

إستراتيجيات الإدارة الضريبية المعتمدة في فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية دراسة تحليلية لمجموعة من الدول المتقدمة

Tax Administration Strategies Adopted in Imposing Taxes on E-Commerce Activities - An Analytical Study of a Group of
Developed Countries

*
سعيدة سليمان

مخبر المغرب الكبير (الإقتصاد والمجتمع)، جامعة قسنطينة 02 (الجزائر)

saida.slimani@univ-constantine2.dz

تاريخ النشر: 2024/10/31

تاريخ القبول: 2024/10/20

تاريخ الإستلام: 2024/09/19

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الإستراتيجيات التي تعتمدها الإدارات الضريبية في فرض الضرائب على التجارة في الإقتصاد الرقمي ضمن مجموعة من الدول المتقدمة، بما في ذلك: أستراليا، الصين، إيطاليا، روسيا، نيوزيلندا، والمملكة المتحدة، لقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في إستعراض الأطر النظرية، كما تم إستخدام المنهج التحليلي لتقييم الخطط الإستراتيجية التي ستطبق على مدى خمس سنوات لفرض الضرائب على التجارة الرقمية في الدول قيد الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن التجارة في الإقتصاد الرقمي تنسجم بالطابع العابر للحدود، مما يتطلب إستراتيجيات دقيقة لتيسير فرض الضرائب، هذا ما تم بالفعل تبنيه من قبل الدول المعنية، حيث تم تطوير خطط تتضمن مجموعة من الإستراتيجيات لتحقيق أهداف رئيسية وضرورية لفرض الضرائب في الإقتصاد الرقمي، تشمل تعزيز الإمتثال الضريبي، تحسين الإدارة والخدمات المقدمة، رفع مستوى الوعي الضريبي، وتعزيز التعاون الضريبي الدولي.

الكلمات المفتاحية: رقمنة، تجارة إلكترونية، إقتصاد رقمي، إستراتيجيات ضريبية.

تصنيفات JEL: F4، H21، H26.

Abstract:

This study aims to evaluate the strategies employed by tax administrations to impose taxes on digital economy trade in a group of developed countries, including Australia, China, Italy, Russia, New Zealand, and the United Kingdom. It utilizes a descriptive-analytical approach to review theoretical frameworks and an analytical method to assess strategic plans set for a five-year period. The study concludes that digital economy trade is inherently cross-border, necessitating precise strategies for tax imposition. These countries have adopted plans with key objectives, including enhancing tax compliance, improving administration and services, raising tax awareness, and strengthening international tax cooperation.

Keywords: Digitization, E-commerce, Digital Economy, Tax Strategies.

Jel Classification Codes: F4, H21, H26.

* المؤلف المراسل.

إستراتيجيات الإدارة الضريبية المعتمدة في فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية

دراسة تحليلية لمجموعة من الدول المتقدمة

1. مقدمة:

لقد شهد العالم ثورة هائلة منذ اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ولم يكن لهذه الثورة أثر بالغ الأهمية على الهيئات الضريبية كما هو الحال اليوم، فالتطور السريع للمشهد الرقمي في الإقتصاد العالمي أحدث تغييرات جذرية، مما جعل من الضروري للهيئات الضريبية التكيف مع هذه التحولات لضمان إدارة ضريبية فعالة وكفؤة في عالمنا الرقمي المتسارع، أصبح من الممكن تصور نظام ضريبي يعمل بسلاسة كجزء من النظام البيئي التجاري الرقمي، متجاوزا القيود التقليدية للزمان والمكان.

يطرح الإقتصاد الرقمي تحديات كبيرة للهيئات الضريبية، حيث يتطلب الانتقال من الأساليب التقليدية إلى إستراتيجيات ضريبية حديثة تتجاوز الحدود والعوائق التقليدية، بالإضافة إلى ذلك أدت رقمنة الإقتصاد إلى تغييرات جوهرية في هيكل الأعمال، مع التركيز المتزايد على الملكية الفكرية والأصول غير الملموسة، وتلاشي الحدود المادية، مما يعقد الإدارة الضريبية ورغم أن العديد من الهيئات الضريبية قامت بتحديث تشريعاتها وسياساتها للتكيف مع هذه التحولات، إلا أن هذه التعديلات لا تزال تختلف بين دولة وأخرى.

توفر تكنولوجيا "البيانات الضخمة" فرصا هائلة للهيئات الضريبية لإستخلاص قيمة من البيانات الحالية وتحديد المعلومات ذات الصلة بالإدارة الضريبية، ويتيح الإستثمار في القدرات الإبتكارية تطوير خدمات جديدة وملائمة للمكلفين بالضريبة، إضافة إلى تصميم أدوات تساعد على تقديم خدمات ضريبية إستباقية، كما أن توفر البيانات بشكل قريب من الوقت الفعلي يمنح فرصا فريدة للإدارة الضريبية، حيث يمكن الآن التفكير في دعم التقييم الضريبي في الوقت الفعلي بدلا من الإكتفاء بتسجيل المعاملات السابقة وتحليلها.

لقد بدأت الإدارات الضريبية بشكل عام في تبني التحول الرقمي تدريجيا، حتى وإن لم يكن بنفس الوتيرة في جميع الدول، وقد بدأت هذه الرحلة بخطوات بسيطة مثل: الانتقال من التصريحات الضريبية الورقية إلى التصريحات الإلكترونية، مما أدى إلى تطور النضج الرقمي للإدارة الضريبية عبر خمس مراحل رئيسية: "الملف الإلكتروني"، "المحاسبة الإلكترونية"، "المطابقة الإلكترونية"، "التدقيق الإلكتروني"، و"التقييم الإلكتروني"، ورغم أن العلاقة بين تحصيل الضرائب وفعالية أنظمة الإدارة الضريبية لا جدال فيها، إلا أن مستويات النضج الرقمي لا تزال متفاوتة بين الهيئات الضريبية على مستوى العالم، مما يؤثر بشكل مباشر على قدرتها على تحصيل الضرائب في الإقتصاد الرقمي.

1.1. الإشكالية: بناء على ما سبق، يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما هي الإستراتيجيات التي تتبناها الإدارة الضريبية لفرض الضرائب على التجارة في الإقتصاد الرقمي في الدول المتقدمة؟

2.1. الأسئلة الفرعية: تم تقسيم الإشكالية المطروحة إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية هي كما يلي:

- ما هو مفهوم الرقمنة والإقتصاد الرقمي؟
- ما هو مفهوم التجارة الإلكترونية؟ وما هي أنواعها ومميزاتها؟
- ما هي الإستراتيجيات الضريبية التي إتبعها الدول المشمولة بالدراسة لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية؟
- 3.1. الفرضيات: للإجابة على إشكالية الدراسة تم تقديم الفرضيات التالية:
- الرقمنة تعد إستراتيجية عالمية تهدف إلى تبسيط الحياة في عصر السرعة من جهة، ومن جهة أخرى تعزيز مرونة الإقتصاد ليصبح عابرا للقارات في مختلف أنشطته.

- التجارة الإلكترونية تمثل تجارة بلا حدود، تتيح إتمام العديد من المعاملات الرقمية بسرعة فائقة وفي غضون ثوان.
- الإستراتيجيات الضريبية التي تبنتها الدول المشمولة بالدراسة تعتبر أدوات حديثة تواكب التطور الرقمي، وتهدف إلى تحسين كفاءة التحصيل الضريبي وتسهيل فرض الضرائب على التجارة ضمن الإقتصاد الرقمي.

4.1. أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- تحليل وتقييم البيانات وإستجابة السلطات الضريبية في الدول المختارة من منظور تكنولوجي، كخطوة أساسية لتحسين إدارة الضرائب في الإقتصاد الرقمي.
- تغطية الجانب النظري للرقمنة والتجارة الإلكترونية والإقتصاد الرقمي بما يخدم أغراض هذه الدراسة.
- التعرف على البنية التحتية الرقمية لإدارات الضرائب، وجمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالبيئات الضريبية المشمولة بالدراسة.

5.1. المنهج المتبع: للإجابة على إشكالية الدراسة وإختبار فرضياتها، سيتم إستخدام المنهج الوصفي التحليلي في تناول الأجزاء النظرية المتعلقة بدراسة الإستراتيجيات التي تنتهجها الإدارة الضريبية لفرض الضرائب على التجارة ضمن الإقتصاد الرقمي. إضافة إلى ذلك، سيتم الإعتماد على المنهج التحليلي في دراسة وتحليل الإستراتيجيات الضريبية المتبعة في الدول المشمولة بالدراسة.

2. الإطار النظري للرقمنة والإقتصادي الرقمي

الرقمنة والإقتصاد الرقمي هي إستراتيجيات حديثة تسعى معظم دول العالم اليوم إلى إعتمادها وتطويرها لكي تكون ملائمة لتنفيذها، وللتعمق في فهم الرقمنة وأسباب تبنيها سيتم التطرق إلى ما يلي:

2.1. مفهوم الرقمنة:

الرقمنة تعرف بأنها عملية دمج التقنيات الرقمية في مختلف جوانب الحياة اليومية، مثل العمليات التنظيمية والأعمال والمجالات المجتمعية الأخرى، مع التركيز بشكل خاص على دورها في تحسين الأداء الإقتصادي (Hannah, 2020, p. 6). كما ينظر إلى الرقمنة على أنها تطبيق متزايد لتكنولوجيا المعلومات والإتصالات عبر مختلف قطاعات الإقتصاد، حيث تشمل تقنيات وإتجاهات رقمية متنوعة مثل: الذكاء الاصطناعي وإترنت الأشياء (Janine & al, 2018).

تعريف آخر للرقمنة يشير إلى أنها إستخدام التقنيات الرقمية والبيانات لتحسين العمليات التجارية، وزيادة الإيرادات، وإيجاد بيئة عمل رقمية فعالة، تتشارك هذه التعريفات في التركيز على الدور الحيوي للرقمنة في الأنشطة الإقتصادية، من خلال تعزيز الإعتماد على تكنولوجيا المعلومات والإتصالات لتحسين أداء المؤسسات وتسهيل عملياتها. (João, 2020, p. 443).

2.2. أسباب التحول الرقمي

هناك عدة عوامل دفعت إلى ضرورة التحول الرقمي، من بينها: (Dima & Mustafa, 2019, p. 55)

- تعقيد الإجراءات والعمليات وما يترتب عليه من زيادة في تكاليف العمالة؛
- صعوبة توحيد البيانات وتكاملها عبر مختلف أقسام المؤسسة؛
- التحديات المتزايدة في تحقيق ميزة تنافسية بين المؤسسات؛
- الحاجة إلى ابتكار آليات جديدة للتميز وتقديم خدمات مبتكرة داخل كل مؤسسة تسعى للمنافسة؛
- الإنتشار الواسع لإستخدام أجهزة الكمبيوتر وتنوع البرامج المستخدمة على الشبكات الحاسوبية بمختلف أشكالها.

إستراتيجيات الإدارة الضريبية المعتمدة في فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية دراسة تحليلية لمجموعة من الدول المتقدمة

3.2. أدوات الرقمنة

تستند أنشطة الرقمنة إلى أربع أدوات إدارية رئيسية (أجهزة الكمبيوتر، برامج الكمبيوتر، شبكات الإتصال، وصانعي المعرفة)، يمكن تحديدها كما يلي: (Naser, 2014, p. 61)

- أجهزة الكمبيوتر: تمثل الجانب المادي من الأدوات الإدارية المستخدمة في عمليات الرقمنة؛
- برامج الكمبيوتر: هي الجانب غير الملموس المثبت على أجهزة الكمبيوتر، وتشمل برامج النظام مثل أنظمة التشغيل وتطبيقات البرمجيات مثل البريد الإلكتروني، ومتصفحات الويب، والمقياس الإلكتروني، وغيرها؛
- شبكات الإتصال: تعمل كوسائط لنقل المعلومات، مثل الإكسترنات، الإنترنت، والإنترنت؛
- صانعو المعرفة: يشملون القادة، والمديرين، والمحللين المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات، الذين يديرون الموارد المعرفية ورأس المال لتطبيق تقنيات تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسة.

4.2. مؤشرات قياس الرقمنة

تحدد درجة الرقمنة في أي دولة عبر ستة مؤشرات رئيسية: (Strategy, 2012, p. 9)

- الإنتشار: مدى إتاحة الخدمات والتطبيقات الرقمية للمستخدمين والمؤسسات؛
- إمكانية الوصول المالي: توفر الخدمات الرقمية بتكاليف معقولة بحيث تصبح في متناول أكبر عدد من المستخدمين؛
- الثقة: مدى جودة الخدمات الرقمية المقدمة للمستخدمين؛
- الإستجابة السريعة: قدرة المستخدمين على الوصول إلى الخدمات الرقمية بشكل فوري؛
- السهولة: مدى سهولة إستخدام الخدمات الرقمية ومدى فعالية النظم البيئية المحلية في دعم اعتماد هذه الخدمات؛
- الكفاءة: قدرة المستخدمين على الاستفادة من الخدمات الرقمية في حياتهم وأعمالهم اليومية.

5.2. مفهوم الإقتصاد الرقمي

يعد الإقتصاد الرقمي فضاء ديناميكية للأنشطة الإقتصادية المتنوعة، ويركز بشكل أكبر على الأنشطة والمنتجات الجديدة مقارنة بالتركيز على زيادة الإنتاجية، ما يميز هذا الإقتصاد هو الإنتشار الواسع لإستخدام الإنترنت وتطوير مستوى وشكل جديدين من التواصل بين مختلف الأفكار والجهات الفاعلة غير المتجانسة، مما أسفر عن ظهور مجموعة واسعة ومتنوعة من التوليفات الجديدة، بعبارة أخرى، يعرف الإقتصاد الرقمي بأنه البيئة التي يتفاعل فيها الموردون والعملاء عبر الإنترنت حصريا من خلال التعامل مع السلع والخدمات الإلكترونية، ويتم إنتاج هذه السلع والخدمات وإتجارها فقط عبر الإنترنت والتكنولوجيا القائمة على الويب، التكنولوجيا الرقمية لا تقتصر على السلع والخدمات فقط، بل تمتد لتؤثر بشكل كبير على أساليب الإتصال، حيث يعتبر الإتصال الرقمي الأكثر فعالية وملاءمة (Marina & Marianne, 2020, p. 245).

من هذا المنطلق، يمكن تعريف الإقتصاد الرقمي بأنه بيئة اقتصادية افتراضية تعتمد بشكل كامل على التكنولوجيا وشبكات الإنترنت المختلفة لتنفيذ جميع الأنشطة، في هذه البيئة، تعرض السلع على المنصات الرقمية، حيث تجرى عمليات البيع للعملاء إلكترونيا ويتم الدفع بإستخدام وسائل الدفع الإلكتروني، هذه البيئة ألغت الحاجة إلى تنقل العملاء إلى الأسواق في أوقات محددة للحصول على إحتياجاتهم، وبدلا من ذلك، أتاحت لهم مقارنة مختلف السلع وإختيار الأنسب لهم وهم في منازلهم، مما زاد من حجم وسرعة المعاملات التي تتم يوميا.

3. التأسيس النظري للتجارة الإلكترونية

1.3. مفهوم التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية (E-Commerce) هي ممارسة الأعمال التجارية أو تسهيل تبادل المنتجات والخدمات عبر الشبكات الحاسوبية، مثل الإنترنت أو الشبكات الإجتماعية الرقمية، تتمتع الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية بميزة أساسية تتمثل في عدم حاجتها إلى مواقع فعلية كما هو الحال مع الشركات التقليدية (Josep & al, 2020, p. 3).

يمكن تعريف التجارة الإلكترونية من خلال أربع مداخل مختلفة: (Meiryani & al, 2021, p. 44)

- مدخل الخدمة: تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة لتلبية إحتياجات الشركات والمستهلكين الأساسية، كما أنها تساهم في تقليل التكاليف المرتبطة بالحصول على المنتجات والخدمات، مع تحسين جودة وسرعة الخدمة المقدمة للعملاء؛
- مدخل عمليات الأعمال: تعد التجارة الإلكترونية تطبيقاً للتطورات التكنولوجية التي تهدف إلى تبسيط المعاملات التجارية والإجراءات المرتبطة بممارسة الأنشطة التجارية؛
- مدخل الإنترنت: تتيح التجارة الإلكترونية شراء وبيع المنتجات (بما في ذلك السلع والخدمات والمعلومات) والخدمات الأخرى عبر الإنترنت.

2.3. طرق التسديد في التجارة الإلكترونية

طرق الدفع الشائعة في التجارة الإلكترونية تشمل: (Meiryani & al, 2021, p. 44)

- الدفع عند الإستلام (COD): يعتبر هذا النوع من الدفع من أكثر طرق المعاملات أماناً، حيث يلتقي المشترون والبائعون شخصياً لإتمام الصفقة، هذه الطريقة تدعم خدمات الشحن التي تتميز بإنخفاض حالات الإحتيال عبر الإنترنت؛
- الدفع عبر التحويل البنكي: في هذا الأسلوب، يقوم المشتري بتحويل الأموال إلى البائع بإستخدام جهاز الصراف الآلي أو من خلال التطبيقات المصرفية على الهواتف المحمولة، بعد إتمام عملية التحويل، يتم معالجة الطلب إما تلقائياً أو يدوياً؛
- المدفوعات الإلكترونية: تشمل المدفوعات الإلكترونية جميع المعاملات غير النقدية، مثل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتطبيقات المصرفية على الهواتف المحمولة، وغيرها من الأساليب الرقمية.

3.3. أشكال التجارة الإلكترونية

أنواع التجارة الإلكترونية تشمل:

- التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلكين (B2C): تشير إلى المعاملات الإلكترونية التي تتم بين الشركات والعملاء، في هذا النوع يقدم العميل طلبات لشراء خدمات ومنتجات عبر الإنترنت من المؤسسات التي تعرض منتجاتها على الشبكة، كما يمكن للعميل الإستفسار وطلب الدعم إلكترونياً، مما يتماشى مع مفهوم البيع بالتجزئة عبر الإنترنت يمكن أن تتم هذه المعاملات سواء في الأسواق المحلية أو الدولية، حيث يطلب العميل السلعة أو الخدمة من مواقع التسويق الخاصة بالمؤسسات، ويتم الدفع بإستخدام أحد الطرق الثلاثة: بطاقة الإئتمان، شيك إلكتروني، أو نقداً عند الإستلام (الحول و بن الوليد، 2022، صفحة 594).

- التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والحكومة (B2G): تشمل هذه الفئة جميع العمليات والمعاملات الإلكترونية التي تجري بين الشركات والهيئات الحكومية، تقوم الجهات الحكومية بتوفير خدمات إلكترونية يمكن للشركات الإستفادة منها: مثل التقديم لطلبات الخدمات المناسبة لنشاطها، هذه الطريقة تسهل على المؤسسات الوفاء بإلتزاماتها وطلب

الخدمات الحكومية عبر الإنترنت دون الحاجة للذهاب إلى المكاتب الحكومية، من أمثلة هذه الخدمات: التصريح والدفع الإلكتروني للضرائب، وخدمات البريد الإلكتروني (جميع، 2018، صفحة 280).

- التجارة الإلكترونية بين الحكومة والأعمال والأفراد (G2B & G2C): تتضمن جميع المعاملات الإلكترونية التي تحدث بين الشركات والأفراد من جهة، والإدارات الحكومية من جهة أخرى، عبر الوسائل الإلكترونية، خاصة الإنترنت. في هذا النمط، توفر الإدارات الحكومية المعلومات والإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الإنترنت، مما يتيح للشركات والأفراد الإطلاع عليها وتنفيذ الإجراءات إلكترونيا دون الحاجة للذهاب إلى المكاتب الحكومية (بودالية، 2021، صفحة 24).

4.3. مميزات التجارة الإلكترونية

- تحول التجارة من الأساليب التقليدية إلى الرقمية يعد من أبرز التغيرات التي شهدتها حقبة التحول الرقمي، حيث قدمت التجارة الإلكترونية مجموعة من المزايا الرئيسية، نذكر منها: (أبكر وآخرون، 2019، صفحة 232، 233)
- التوسع اللامحدود: التجارة الإلكترونية قضت على العديد من القيود التي كانت تعاني منها التجارة التقليدية، أبرزها التحول من السوق الجغرافي إلى سوق افتراضية خالية من قيود الزمن، فبفضل التجارة الإلكترونية، يمكن للعميل شراء احتياجاته بضغط زر من جهازه، مما يتيح له الوصول إلى المواقع التي تحتوي على ما يلزمه؛
 - التجارة العالمية: تتيح التجارة الإلكترونية للمتعاملين إستكشاف جميع الأسواق العالمية والتسوق منها من منازلهم عبر جهاز الكمبيوتر أو الهاتف المحمول، بذلك ألغت التجارة الإلكترونية الحاجة إلى السفر بين الدول لشراء المنتجات، حيث يكفي زيارة الموقع الإلكتروني للسوق الدولي لتلبية احتياجاتهم؛
 - التوحيد العالمي: نظرا لأن التجارة الإلكترونية تعتمد على الإنترنت كقناة تعامل أساسية، فقد حققت التوحيد في معايير التجارة عبر مختلف البلدان، مما يجعلها متماشية مع المعايير العالمية؛
 - التواصل الفعال: توفر التجارة الإلكترونية وسيلة تواصل فعالة بين المشتري والبائع، حيث تتيح التواصل الثنائي بسهولة مما يعزز من فعالية التفاعل بين الطرفين؛
 - كثافة وغنى المعلومات: ساهمت التجارة الإلكترونية في زيادة توفر المعلومات والتقليل من نقصها، كما أنها وفرت آليات حديثة للتخزين بتكلفة منخفضة، بالإضافة إلى ذلك حسنت هذه الأنظمة من إمكانية الحصول على المعلومات بدقة وفي الوقت المناسب، وضمنت الوصول المتساوي للمعلومات لجميع المتعاملين؛
 - الإستهداف الشخصي: تمنح التجارة الإلكترونية المسوقين القدرة على تحديد الفئات المستهدفة بدقة لتسويق منتجاتهم من خلال تصحيح الإعلانات عبر الإنترنت وتضمين معلومات عن الفئة المستهدفة مثل: العمر، الجنس ونوع العمل، تضمن التجارة الإلكترونية وصول الإعلانات إلى الجمهور المهتم بالمنتجات.
- ويتضح مما سبق بأن التجارة الإلكترونية تتميز بعدد من الخصائص التي تفتقر إليها التجارة التقليدية، مثل: التوسع اللامحدود، الجودة العالية للمعايير، والقدرة على تحديد الفئات المستهدفة بدقة.

5.3. التجارة العابرة للقارات في الجزائر

تعد التجارة الإلكترونية عبر الحدود (التسوق عبر الإنترنت من دول أخرى) أداة هامة لتجار التجزئة الإلكترونيين، حيث تفتح أمامهم أسواقا جديدة ومحتملة، بالنسبة للمستهلكين توفر هذه التجارة إمكانية شراء مجموعة متنوعة من المنتجات

والخدمات من دول أخرى، وتتيح لأولئك الذين يعيشون في المناطق النائية الوصول إلى سلع غير متاحة محليا. رغم ذلك تواجه التجارة الإلكترونية عبر الحدود تحديات عدة، منها تباين القوانين واللوائح، التحديات المتعلقة بالضرائب، المشكلات المتعلقة بالمدفوعات الدولية والعملات، قضايا الأمان والخصوصية، الحواجز اللغوية، إنخفاض استخدام بطاقات الإئتمان، وسوء الخدمات اللوجستية؛

في الجزائر، ينظم قانون التجارة الإلكترونية رقم 05-18 شروط إجراء المعاملات الإلكترونية عبر الحدود، يحدد القانون أنه يحظر شراء بعض الخدمات والسلع عبر الإنترنت، مثل: المقامرة واليانصيب، المشروبات الكحولية، التبغ، الأدوية، المنتجات التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية، وتلك التي قد تشكل تهديدا للأمن القومي؛

تنص المادة 7 من قانون 05-18 على أن البيع الإلكتروني للسلع أو الخدمات من قبل بائع مقيم إلى مستهلك أجنبي معفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية وأسعار الصرف، شريطة ألا تتجاوز قيمة المعاملة الحد الذي يحدده القانون، بالمثل، فإن المشتريات الإلكترونية من الجزائر التي يقوم بها مستهلك من بائع أجنبي مخصص للاستخدام الشخصي حصريا تعفى أيضا من هذه الإجراءات إذا كانت قيمتها لا تتجاوز الحد المقرر؛

أعلنت الحكومة مؤخرا أنها لن تفتح سوقها الإلكتروني أمام الشركات الأجنبية في الوقت الراهن، وذلك للحفاظ على الإقتصاد الوطني والسيادة، على الرغم من غياب الشركات العالمية الرائدة مثل: أمازون وإكسبريس عن السوق الجزائرية، فإن هناك العديد من الشركات الوسيطة التي تقدم خدمات إعادة الشحن للطلبات الواردة من هذه المواقع العالمية (OUARAS & LALAOU, 2021, p. 694).

4. دراسة تحليلية للإستراتيجيات الضريبية المعتمدة لمتابعة أنشطة التجارة الإلكترونية في مجموعة من الدول المتقدمة تعد التكنولوجيا والقدرات التي توفرها أداة قوية للإدارات الضريبية، حيث تسعى هذه الإدارات إلى تحسين وربما إعادة تشكيل الطريقة التي تستخدم بها البيانات والتكنولوجيا لإدارة الضرائب، يجب على الإدارات الضريبية أولا: تطوير إستراتيجية أو نموذج عمل يمكن أن يستند إليه صناع القرار الإستراتيجيون. بناء على ذلك، يمكن الإستدلال على أن الأهداف الإستراتيجية للإدارات الضريبية توفر رؤى حول كيفية استخدام الأدوات الرقمية لتحسين إدارة الضرائب؛ في هذا السياق، تم تحديد الأهداف الإستراتيجية ذات الطابع الرقمي وتولييفها لتحديد التركيز الإستراتيجي للإدارات الضريبية المعنية على مدى السنوات الخمس المقبلة على الأقل. كما تم تقييم أفضل خمس إستراتيجيات ملحوظة لكل إستراتيجية. الأهداف الإستراتيجية المحددة تم تجميعها في الجدول رقم 1 أدناه: (Helena & al, 2020, pp. 386-388)

الجدول 1: الأهداف الإستراتيجية ذات التركيز الرقمي للإدارات الضريبية المدروسة

الصين	مكتب الضرائب الأسترالي (ATO)
إصلاح أنظمة تحصيل الضرائب وإدارتها؛	إدارة البيانات الجوهرية (العمود الفقري للبيانات) التي تتطلب تطوير البنية التحتية لإدارة البيانات للتعامل مع الإحتياجات المتزايدة للبيانات؛
تعميق الإصلاح الضريبي من خلال تحديث الأنظمة الضريبية وإستخدام البيانات الضخمة لدعم الإصلاحات الضريبية؛	اليقظة بإستخدام تكامل التحليلات؛
بناء توافق في الآراء بشأن التعاون الضريبي الدولي.	ديمقراطية البيانات وتصورها؛
	الذكاء الاصطناعي والأتمتة.
	إدارة البيانات والأخلاق المهنية؛
	تحسين أنظمة ATO IT؛

إستراتيجيات الإدارة الضريبية المعتمدة في فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية دراسة تحليلية لمجموعة من الدول المتقدمة

- تعزيز القدرات الأمنية .	
فنلندا (Vero Skatt)	إدارة الإيرادات والجمارك الملكية البريطانية (HMRC)
- تحسين التحصيل الضريبي من خلال الحصول على البيانات الضريبية والإستفادة منها؛	- تغيير أنظمة الضرائب والدفع لعملائها؛
- ضمان سهولة تقديم التصريحات الضريبية وتقييم عادل للضرائب وتجربة المكلفين بالضريبة إيجابية؛	- تحويل نهجها إلى الامتثال من خلال تصميم وتنفيذ النظم والعمليات الرقمية؛
- سينتقل التركيز إلى التحليلات والذكاء الاصطناعي والتعاون العالمي والواجهات بالإضافة إلى الحصول على البيانات وإستخدامها الأمثل.	- الإستخدام الأمثل للبيانات؛
	- الحصول على معلومات من وسطاء عبر الإنترنت.
الهند	نيوزيلاندا
- تطوير مستودعات البيانات وحلول ذكاء الأعمال؛	- جمع المعلومات والإستخبارات من خلال التأكد من أن القرارات والإجراءات تستند إلى المعلومات الإستخبارية؛
- مواجهة تحديات إدارة الضرائب الدولية من خلال ضمان مراقبة تدفق الأموال.	- رقمية من خلال إحضار مكانهم بالكامل في العالم المتصل رقميا.
جنوب أفريقيا	الولايات المتحدة
- تحديث الأنظمة؛	- تبسيط عملية الإيداع الضريبي والتصحيح والدفع بالإضافة إلى تحديث قنوات الخدمة وتوسيعها؛
- تقديم خدمات رقمية سلسلة عبر الإنترنت؛	- تحسين إستخدام البيانات والتكنولوجيا؛
- تسهيل الامتثال للمكلفين بالضريبة وجعل عدم الإمتثال أمرا صعبا ومكلفا؛	- التعاون الوطني والدولي من أجل معالجة مخاوف الإمتثال العالمية؛
- إستخدام البيانات للرؤى والمخاطر وتحسين النتائج؛	- تطوير البيانات والتحليلات من خلال تحديث قدرات وعمليات جمع البيانات وإسترجاعها؛
- العمل مع أصحاب المصلحة الوطنيين والدوليين ومن خلالهم لتحسين النظم الضريبية.	- قيادة عمليات فعالة من خلال تحديث ودمج التقنيات والأنظمة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على

"An evaluation of the digital response of tax authorities to optimise tax administration within " al (2020),&Helena Strauss
386-388..P, eJournal of Tax Research, Vol 18,"the digitalised economy

من خلال الجدول رقم 01: يمكننا الإستنتاج أن نجاح الإدارات الضريبية في تنفيذ الإستراتيجيات الدولية وتحقيق الأهداف المرجوة يعتمد بشكل كبير على الإستخدام الأمثل للبيانات والتكنولوجيا الحديثة، وفيما يلي خمسة أهداف إستراتيجية تسعى الإدارات الضريبية لتحقيقها من خلال التوجه الرقمي:

- **تيسير الإمتثال الضريبي للمكلفين الواعين:** تسعى الإدارات الضريبية في دول مثل فنلندا، الهند، أستراليا، نيوزيلندا جنوب إفريقيا، المملكة المتحدة، والولايات المتحدة إلى تسهيل عملية الإمتثال الضريبي على المكلفين بالضريبة الذين يلتزمون بدفع الضرائب في مواعيدها، وفي المقابل تجعل الإمتثال أكثر صعوبة على المهترئين من دفع الضرائب، حيث تهدف هذه الإستراتيجيات إلى ضمان سهولة الإمتثال للمكلفين بالضريبة الملتزمين وزيادة العبء على غير الملتزمين، من خلال إستخدام المعلومات الإستخباراتية من الوسطاء عبر الإنترنت وأصحاب المصلحة الآخرين.

- تحسين الإدارة الضريبية من خلال تطوير أنظمة تكنولوجية متكاملة: يسعى هذا الهدف إلى إنشاء نظام حديث ومتكامل يعتمد على التكنولوجيا الحديثة لضمان المرونة والأمان في أداء الوظائف الضريبية، هذا الهدف مشترك بين جميع الإدارات الضريبية الثمانية التي تم تقييمها، وتم التأكيد عليه بشكل خاص في إستراتيجيات أستراليا وجنوب إفريقيا والولايات المتحدة.
- تحسين الخدمات المقدمة للمكلفين بالضريبة من خلال إستغلال البيانات والتحليلات: يختلف إستخدام البيانات لتحسين الإدارة الضريبية من دولة إلى أخرى، إلا أن الإستغلال الأمثل للبيانات يعد هدفا إستراتيجيا رئيسيا، وقد أشارت إستراتيجيات أستراليا، الصين، جنوب إفريقيا، المملكة المتحدة، والولايات المتحدة إلى أهمية إستغلال هندسة البيانات والتحليلات في تحقيق أهدافها.
- التعاون الدولي بين الإدارات الضريبية وأصحاب المصلحة الرئيسيين: مع عولمة الأعمال والوجود المالي للمكلفين بالضريبة، يصبح التعاون الدولي وتبادل المعلومات الرقمية بين السلطات الضريبية وأصحاب المصلحة الرئيسيين أداة أساسية لتحسين إدارة الضرائب، وعلى الرغم من أن الصين، نيوزيلندا، جنوب إفريقيا، والولايات المتحدة هي الدول الوحيدة التي ذكرت التعاون الدولي صراحة، إلا أن هذا التعاون يفهم ضمنا من قبل باقي الإدارات الضريبية المدروسة وبدعم من منظمات دولية مثل منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD).
- منظور شامل للمكلفين بالضريبة (محليا ودوليا): يسعى هذا النهج إلى تقديم رؤية شاملة للمكلفين بالضريبة على الصعيدين الوطني والدولي من خلال جمع البيانات والتعاون مع مختلف الجهات، بما في ذلك الهيئات الضريبية الدولية، المؤسسات المالية العالمية، والمنصات الرقمية. ورغم عدم ذكر هذا الهدف صراحة في الإستراتيجيات، إلا أنه يستنتج من الأهداف الإستراتيجية الأخرى، حيث سيؤدي التعاون الدولي وتحديث الأنظمة التقنية إلى تحقيق هذه الرؤية الشاملة للمكلفين بالضريبة من خلال وسائل مثل الفوترة الإلكترونية وإعداد التقارير لكل بلد (CbC) والتبادل التلقائي للمعلومات.

5. النتائج ومناقشتها:

- من خلال الدراسة التحليلية التي تم إجرائها، تم التوصل إلى النتائج التالية:
- فعالية التحول الرقمي في تيسير الإمتثال الضريبي: يتطلب تيسير الإمتثال الضريبي إستخدام أدوات تكنولوجية متقدمة، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، لفهم سلوك المكلفين وتحديد الأنماط التي تشير إلى الإمتثال أو التهرب، وفي الدول التي تم دراستها، أظهرت التكنولوجيا الرقمية دورا كبيرا في تحسين الإمتثال على سبيل المثال: في المملكة المتحدة والولايات المتحدة، تم توظيف منصات إلكترونية لتبسيط الإجراءات الضريبية، مما أدى إلى تحسين الإمتثال لدى المكلفين بالضريبة.
- التحديات في بناء أنظمة تكنولوجية متكاملة: رغم أن تطوير أنظمة تكنولوجية متكاملة يعد هدفا أساسيا، إلا أن تنفيذ هذه الأنظمة قد يواجه تحديات مثل: مقاومة التغيير، نقص الخبرات التكنولوجية، وتكاليف التنفيذ العالية. ويمكن مقارنة تجربة أستراليا وجنوب إفريقيا، حيث إعتمدت الأولى على الشراكة مع شركات تكنولوجية رائدة، بينما إعتمدت الثانية على بناء القدرات الداخلية، مما يسلط الضوء على نهجين مختلفين لتحقيق نفس الهدف.
- إمكانية إستغلال البيانات لتحسين الخدمات الضريبية: إستغلال البيانات وتحليلها لتحسين الخدمات المقدمة للمكلفين يمثل تحديا كبيرا، خاصة في الدول التي تواجه مشكلات في البنية التحتية الرقمية، ويمكن تحليل تجربة الصين والولايات

إستراتيجيات الإدارة الضريبية المعتمدة في فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية

دراسة تحليلية لمجموعة من الدول المتقدمة

المتحدة في استخدام البيانات لتعزيز العمليات الضريبية، حيث تظهر التجربة الصينية أهمية البيانات الضخمة في تحسين إتخاذ القرار، بينما تعتمد الولايات المتحدة على التحليلات التنبؤية لتعزيز فعالية الإمتثال.

- التعاون الدولي والتحديات المتعلقة بتبادل المعلومات: التعاون الدولي يعتبر مفتاحا لتحسين الإدارة الضريبية في سياق العولمة، ولكنه يواجه تحديات مثل إختلاف القوانين بين الدول وصعوبة توحيد المعايير، وتجربة الولايات المتحدة والصين في هذا المجال تظهر أهمية وجود إطار قانوني واضح وتعاون دولي قوي لتحقيق أهداف الإدارة الضريبية.
- التحديات المتعلقة بتحقيق منظور شامل للمكلفين بالضريبة: تحقيق منظور شامل للمكلفين بالضريبة يتطلب جمع وتكامل كميات كبيرة من البيانات، مما قد يثير قضايا متعلقة بالخصوصية والأمان، ويمكن تحليل تجارب الدول في تبني أنظمة الفوترة الإلكترونية وتبادل المعلومات، وكيف أثرت هذه الأنظمة على العلاقة بين الإدارة الضريبية والمكلفين بالضريبة، مع الإشارة إلى أمثلة من الصين والولايات المتحدة حيث أثبتت هذه الأنظمة فعاليتها في تحسين الإمتثال مع الحفاظ على معايير الخصوصية.

6. خاتمة:

يشكل الإقتصاد الرقمي تحديا كبيرا للجهات المعنية، خاصة الإدارات الضريبية التي تواجه صعوبة كبيرة في مراقبة الأنشطة الإقتصادية الرقمية نظرا لإنفتاحها على الأسواق العالمية وتجاوزها للحدود الزمانية والمكانية، كما أن العدد الهائل من المعاملات التجارية التي تجرى في غضون ثوان يضع ضغطا إضافيا على الإدارات الضريبية، مما يستوجب تطوير إستراتيجيات فعالة لفرض الضرائب على هذه المعاملات وضمان تحصيل الموارد المالية للدولة بشكل فعال. من خلال إستعراض الإستراتيجيات الضريبية لعدة دول، تبين أن هناك تركيزا على معالجة بعض النقاط الحساسة مثل: تعزيز الإمتثال الضريبي، تحسين إدارة الضرائب، تحسين الخدمات المقدمة للمكلفين، وتعزيز التعاون الدولي بين الإدارات الضريبية نظرا لطبيعة التجارة الرقمية العابرة للحدود. إن تعزيز هذه النقاط سيساهم بشكل كبير في تحسين التحصيل الضريبي المرتبط بالتجارة الإلكترونية والحد من الممارسات السلبية مثل: التهرب الضريبي والغش، التي تزداد في إقتصاد رقمي لا يعترف بالحدود الزمانية والمكانية.

1.6. نتائج إختبار الفرضيات

- الفرضية الأولى: لقد إتضح من خلال الدراسة التحليلية للإستراتيجيات الضريبية المعتمدة من طرف مجموعة من الدول المتقدمة بأن الرقمنة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل الأنشطة الإقتصادية، والتي تعد محور النمو والتنمية في كل الدول، ومع التحول إلى الإقتصاد الرقمي تصبح الأنشطة عابرة للقارات، مما يجعل الرقمنة إستراتيجية دولية تهدف إلى تبسيط الحياة وجعل الإقتصاد أكثر مرونة وعالمية، مما يعني قبول الفرضية الأولى التي تنص على: الرقمنة تعد إستراتيجية عالمية تهدف إلى تبسيط الحياة في عصر السرعة من جهة، ومن جهة أخرى تعزيز مرونة الإقتصاد ليصبح عابرا للقارات في مختلف أنشطته.
- الفرضية الثانية: تبين من خلال الدراسة التحليلية للإستراتيجيات الضريبية المعتمدة من طرف مجموعة من الدول المتقدمة بأن التجارة الإلكترونية هي تجارة عابرة للحدود تتيح للمستهلكين الوصول إلى الأسواق العالمية من خلال الإنترنت، مما يسمح بإجراء معاملات تجارية بسرعة كبيرة وبدون الحاجة للتنقل، مما يعني قبول الفرضية الثانية التي

تنص على: التجارة الإلكترونية تمثل تجارة بلا حدود، تتيح إتمام العديد من المعاملات الرقمية بسرعة فائقة وفي غضون ثوان.

- الفرضية الثالثة: إستراتيجيات الدول التي تم دراستها في السنوات الخمس المقبلة تهدف إلى فرض الضرائب بفعالية على التجارة في الإقتصاد الرقمي، والحفاظ على الإيرادات الضريبية من خلال تحسين التحصيل الضريبي والتركيز على الإمتثال الضريبي، تحسين الإدارة، وتعزيز التعاون الدولي، مما يعني قبول الفرضية التي تنص على: الإستراتيجيات الضريبية التي تبنتها الدول المشمولة بالدراسة تعتبر أدوات حديثة تواكب التطور الرقمي، وتهدف إلى تحسين كفاءة التحصيل الضريبي وتسهيل فرض الضرائب على التجارة ضمن الإقتصاد الرقمي.

2.6. التوصيات

- إنطلاقاً من النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة إرتأينا أنه من الضروري تقديم مجموعة من التوصيات كما يلي:
- تحسين مستوى الوعي لدى المكلفين بالضريبة من خلال التركيز على زيادة وعي المكلفين بأهمية الضرائب في تعزيز التنمية الإقتصادية، خصوصاً في ظل الإقتصاد الرقمي الذي يزيد من مسؤولياتهم لأداء إلتزاماتهم.
 - إنشاء نظام ضريبي إلكتروني متكامل يساهم في التقليل من فرص التهرب الضريبي ويجعل مخالفة القوانين أكثر صعوبة وتكلفة؛
 - إبرام اتفاقيات ضريبية دولية تسهل متابعة المعاملات التجارية الدولية وتساعد في مكافحة التهرب الضريبي الدولي؛
 - تعزيز التعاون التكنولوجي بين الدول من خلال إنشاء منصات تكنولوجية مشتركة بين الدول لتسهيل تبادل المعلومات الضريبية بشكل آمن وفعال، مما يمكن الإدارات الضريبية من تعقب النشاطات التجارية العابرة للحدود بشكل أكثر دقة؛
 - الإستثمار في تطوير أنظمة ذكاء اصطناعي وتحليلات بيانات متقدمة قادرة على كشف أنماط التهرب الضريبي والتعامل معها بشكل إستباقي؛
 - ضرورة إطلاق حملات توعية تستهدف كافة فئات المجتمع، تركز على أهمية الامتثال الضريبي ودوره في تحقيق التنمية الإقتصادية، مع توضيح المخاطر والعواقب المرتبطة بالتهرب الضريبي؛
 - تشجيع الإبتكار في تطوير حلول ضريبية جديدة تتناسب مع التحديات المستجدة في الإقتصاد الرقمي، مثل: إبتكار أدوات جديدة لتحصيل الضرائب من العمليات التجارية عبر المنصات الرقمية العالمية؛
 - وحدات متخصصة تعمل على دراسة وتقييم الأنشطة الإقتصادية الرقمية، مع تطوير سياسات ضريبية مرنة تتكيف مع التحولات السريعة في هذا المجال؛
 - العمل على تعزيز شفافية العمليات الضريبية من خلال توفير معلومات واضحة وشفافة حول كيفية حساب وتحصيل الضرائب من الأنشطة التجارية الرقمية، مما يزيد من ثقة المكلفين بالضريبة؛
 - ضرورة إجراء دراسات وأبحاث دورية لتقييم فعالية السياسات الضريبية المعتمدة وضمان مواكبتها للتغيرات في الإقتصاد الرقمي، مع إمكانية تعديل السياسات بما يتناسب مع التطورات الجديدة؛

إستراتيجيات الإدارة الضريبية المعتمدة في فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية

دراسة تحليلية لمجموعة من الدول المتقدمة

- فرض رقابة صارمة على عمليات الدفع الإلكتروني لضمان عدم إستخدامها كوسيلة للتهرب الضريبي، وذلك من خلال التعاون مع المؤسسات المالية لمراقبة المعاملات المالية الرقمية؛
- تطوير وتعزيز آليات تعاون مع القطاع الخاص بما في ذلك شركات التكنولوجيا والمنصات الرقمية، لضمان إلزامها بالقوانين الضريبية المحلية وتسهيل عمليات المراقبة والتحصيل.

7. قائمة المراجع:

1. Dima, W., & Mustafa, J. (2019). The Role of Universities' Electronic Management in Achieving Organizational Excellence: Example of Al Hussein Bin Talal University. World Journal of Education, 09(03).
2. Hannah, S. (2020). What is Digitalization? Opportunities and Challenges in East-Africa. Rwanda.
3. Helena, S., & al. (2020). An evaluation of the digital response of tax authorities to optimise tax administration within the digitalised economy. eJournal of Tax Research, 18.
4. Janine, M., & al. (2018). Digitalisation, energy, and data demand The impact of Internet traffic on overall and peak electricity consumption. Energy Research & Social Science(38).
5. João, R. (2020). Digitalization: A Literature Review and Research Agenda. Proceedings on 25th International Joint Conference on Industrial Engineering and Operations Management IJCIEM.
6. Josep, M.-B., & al. (2020). An empirical examination of the influence of e-commerce on tax avoidance in Europe. Journal of International Accounting, Auditing and Taxation(41).
7. Marina, B., & Marianne, W. (2020). Tax knowledge for the digital economy. Journal of Economic and Financial Sciences.
8. Meiryani, & al. (2021). Taxation Aspects on Electronic Transactions by Overseas Startup Companies in Indonesia. ICIEB. Barcelona, Spain.
9. Naser, A. (2014). The Impact of Organizational Culture on the Adoption of E-Management "Evidence from Public Authority for Applied Education and Training (PAAET) in Kuwait. International Journal of Business and Management, 09(09).
10. Strategy, f. . (2012). Maximizing the impact of digitization. The Global Information Technology Report: Living in a Hyper connected World.
11. بوراس بودالية. (2021). واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر. مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، 01(01).
12. فطوم لحول، و نهار خالد بن الوليد. (2022). تحديات التجارة الإلكترونية وأثرها على النشاط التسويقي خلال جائحة فيروس كورونا – بوابة التجارة الإلكترونية بدولة قطر كنموذج للنجاح والتحدي خلال جائحة فيروس كورونا (2019-2021). مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 06(02).
13. محمد عبيد كافي أبكر، و آخرون. (2019). أثر التجارة الإلكترونية على تطوير نظام المعلومات المحاسبية- دراسة ميدانية على عينة مختارة من الشركات التجارية بولاية الخرطوم. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية- مركز الجامعي سي الحواس-بريكة، 04.
14. نبيلة جعيجع. (2018). التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطورها. مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، 02(02).