

الضريبة على التجارة الإلكترونية بين الفرض والإعفاء

Tax on electronic commerce between imposition and exemption

مناد بولنوار إلياس زكرياء^{1*}، سايح حمزة²، صلعة سمية³¹ معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي نور البشير -البيض-، Zakariamennad94@gmail.com² معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي نور البشير -البيض-، Hamzasayah98@yahoo.com³ معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي نور البشير -البيض-، Soumia32@yahoo.fr

النشر: 2020/06/ 30

القبول: 2020/06/ 22

الاستلام: 2020/04/ 15

ملخص:

يتمحور موضوع هذه الدراسة حول إشكالية فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية أو إعفائها منها، في ظل النقاش القائم حول جباية التجارة الإلكترونية ووجود اتجاه ينادي بالإعفاء وآخر يؤيد العكس، وأنه لكل من الاتجاهين حجج وأدلة منطقية وواقعية. لذا ينصب اهتمامنا بالدرجة الأولى على نقاشات، مشاكل وتحديات هذا الموضوع، لاعتبار المقاربة الثنائية بين التجارة الإلكترونية والنظام الضريبي أمر حتمي لضمان فعالية وكفاءة هذا الأخير.

الكلمات المفتاحية: تجارة إلكترونية، ضريبة إلكترونية، تهرب ضريبي، ضريبة الوحدة الرقمية.

رموز (JEL): (P02.C04.C08)

Abstract:

The topic of this study focuses on the problem of imposing or exempting taxes on electronic commerce, In light of the existing debate on the of e-commerce and the existence of a trend calling for exemption and another that supports the opposite, And that both directions have arguments and logical and realistic evidence. So our main focus is on discussions, problems and challenges on this topic, To consider the bilateral approach between e-commerce and the tax system is imperative to ensure the effectiveness and efficiency of the latter.

Keywords: Electronic trade, Electronic tax, Tax evasion, Bit Tax.

JEL Classification: (P02.C04.C08)

1. مقدمة:

يشهد العالم حالياً ثورة تكنولوجية أحدثت تحولات عميقة في مجال المعاملات الاقتصادية، وقطاع التجارة أحد المستفيدين منها، حيث ظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية التي تعتبر من المتغيرات العالمية الجديدة التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، حيث لم يعد النشاط التجاري يقتصر على النطاق الجغرافي الذي يلتقي فيه المتعاملون في هذا المجال، بل امتد ليشمل الصفقات التجارية التي تتم عن بعد من خلال الاتصال غير المباشر بين المتعاملين عبر الإنترنت.

كما شكلت هذه التجارة تحدياً جديداً للسياسة الضريبية يتعلق بكيفية جعل تعاملاتها تحت طائلة الإخضاع الضريبي، هذه المسألة لن تكون سهلة التطبيق في ظل النقاش القائم بين مؤيد إعفاء التجارة الإلكترونية من الضريبة ومعارض لذلك.

1.1. إشكالية البحثية:

من خلال ما سبق يمكن صياغة الإشكالية في السؤال الموالي:

ما مدى إمكانية إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة أو إعفائها منها؟

2.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بكل ما يتعلق بالتجارة الإلكترونية وآليات إخضاعها للضريبة من خلال

المحاور التالية:

- ماهية التجارة الإلكترونية.

- الضرائب على التجارة الإلكترونية بين الأنصار والمعارضين.

- الصعوبات الناجمة عن فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية.

- الحلول المقترحة لمعالجة المعاملات الإلكترونية جائباً.

2. ماهية التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية عن الوجه الجديد و المبتكر لمفهوم التجارة وقد كانت وليدة تطور تكنولوجيات

المعلومات والاتصالات وأصبحت ذات أهمية دولية ووطنية لا يمكن الاستغناء عنها.

1.2 تعريف التجارة الإلكترونية وخصائصها:

1.1.2. تعريف التجارة الإلكترونية: ليس هناك تعريف محدد لمصطلح التجارة الإلكترونية حتى الآن وذلك بسبب

تعدد الجهات والمنظمات الدولية المعرفة لها، لذلك سنقتصر في دراستنا على هذه التعريفات:

عُرِفَت التجارة الإلكترونية بأنها "مفهوم يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كومبيوترية، ومن ضمنها الانترنت فالتجارة الإلكترونية هي تجارة لأنها تتضمن تبادل السلع والخدمات بالنقود أو ما في حكمها، وتوصف بأنها الكترونية لأنه يتم انجاز معظم الصفقات أوكلها من خلال وسائل الكترونية عادة عبر شبكة الانترنت" (العال، 2003، صفحة 07).

أما منظمة التجارة العالمية فكان تعريفها للتجارة الإلكترونية أنها "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها وتسليمها للمشتري خلال الوسائط الإلكترونية" (إبراهيم، 2003، صفحة 11).

كما يعرفها الإتحاد الأوروبي بأنها "كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منها على حدة وبين الإدارات الحكومية" (علاوي و مولاي ، 2011، صفحة 04).

من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن: التجارة الإلكترونية هي أي عملية تجارية بمختلف أشكالها تُجرى بين متعاملين اقتصاديين بمساهمة شبكة الانترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى. ولا ينحصر مفهومها على البضائع والسلع المادية فقط، بل يمتد إلى السلع غير العادية (الخدمات).

2.1.2. خصائص التجارة الإلكترونية: تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية، تم إيجاز أهمها في الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): خصائص التجارة الإلكترونية.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على: (فطناسي و فنيديس، 02-03 أكتوبر 2018، الصفحات 75-76).

2.2. مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية: كما هو الحال بالنسبة للتجارة التقليدية من كونها لها مزايا وعيوب، فالحال كذلك بالنسبة للتجارة الإلكترونية تحتوي على مزايا وعيوب نذكر منها على وجه الخصوص ما يلي:

1.2.2. مزايا التجارة الإلكترونية:

- انخفاض التكاليف مقارنة بأنشطة التجارة التقليدية حيث هناك عملية إزالة الوسطاء والشركات التجارية بين الزبون والشركة المصنعة للمنتجات (الطيبي، 2008، صفحة 39).

- تقديم خدمة مستمرة حيث لا توجد إجازات أو أوقات عمل محدد بل هي متوفرة يوميا وعلى مدار الساعة (الجداية و خلف، 2012، صفحة 34).

- لا تحتاج متاجر أو مجمعات تسويق للتداول، بل يكفي وضع موقع على الإنترنت للتعريف وعرض المنتجات (حمدي باشا و وهيبية، 2011، صفحة 162).

- التصنيع حسب الطلب حيث بإمكان المستهلك أن يحدد خصائص المنتج حسب مواصفاته وبأسعار مناسبة (الجداية و خلف، 2012، صفحة 34).

- فعالية أكبر في التسويق من خلال الوصول لعدد هائل من المستهلكين على مستوى العالم، والتعرف على منتجات وأسعار الشركات المنافسة (حمدي باشا و وهيبية، 2011، صفحة 163).

- تُمنح للمستهلك الحرية في اختيار ومقارنة الأسعار بين المنتجات (صراع، 2013/2014، صفحة 13).

- تقليص مدة إنجاز الصفقات التجارية وتجاوز الحواجز التي تؤثر بصفة سلبية على عملية إتمام هذه الصفقات (فطناسي و فنيديس، 02-03 أكتوبر 2018، صفحة 65).

2.2.2. معوقات التجارة الإلكترونية: على الرغم مما توفره التجارة الإلكترونية من مزايا عديدة على النحو السابق بيانه فإن هناك من العيوب ما يقف في طريق التوسع في الأخذ بها بصورة تجعلها البديل الحديث للتجارة التقليدية، ومن هذه العيوب نذكر ما يلي:

- غياب التعامل الورقي يؤدي إلى إشكالية انعدام الأدلة الثبوتية على العمليات التجارية المُمارسة (الحالمة، 2012، صفحة 97).

- إمكانية سرقة وتزوير البطاقات الائتمانية مما يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف عمليات تجارية لم يقوموا بها (فطناسي و فنيديس، 02-03 أكتوبر 2018، صفحة 63).

- إمكانية اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإفشاء سرية المعلومات (يوسف، 2011، صفحة 104).

- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في هذا النوع من التجارة لغياب العلاقة المباشرة بين طرفي العملية (فطناسي و فنيديس، 02-03 أكتوبر 2018، صفحة 63).

- عدم توفير الحماية الكاملة للمستهلك (يوسف، 2011، صفحة 103).
 - إمكانية استيراد سلع وبضائع ممنوعة في الأسواق المحلية حسب النظام القانوني لكل دولة (فطناسي و فنيديس، 02-03 أكتوبر 2018، صفحة 63).
 - تثير التجارة الإلكترونية إشكالية أخرى أكثر تعقيدا نتج عنها تضارب في الآراء حول فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية أو إعفاءها منها، مما أثار العديد من التساؤلات أسفرت عن ظهور مواقف متباينة يمكن تصنيفها إلى موقف رافض لفكرة إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة وآخر يؤيد وبشدة فرض الضريبة عليها، ولمعرفة تفاصيل أكثر عن الموضوع سنحاول الإحاطة بمختلف جوانبه من خلال المحور الموالي.
- 3. الضرائب على التجارة الإلكترونية بين الأنصار والمعارضين:**

- أثار وجود التجارة الإلكترونية إشكالية أساسية للأنظمة الضريبية، حيث لم يستقر الرأي بعد حول إخضاعها للضريبة أو إبقائها خارج دائرتها، وقد أفرز هذا النقاش اتجاهين، بين مؤيد ومعارض وحاول كل اتجاه الاستناد إلى الحجج والمبررات التي تدعم موقفه.
- 1.3 مبررات إعفاء التجارة الإلكترونية من نطاق الضريبة:** يجد هذا الرأي صدها في كتابات كثير من الباحثين الذين دعموا موقفهم هذا بمجموعة من الحجج والأسانيد، ركزت على إمكانية إعاقاة الضريبة لهذا النوع من التجارة، صعوبة تطبيقها عمليا وتسببها في إحداث بعض المشاكل الضريبية:
- أ. **إعاقاة نمو التجارة الإلكترونية:** ففرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يعيق نموها وتطورها خاصة في المراحل الأولى لظهورها. وهناك من اعتبر ذلك على أنه لا يعد رفضا لمبدأ فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية وإنما دعوة لتأجيل فرضها (قدي، 2011، صفحة 184).
- ب. **صعوبة تطبيقها عمليا:** ويرجع ذلك إلى (أبو معليش، 2009، صفحة 62):
- عدم القدرة على تطبيق القواعد التقليدية للضريبة على التجارة الإلكترونية كمبدأ الإقليمية ومبدأ المؤسسة المستقرة.
 - صعوبة مراجعة ومراقبة معاملات التجارة الإلكترونية لارتباط ذلك بالإطلاع على الحياة الخاصة للأفراد وانتهاك الحريات الفردية، إضافة إلى الصعوبات التقنية والوسائل الواجب توفرها لدى الإدارة الضريبية للقيام بالرقابة.
 - إمكانية الوقوع في فخ الازدواج الضريبي نتيجة فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.
 - الغموض وعدم الاستقرار الذي يطبع الضرائب على التجارة الإلكترونية نتيجة حداتها، يضاف إلى ذلك عدم تمكن مستخدمي الإدارة الضريبية من التعامل بكفاءة مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- الضعف والقصور الحاصل في التشريعات الضريبية للدول المتخلفة في مجال الضرائب على التجارة الإلكترونية.

ج. تشجيع النمو الاقتصادي: لهذه التجارة آثار اقتصادية مهمة على الدول لاسيما في مجال تحقيق النمو والحد من الركود والتضخم وزيادة الإنتاجية والحد من البطالة.

د. التكاليف الإدارية العالية المرافقة لفرض ضريبة على الانترنت: وما يعنيه ذلك من حساب للضريبة ونسبها المختلفة في الدول وتتبعها وتحصيلها والتدقيق عليها، فمتطلبات فرض هذه الضريبة وتحصيلها في ضوء ما تواجهه من صعوبات قانونية وفنية ستكون مكلفة جداً (الشوابكة، 2008، صفحة 518).

2.3. حجج وجوب إخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة: في مواجهة الداعين بإعفاء التجارة الإلكترونية من نطاق الضريبة، ظهرت آراء تدعو إلى فرض ضريبة عليها وتُبين ضرورة ذلك وتقدم حججاً تدعم بها موقفها وتؤكد، ويمكن حصر هذه الحجج بالأمور التالية (حوالف، 2014/2015، الصفحات 362-363):

- إن عدم فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية سيؤثر سلباً على سلوك المستهلكين، فالأشخاص الذين يعيشون في دول ذات ضرائب مرتفعة سيُقبلون على الشراء عن طريق شبكة الانترنت للتهرب من دفع تلك الضرائب، مما يشكل حافزاً لأصحاب المهن والأعمال لتقديم منتجاتهم وسلعهم على الخط المفتوح.

- سيؤدي عدم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية إلى عدم المساواة والعدالة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.

- إن عدم فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية سيؤدي إلى تفاقم زيادة خسائر الدول من العوائد الضريبية، ولعل التأثير على الدول النامية سيكون اشد وطأة على اعتبار ان معظمها يعتمد وبشكل كبير على ضرائب الاستهلاك.

- إن عدم فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية سيعيد توزيع الدخل لمصلحة الأغنياء، لأن أصحاب الدخل المحدودة هم الأقل اهتماماً باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة، لأن استعمال هذه الأخيرة مكلف يقدر عليها الأغنياء ويحجم عن تحملها الفقراء.

وبعد هذا الاستعراض لآراء المؤيدين والمعارضين، نجد أن دعوة المعارضين لفرض ضريبة على الانترنت في الغالب الأعم ليست دعوة مطلقة ومؤبدة، وإنما هي دعوة آنية ومرحلية لإعطاء التجارة الإلكترونية مزيداً من الوقت للازدهار والنمو، وحتى يتم البحث عن آليات مناسبة تسهل عملية فرض الضريبة عليها وبشكل غير مكلف مالياً، ولذلك فإن كلا الطرفين بشكل عام مع فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية استجابة لعدالة هذا الفرض، وإن اختلفوا في توقيتته (الشوابكة، 2008، صفحة 502)، وإذا كان الأمر كذلك، فما الصعوبات التي يمكن ان تواجه فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية؟

4. الصعوبات الناجمة عن فرض الضريبة في التجارة الإلكترونية:

تعددت العقبات التي تعترض الإخضاع الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية فمنها ما هو مرتبط بخصوصية وطبيعة معاملاتها، ومنها ما هو مرتبط بالتشريع الضريبي وسيادة الدولة كما سنوضحه فيما يلي:

1.4. الصعوبات المرتبطة بخصوصية وطبيعة معاملات التجارة الإلكترونية: إن معاملات التجارة الإلكترونية ليست من طبيعة واحدة فهي تختلف باختلاف طبيعة السلعة أو الخدمة، لكن بغض النظر عن هذا التباين يعترض فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية العديد من المشكلات منها عدم مواكبة وانسجام التشريعات الضريبية القائمة مع طبيعة هذه التجارة، والخوف من أن يؤدي فرض الضرائب عليها إلى زيادة سلوك التهرب الضريبي (قدي، 2011، صفحة 185).

2.4. الصعوبات المرتبطة بسيادة الدولة ونظامها الضريبي وتشريعاته:

أ. سيادة الدولة: المعروف في التشريعات الضريبية لغالبية دول العالم هو خضوع المؤسسات المحلية والأجنبية المقيمة خارج دولة ما لمعدلات الضريبة المفروضة على التعاملات داخل الدولة، وهذا ما يدعى بمبدأ الإقليمية (التواجد المكاني) ولذلك قد تحاول المؤسسات تجنب ذلك عن طريق التواجد التجاري على الانترنت (العال، 2003، صفحة 695).

ب. مشكلة الحصر الضريبي: مصدر هذه المشكلة هو أن جزء من التجارة الإلكترونية يعتبر غير منظور، فمفهوم التجارة الإلكترونية متعدد الأبعاد، فهي تأخذ أشكال ومستويات عديدة، فقد تتم بين المؤسسات التجارية بعضها البعض أو بين المؤسسات التجارية والمستهلكين أو بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية. وقد يتم ذلك داخل الدولة الواحدة أو بين الدول أو بين دولتين أجنبيتين من خلال وسيط محلي، وقد تتمثل في استشارات إدارية أو قانونية أو محاسبية أو ضريبية أو هندسية (حنا و آخرون، جوان 2002، صفحة 48).

ج. قصور العلاقة بين هيكل النظام الضريبي ومستحدثات تقنية المعلومات: أكثر ما يستدعي الاهتمام عند مناقشة تحديات التجارة الإلكترونية على الأنظمة الضريبية هي تلك العلاقة الموجودة بين هيكل النظام الضريبي وبين مستوى التقدم التقني، وبصفة عامة فإن هيكل النظام الضريبي يعتمد على ثلاث دعائم رئيسية هي (دادن، 2004، صفحة 165):

- التشريع الضريبي: يشمل مجموعة التعليمات والنصوص القانونية والتشريعات المتعلقة بفرض الضرائب وتنظيم اجراءات وأساليب تحصيلها، وإدارة النزاعات بين إدارة الضرائب والممول سواء على المستويين الإداري أو القضائي.

- **الإدارة الضريبية:** هي الجهة التي يُعهد إليها تطبيق التشريع الضريبي ومتابعة الممول قصد تحصيل الضرائب بأشكالها المختلفة.
- **المجتمع الضريبي:** يشمل كل الممولين الخاضعين للتشريع الضريبي من أشخاص طبيعيين ومعنويين.
- برز في ظل التجارة الإلكترونية قصورا في العلاقة بين هيكل النظام الضريبي ومستجدات تقنيات المعلومات مما سيؤثر سلبا على كفاءة الأداء الضريبي، وتمثل القصور في وجود ثلاث فجوات هي (رأفت و آخرون، بلا تاريخ، الصفحات 13-14):
- **الفجوة التشريعية:** تجلت في قصور التشريع الضريبي الذي تمت صياغته بما يتفق مع طبيعة التعاملات التجارية التقليدية في معالجة التعاملات التجارية الإلكترونية، وحتى وإن أعلنت بعض الدول عن برنامجها الوطني للتجارة الإلكترونية، فإن ذلك لم يترافق مع الإعلان بالبداية في الإصلاحات التشريعية اللازمة، ما يجعل تلك الدول مطالبة بضرورة تقييم قوانينها ونظم تشريعاتها السائدة، بغية إجراء التعديلات الضرورية أو صياغة تشريعات جديدة تتوافق مع طبيعة التعاملات التجارية الإلكترونية.
- **الفجوة الإدارية:** لأن الإدارة الضريبية هي المختصة في تنفيذ القوانين والتشريعات الضريبية في ظل الحرص على حماية حقوق كل من الدولة والمجتمع الضريبي على قدم المساواة، يصبح لزاما عليها استخدام الابتكارات لضمان أعلى مستوى من كفاءة أداء النظام الضريبي، غير أن هذا قد يصطدم مع القصور المسجل في أداء الإدارة الضريبية لمهامها في مجال حصر وفحص وتحصيل الضرائب بكافة أنواعها، خاصة إذا لم تشهد الإدارة الضريبية تطورا في أساليب ونظم العمل التي تستخدمها للقيام بمهامها.
- **الفجوة المفاهيمية:** رغم التطور الذي عرفه حجم التعاملات التجارية الإلكترونية، لا يزال المجتمع الضريبي يعاني قصورا في فهم المفاهيم والمفردات المتعلقة بها وما يترتب على تلك التعاملات من اعتبارات قانونية. تضع هذه الفجوات الثلاث النظام الضريبي في مواجهة العديد من التحديات، فهي تؤثر على كل من الإيرادات الضريبية للدولة من جهة، ونمو حجم التعاملات الإلكترونية من ناحية أخرى.
- د. مشكلة تحقيق العدالة الضريبية:** في ظل تباين مستويات الضرائب بين دول العالم، ونتيجة مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ظهر اختلال في تحقيق العدالة الضريبية مبني على أساس تكنولوجي، لأنه سيصعب فرض ضريبة على المؤسسات الأفراد ذوي المكاسب المرتفعة، لما يتمتعون به من مرونة في نقل نشاطهم إلى دول أخرى يقل فيها العبء الضريبي (عثمان و العشماوي، 2007، صفحة 596).
- هـ. مشكلة الازدواج الضريبي:** استخدمت الكثير من الدول فكرة المنشأة الدائمة لتحديد السيادة الضريبية بين الدول، بحيث يكون من حق الدولة التي يعمل فيها المكلف من خلال تواجده ماديا أو عن طريق ممثل له أن

تفرض الضريبة على الدخل المحقق نتيجة مزاولة النشاط عن طريق هذا الكيان، ونظرا لأن ظهور التجارة الإلكترونية أصبح يهدد هذا المبدأ، حيث أضحى بإمكان المؤسسة ممارسة نشاطها دون الحاجة لوجود كيان مادي أو ممثل مقيم لمقدم السلعة أو الخدمة في الدولة مصدر الدخل، مما يعني فشل فكرة المنشأة الدائمة في حصر الكثير من صور المعاملات والصفقات التي تتم على صعيد محلي أو دولي، وقد أدى هذا الوضع الى أن كل دولة تحاول الحد من ظاهرة التهرب الضريبي عن طريق التجارة الدولية وتعطي لنفسها الحق في فرض الضرائب، ما يؤدي إلى حدوث ازدواج ضريبي على الصفقة الواحدة، لأن الدولة مصدر الدخل ترى أن لها الحق في فرض الضريبة على الدخل ودولة الموطن (موطن الشركة) ترى أيضا أن لها حق فرض الضريبة. ما ينجم عنه فرض الضريبة على الصفقة الواحدة في الدولتين، وهذا ما يؤدي إلى تخفيض حجم التجارة الإلكترونية ويزيد من العبء الضريبي على المؤسسات (كشكول، 2002، صفحة 470).

5. الحلول المقترحة لمعالجة المعاملات الإلكترونية جبايا:

أجمع عدد كبير من خبراء الضرائب والتجارة والتكنولوجيا على أن اللوائح الضريبية المعمول بها حاليا من الصعب أن يتم تعديلها لتتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية، كون هذه الأخيرة لا تعرف حدودا جغرافية ولا تشريعات ضريبية، رغم ذلك ظهرت العديد من الآراء والمقترحات الخاصة بالكيفية التي تتم بها المعاملة الضريبية لتعاملات التجارة الإلكترونية، نحاول الوقوف على البعض منها فيما يلي:

1.5. أسلوب الحياد الضريبي الإلكتروني: اقترحت الولايات المتحدة الأمريكية جعل الانترنت منطقة تبادل حر مستبعدة تماما من نطاق الضرائب، وأشارت أن الانترنت يجب أن يصبح منطقة لازدهار التجار بلا ضريبة أو رقابة. حيث أن الحياد الضريبي ينبغي أن يشكل المبدأ الأساسي للضريبة الإلكترونية ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة، ولكن تتم المعاملة الضريبة بنفس الأسلوب على كل صور التجار بدون تمييز، سواء تعلق الأمر بالتجارة التقليدية أو بالتجارة عن بعد أو بالتجارة الإلكترونية (منصور، 2003، صفحة 166).

2.5. فرض ضريبة الاستهلاك: يهدف هذا المقترح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض ضريبة على الاستهلاك والملكية، وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها، حتى أولئك الذين يحققون دخولا مرتفعة من التعاملات غير الملموسة عبر شبكة الانترنت حيث يقومون بإنفاق هذه الدخول بأي حال من الأحوال (عثمان و العشاوي، 2007، صفحة 603).

3.5. الضريبة على الانتقال الإلكتروني للبيانات (ضريبة الوحدة الرقمية Bit Tax):

تم اقتراح فرض ضريبة جديدة بديلة أطلق عليها اسم (ضريبة الوحدة الرقمية) لتمثل هذه الضريبة الملجأ الأخير الذي يطبق عندما لا تكون الوسائل الأخرى لفرض الضريبة متاحة بشكل يضمن عدم تآكل القاعدة الضريبية من جراء التجارة الإلكترونية (الشوابكة، 2008، صفحة 523).

وعلى رغم اعتبار الكثير من المهتمين بهذه الضريبة على أنها من أفضل الحلول المقترحة في هذا المجال إلا أنها لم تسلم من الانتقاد كونها تنطوي على العديد من العيوب منها (رأفت و آخرون، بلا تاريخ، الصفحات 15-16):

أ. **خضوع المستهلك لازدواج ضريبي:** إذ يقوم بدفع الضريبة على القيمة المضافة عند اقتناؤه الأجهزة الإلكترونية المختلفة التي يستخدمها في عملية تبادل ونقل المعلومات، بالإضافة إلى ضريبة البايوت عند استخدامه لهذه الأجهزة في تبادل المعلومات. و هذا يتسبب في فقدان الانترنت وأجهزة نقل البيانات الأخرى لميزة انخفاض الكلفة.

ب. **تراجع نمو الانترنت:** وما يتبع ذلك من انخفاض في الأنشطة والأعمال المتوقع انبثاقها عن هذه الصناعة الجديدة التي تستوعب العديد من فرص العمل.

ج. **الاعتداء على خصوصية الفرد:** إن تتبع تدفق البيانات و رصدتها بهدف فرض الضريبة عليها يعد نوعاً من أنواع الاعتداء على الخصوصية.

د. **ارتفاع الكلفة:** ينطوي هذا النظام الجديد على العديد من التكاليف والتعقيدات التي قد تؤدي إلى ظهور العديد من المشاكل التي تزيد نفقات إصلاحها عن الإيرادات المتوقع تولدها عن هذا النظام.

6. الخاتمة:

في نهاية هذه الورقة البحثية، يمكن القول أن التجارة الإلكترونية كونها أحد النظم الحديثة في إتمام وتنفيذ المعاملات التجارية، قد إعترضتها العديد من التحديات والعوائق أدت إلى كبح عملية نموها، ومشكلة تحديد الضرائب على عائداتها أحد هذه التحديات، وفي هذا السياق توصلنا إلى مجموعة من النتائج نوجزها في ما يلي:

- تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص والمزايا تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية.
- تسجيل العديد من التحديات والصعوبات التي تعترض نمو التجارة الإلكترونية.
- وجود التجارة الإلكترونية آثار إشكالية أساسية لأنظمة الضريبة، حول إخضاعها للضريبة أو إبقائها خارج دائرتها.

- عدم ملائمة التشريعات والنظم الضريبية مع خصوصيات التجارة الإلكترونية.
- صعوبة تجسيد وتطبيق الآليات المقترحة لإخضاع معاملات التجارة الإلكترونية للضريبة.

7. المراجع والهوامش:

1. إبراهيم كامل الشوابكة. (2008). ضريبة المبيعات على التجارة الإلكترونية. مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، مج 34.
2. حوالف عبد الصمد. (2015/2014). النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني. مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة بلقايد - تلمسان.
3. خضر مصباح الطيبي. (2008). التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية. عمان، الأردن : دار الحامد للنشر والتوزيع.
4. رايح حمدي باشا، و عبد الرحمان وهيبة . (2011). تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، مج 15 (ع 4).
5. رأفت رضوان وآخرون. (بلا تاريخ). الضرائب في عالم الأعمال الإلكتروني. تاريخ الاسترداد 01 20, 2020، من http://www.arab-api.org/images/publication/pdfs/144/144_j2-2.pdf
6. سعيد عبد العزيز عثمان، و شكري رجب العشماوي. (2007). اقتصاديات الضرائب (سياسات-نظم-قضايا معاصرة). الاسكندرية: الدار الجامعية.
7. سهاد كشكول. (2002). أثر التجارة الإلكترونية في فرض الضرائب. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مج 18 (ع 68).
8. صالح الجداية، و سناء جودث خلف. (2012). تجارة إلكترونية (الإصدار الثاني). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
9. صراع كريمة. (2013/2014). واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر. مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران.
10. طارق عبد العال. (2003). التجارة الإلكترونية. القاهرة، مصر: الدار الجامعية.
11. عبد الرحمن فطناسي، و أحمد فنيديس. (02-03 أكتوبر 2018). مفهوم التجارة الإلكترونية: تقديرها وبيان مدى أهميتها . الملتقى الوطني حول: الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 15-18. قالمة: جامعة 08 ماي 1945.
12. عبد المجيد قديري. (2011). دراسات في علم الضرائب. عمان، الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع.
13. عبد الوهاب دادن. (2004). الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية (النقاشات، المشاكل والتحديات). مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير (ع 3).
14. العشماوي عثمان وآخرون. (2007). اقتصاديات الضرائب. الدار الجامعية.
15. العيسوي إبراهيم. (2003). التجارة الإلكترونية (الإصدار الأول). القاهرة، مصر: المكتبة الإلكترونية.

16. فهيم حنا وآخرون. (جوان 2002). أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية والتحاسب الضريبي. مؤتمر التجارة الإلكترونية: الأفاق والتحديات. مج 1. جامعة الإسكندرية.
17. كامل عبد ربه أبو معليش. (2009). ضريبة الدخل في ظل التجارة الإلكترونية (المشكلات المحاسبية والحلول المقترحة). الأردن : رسالة ماجستير، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة.
18. محمد حسين منصور. (2003). المسؤولية الإلكترونية. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر.
19. محمد محسن علاوي، و لخضر مولاي . (26-27 أبريل، 2011). آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية. الملتقى الدولي الرابع حول: عصنة نظام الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر.
20. نصار محمد الحلامة. (2012). التجارة الإلكترونية في القانون (الإصدار الأول). الأردن: دار الثقافة.
21. يوسف حسن يوسف. (2011). التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية (الإصدار الأول). القاهرة: المركز القومي للإصدارات القانونية.