المحتوي (المؤثرين) على شبكات التواصل الإجتماعي لتعبئة الإيرادات الضريبية في الجزائر"، مجلة دراسات جبائية، المجلد (١١)، العدد الثاني، ص. ص: ٦٧-٨٤.
١٠. عبد العظيم، جمال عطية، (٢٠٢٢)، المشاكل المحاسبية والضريبية لأنشطة شركات الحوسبة السحابية في ضوء معايير التقارير الدولية (IFRS) وقانون الضريبة على الدخل رقم (٩١) لسنة ٢٠٠٥-دراسة ميدانية، مجلة الدراسات المالية والتجارية، جامعة بني سويف، العدد الثاني، ص. ص: ٣٦٩-٣١٤.
١١. قابيل، الباز فوزي، (٢٠٢١)، "مشكلات استخدام العملة الرقمية عند تقرير ضريبة على التبادل الالكتروني-دراسة استطلاعية"، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، العدد الأول، ص. ص: ١٥٧-٢٠٦.
١٢. محمد، سامية أحمد، (٢٠٢١)، "تحديات التحاسب الضريبي وأثره على صناعة المحتوي، دراسة ميدانية" مجله الباحث الاقتصادي، العدد الثاني المجلد التاسع، ص. ص: ٣١-١٣.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

1. Agbo, Ei. 8nwadiador, e.o(2021).E-commerce and tax revenue . **Noble international journal of economics and financial, research**, 5(8) pp.:80-91.
2. Dominik, D. N. (2020), Taxation Policy on E-Commerce Transactiony. **In Proceedings of the International Seminar**, 5(1), p.p: 20-24 .
3. Farm, C.k, (2021),"Acceptance of electronic tax filing: A study of taxpayer in temptations", **information and management journal**, Vol, 43, No.7.p.p.log- 126.
4. Hagiwara, Akikoterada, (2019) ," taxation challenges in digital economy - the case of the people,s republic of china" **journal of economic and management** , p.p: 20-56 (vo L . 8.N02)
5. Hagiwara, Akikoterada,(2019), " **taxation challenges in digital economy-the case of the people's republic of china**" publication stack no. BRF190151-2, DOI: <http://dx.doi.org//0.22617/BRF190151-2>
6. Jamkeeparsad, R.w . ,(2021)." Acceptance of the electronic method of filing tax returnsby south African tax payers : an exploratory study", **journal of Economic and financial sciences**, (vol. 9,No.1) p.p.120- 130 .
7. Polezhar ova,l.v., (2020),E-commerce taxation Approaches ,**journal of tax Reform**, 6 (2), p.p:10-15.

ثالثاً: المواقع الالكترونية:

- 1- <https://www.arabfinancials.org>.
- 2- <https://www.bitcoinnews.ae>.
- 3- <https://www.litecam.com/ar>.
- 4- <https://www.samrtdubai.ae>.
- 5- <https://www.feathercoin.com/about>.
- 6- <https://www.newswire.com>.

ملحق البحث

نموذج إستمارة الاستبيان

السيد الفاضل/.....

تحية طيبة وبعد...

يقوم الباحث بإعداد بحث بعنوان "إطار مقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى في مصر".

وقد تم إختيار سيادتكم ضمن أفراد عينة الدراسة، ولذلك يرجو الباحث التكرم بالحصول على تعاونكم في الإجابة على عبارات نموذج الاستبيان، ويتقدم الباحث بخالص شكره سالفاً على إجابتكم، مؤكداً على أن هذا الاستبيان قد صمم لأغراض البحث العلمي فقط، كما إن إجابتكم ستعامل بسرية تامة.

ولسيادتكم خالص الشكر والتقدير

الباحث

أولاً: البيانات الشخصية

الاسم (إختياري) :

.....

الوظيفة :

.....

مدة الخبرة :

.....

الجهة التابع لها :

.....

ثانياً: عبارات الاستبيان:

يرجاء التفضل بوضع علامة (√) أمام الإجابة المناسبة:

الفرض الأول: لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول وجود العديد من مشكلات التحاسب الضريبي لإستخدام صناعة المحتوي في مصر:

| لا أوافق مطلقاً | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق تماماً | عبارات الفرض الأول |
|--------------------|----------|-------|-------|-----------------|--|
| | | | | | ١- غياب أدلة الاثبات لتعاملات نشاط صناعة المحتوي |
| | | | | | ٢- عدم القدرة على الإطلاع على بيانات منشأة الممول. |
| | | | | | ٣- مشكلة تحديد إيرادات نشاط صناعة المحتوى. |
| | | | | | ٤- مشكلة تحديد وعاء الضريبة على القيمة المضافة لنشاط صناعة المحتوى. |
| | | | | | ٥- مشكلة صعوبة تحديد هوية الممولين. |
| | | | | | ٦- عدم وجود معايير محاسبية أو إرشادات لمراجعة تعاملات |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | نشاط صناعة المحتوى. |
| | | | | | ٧- مشكلة تحديد التكاليف واجبة الخصم من أرباح نشاط صناعة المحتوى. |

الفرض الثاني: لا توجد فروق جوهرية بين آراء مفردات عينة الدراسة حول مدى فاعلية الإطار المقترح لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي المحتملة لنشاط صناعة المحتوى في مصر.

| لا أوافق مطلقاً | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق تماماً | عبارات الفرض الثاني |
|-----------------|----------|-------|-------|--------------|--|
| | | | | | ١- تقديم مقترحات تشريعية لعلاج مشكلات التحاسب الضريبي لنشاط صناعة المحتوى بالاستفادة من محاسبة هذا النشاط في الأنظمة الأجنبية. |
| | | | | | ٢- تطبيق برامج فعالة للفحص الضريبي. |
| | | | | | ٣- رفع مستوى الالتزام الضريبي لدى ممولي أنشطة صناعة المحتوى وعمليات |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | تكنولوجيا البلوك تشين. |
| | | | | | ٤- تطوير الإدارة الضريبية. |
| | | | | | ٥- التعاون مع شركة تكنولوجية رقمية لتتبع معاملات نشاط صناعة المحتوى. |

أي ملاحظات يود المستقصي منه إضافتها أو توضيحها بشأن ما تقدم :

.....
.....
.....
.....
.....