

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

مقدمة

- وسط هذه التحولات شهد القرن الواحد والعشرين قفزات كبيرة من أهمها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال (NTIC) هذه الأخيرة فجرت ثورة هائلة في نظم الاتصالات والمعلومات وساهمت بذلك في توجيه الاقتصاد والمجتمع الدولي إلى مزيد من التقارب والتكامل ليصبح من غير الممكن أن يعزل اقتصاد بلد ما عما يجري في العالم حيث أن تيار التغيير الجارف امتد ليشمل مختلف القطاعات وخاصة منها الاقتصادية.

- إن شبكة الأنترنت هي إحدى أبرز التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال حيث أدى انتشار استخدام الأنترنت على المستوى العالمي إلى تقليص المسافات وزيادة سرعة الاتصال بين مختلف جنسيات العالم.

و نتيجة لذلك أصبح هناك الكثير من المواقع على شبكة الأنترنت والتي تقدم خدمات سواء مجانية أو بمقابل ، أو بعرض منتجات بهدف البيع أو طلب منتجات بهدف الشراء و أصبح هناك توسع في هذا المجال أدى إلى انتشار

التجارة الإلكترونية *E-commerce*

- و بظهور التجارة الإلكترونية سارعت كبريات الشركات والمؤسسات التي تعمل على نطاق عالمي للاستفادة من المزايا التي تتيحها هذه التجارة حيث قامت هذه المؤسسات والشركات بإنشاء مواقع إلكترونية خاصة ، حيث يتسنى لها التعريف بمنتجاتها والترويج لها ليتم بعد ذلك عقد الصفقات التجارية من خلال هذه المواقع ، و بالمقابل ظهر هناك ما يعرف بالمتاجر الإلكترونية و

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

مراكز التسوق عبر الأنترنت التي تعرض العديد من السلع و الخدمات للبيع عبر شبكة الأنترنت.

تعرف التجارة الإلكترونية أنها أداة من أجل تلبية رغبات الشركات و المستهلكين و المدراء في خفض كلفة الخدمة و رفع كفاءتها و العمل على تسريع اتصال الخدمة و مع هذا فإن تطبيقات التجارة الإلكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي و أكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال و لكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة و بعض من الشركات الصغيرة.

و بما أن التجارة الإلكترونية نشاطا تجاريا يتميز بالملائمة مع عصر المعلوماتية حيث أن موضوع فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية أثار جدلا على المستويين القانوني و الضريبي في وقتنا الحاضر فأصبح محلا للإهتمام لماله من أحداث و إفرازات و لذلك أوجدت طرق للمعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية ، و مع كل هذا فإن حجم التجارة الإلكترونية في تطور مستمر بشكل فاق كل التوقعات و هذا إن دل على شيء فإنه يدل عن مدى الاهتمام العالمي الذي تلقاه التجارة الإلكترونية ، و ما التحديات القانونية و الضريبية إلا شيء عابر يمكن تجاوزه مع الوقت و خاصة في ظل الجهود المعتمدة في هذا السياق من قبل الدول و المنظمات العالمية التي تهتم بالموضوع.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الإشكالية: انطلاقاً مما سبق يمكن صياغة الإشكالية التي يعالجها البحث في السؤال الرئيسي التالي:

- ماذا نقصد بالتجارة الإلكترونية؟ و ما هي المشاكل التي تقف عائقاً في فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية؟

- و تدرج هذه الإشكالية العامة إلى عدة تساؤلات و هي:

* ما هي مجالات استخدام التجارة الإلكترونية؟ و ما هي مستوياتها ، و كذلك نظم الدفع المعتمدة فيها؟

* ما هي المشاكل المؤثرة في استخدامها؟

* و ما مدى تأثير الضرائب على التجارة الإلكترونية ؟

و للإجابة على هذه التساؤلات تم اعتماد الخطة التالية.

الفصل الأول: إعطاء لمحة عامة عن التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية كفكرة

المبحث الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية كتطبيق

الفصل الثاني: إشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: مدى تأثير الضرائب على التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: جرمي الغش و التهرب الضريبي و طرق مكافحتها.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفصل الأول: التجارة الإلكترونية ومدى تطبيقها

تمهيد

في أوائل السبعينات ظهرت بشكل بارز التحويلات الإلكترونية للأموال ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز مؤسسات التجارة العملاقة بعدها أتى نظام التبادل الإلكتروني والذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى ومع جعل الإنترنت مادة مالية ربحية في التسعينات من القرن الماضي تم تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية كبيرة¹ ولهذا سنقوم بدراسة التجارة الإلكترونية كفكرة في المبحث الأول وكتطبيق في المبحث الثاني.

¹ - عبدالفتاح بيومي حجازي ، التجارة الإلكترونية في قانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر و الإنترنت ، دار الفكر الجامعي الطبعة الأولى 2006، ص52

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

المبحث الأول: التجارة الإلكترونية وظهورها كفكرة

المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية

لقد أعطى التقدم التكنولوجي في ميدان الإعلام و الاتصال ثورة رقمية غير بها معالم ومظاهر عالم المال والأعمال كالتجارة والتعليم و الاتصال ، ثورة رقمية كان عاملا هاما في النمو الاقتصادي والتطور الاجتماعي خاصة في الدول المتطورة مثل (الولايات المتحدة الأمريكية) حيث أن في أواخر الستينات من الحرب الباردة اعتمدت وزارة الدفاع الأمريكية البنتاغون فكرة التواصل الدائم والغير منقطع بين القيادة العسكرية وجهاز داريا *Militaire Américaine* *Grand Argentier De La Recherche* وهو جهاز تمويل مالي لقطاع الأبحاث العسكرية الأمريكية ، قرر تمويل برنامج أو مشروع لصناعة شبكة معلوماتية تربط الولايات المتحدة الأمريكية ببعض المواقع الخارجية (المعسكر الغربي)¹ و قد كانت هذه الشبكة تتكون من مجموعة من الحواسيب المركزية لحواسيب متصلة ببعضها بشتى الروابط كالهاتف الخط الضوئي ، الراديو ، الأقمار الصناعية ، بحيث تدمير دارة من الشبكة لا يؤثر في شيء وأصبح الإنترنت أو الويب عملي سنة 1969 ، و الإنترنت قبل كل شيء هو وسيلة إعلام واتصال لكنه يفلت من قبضة الحدود الجغرافية للدول والمنظمات والتكتلات وغيرها ، و هي الميزة التي أصبحت موضوع

¹ - عبدالفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 53 .

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الساعة وضمت المسائل الأساسية في ميدان الاختصاص القانوني ، بعد ما كانت الإنترنت قد عالج أغلب المشاكل الاجتماعية العالقة و المستعصية¹.

ولقد استخدمت العمليات وصفقات تجارية عبر شبكة الانترنت واستغلت لأغراض تجارية بدون ترخيص بشكل مخالف كعدم التصريح ، وأخيرا أدت التطورات التكنولوجية إلى زيادة التجارة الدولية وظهور نمط جديد من التبادل التجاري سمي البائع الإلكتروني E-SALE.

الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

أصبحت التجارة الإلكترونية الأكثر استعمالا وتداولاً من يوم لآخر في ميدان التجارة العلمية ومختلف القطاعات الاقتصادية في العالم ويقصد به الفضاء الذي يشمل جميع العلاقات التجارية المرتبطة بعملية الإرسال والتبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية وجميع التقنيات الرقمية²

ويقصد بها عمليات البيع و الشراء والتبادل السلع والبضائع والخدمات باستعمال وسائل ومعدات الكترونية منها الإنترنت ، البريد الإلكتروني ، الفاكس وتبادل البيانات الإلكترونية.

أما منظمة التجارة العالمية OMC بأنها إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة الاتصال ، وبهذا المعنى فإن مفهومها يمتد ليشمل جميع أشكال المعاملات التجارية التي يتم انجازها الكترونياً عبر شبكات الاتصال بما في ذلك المعاملات التي تتم الشركات ، أي بين بعضها البعض وبينها وبين

¹ - شافع بلعيد عاشور ، العولمة التجارية والقانونية للتجارة الإلكترونية ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر 2006 ، ص 15

² - شافع بلعيد عاشور ، مرجع سابق ، ص 19

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

عملائها أو بين الشركات والإدارات الحكومية ، وقد عرف هذا الشكل من التجارة توسعا كبيرا بظهور شبكات الاتصال عبر الكمبيوتر التي غطت جميع مناطق الكرة الأرضية والتي تعرف بالإنترنت وهي تعبير مادي عن النظريات الاقتصادية المتعلقة بالعولمة حيث جسدت وصف الكرة الأرضية بالقرية الصغيرة¹.

كما أعطى الخبير الاقتصادي الأمريكي " نيكولاس بيرنتلي " مفهوم للتجارة الإلكترونية أن التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتفريغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو الشركة ، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي بما يسهل عملية التبادل التجاري و يزيد عن أحجامها ، وتتجلى أهميتها من تمكن البنوك بأن تسوق لخدماتها العادية و خدمات الاستثمار لعملائها عندما يعتاد العملاء على التعامل معها إلكترونيا ، تستطيع تقليص عدد فروعها و النفقات الأخرى المتصلة بذلك.

ولقد شهدت التجارة الإلكترونية نموا متزايدا في السنوات الأخيرة ، سواء من حيث حجمها أو عدد مستخدميها ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 50000 شركة خاصة تستخدم التجارة الإلكترونية أو الإنترنت في تسهيل تعاملات التجارية² ، حيث تشير بعض المصادر الأمريكية إلى أن حجم

¹ - مرازقة صالح ، التجارة الإلكترونية و إشكالية إخضاعها للضرائب ، الملتقى الوطني حول الجباية الجزائرية ، جامعة قسنطينة ، 2003 ، ص 05 .
² - مرازقة صالح ، المرجع السابق ص6.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

التجارة الإلكترونية بين الشركات الأمريكية يفوق 300 مليار دولار في بداية هذا القرن ، كما بلغ عدد الأمريكيين المشتركين في شبكة الإنترنت 40 مليون مشارك في سنة 2000¹.

¹ - مرازقة صالح ، المرجع السابق ص.6.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الثاني: أشكال وأنواع التجارة الإلكترونية

أولاً : التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال B2B:¹

يتم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال بعضها وبعض وفيها تقوم وحدة الأعمال، مثال استخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتتسلم الفواتير وكذلك تقوم بعملية الدفع، ويعتبر هذا النوع من العمليات التجارية من العمليات الأولى التي استعملت أنظمة الكترونية في عملياتها التجارية خارج الإنترنت التي أصبحت التي لا تستغني عنه منذ ظهور المستهلك الإلكتروني.

¹ - رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، 1999، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص 34

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

ثانياً : التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستملك *B2C*

توسع هذا النمط بشكل كبير مع استخدام الإنترنت حيث أصبح هناك كما يسمى بالمراكز التجارية على الإنترنت *Shopping Malls* وهي تقدم كل أنواع السلع والخدمات ، وتسمح للمستهلك باستعراض السلع المتاحة وتنفيذ عملية الشراء ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثر شيوعاً عن طريق استخدام بطاقات الائتمان أو الشبكات الإلكترونية أو نقداً عند التسليم أو بأي طريقة أخرى .

والمستهلكين يرمز لها بالرمز *B2C* "من أعمال إلى مستهلكين" *Business To Consumer* ، ومثال ذلك دكان البقال على الإنترنت في فنلندا *Ruoka Net* العنوان الإلكتروني يستطيع هذا البقال مع سلعته بواسطة الإنترنت *URL* منذ ربيع 1998 ، هذه المؤسسة الخاصة تقوم بجميع عملياتها التجارية على الإنترنت¹ وهي تحرص أيضاً على تطوير خدماتها حتى توفر أحسن الطرق لتوزيع وإيصال السلع إلى الزبون أينما كان .

ثالثاً : التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية الحكومية *B2G*

و هي تغطي جميع التحويلات مثل دفع الضرائب و التعاملات التي تتم بين الشركات و هيئات الإدارة المحلية (الحكومية) ، مثال ذلك ما تقوم به كندا من عرض الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الإنترنت بحيث

¹ - شافع بلعيد ، المرجع السابق ، ص 21.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

تستطيع الشركات أن تتطلع عليها بطريقة الالكترونية وأن تقوم بإجراء المعاملة الالكترونية دون الحاجة للتعامل مع مكتب حكومي¹.

¹- رأفت رضوان، المرجع السابق، ص 33

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

رابعاً : التجارة الإلكترونية بين المستهلكين و الإدارة المحلية (C2G)

بدأ هذا الجزء يتطور ويتوسع في الآونة الأخيرة ويتضمن العديد من الأنشطة مثل دفع الضرائب إلكترونياً.

الفرع الثالث: مجالات استخدام التجارة الإلكترونية¹

إن التجارة الإلكترونية من الممكن أن تتواجد في بعض المجالات مثل:

أولاً: تجارة التجزئة *Retail*

مثال ذلك تجارة الكتب والمجلات ويتم فيها البحث عن اسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة السعر ونم فيه عملية الدفع بطريقة الكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر .

ثانياً: البنوك والتمويل

تقدم البنوك الخدمة الإلكترونية والتي من أسسها الاستعلام عن الحساب ومتابعة أسعار البورصات والبيع والشراء بالأسهم.

ثالثاً: التوزيع

مثال ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج. أجهزة حاسب آلي. توزيع الصور والأفلام والشرائط الموسيقية.

رابعاً: التصميمات الهندسية

¹ - رأفت رضوان المرجع السابق ص 34، 36

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

من الممكن الإشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل و من أشهر الأمثلة في هذا المجال قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل أعضائه في مواقع جغرافية مختلفة.

خامساً: التعاملات التجارية

من أمثلة ذلك نظام التبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم بعرض كتالوجات إلكترونية للمنتجات والقيام بعملية التبادل بمراحلها المختلفة ودعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات. التأمين. تقديم خدمات ما قبل وما بعد البيع.

سادساً: النشر

من أمثلة قيام شركات النشر بإتاحة إصداراتها من الجرائد والمجلات بصورة إلكترونية.

سابعاً: خدمات متخصصة

مثل الاستشارات الطبية ، القانونية ، الهندسية ، الإدارية.

ثامناً: التجارة الدولية

مثال برنامج نقاط التجارة الدولية الذي تم إنشاؤه برعاية الاوتكتاد في سنة 1992 بهدف زيادة التجارة الدولية¹.

¹ - رأفت رضوان ، المرجع السابق ، ص 363.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية.

إن ظهور التجارة الإلكترونية وغزوها الأسواق التجارية أصبح مصطلحا اعتياديا لدى العامة تنتج عنه ظهور مبدأ الترويج العالمي لأبعد الحدود دون أي اعتراض أو انتقادات. فلا يتحدد المنتج بتحديد الموقع الجغرافي بل يقتصر على ما يحدد له في الأنترنت حتى انه يمكن لمشروع مؤسسة مصغرة أو بداية مشوارها أن تصبح أقوى في السوق الإلكترونية بإنشائها لموقع تجاري خاص بها حيث يمكنها التعامل والتعرف عبر الأنترنت على مجموعة من المستخدمين مما يساعد في تطوير نشاطها من أي بقعة في الأرض¹.

ومن هذا يمكن تحديد مجموعة من المميزات التي تسمى في تقدم التجارة الإلكترونية من خلال هذا السوق يظهر لنا ما تحمله هذه التجارة في طياتها من مزايا ومقومات ترفعها وتسمو بها عن باقي أنواع التجارة أو ما يماثلها من النظم ولا يخفى علينا رغم ما يرفع بالتجارة الإلكترونية إلى ابعد الحدود إلا أنه حتما سينقص من أهميتها لكن ليس إلى إعدامها سنتطرق لكل هذا بالتفصيل.

الفرع الأول: سمات التجارة الإلكترونية²

تتسم التجارة الإلكترونية بعدة سمات هي:

1- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية حيث يتم التلاقي بينهما من خلال شبكة الاتصالات. و بالرغم من أن النموذج ليس جديدا حيث

¹ - رأفت رضوان ، المرجع السابق ، ص 37.

² - رأفت رضوان ، المرجع السابق ، ص 17.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

شهدت التجارة استخداما مكثفا لرسائل الاتصال (تلفون ، فاكس ، مراسلات) و هو يشبه في ذلك تبادل الفاكسات أو الخطابات .

2- تتم كافة عمليات التفاعل الإلكتروني ودون استخدام أي وثائق ورقية متبادلة في تنفيذ المعاملات وهكذا فالرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتوفر لكلا الطرفين في حالة نشوء نزاع بينهما وهذا يفتح الباب أمام أدلة الإثبات القانوني التي تعتبر عائقا في وجه نمو التجارة الإلكترونية.

3- إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في آن واحد حيث يستطيع أخذ أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لانتهائي من المستقبلين في نفس الوقت . و في نفس المجال توفر شبكة الانترنت إمكانات بلا حدود للتفاعل الجماعي أو المتوازي بين فرد ومجموعة أفراد مثل خاصية المؤتمر في التلفون يكشفها صعوبات جمة في الاستخدام الفعلي¹.

4- إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع على الشبكة ومثال ذلك: استعمال الفاكس في إرسال التقارير المكتوبة.

5- إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات بالشركة من خلال ما يسمى بالتبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق (EDI).

الفرع الثاني: قيود التجارة الإلكترونية²

هناك قيود فنية وقيود غير فنية

أولا: القيود الفنية

¹ - رأفت رضوان، المرجع السابق، ص 18.
² - بسام نور - التجارة الإلكترونية كيف ومتى و أين؟ الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت 2000-2003. ص. 5.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

- هناك نقص في الاعتمادية و الأمان والمعايير والبروتوكولات
- ليس هناك حيز حتمي كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية
- أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة
- تصعب عملية وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حالياً.
- قد يحتاج المزودين إلى مزودات خاصة للويب ولتبنى تقنية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات وبعض البرمجيات الإلكترونية لا تتناسب برمجياً وتقنياً مع بعض المكونات الأصلية أو مع بعض أنظمة التشغيل.

ثانياً: القيود غير الفنية للتجارة الإلكترونية.

1- الكلفة والتسويق: كلفة تطوير التجارة الإلكترونية بواسطة الشركة نفسها قد يكون غال والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد يسبب تعطيل التجارة الإلكترونية. وهناك عدة فرص لمنح شركات تقنية القيام بهذه المهام ولكن ليس من السهل معرفة أي شركة هي المناسبة.

2- الأمان والخصوصية: هذه الأمور مهمة جداً في عالم الشركة المستهلك خصوصاً في ميدان الأمن والأمان ، والتي يظن الكثير من الناس بأنها 100 % والكثير من الناس تحجم من المشاركة في التجارة الإلكترونية بدواعي الكشف عن خصوصياتهم¹.

¹ - بيسام نور ، المرجع السابق ، ص 06.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

3- **انعدام الثقة ومقاومة المستخدم:** بعض من الزبائن لا تثق بالباعة المجهولين ولا يتقنون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الإلكتروني.

ثالثاً: عوامل أخرى

انعدام لمس المنتجات ، فبعض الزبائن يودون لمس المنتجات قبل شراءها.
- الكثير من الأمور القانونية لم يتم حسمها بعد في التجارة الإلكترونية خصوصاً بالأمور التي تتعلق بالقرصنة.
- التجارة الإلكترونية ما زالت في طورها الأول والذي يتميز بالتغير في الربح الكثير من الناس تود أن ترى شيئاً ثابتاً قبل الاستثمار فيه.
- لا يوجد عدد كاف من الباعة والمشتريين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الأخير مريحاً.

- التجارة الإلكترونية قد تسبب انهيار في علاقات الناس مع بعضها البعض¹.
- الدخول على الانترنت مازال باهض الثمن للكثير من الناس وسرعة الاتصال مازالت بطيئة في الكثير من دول العالم.

الفرع الثالث: مزايا و فوائد التجارة الإلكترونية

أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية

- تمنح التجارة الإلكترونية عدة تسهيلات لتسيير المعاملات التجارية لتضمن مجموعة من المزايا في السوق خاصة للأفراد المستهلكين الذين يعتمدون على

¹ - بسام نور ، المرجع السابق ، ص 07.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

هذه السوق ومن جهة أخرى تصبح وسيلة في يد الشركات المعتمدة على هذا النظام لتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح.

وبإيراز التجارة الإلكترونية لمدى أهميتها ومنفعتها ظهرت عدة مزايا أهمها¹:

البند الأول: نفاذ أسهل إلى الأسواق وزيادة القدرة التنافسية

1. تظهر رغبة الشركات في عرض منتجاتها بعد طرح مواقعها لملايين

المستهلكين على الانترنت في كل الأرض قيود مكانية.

2. ولم تعد تنفيذ الشركة بشروط إنشائها من عدد الشركاء أو رأس المال

الخاص بها بل طريقة ترويجها لمنتجاتها وتحقيق رغبات زبائنها هو

الفاصل و ذلك بالمنافسة.

البند الثاني: خفض التكاليف وتوفير الوقت

إن عرض منتج على الانترنت فيه اختصار للوقت ويصل للمستهلكين في أي

وقت فلا يوجد ما يسمى بأوقات الراحة والعطل .

البند الثالث: سهولة الوصول إلى المعلومات

جهاز الكمبيوتر هو المسؤول عن تخزين المعلومات وتداولها في فضاء

التجارة الإلكترونية في أي وقت دون بذل أي مجهود وهذا أسهل ما يمكن في

توصيل المعلومات الخاصة بالمنتج إلى المستهلكين أو عملاء الشركة.

¹ - دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية ، أوراق مصر البحثية ، بنك مصر ، العدد 04.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

النقطة الرابع : تفاعل أكبر مع الزبائن

-يوجد عرض لموقع الشركة عبر الانترنت فهذا ييسر التعرف على متطلبات المستهلكين وحاجاتهم ، حتى أنه تستعمل عبارة "اتصل بنا" على الانترنت أو أي موقف وهي من أجل التعبير مما يساهم في تعامل البنوك مع المتعاملين معها بقدر كبير بالتعامل مع بيانات العمال والزبائن الشخصية عند دفع نقود أو تحويلها.

ثانياً: فوائد التجارة الإلكترونية¹

النقطة الأول :مساحة أكبر في الأسواق / مساحة أكبر في الاختيار

- إن التجارة الإلكترونية تزيل الحدود والقيود الجغرافية من خلال تغطية كبيرة لشبكة الاتصالات وتستطيع الشركات حتى الصغيرة منها التواجد في الأسواق العالمية مما يتيح للمستهلك فرصة أكبر للاختيار من بين المعروض.

¹ دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية. أوراق مصر البحثية.بنك مصر.العدد 04 ، ص 05.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

البنء الثاني: تحسين درجة التنافسية / تحسين جودة المنتج

- إن التجارة الإلكترونية تتيج التواجد بالقرب من العميل الذي من شأنه أن يحسن مستوى المنتج عن طريق خدمات ما قبل وما بعد البيع. توفير المعلومات عن المنتجات والأسواق والاستجابة السريعة لطلبات السوق وبالتالي تحسين درجة التنافسية وينعكس هذا بدوره على تحسين جودة المنتج التي تفيد المستهلكين مما يزيد من مستوى رفاهية المستهلكين.

البنء الثالث: التصنيع الخدم للمستهلك/منتجات حسب طلب العميل

نستطيع من خلال التجارة الإلكترونية تجميع معلومات دقيقة عن احتياجات العملاء وبالتالي يتم الإنتاج بناء على هذه الطلبات لهؤلاء الأفراد¹.

¹ - دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية. أوراق مصر البحثية بنك مصر. العدد 04 ، ص 05.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

النقطة الرابعة: اختصار الدورة التجارية / تلبية سريعة لاحتياجات المستهلكين " العملاء "

إن التجارة الإلكترونية تقلل الدورة التجارية بدرجة كبيرة حيث يتم الشحن مباشرة من المصنع إلى المستهلك النهائي. ذلك سوف يؤدي إلى تلبية احتياجات المستهلكين بسرعة.

النقطة الخامسة: تقليل التكاليف للمنتج/تقليل السعر للمستهلك

إن تقليل تكاليف التبادل التجاري واحدة من أهم مساهمات التجارة الإلكترونية كذلك تخفيض التكاليف الناتجة عن الإجراءات الإدارية بشكل كبير و الذي من شأنه أن تقلل أسعار المنتج¹.

- تفيد التجارة الإلكترونية البنوك بصفة خاصة حيث يمكن من خلالها أن تسوق البنوك بخدماتها العادية وخدمات الاستثمار لعملائها عندما يعتاد العملاء على التعامل معها إلكترونياً تستطيع تقليص عدد فروعها والنفقات الأخرى المتصلة بذلك.

المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية و ظهورها كتطبيق

المطلب الأول: نظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية

- اعتمد نجاح التجارة الإلكترونية في مراحلها الأولى على استخدام بعض نظم ووسائل الدفع والسداد المتاحة إلى جانب استحداث وسائل جديدة تعد أكثر ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية و التي تتضمن استخدام الطرق الإلكترونية.

¹ - دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية ، المرجع السابق ، ص 06.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الأول: الدفع باستخدام النقود البلاستيكية

-النقود البلاستيكية تتمثل في بطاقات يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال وهي ثلاثة أنواع: بطاقات الدفع ، البطاقات الائتمانية ، وبطاقات الصرف الشهري.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

أولاً: بطاقات الدفع

-هي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الجهد للعملاء وزيادة إرادات البنك المصدر لها¹

ثانياً: بطاقات الصرف الشهري

-تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية حيث أن السداد في الأول يتم بالكامل من قبل العميل البنكي خلال الشهر. رغم مزايا هاته للبطاقة إلا أنها غير منتشرة في الوطن العربي لأسباب عديدة : من بينها انخفاض المستوى الثقافي ومحدودية المدخرات الشهرية. كما نلاحظ أن المصارف أحيانا ما تركز في الدعاية والإعلان على هذه البطاقات على الفئات ذات الدخل المرتفع في المجتمع.

الفرع الثاني: الدفع باستخدام البطاقات الذكية

-ظهرت هاته البطاقات مع التطور المستمر للتكنولوجيا. وهي عبارة عن رقيقة إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل اسم وعنوان المصرف المصدر لها. أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه، تاريخ حياة العميل المصرفية، يتم تصنيعها من الدائن معالجة بكثافة من السيلون المكثف

¹ رأفت رضوان-المرجع السابق-ص48

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

ومن وحدات *CHIPS* والشرائح الفائقة القدرة التي يمكن خلالها تسجيل جميع المعاملات الخاصة بالبطاقة .

- كما تمتاز هاته البطاقة بعدة خصائص تتمثل في عناصر للحماية ضد عمليات التزوير و التزييف وسوء الاستخدام من جانب الغير ، في حالة سرقتها أو محاولة تقليدها ، و من أهم هاته البطاقات :الشريط الممغنط ، الصورة الفوتوغرافية¹ .

يتم استخدام هاته البطاقات في مجالات متعددة هي:تحويلها إلى حافظة نقود إلكترونية للتنقل بوسائل النقل العمومي أو بطاقة أمنية...

الفرع الثالث:الدفع باستخدام التحويلات البنكية المباشرة

- مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها في كافة مجالات الحياة الآن نجد أن النقود قد تطورت وظهرت في شكل وسائل المقاصة الإلكترونية.

أولاً:الماتف المصرفي

1. لقد أنشأت المصارف خدمة الهاتف المصرفي ، لتجنب طوابير العملاء الاستفسار عن حساباتهم ، و على أن تستمر هاته الخدمة 24 ساعة والخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي للعملاء هي:

¹ - رأفت رضوان ، المرجع السابق ، ص49، 50.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

2. سحب مبلغ من النقود من حساب العميل بالمصرف وتحويله لدفع بعض الالتزامات المصرفية الدورية على العميل مثل فاتورة التلفون ، الغاز، الكهرباء....¹

¹ - طارق عبد العال حماد-التجارة الإلكترونية:المفاهيم-التجارب التحديات-الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية-الدار الجامعية 2004-2005 ص 680

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

ثانياً: أوامر الدفع المصرفية وخدمات المقاصة الإلكترونية

- تعد أوامر الدفع المصرفية إحدى وسائل الدفع في تاريخ محدد ولشخص محدد بناء على طلب العميل وتستخدم الآن في بعض المصارف من خلال نظام (BACS) وتعني "خدمات المقاصة الإلكترونية المصرفية" ويتم من خلالها تحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب الأشخاص أو هيئات أخرى و لأي مصرف في الدولة.

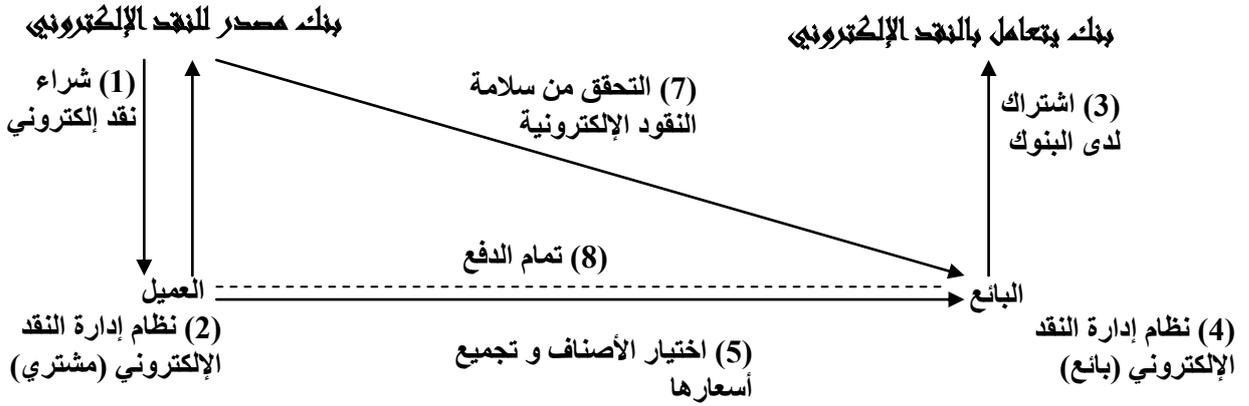
الفرع الرابع: الدفع باستخدام النقود الرقمية

- تعتمد فكرة النقد الرقمي على قيام العميل بشراء عملات إلكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها حيث يتم تحميل هذه العملات على الحاسب الخاص بالمشتري وتكون في صورة وحدات عملات صغيرة القيمة ولكل عملة رقم خاص¹.

¹ - رأفت رضوان ، المرجع السابق ، ص 70.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

- فيما يلي يوضح المخطط التالي دورة انتقال النقود الرقمية¹:



المطلب الثاني: المشاكل المؤثرة في عملية تطبيق التجارة الإلكترونية

- إن كثرة استخدام التجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور مشاكل تعيق تطورها وتطبيقها من بين هاته المشاكل: التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم، انعدام الثقة بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية، حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهضة و اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها.

¹ - رأفت رضوان ، المرجع السابق ، ص:64 ، 70.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الأول: التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم

-تميزت نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي "الواحد والعشرين" بحصول ما أطلق عليه " بثورة المعلومات "حيث حدثت طفرات هائلة في تكنولوجيا المعلومات منها الحاسب الآلي وحدثت تطورات في العالم ، حيث انتقل العالم إلى شمال يملك العلم والمعرفة وإلى جنوب لا يملكها .

- ففي اجتماع قمة الدول الثماني الصناعية ،اعتبر رؤساء هذه الدول عند اجتماعهم في اكدوا باليابان أن تقنية المعلومات والاتصالات وسيلة للصراع واجتثائه ومكافحة الفقر في العالم ،ولذلك يرى خبراء المعلوماتية أن الاختطاف السريع للهاتف المحمولة على سبيل المثال وغيره من منتجات التقنية العليا يؤكد أن سكان بلدان العالم الثالث لديهم رد فعل إيجابي نحو التكنولوجيا المتقدمة إذا أزيلت الحواجز من أمامهم¹

الفرع الثاني: حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهضة

- فيما يتعلق بالدول العربية في دراية مفصلة عن حجم التجارة الإلكترونية قدرت قيمة التسوق العربي من خلال الشبكة بحوالي (9-11.5) مليون دولار أمريكي وهو مبلغ صغير مقارنة بقيمة التسوق الإلكتروني في البلدان المتقدمة ، و قد ظهر العديد من المواقع العربية على شبكة الانترنت وطرا تحسن طفيف على وضع إعلانات على الشبكة حيث تقدر قيمتها الإجمالية بحوالي 120 ألف دولار وهو رقم هزيل مقارنة بمليارات الدولارات

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي ، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية-دار الفكر الجامعي ، الطبعة الأولى 2006 ، ص52، 53

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

التي تنفق على الإعلانات في مواقع الـ **WEB** العالمية هذا ، و قد شهد عام 1998 التحاق عدد من المصارف العربية والأجنبية العامة بالمنطقة العربية بشبكة الأنترنت بلغ عددهم 60 مصرفاً في نهاية العام ولكن العدد قليل منهم وفر المعاملات المصرفية مثل مراجعة الحسابات والتحويل المالي الإلكتروني ودفع الفواتير عبر الشبكة.

- لذلك حذر الخبراء رجال الأعمال العرب والمهتمين بالتجارة الإلكترونية، في شأن تقاعسهم عن الدخول وبقوة إلى التجارة عن بعد وعبر الشبكة وذلك لأن التجارة الإلكترونية والأنترنت ، ليست هدف العرب الوحيد.

الفرع الثالث: اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها¹

- عند تعريف التجارة الإلكترونية انتهينا إلى أنها عبارة عن معلومات أو بيانات في إطار قانوني معين وتناسب عبر وسط معلوماتي أو نظام معالجة البيانات وكل هذه المعلومات والبيانات يسهل اختراقها أو التلاعب فيها طالما أمكن اختراق النظام المعلوماتي ذاته ، و ذلك أمر ممكن بطرق عديدة يتم فيها خداع المستهلك في التجارة الإلكترونية عن طريق الأنترنت، ففي ألمانيا قام احد القراصنة بالتحكم في مزود خدمة الأنترنت **ISP** واستولى على المعلومات عن كروت الإئتمان الخاصة بمزود الخدمة بدفع فدية معينة وقامت السلطات الألمانية بالقبض على الجاني لحظة تسلمه الفدية.

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي ، المرجع السابق ، ص 54.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفصل الثاني : إشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية

تمهيد:

تحتل الجباية مكانة في الاقتصاد الوطني ، فالضرائب باختلاف أنواعها وتعدد مصادرها ، أصبحت تشكل البنية الأساسية في إيرادات هرم الدولة فهي المورد المالي الذي تعتمد عليه في تدعيم ميزانيتها وتغطية نفقاتها ، وعليه ركزت الدولة اهتمامها بالجانب الجبائي لتغطية العجز في ميزانيتها¹.

من خلال تعريف التجارة الإلكترونية سابقا يمكن القول أن الجباية الإلكترونية هي تلك التي تعنى بفرض الضرائب على التعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت ، هذا النوع الحديث التعامل يطرح عدة إشكاليات منها إشكالية فرض الضرائب على التعاملات التجارية ، والعوائق التي تعترضها ، وما هي طرق مكافحة الغش والتهرب الضريبي؟

المبحث الأول: مدى تأثير الضرائب على التجارة الإلكترونية

-تناولنا في هذا المبحث مطلبين، في المطلب الأول الخصائص المميزة للتعاملات الافتراضية وإشكالية فرض الضرائب أما في المطلب الثاني إشكالية مبادئ السياسة الجبائية مع النشاط التجاري الإلكتروني.

¹ - رأفت رضوان ، المرجع السابق ، ص 75.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

المطلب الأول : خصائص المبادلات الافتراضية وإشكالية فرض الضرائب

الفرع الأول: خصائص التعاملات التجارية الإلكترونية

-نقف على خمسة خصائص رئيسية مميزة للتعاملات التجارية الإلكترونية

تختلف فيها عن التعاملات التجارية التقليدية وهي على النحو التالي:¹

أولاً: افتقار الوثائق الورقية للمعاملات

حيث لا ترتبط المعاملات الإلكترونية بوجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملة ، مما يشكل صعوبة في إثبات العقود والمعاملات ذلك لأن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق ، وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع.

ثانياً : المبيعات حول العالم

يعبر عن ذلك بإشكالية إلغاء قيود الزمان والمكان ، حيث تزايد في الآونة الأخيرة ظهور الشركات العملاقة التي تمارس أنشطتها التجارية الإلكترونية ، عبر العالم وأصبحت تمثل تحدياً وعبئاً على الاقتصاديات الوطنية، ومع تزايد التجارة الالكترونية ، بدأ ظهور الشركات صغيرة الحجم والتي تستطيع

¹ - بختي إبراهيم ، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق ، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، جامعة الجزائر، 2000 ، ص 15

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

باستخدام شبكة الانترنت أن تماري أنشطتها عبر العالم ، وهذا يؤدي إلى تفاقم شكل التعارض بين المصالح الاقتصادية القومية ومصالح هذه الشركات¹.

¹ - بختي إبراهيم ، المرجع السابق ، ص 15 .

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

ثالثاً: الانفصال المكاني

تتيح شبكة الانترنت للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي في العالم ، ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان دون أن يؤثر على الأداء .

رابعاً: صعوبة أو عدم إمكانية تحديد الهوية

عادة لا يرى طرفي التعامل التجاري الإلكتروني في كل منهما الآخر، وقد لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضهما البعض ، ونتيجة ذلك قد يجد البائعون عبر الانترنت صعوبة في استكمال الملفات الضريبية التي تقيد السلطات التشريعية الالتزام بها.

خامساً: المنتجات الرقمية

أتاحت شبكة الانترنت إمكانية تسليم المنتجات الإلكترونية مثل برامج الحاسوب الآلي ، التسجيلات الموسيقية ، أفلام الفيديو، الكتب والأبحاث ويحدث ذلك تحدياً أمام السلطات حيث لا يوجد الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للضريبة.¹

الفرع الثاني : ضرورة إخضاع النشاط التجاري الإلكتروني وتجنب الازدواج الضريبي

تهدف الاتفاقيات الجبائية التي تبرم بين البلدان إلى تحقيق غاية مزدوجة هي محاربة الغش الضريبي والتهرب الضريبي من جهة وتجنب الوقوع في

¹ - بختي إبراهيم ، المرجع السابق ، ص 16

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

ازدواج ضريبي من جهة أخرى وفي هذا الإطار ما يعرف بالنعيم الضريبي الذي تتمتع به بعض المؤسسات والأشخاص في بعض البلدان الصناعية تولى اهتماما كبيرا ، والجدير بالذكر أن البلدان التي تشتهر بارتفاع مستوى الاقتطاع الضريبي ، تعرف هذه المناطق ازدهارا كبيرا.

ولكن هذه المناطق تتواجد داخل حدود المناطق التي لا تعتبر مناطق النعيم الضريبي، وبالتالي هذا الوضع يشكل عائقا أمام إجراءات مكافحة التهرب الضريبي ، بالإضافة إلى أنه في ظل النشاط التجاري الإلكتروني يتم تعويض اليد العاملة والهياكل الأخرى بعتاد الإعلام الآلي ، وهذا ما يهيئ الظروف لممارسة الغش والتهرب الضريبي.

لقد ظهرت محاولات عامة تتضمن أفكار لعدد من الرسوم هي:

أولاً: فرض رسم على المستهلك من خلال الشركات التي تقدم خدمة الانترنت والتي يرمز لها بـ **ISP** ومضمون هذه الفكرة هو أن هذه الشركات تقوم بإعداد محاسبة لعملائها تشمل المعاملات التي قاموا بها عبر شبكة الانترنت.

ثانياً: فرض رسم على التجهيزات الإلكترونية بحيث يتم فرض رسم على التجهيزات الإلكترونية ، و ما يميز هذا الرسم أنه لا يدفع المؤسسات أو المستعملين إلى الهروب¹.

¹ - كمال رزيق مسدور فارس - مداخلات الملتقى الوطني حول السياسة الجبائية الجزائرية في الألفية الثالثة، التجارة الإلكترونية وإشكالية إخضاعها للضرائب- جامعة قسنطينة ، 2003 ، ص14.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الثالث: القضايا المتعلقة بصعوبات إعداد الفحص الضريبي

يتم الجزء الأساسي من صفقة التجارة الإلكترونية أوكلها وباستخدام مواقع الويب والبريد الإلكتروني ووسائل الدفع الإلكترونية ، وتضع هذه العمليات صعوبات جمة أمام الفاحص الضريبي والإدارة الضريبية ومن أهمها :

أولاً: تحديد المكلف والملتزم بسداد الضريبة، فهناك صفقات تتم *ON-LINE* في أماكن بعيدة ودول مختلفة.

ثانياً: يثار في حالة معرفة هوية الممول صعوبات في عملية الفحص ذاتها ففي عملية التجارة الإلكترونية تكون هناك مستجدات على عملية الفحص الضريبي وأهمها:

اختلاف المستندات والأدلة المؤيدة لحدوث العمليات ، حيث لا توجد للصفقات الإلكترونية مستندات ورقية، وبذلك يثار بشأنها عدم القدرة على الإطلاع .
ظهور مخاطر استخدام التقنيات الحديثة، في إخفاء أو تغيير البيانات في السجلات الإلكترونية.

مدى قدرة الفاحص الضريبي على القيام بفحص السجلات الإلكترونية¹

¹ طارق عبد العالي حماد "التجارة الإلكترونية ، المفاهيم ، التجارب، التحديات ، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية " ،الدار الجامعية القاهرة ،2002، 2003، ص 696 .

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

المطلب الثاني : إشكالية تكبير مبادئ السياسة الجبائية مع النشاط التجاري

الإلكتروني

تتخذ المبادئ الأساسية الجبائية كمؤشرات لأي سياسة تسعى إلى الإحاطة والتحكم وتوجيه النشاطات التجارية الإلكترونية وإخضاعها للضريبة أسوة بغيرها من النشاطات الاقتصادية الأخرى المدرة للدخل وتمثل هذه المبادئ فيما يلي:

الفرع الأول: الإنصاف

يتضمن هذا المصطلح العديد من المعاني وتختلف باختلاف الجهة التي تستخدمه ، فمن وجهة نظر المكلف بالضريبة ، إنما هو الإنصاف الأفقي أو العمودي ، ويمكن في بعض الأحيان أن يمزج معناه بمعنى مصطلح العدالة الجبائي¹.

ينبغي الإشارة إلى أن النظام الجبائي المنصف هو ذلك الذي لا يلقي بأعباء ضريبية ثقيلة على عاتق المكلفين ، ومن هنا فإن المكلفين الذين يمارسون النشاط التجاري سواء في شكله التقليدي أو في شكله الحديث (الإلكتروني) ينبغي أن يتحملوا نفس العبء الضريبي عملاً بمدى الإنصاف.

لكن ما يميز الوضع الحالي والذي انتشرت فيه التجارة الإلكترونية هو أن الكثير من الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت لا تخضع للضريبة ، كما أن الظروف المتاحة لممارسة الغش والتهرب الضريبي و هو ما يدل

¹ - طارق عبدالعال حماد ، المرجع السابق ، ص 697.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

على أن تحقيق مبدأ الإنصاف مازال يعيد المنال ، لأن الإعفاء من الرسوم أو تجنبها في النشاط الإلكتروني إنما يؤدي إلى اتساع الهوة بين أولئك الذين بمقدورهم الدخول والحصول على المعلومات وغيرهم ممن لا تسمح لهم مقدراتهم المالية بذلك¹

¹ - كمال رزيق مسدور فارس، المرجع السابق، ص13، 12

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الثاني: البساطة والفعالية

أولاً: البساطة

يقصد بالبساطة أن تكون كل القواعد الجبائية بسيطة إلى أبعد الحدود بمعنى أن تكون مفهومة لدى عامة الناس ، بحيث كل مكلف بالضريبة يمكنه أن يتعرف على وعاء الضريبة التي يخضع لها ، وكذلك معدل فرضها ووقت فرضها.

ثانياً: الفعالية

تعتبر الفعالية المشكل الأكثر صعوبة الذي يواجه الأنظمة الضريبية لأنه من الضروري التأكد من أن الضريبة معدة بشكل يمكن من جباية إرادتها من المداخل التي تحققها الصفقات التي تتم عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية ، لكن نظراً لوضع الأنظمة الجبائية لا يمكن التكفل بالعمليات ، التي تتم عبر هذه الشبكة ، وهذا يعني أن السلوكات الجبائية من غش وتهرب ضريبي لا يمكن تجنبها¹

الفرع الثالث: أساس فرض الضريبة على النشاط التجاري الإلكتروني

يثور حول فرض الضرائب على صفقات التجارة الإلكترونية الكثير من الجدل والنقاش ، والذي ينصب على المبدأ الذي تفرض على أساسه هذه الضرائب و هل هو مبدأ إقليمية الضريبة أم عالمية الإيراد.

¹ كمال رزيق مسدور فارس، المرجع السابق-ص14

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

تعتمد الدول التي بمبدأ الإقليمية على جنسية الممول واتخاذها الدول مقراً لإقامتها الدائمة فيها ، و هو ما يعرف بمبدأ عالمية الإيراد ، وتأخذ بهذا المبدأ معظم الدول الصناعية المتقدمة منها الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة .

أما الدول التي تأخذ بمبدأ الإقليمية على مصادر الدخل كأساس لفرض الضريبة فهي تفرض الضريبة على جميع الأشخاص ، المواطنين والأجانب وذلك على مصادر الدخل ، ولا تفرض الضريبة على الدخل التي تتحقق من مصادر خارج حدود الدولة ، ولو كان من حقها أشخاص ينتمون لجنسيتها أو مقيمين فيها وتأخذ بهذا الاتجاه الدول النامية منها مصر¹.

¹ طارق حماد عبد العال، المرجع السابق ص 691، ص 692

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

المبحث الثاني: جرمي الغش والتهرب الضريبي في التجارة الإلكترونية وطرق

مكافئتهما

- تناولنا في هذا المبحث مطلبين ، المطلب الأول تحت عنوان مفهوم الغش الضريبي والتهرب الضريبي أما المطلب الثاني تحت عنوان طرق مكافحة الغش والتهرب الضريبي

المطلب الأول: مفهوم الغش و التهرب الضريبي

الفرع الأول: مفهوم الغش الضريبي

يتخذ الغش الضريبي صوراً مختلفة من الصعب تحديدها ، فقد يتم ذلك بكم المكلف عمله بالتجارة و الامتناع عن تقديم أي تصريح بأرباحه أو بتقديم تصريحات ناقصة أو كاذبة ، أو إعداد سجلات أو قيود مزيفة أو الاستعانة ببعض القوانين التي تمنع على الدوائر القانونية المالية ، دون أن تمر بالمراكز الجمركية للتقرب من دفع الرسوم الجمركية عليها أو لجوء المكلف إلى إخفاء أمواله بمناسبة تحصيل الضريبة ليحول دون استثناء حق الجزئية منها....¹ الخ¹ -ويرى البعض أن السبب الرئيسي للغش هو ضعف المستوى الأخلاقي لدى المكلفين بصورة خاصة ولدى المواطنين بصورة عامة ، ويستشهدون على ذلك بما يلاحظ من ظاهرة الغش الضريبي ، وقلّة انتشاره لدى الشعوب الأنجلو سكسونية ، والشعوب الشمالية بعكس الشعوب اللاتينية وشعوب

¹ ناشرة فتيحة ، بلحاج الطيب ، الضرائب وإشكالية تحصيلها في المعاملات التجارية الإلكترونية ، مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس ،المركز الجامعي سعيدة ،ص58 .

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

البحر الأبيض المتوسط مثلا، ولكن الملاحظ في البلد الواحد أن لقوانين الضرائب وما تتضمنه من إمكانيات عمليات التهرب أصلا أثر كبير في هذا المجال فعدم تهرب الموظفين وأصحاب الأجور من ضريبة الدخل لا يعني أنهم يتمتعون بمستوى أخلاقي أعلى من مستوى المكلفين الآخرين ، بل يعود ذلك إلى إمكانية التهرب مستحيلة لديهم ، وخطر ذلك ، عدا الضرر اللاحق بالخرينة هو أن عدم المساواة الحاصل في إمكانية التهرب يخل إخلالا كبيرا بفكرة العدالة في توزيع الضرائب إذ يتمثل العبء الكبير منها دائما في المكلفون الذين لا يستطيعون التهرب أو الحرص على دفع أو أداء واجبهم الاجتماعي الوطني في أداء الضريبة ، إلا أننا نعتقد بإمكان الدولة الحد من الغش الضريبي بالمواعظ الأخلاقية والبحث على التمسك بالواجبات المدنية.

- و مع بروز التجارة الإلكترونية للوجود ظهرت معها وسائل وأساليب أكثر تعقيدا في مجال التهرب من الضريبة ، وساعدت العولمة في انتشار هذه الظاهرة - الغش الضريبي- وتنوعت الأشكال والأساليب المستخدمة لتفادي دفع الضرائب بشكل يثير القلق ويجعل إدارة الضرائب تعيد النظر في البنية الأساسية لمكونات إيراداتها ، وفقا لما تقتضيه التحديات الراهنة للتجارة الإلكترونية¹

¹ - ناشرة فتيحة ، بلحاج الطيب ، المرجع السابق، ص59.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الثاني: مفهوم التمريب الضريبي المشروع

- قد يكون هذا النوع من التهرب مقصودا من جانب المشرع لتحقيق بعض الغايات الاقتصادية و الاجتماعية كأن تفرض ضريبة دخل على جميع الأرباح الصناعية والتجارية ثم تستثنى منها أرباح بعض المؤسسات الصناعية والسياحية ضمن شروط معينة ، تشجيعا لإنشاء هذه المؤسسات أو بغرض رسم جمركي مرتفع بقصد التقليل من الاستهلاك لبعض السلع الأجنبية وحماية السلع الوطنية المصنوعة محليا وكثيرا ما يحصل التهرب المشروع بالاستفادة من بعض الأحكام القانونية التي لم تصنع بإحكام ودقة ، بحيث تترك ثغرات كثيرة يسهل على المكلفين بواسطتها من دفع الضريبة ، وبهذا لا يرتكب المتهرب على هذا الشكل أي مخالفة قانونية ولا يمكن بالتالي ملاحقة أو فرض أي عقوبة عليه¹.

¹ - ناشرة فتيحة ، بلحاج الطيب ، المرجع السابق ، ص 60.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الثالث: أسباب الغش الضريبي

إن محاولة المكلف إسقاط الضريبة المفروضة عليه كلية أو جزئية بطريقة احتيالية ليس وليد الصدفة ، بل هو عمل له أسباب متعددة نوقشت كثيرا من طرف المختصين وسنتطرق لأهمها فيما يلي:

أولا: الأسباب الخلقية

حيث نجد أن هناك المستوى الأخلاقي للجماعة يعتبر أهم العوامل المحددة لنطاق الغش الضريبي ، حيث أن موقف المكلف اتجاه الضريبة يشترط حالة نفسية وأخلاقية و جبائية ، وكلما كان ضمير المكلف ضعيفا كلما كان ميله نحو التخلص من دفع الضريبة واسعا.

العوامل النفسية والمستوى الأخلاقي السائد التي تؤدي بالمكلف إلى عدم دفع الضريبة تكمن أولا في الأسباب الناتجة عن عوامل تاريخية وأخرى عقائدية أو دينية¹

ثانيا: الأسباب التشريعية

حيث يعتبر أهم محددات نطاق الغش وكذلك نوع الضريبة أثر في إمكانية الغش فهو بصفة عامة في الضريبة غير المباشرة ، وتلعب طرق التحصيل دورا هاما أيضا في الحد من الغش ، فالتوسع في استخدام طرق الحجر من المنبع تؤدي إلى التقليل من فرض الغش الضريبي أمام المكلفين .

¹ ناشرة فتيحة، بلحاج الطيب، المرجع السابق، ص59، 60

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

ثالثاً: الأسباب الاقتصادية

إن الناحية الاقتصادية تلعب دوراً هاماً في الغش الضريبي حيث تؤثر كل من الظروف الاقتصادية الخاصة بالمكلف ، والظروف الاقتصادية العامة على الغش ونطاقه بالنسبة للمكلف نجد أنه يميل نحو الغش كلما زاد عبء الضريبة وكلما ساء مركزه المالي والعكس صحيح¹.

¹ - ناشرة فتيحة ، بلحاج الطيب ، ص 60.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الرابع: أسباب التهرب الضريبي

أولاً: الأسباب الاقتصادية

إن الحالة الاقتصادية للمكلف لها تأثير كبير و سبب في لجوءه إلى استعمال طرق احتيالية قصد التهرب من دفع ما عليه من الضرائب ، و يظهر ذلك جليا عندما تقدم لديه تصريحات ذات مداخيل ضئيلة ، أو ذات خسائر متتالية لا تعبر عن المقدرة الحقيقية للمكلف.

ثانياً: الأسباب القانونية

للتشريع الضريبي ثغرات قانونية يجد من خلالها المكلف نفسه أمام التهرب الضريبي و الرسوم المفروضة عليه دون الوقوع في أية مخالفة ، و هذا ما يفقد الخزينة العامة موارد مالية معتبرة ، و بالتالي وجب إدخال تغيير و إصلاح النظام الضريبي و في بعض الأحيان يقاس التهرب الضريبي نسبة للمجازفة بالتهرب و بالعقاب الذي ينتج عنه.

ثالثاً: الوضعية الاقتصادية العامة

هناك أسباب عامة حيث يشكل الرواج و الكساد الاقتصادي أسباب أخرى للتهرب الضريبي ، فالكساد يقابله انخفاض في مستوى الانتاج ، و هنا المكلف معرض لدفع الضريبة و عليه فالتهرب منها بطريقة غير مشروعة لا يسمح بها القانون، و بالتالي فيكون معرض إلى المتابعة من طرف مصالح الإدارة الجبائية.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

أما في حالة الرواج الاقتصادي تزداد مداخيل الأفراد و قدراتهم الشرائية مما يقلل من درجة حساسيتهم من ارتفاع الأسعار ، الشيء الذي يمكن المكلف من تحمل العبء الجبائي على زبائنه و ذلك بادماجه في ثمن السلع و الخدمات المقدمة و بالتالي يقلل الثقل الضريبي و هذا يقلل من حالات التهرب.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

المطلب الثاني: طرق مكافحة الغش والتهرب الضريبي

من الصعب إيجاد السبل الكفيلة لمنع التهرب من دفع الضرائب إلا أن هذا لا يعني إطلاقاً أن الأمر مستحيل بل هناك وسائل يمكنها الحد من التهرب ولو جزئياً¹.

الفرع الأول: الوسائل الوقائية

هاته الوسائل تتعلق بالتشريع الضريبي ، فمن الواجب قبل كل شيء أن تعتمد الدولة سياسة اقتصادية مالية واضحة تكون أساس سياسة ضريبية مستوحاة من حاجات البلاد ومتطلبات الاقتصاد الوطني ، لذلك يجب إعادة دراسة المشاريع الضريبية بوجه عام أو المشاريع في التجارة الإلكترونية وتحديثها وفقاً للمتطلبات الراهنة والسعي لوضعها في نظام ضريبي منسجم ومرتبط خال من التعقيد.

ومن بين الوسائل الوقائية تخفيض معدلات الضريبة فهناك إغواء كبير من البلدان التي تنخفض فيها الضرائب على المعاملات والقيمة المضافة إلى أدنى حد ، ولا توجد فيها ضرائب على الدخل وعلى الفوائد ، ولا توجد فيها ضريبة على الشركة أو الهبة.

¹ - طارق عبدالعال حماد ، المرجع السابق ، ص 695.

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الثاني: الوسائل العقابية

تتمثل في فرض عقوبات قاسية على من يخترقون الغش الضريبي كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية في التجارة التقليدية ، حيث تصل العقوبات إلى السجن عدة سنوات وتؤدي مثل هذه العقوبات ليس فقط إلى الاقتصاص من المتهربين بل إلى إعطاء المثل للآخرين بحيث تكون الوسيلة الوقائية رادعة وتكون العقوبات المالية لمضاعفة الضريبة أو جزائية بالحكم ، بالغرامة، أو بالحبس.¹

¹ ناشرة فتحة، بلحاج الطيب، المرجع السابق، ص62

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفرع الثالث: الوسائل التقنية

لا تكفي الوسيلتان السابقتان لسد الثغرات المستعملة في دفع الضرائب في عصر انتشار التجارة الإلكترونية ، فماذا يمكن أن تفعل القوانين والتشريعات وكيف يمكنها من المتهربين من الضريبة إذا لم تكن وسائل تقنية تكشف المعاملات الإلكترونية لذلك يجب تطوير أجهزة الضرائب كي تواكب هذه التكنولوجية المتقدمة أو عليها أن تبحث عن شكل آخر للضرائب يسهل تحصيله وتحقيق العدالة بين المجتمع.

غير أنه ونظرا لحجم المعلومات واختلاف اللغات قد يصيح ذلك إجراء مرهقا ، ويمكن تكثيف إجراءات الفحص والتمحيص للودائع المنظمة لصناديق النمو والحماية ستحدث الحكومات مراقبة التجارة الإلكترونية والنقود الإلكترونية أو قد تفرض ضرائب جديدة، مثل ضرائب المعاملات الإلكترونية... إلخ.¹

¹ ناشرة فتيحة، بلحاج الطيب ، المرجع السابق، ص63

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

خاتمة

- يتضح من خلال ما ورد أن التجارة الإلكترونية تحتاج إلى شبكة اتصالات قوية جدا و سريعة و خالية من الأعطال ، كما تحتاج إلى قيام البنوك بالاشتراك في هذا النوع من التجارة و القبول بنظم الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت كما رأينا أن التجارة الإلكترونية أصبحت الآن حقيقة قائمة و أن آفاقها و إمكاناتها لا تقف عند حد ، و الشيء الوحيد و المؤكد هو أن التجارة الإلكترونية وجدت لتبقى و هي الآن قضية بقاء لمن يسعى للتطور و الرقي.

و خلاصة القول هي حتى تتمكن من استغلال جميع الفرص التي تتيحها لنا التجارة الإلكترونية ، يتطلب علينا معرفة استراتيجيات التجارة الإلكترونية و معرفة نطاقها و علاقاتها بكل ما يحيط بها و إدراك كيف يمكن أن نطبق التجارة الإلكترونية و متطلباتها و تحدياتها في ظل البيئة الاقتصادية الراهنة خاصة ما تعلق منها بالجوانب القانونية و الضريبية.

و بصفة عامة يمكن القول أن التجارة الإلكترونية بأنماطها المختلفة أصبحت واقعا مفروضا في كل دول العالم ، ذلك أن جل التعاملات التجارية فيها أصبحت إلكترونية إلى درجة كبيرة خصوصا مع التطور السريع في حجم المعاملات التجارية الإلكترونية.

- و في الأخير هذا تشخيص لأهم النقاط التي تم التطرق إليها

01/ إن التجارة الإلكترونية رفعت الحواجز التقليدية للتجارة الكلاسيكية

02/ إن التجارة الإلكترونية بلغت حدودا عالية في انتشارها لدى دول العالم

التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

03/ تعزيز جهود البحث و التطوير و حقوق الملكية الفكرية ، توفير بيئة قانونية و ضرائبية منافسة

04/ إعداد الموارد البشرية المؤهلة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الشبكات و الاتصالات.

- و على العموم نتمنى أن نكون قد وفقنا في محاولتنا المتواضعة في تقديم معلومات في مذكرتنا هذه و التي تحتاج إلى دراسة معمقة تأخذ بعين الاعتبار كل الأبعاد المتعلقة بها.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

قائمة المراجع

أ. الكتب:

1. رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ،المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، الطبعة الاولى،القاهرة 2002.
2. طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية،المفاهيم،التجارب،التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية،الدار الجامعية 2002،2003.
3. عبد الفتاح بيومي حجازي،التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت ، دار الفكر الجامعي ، الطبعة الأولى 2006.
4. عبد الفتاح بيومي حجازي،النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول والكتاب الثاني ، دار الفكر الجامعي ، الطبعة الأولى ، 2002.
5. شافع بلعيد عاشور ، العولمة التجارية والقانونية للتجارة الإلكترونية ، دار دهومة للطباعة والنشر والتوزيع ،الجزائر 2006.

ب. الرسائل:

- 1- ناشرة فتيحة ، بلحاج الطيب، الضرائب وإشكالية تحصيلها في معاملات التجارة الإلكترونية،مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس ،المركز الجامعي سعيدة.
- 2- بختي إبراهيم، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق ،أطروحة دكتوراه غير منشورة،جامعة الجزائر،2002.

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

ج. الملتقيات:

- 1- مرازقة صالح ، مداخلات الملتقى الوطني حول السياسة الجبائية الجزائرية في الألفية الثالثة، التجارة الإلكترونية وإشكالية إخضاعها للضرائب(التحديات المستقبلية الجبائية) ، جامعة قسنطينة.
- 2 - كمال رزيق ، مسدور فارس، مداخلات الملتقى الوطني حول السياسة الجبائية الجزائرية في الألفية الثالثة،تقييم إصلاح النظام الجبائي، جامعة البليدة.

د. مواقع الإنترنت:

- 1- بسام نور، التجارة الإلكترونية،كيف متى وأين؟ ، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت،2003،2000 .

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

خطة البحث

مقدمة

الفصل الأول: التجارة الإلكترونية ومدى تطبيقها

تمهيد

المبحث الأول: التجارة الإلكترونية و ظهورها كفكرة

المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

الفرع الثاني: أشكال وأنواع التجارة الإلكترونية

الفرع الثالث: مجالات استخدام التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: سمات التجارة الإلكترونية

الفرع الثاني: قيود التجارة الإلكترونية

الفرع الثالث: مزايا وفوائد التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية و ظهورها كتطبيق

المطلب الأول: نظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: الدفع باستخدام النقود البلاستيكية

الفرع الثاني: الدفع باستخدام البطاقات الذكية

الفرع الثالث: الدفع باستخدام التحويلات البنكية المباشرة

المطلب الثاني: المشاكل المؤثرة في عملية تطبيق التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: التكنولوجيا وانتقاداتها بين دول العالم

الفرع الثاني: حجم التجارة الإلكترونية و نفقاتها الباهظة

الفرع الثالث: اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها

التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الضرائب

الفصل الثاني: إشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية

تمهيد

المبحث الأول: مدى تأثير الضرائب على التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: خصائص المبادلات الافتراضية وإشكالية فرض الضرائب

الفرع الأول: خصائص التعاملات التجارية الإلكترونية.

الفرع الثاني: ضرورة إخضاع النشاط التجاري الإلكتروني وتجنب الازدواج الضريبي.

الفرع الثالث: القضايا المتعلقة بصعوبات إعداد الفحص الضريبي

المطلب الثاني: إشكالية تكييف مبادئ السياسة الجبائية مع النشاط التجاري الإلكتروني

الفرع الأول: الإنصاف

الفرع الثاني: البساطة والفعالية

الفرع الثالث: أساس فرض الضريبة على النشاط التجاري الإلكتروني

المبحث الثاني: جرمي الغش والتهرب الضريبي وطرق مكافحتها

المطلب الأول: مفهوم الغش الضريبي والتهرب الضريبي

الفرع الأول: مفهوم الغش الضريبي

الفرع الثاني: مفهوم التهرب الضريبي المشروع

الفرع الثالث: أسباب الغش الضريبي

الفرع الرابع: أسباب التهرب الضريبي.

المطلب الثاني: طرق مكافحة الغش والتهرب الضريبي.

الفرع الأول: الوسائل الوقائية.

الفرع الثاني: الوسائل العقابية

الفرع الثالث: الوسائل التقنية.

خاتمة