اثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب

م. م. سهاد كشكول عبد
كلية الادارة والاقتصاد
جامعة بغداد/ قسم المحاسبة

المستخلص

ان امكانية فرض ضريبة على التجارة الالكترونية يزداد الاهتمام به من قبل الحكومات في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، وان هناك اهتمام منطقي من قبل الحكومات وهيئات فرض الضريبة على وجه الخصوص في البلدان النامية بالتآكل الضريبي المحتمل في القاعدة الضريبية الناتج من انتهاج التجارة الالكترونية اذا لم تحور الاحكام والتشريعات الضريبية المحلية والدولية لتأخذ بنظر الاعتبار هذه التطورات الاقتصادية المهمة وكيفية مواكبتها، ان تركيبة نظام فرض الضرائب هو الوسيلة الوحيدة لزيادة العوائد اللازمة لتمويل الانفاق الحكومي على السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع.

ومن اهم الاستنتاجات التي توصل اليها البحث افتقار البنية المالية والنقدية المناسبة لتسهيل عمليات الدفع والتسويات الناجمة عن التعاملات في التجارة الالكترونية، حيث يجب تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية حيث يمكن تسيير التسويات للحسابات والمدفوعات الناجمة عن التجارة الالكترونية. قلة الكادر الوظيفي الضريبي القادر على التعامل مع التجارة الالكترونية والتطبيقات التقنية الحديثة في ظل غياب حملة الشهادات التقنية العاملة في هذا المجال من جهة، وعدم تطوير قابليات العاملين في الضريبة من جهة ثانية عبر اشراكهم بدورات تدريبية في هذا المجال. واوصى البحث الى تطوير التشريعات الضريبية بما يتلائم مع التطورات التقنية الحاصلة في عالم التجارة الالكترونية والانترنت. والعمل على تاهيل البنى التحتية للدوائر الضريبية واتمتها وربطها بشبكة الانترنت منعا" للازدواج الضريبي المحلي والعالمي.

Impact of Electronic commerce In Imposition of taxes

Abstracts:

That the possibility of imposing a tax on electronic commerce is increasing interest in it by governments in developed and developing countries alike, and there is interest in a logical by governments and bodies of taxation, in particular in developing countries erosion potential tax in the tax base resulting from the adoption of e-commerce if not mutation rules and tax legislation, local and international to take into account this important economic developments and how to keep up, said the combination of the taxation system is the only way to increase revenue needed to finance government spending on goods and services needed by society.

The most important conclusions reached by the research's lack of financial structure and cash appropriate to facilitate the payments and adjustments resulting from the transactions in electronic commerce, where you must develop the financial services and strengthen the credit system and uphold standards of financial transfers where the conduct of settlement of accounts and payments arising from electronic commerce. Lack Career tax capable of dealing with electronic commerce and applications of modern technology in the absence of technical graduates working in this area of the hand, and not to develop capabilities of staff in the tax on the other hand through their involvement in training courses in this area. And recommended research to the development of tax legislation in line with technical developments taking place in the world of electronic commerce and the Internet. And work on rehabilitation of infrastructure and services tax withhold and connected to the Internet to prevent "double taxation for domestic and global.

مجلة العلوم
الاقتصادية والإدارية
المجلد 18
العدد 68
الصفحات 461- 479

اولا/ منهجية البحث

1- المقدمة

وقتنا الحاضر، هو عصر تقنية المعلومات والاتصالات والتي تعتبر من اهم دعائم واسس تقدم الدول وتطورها. ولقد اثبتت الدراسات والتجارب على ان هذه التقنية تستطيع ان توفر للانسان خدمات كثيرة لم يكن يعهدها من قبل، ولهذا فان معظم الدول دأبت على توظيف هذه التقنية ووضع الخطط الاستراتيجية لتطويرها واستثمارها في جميع المجالات وذلك من خلال ارساء مفهوم التجارة الالكترونية.

ان التحول من بيئة التجارة المحدودة ماديا" الى البيئة الالكترونية المستندة على المعرفة، ووضع التجارة الالكترونية والعولمة بجوانبها الاقتصادية تتحديان الانظمة الضريبية التقليدية، فتأريخيا السلع كانت مادية، الانتاج، التوزيع، والاستهلاك للسلع كان يتم بصورة سهلة يمكن تتبعها ومن ثم اخضاعها للضريبة بسهولة ايضا"، بينما التجارة الالكترونية العالمية جعلت الحركة الحدودية للسلع، راس المال والعمل اقل شفافية في امكانية تتبعها ومن ثم سمحت للشركات والافراد ان يستغلوا اختلاف الانظمة الضريبية بين الدول، لتجنب التهرب الضريبي في نظام للضرائب في اي مكان من العالم.

2- اهمية البحث

تمكن الهيئة العامة للضرائب من اتمام عمليات التسويق وتبادل المعلومات والتحويلات المالية بالطريقة التي تؤدي الى تقليل الروتين وتبسيط الاجراءات وتحقيق تسويقا" اكثر فعالية وارباحا" كثيرة وانخفاضا" في التكاليف والتفاعل والتواصل مع الزبائن والمنظمات الاخرى.

3- هدف البحث

يهدف البحث الى دراسة التجارة الالكترونية واثرها في فرض الضرائب واختبار امكانية تطبيقها في الهيئة العامة للضرائب ووفقا" للمفاهيم المتطورة بهذا المجال. والنهوض بواقع الهيئة العامة للضرائب وتطويرها لمواكبة التطورات الحديثة.

4- مشكلة البحث

تفتقر الهيئة العامة للضرائب الى شبكة المعلومات حديثة ومتطورة ومتاحة بيد المتعاملين وتعتمد بشكل كبير على الاسلوب التقليدي الى الوقت الحاضر، بما ينعكس على مستوى الاداء للخدمات المتقدمة.

5- فرضية البحث

يفترض ان التجارة الالكترونية تعمل على توفير الموارد المالية والبشرية والتقنية او ربما تعمل على تطوير التشريعات والضوابط بما يتناسب مع تطور تقنية المعلومات والاتصالات لتطال الضريبة مفردات التجارة الالكترونية.

ثانيا/ الاطار النظري للبحث

1- الضريبة- المفهوم- والاركان- والاهداف

1- مفهوم الضريبة

واجه رجال المالية الكثير من الصعوبات في سبيل تحديد تعريف الضريبة، وذلك نتيجة اختلاف مفهومها من وقت لاخر، فقد كان مفهوم الضريبة وحتى اوائل القرن العشرين يعكس طبيعة وابعاد دور الدولة في الحياة الاقتصادية، فقد كان مفهوم الضريبة محايدة ودورها تمويلي في ظل الدولة التقليدية والمسماة بالدولة الحارسة ذلك لان مهمتها تقتصر على توفير الامن الداخلي والخارجي، وتحقيق العدالة دون تدخلها في النشاط الاقتصادي (جاسم، 1990 : 2) وقد ورد تعريف الضريبة بمفاهيم متعددة، فقد عرفت من العلي بانها ((فريضة مالية نقدية تحصل عليها الدولة جبرا" من الافراد بدون مقابل، بهدف تمويل نفقاتها العامة، وتحقيق الاهداف التابعة من مضمون فلسفتها السياسية) (العلي، 1989 : 39). اما سنلميلر (SNLMELER) عرفها (فريضة الزامية تفرض من قبل السلطة العامة باسلوب امري وقسري اي من دون الرجوع الى موافقة الافراد بذلك، وان اصدار ضريبة او تعديلها يكون بقانون يفسر حقيقة تداخل الفن السياسي والفن المالي من فرض الضريبة (SNLMELER ،1974: 20).

وبناء" على ما تقدم يمكن تعريف الضريبة بانها ((فريضة نقدية تجبى عن طريق الدولة بما لها من سلطة على الافراد بلا مقابل لغرض تمويل نفقاتها العامة، وتحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتي تعبر عن فلسفتها نظام الحكم لتلك الدولة.

ومن مفاهيم الضريبة يمكن تحديد اركان الضريبة وكالاتي :-

2- اركان الضريبة

أ - الضريبة مبلغ من النقود :-

وبالنظر لكون الضريبة العينية تتطلب تكاليف عالية لجبايتها ولصعوبة تطبيق مبدا العدالة في تحديد الجودة بين منتوج واخر وصعوبة تقدير تكاليف الانتاج التي تختلف من مكلف الى اخر ظهرت الضريبة النقدية للتغلب على تلك الصعوبات المشار اليها حيث تفرض الضريبة على شكل مبلغ من النقود ولا تدفع عينيا الا في حالات محددة كاستيفاء الضريبة على مجموع التركة. (آل علي، 2002: 170)

ب - الضريبة تدفع جبرا :-

اي ان المكلف ليس حرافي دفعها بل ان السلطات العامة هي التي تحدد مقدار الضريبة وكيفيتها وموعد دفعها لذلك فالضريبة تؤخذ بقرار من جانب واحد وهذا ما يميزها عن غيرها من الايرادات المالية الاخرى كالرسوم والقروض الاختيارية التي تستخدم الدولة اساليب الاغراء العديدة لاكتتاب الافراد مع تعهدها برد الاصل وسداد قيمة القــرض (الخطيب، طافش، 2008 : 18).

ج - الضريبة فريضة دون مقابل :-

ويقصد بها ان الممول لا ينتظر من ادائها مقابلا" مباشرا" او منفعة خاصة، ويدفعها بصفته عضوا" في الجماعة السياسية التي ينتمي اليها (المجتمع). والتي تربطه بها روابط عديدة، لذا يجب عليه تحمل نفقاتها العامة، والتي تكون لازمة لاستمراره وانتظام الحياة الجماعية بها (عواض، 1983 : 398-399).

د- الضريبة نهائية (لايمكن استرجاعها) :-

فتدفع هذه الضريبة في الحدود التي قررها القانون. فهي لا يمكن استردادها اذا تمت جبايتها وفقا" لمتطلبات القانون (الكعبي، 1998 : 3).

هـ - الضريبة تستخدم لتمويل النفقات العامة :-

لم يكن للضريبة اي هدف سوى مجرد توفير الايرادات اللازمة الى الخزينة العامة للدولة لتغطية النفقات العامة فالنظرية التقليدية كانت تنادي الى توفير عاملين مهمين هما :-

1- وفرة الحصيلة
2- حيادها

فالعامل الاول يعني ان تكون حصيلة الضريبة اي الايرادات متوفرة بحيث تغطي الانفاق العام دون زيادة لغــرض تقــديم الخــدمات الضــرورية للمجتمــع مثــل التعلــيم والصــحة والطــرق والامــن والاســتقرار (ابو حشيش، 2004 : 16). اما العامل الثاني يعني ان لا يكون لفرض الضريبة اي اثر سلبي على النشاط الاقتصادي لذلك فقد اصبحت الضريبة تستخدم لتحقيق اهداف مختلفة التي تتمثل في الاهداف الاقتصادية والاجتماعية فضلا" عن تحقيق المنفعة العامة (العزاوي، 2002 : 3).

والضريبة فريضة ذات اهداف متعددة ومن هذه الاهداف :-

3- اهداف الضريبة

أ- الاهداف المالية والاقتصادية

1- الهدف المالي

يهدف الهدف المالي للضريبة بتمويل الخزانة العامة للدولة وذلك لغرض تقديمها للانفاق العام (الخدمات العامة) وذلك يحدد الجزء الذي يمكن تمويله عن طريق الضرائب، والهدف الاساسي لجباية الضرائب، هو هدف واقعي سليم (انظر الكعبي، 2008 : 3).

2- الاهداف الاقتصادية

واهم اهدافها الاقتصادية أداة لدعم الصناعة الوطنية بأتباع سياسة الحماية الكمركية بفرض الضرائب العالية على السلع الاجنبية المستوردة من الخارج التي يوجد ما يماثلها من السلع الوطنية حتى تتمكن السلع الوطنية من منافسة مثيلاتها من السلع الاجنبية (محاضرات محاسبة ضريبية، الدوغجي، 2005، 4) كما تستخدم في تشجيع بعض النشاطات الاقتصادية عن طريق اعفائها او تخفيضها على النشاط او اعفاء المواد الاولية اللازمة لنشاط ما او الغاء التصدير على المنتجات التي تنتج هذا النشاط (احمد، 2009: 240).

ب ـ الاهداف الاجتماعية

ويمكن تلخيص ابرزها بما يأتي (عفانة، 2004 : 8)

ـ اعادة توزيع الثروة بين المواطنين :

فالمبدا العام في فرض الضرائب هو ان الجزء الاكبر منها يقع على عاتق اصحاب الدخول العالية.... ويصرف في تغطية نفقات الدولة على خدمات التعليم والصحة... وغيرها، ومن المعروف ان اصحاب الدخول المتدنية هم الاكثر استفادة من الخدمات التي تقدمها الدولة وذلك لان اصحاب الدخول العالية يلجأون في العادة الى التعليم الخاص والمستشفيات الخاصة وغيرها من الخدمات مدفوعة الاجر... واذا ما جرى استغلال هذا الهدف بشكل فعال وصحيح فانه سيعمل على تقليل الفجوة بين اصحاب الدخول العالية واصحاب الدخول المنخفضة، ويعمل على الحد من الطبقية في المجتمع، وهذا بدوره يؤدي الى الحد من الكراهية بين طبقات المجتمع ويؤدي الى التآلف والمحبة.

فضلا عن الحد من بعض العادات السيئة او غير المرغوب بها في المجتمع :-

ومثال ذلك فرض ضرائب عالية على نوع من العادات السيئة مثل التدخين : والمسكرات وبعض السلع الترفيهية، وبالتالي محاولة التقليل من آثارها السلبية قدر الامكان.

وكذلك تنظيم النسل في المجتمع : في المجتمعات التي تعاني من الكثافة السكانية العالية يجري فرض ضرائب عن كل طفل بعد عدد معين من الاطفال للمكلف الواحد، ويكون منح اعفاء ضريبي عن كل طفل في الاسرة في الدول التي تعمل على تشجيع النسل.

ثالثا - التجارة الالكترونية... المفهوم والخصائص والمتطلبات

1- مفهوم التجارة الالكترونية :-

لقد شاع مفهوم التجارة الالكترونية (E-COMMERCE) التي يتيح العديد من المزايا، فبالنسبة لرجال الاعمال، اصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، واصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم وعرضها في الاسواق، اما بالنسبة للزبائن عليهم التنقل كثيرا" للحصول على ما يريدونه او الوقوف في طابور طويل، او حتى استخدام النقود التقليدية، اذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للانترنت، واشتراك بالانترنت والتجارة الالكترونية عرفها اخرون ان مفهوم التجارة الالكترونية هو اكبر بكثير من مجرد تبادل الانترنت. انها اسلوب تجاري متقدم يعتمد في نجاحه على قدرة الشركة على تسويق منتجاتها سواء كانت سلعا" او خدمات او افكارا" من خلال آليات اقناعية وخطط تسويقية محكمة تهدف بالدرجة الاولى تحقيق رضا العميل من خلال اشباع حاجاته الحقيقية. ولهذا تحتاج المؤسسة التي تتعامل بالتجارة الالكترونية الى قاعدة بيانات تساعدها في قياس جودة ما تقدمه من سلع وخدمات، وتحديد العوامل التي يوليها العملاء اهمية عالية لمعرفة آليات التطوير عند الحاجة (عليان، السامرائي، 2010 : 316) وانها دلالة القدرات المستفادة من الانترنت والوسائل الالكترونية في تأدية العملية التجارية. ولهذا فأنها بهذا المعنى تشير الى التجارة التي يتم تعجيلها واغناءها بتكنولوجيا المعلومات وبشكل خاص الانترنت. وفي هذا التعريف فأنها تتضمن : اداء الصفقات مع الزبائن على الانترنت كما في التسوق الالكتروني والصيرفة المنزلية، تأدية الصفقات مع المنظمات الاخرى من خلال استخدام تبادل البيانات الالكتروني، جمع المعلومات المرتبطة ببحوث السوق عن الزبائن والمنافسين، واخيرا" توزيع المعلومات الى زبائن معينين من خلال الاعلان، المبيعات، وجهود التسويق التشاركية (نجم، 2004 : 40).

ومن خلال ما ذكر من مفاهيم وتعاريف يرى الباحث ان التجارة الالكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة اجمالية او بصفة جزئية، كالتزود بمعلومات (عن طريق شبكات تجارية اخرى) تخص خدمة او سلعة معينة لاقتناءها لاحقا"، وسواء تم التسديد الكترونيا"، بصك ورقي، نقدا" عند التسليم او بطريقة اخرى.

2- خصائص التجارة الالكترونية

تتميز التجارة الالكترونية بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي :-

1- الطبيعة الشاسعة للشبكات العالمية الرقمية مثل الانترنت.
2- سرعة وسهولة تنفيذ ومعالجة العمليات التجارية.
3- السهولة التي يمكن بها تغيير المستندات الرقمية وتصديرها او الغاءها دون آثار جانبية
4- قرصنة المنتجات الالكترونية (برامج الكمبيوتر على سبيل المثال لعبور الحدود الطبيعية دون معرفة الدولة.
5- وحتى وقت قريب كانت معظم تطبيقات التجارة الالكترونية القديمة مثل تبادل البيانات الالكتروني تتم من خلال شبكات خاصة مقصورة على افراد قلائل، وذلك لارتفاع تكاليفها وتطلب تركيبها في الغالب معدات متوافقة على نحو تام ولذلك فقد كان المستخدمون الرئيسيون لهذه الانظمة هم كبرى الشركات وموردوها فقط.(السالمي، 2005 : 23).

3- متطلبات التجارة الالكترونية

لكي تصبح التجارة عبر شبكة الانترنت متاحة في اي مجتمع فأنه لابد من توفر البيئة المناسبة لها وكذلك المتطلبات اللازمة لتحقيقها ومن ابرز هذه المتطلبات الاتي : -

1- البنية التحتية للتجارة الالكترونية وتضم اربعة عناصر متكاملة هي :-
أ- الشبكات (NET WORK) وتضم شبكتي الانترنت والاكسترانت.
ب- البرامجيات (SOFT WARE) وتشمل برامجيات التشغيل وبرامجيات التصفح بالانترنت وحزم برمجيات التجارة الالكترونية تسمح باتمام عمليتي البيع والشراء عبر الانترنت.
ت- الاجهزة اللازمة (HARD WARE) وتضم اجهزة الحاسوب COMPUTER، الموجه للمعلومات ROUTERS وقنوات الاتصالCOMMUNICATION CHANNELS.
ث- الموارد البشرية التي تمتلك الخبرة والكفاءة المناسبة في الجانبين الاداري والتقني (محمد، 2009 : 35).
ج- توافر الاجراءات والقواعد الخاصة بالامان في مجال التعامل الالكتروني من خلال تطبيق نظام امني وسري وفعال لغرض الحفاظ على امن وسرية المعلومات في الشبكات الالكترونية.
ح- ضرورة العمل على اعتماد التوقيع الالكتروني في التعاملات التجارية والمصرفية في طرق الدفع الالكتروني.
خ- العمل على تحقيق الارتباط بين الموقع الالكتروني والنظم الفرعية التي تساعد في انجاز عملية البيع والشراء (نظم الدفع الالكتروني، نظم الشحن، نظم التخزين،...الخ) (ابراهيم، 2010: 32). واهم تحديات التجارة الالكترونية...

ان تحديد تحديات التجارة الالكترونية، يستلزم تصور العملية من بدايتها وحتى نهايتها بشكل عام، ومن ثم توجيه مؤشر البحث نحو استخلاص عناوين التحديات ومن ثم بيان محتوى التحدي وما تقرر من حلول مقارنة لمواجهته (الصيرفي، 2007 : 203).

1- تؤدي التجارة الالكترونية لعدم العدالة في تداول بعض السلع كالمجلات، والكتب، والتسجيلات الصوتية والتلفزيونية، التي يمكن ان يتم تسليمها بصورة مادية من خلال منافذ كمركية، ونقاط حاكمة تخضع للضرائب والرسوم، او من خلال آليات الكترونية (تسليم الكتروني) لا تخضع لنقاط حاكمة او قدرة على المتابعة (رضوان واخرون، 2000 : 10).
2- التجارة الالكترونية تلغي فكرة الموقع او المكان بالنسبة للنشاط التجاري وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط.
3- تثير مشكلة كيفية التعامل وتفعيل النظام القانوني المختص بالعلاقات والالتزامات الضريبية.
4- فرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع والاهم من ذلك تعاونا" وتنسيقا" اقليميا" ودوليا". (mukul g. G. Asher and others, 2001 : p 122).

5- غالبيــة الدول العربية تعاني من مشكلات البنى التحتية في حقلي الاتصالات والحوسبة، عوضا" عن النقص او عدم الاستثمار الكافي للكفاءات والكوادر المؤهلة للتعاطـي مع تحديات البناء التقني الفاعل، مع غياب استراتيجيات اعادة بناء مسافات التعليم في حقل التكنولوجيا والمعلومات والتأهيل والتدريب التطبيقي ووسائلها جميعا"، ويتصل بهذا البعد عدم تخطي غالبيـة الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبدل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت، وهو عامل حاسم في زيادة عدد المشتـركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الالكترونية العربية (www.pal- stu.com). ولا سيما ان العراق واحد من الاقطار العربية الذي ربما يشهد تحولا في مجال التجارة الالكترونية.

6- تعتبر اللغة العربية ابرو التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية العربية حيث ان نسبة استخدام اللغة العربية على شبكة الانترنت لا تتعدى 0,5% من مساحة الاستخدام الكلية لهذه الشبكة.

7- فقدان الثقة وانخفاض الوعي بأدوات التجارة الالكترونية لا سيما وسائل السداد من خلال بطاقات الائتمان. (مجلة جامعة تشرين، 2005 : 3).

4- التسديد في التجارة الالكترونية

نظام الدفع او التسديد الالكتروني : هو نظام تم تطويره لغرض معالجة طرق دفع الفواتير الخاصة بالمنتجات والبضائع والخدمات، وتسديد حساباتها. الكترونيا" على الانترنت ويشتمل هذا النظام على وسائل عدة وهي :- (تعلب، 2011 : 263- 264)

1- المحفظة الرقمية

عبارة عن برمجية وخاصة تعمل على تخزين بطاقات الائتمان، والنقد الالكتروني، وبطاقة تعريف المالك، وبيانات العنوان. وتقوم المحفظة الالكترونية بتجهيز هذه البيانات والمعلومات بشكل تلقائي / آلي من خلال معاملات الشراء التجارية الالكترونية.

2- نظم بطاقة الائتمان الرقمية

وهي نظم تؤمن خدمات آمنة للدفع ببطاقة الائتمان، على الانترنت، وتعمل على حماية المعلومات المنقولة بين المستخدمين ومواقع الشراء، وبنوك التعامل.

3- نظم دفع الموازنات المتراكمة

يقوم هذا النوع من النظم بتجميع قيمة المشتريات الصغيرة كموازنة مدينة ينبغي دفعها بصورة منتظمة، بواسطة بطاقة الائتمان او قوائم الهاتف.

4- نظم دفع القيمة المخزنة

نظام يمكن الزبائن من تنفيذ واجراء المدفوعات الفورية على الخط المباشر، من خلال القيمة المخزونة في الحساب الرقمي.

5- البطاقة الذكية

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، تخزن معلومات رقمية، ومن الممكن استخدامها المدفوعات الالكترونية.

6- النقد الرقمي

عبارة عن شكل الكتروني للعملة، تتحرك وتستخدم خارج الشبكة الاعتيادية للنقود، وتستخدم لدفع قيمة المشتريات الصغيرة والكبيرة وعلى هذا الاساس فانه بامكان المستخدم ان يتبادل هذا النوع من النقد الالكتروني مع مستخدم نقد الكتروني اخر، او مع بائعي التجزئة على الانترنت.

7- نظم الدفع نظير الى نظير اخر

هو نظام دفع الكتروني للاشخاص الذين يرغبون في ارسال مبالغ الى الباعة او الى الافراد، الذين هم لا يتعاملون، او يقبلون، بالمدفوعات من خلال بطاقات الائتمان.

8- نظام الشيكات الرقمية

هو عبارة عن شيك الكتروني، يتوفر عليه توقيع رقمي مؤمن / محمي.

9- نظم الدفع الصغيرة

هي طريقة للدفع تم تطويرها للمشتريات التي تكون قيمتها قليلة (اقل من عشرة دولارات) حيث انها تكون صغيرة جدا بالنسبة للدفع ببطاقات الائتمان. فاذا ما اراد فرد الدفع لخدمة على الانترنت تقدر بدولار ونصف مثلا"، لغرض الحصول على معلومة، او بضعة دولارات لطباعة مخرجات لمقالة، فان نظام الدفع الصغير يكون مناسبا. ومع ذلك بامكان المستخدم الاستعانة بنظم دفع الموازنات المتراكمة، ونظم دفع القيمة المخزنة تكون مناسبة لهذا التعامل.

5- احكام التجارة الالكترونية

مما هو جدير بالذكر ان التجارة الالكترونية تتميز بثلاثة امور تستدعي تطبيق قانونية خاصة بها :- (www.azeddine.com)

1- ابرام الصفقات بين مورد السلعة او الخدمة وطالبها وهما على مسافة كل واحد من الاخر.
2- لا تتقيد بالحدود، الامر الذي يطرح عددا من المسائل القانونية اهمها القانون الواجب تطبيقه في حالة النزاع، وحماية العلامات المسجلة، واللغة التي يتعين ابرام الصفقة
3- تقوم على تعاقد بدون مستندات او مرتكزات مادية، الامر الذي يثير مسالة التزامات الاطراف المتعاقدة في القوانين التي لا زالت تركز على اولوية الكتابة والوثائق الخطية في الاثبات.

لذلك يختلف القانون المطبق على الالتزامات التعاقدية في التجارة الالكترونية في كل دولة حسبما يرفع النزاع وقد اظهرت نتائج مؤتمر ميكروسوفت 99 ان عدد المعاملات المتنازع عليها والضمانات المشكوك في صحتها اصبح كبيرا لدرجة مقلقة موزعا بين 25% من اصحاب بطاقات يشكون من عدم تعرفهم على المنتج المشتري، 25% اخرى ناتجة عن عمليات احتيال امام قضاء دولة المستهلك او امام قضاء دولة مورد السلعة او الخدمة. وقد نظمت اتفاقية بروكسل المبرمة في عام 1968 م والتي يسري مفعولها في 12 دولة من الدول الاعضاء في المجموعة الاوروبية وجعلت للمستهلك من حيث المبدا الخيار امام اللجوء الى محاكم الدولة التي يقيم فيها او الى المحاكم دولة المورد الذي تعاقد معه، بينما لا تستطيع الاخير سوى اللجوء الى محاكم الدولة التي يقيم فيها المستهلك.

6- واقع التجارة الالكترونية

امام واقع ومفرزات التقنية العالية، ونماء استخدام وسائل التقنية، وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطا" لتنفيذ الاعمال ومرتكزا" ومحدا للتطور، وفي ظل دخول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات ودخول الشركات الاجنبية الاسواق العربية كجهات منافسة حقيقية، ولما توفره التجارة الالكترونية من تسهيل عمليات التنافس اذا ما توفرت المكنة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها، فان تجاهلها، عوضا عن انه تعبير عن عدم القدرة على امتلاك ادواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات يعدو مغالاة في المحافظة على الانماط التقليدية التي يرى الباحثون انها لن تصمد طويلا، فالانماط التقليدية للتجارة وان كانت لا تزال هي القائمة، فان بنية تنفيذها تحولت شيئا فشيئا نحو استخدام الوسائل الالكترونية، فاذا كانت المصارف لا تزال في غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن، فانها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوما بعد يوم في كافة مناحي النشاط المصرفي، مما يجعل تجاهل التجارة الالكترونية في هذا المثال، وامتناعا عن التعامل مع الواقع الذي تعيشه فعلا هذه المؤسسات.

ان العالم الذي يتجه الى احلال التقنية في كل ميدان من ميادين النشاط الانساني، وبشكل رئيس، الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة، سيضع التجارة الالكترونية موضوعا على راس موضوعات اجندة التطور والتنمية، لهذا كله، يعدو تجاهل التجارة الالكترونية امرا غير مناسب مع رغبتنا في التعامل مع الافرازت الايجابية لعصر تقنية المعلومات وامتلاك وسائل مواجهة الاثار السلبية وافرازات عصر العولمة.

7- الشروط الموضوعية لتطبيق التجارة الالكترونية

تسعى جميع الدول في الوقت الراهن الى اغتنام الفرص التي توفرها الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنيت) وتامل هذه الدول الى تحقيق الاستفادة من التسهيلات التي توفرها الشبكة لتحقيق ارباح كبيرة حيث تشير الدراسات حول تأثير التجارة الالكترونية انها احدثت تغييرات هيكلية في كثير من نماذج عمل المؤسسات التجارية وهيكل السوق وفي تكاليف اتمام الصفقات عبر الشبكة فقد اوجدت التطورات ما يعرف بالمسوق الالكتروني الذي اخذ على عاتقه النشر والدعاية والترويج وفق كتلوجات الكترونية لالاف البضائع، وكذلك اوجدت التطورات الراهنة ما يعرف (بشركات التجارة الالكترونية) غير المادية او المحسوسة. وقد ادى الى :-

1- التخصص الامثل للموارد، اذ ان الانتاج يتم وفق الطلبات المرغوبة وهذا يعني ترشيد في عمليات الانتاج وفق مواصفات معينة محددة وكميات معروفة مسبقا.
2- ان التجارة تتم بوجود المستهلك او يرفق وجوده حيث ان شركات الترويج او التجارة الالكترونية تعرض السلع من الشبكة الدولية للمعلومات عل شكل كتالوجات الكترونية في اختيار وتحديد السلع.
3- ان عمليات الشراء تتطلب استعمال البطاقات الالكترونية لتسديد مبالغ السلع وهذا يتطلب تحريك وتداول الارصدة النقدية بين البنوك العالمية ويسهل عمليات انتقال رؤوس الاموال دوليا.
4- لا تحتاج السلع المسوقة الكترونيا الى عنابر لايواء البضاعة او اماكن مكيفة خشية تلف السلع المسوقة بل تحتاج فقط الى صياغة واحدة او اكثر لخزن الصور ومواصفات السلع المرغوب تسويقها.

8- هيكل التجارة الالكترونية

الكثير من الناس تظن بان التجارة الالكترونية هي مجرد الحصول على مواقع على الانترنت ولكنها اكبر من ذلك بكثير هنالك العديد من التطبيقات التجارة الالكترونية (مثل البنوك الانترنيتية) والتسوق في مجمعات التجارية الموجودة على الانترنت وشراء الاسهم والبحث عن عمل... الخ من اجل تنفيذ هذه التطبيقات يستلزم الحصول على معلومات داعمة وبنية تحتية.

ان تطبيقات التجارة الالكترونية المدعومة ببنى تحتية ولتأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على اربع محاور مهمة وهي.

1- الناس
2- السياسة العامة
3- المعاير والبرتوكولات التقنية
4- شركات اخرى

وفي ضوء المحاور اعلاه يمكن تقسيم تطبيقات التجارة الالكترونية الى ثلاثة اقسام وهي :-

1- شراء او بيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى السوق الالكتروني.
2- تسهيل او تسير وتدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الاجزاء المختلفة لشركة واحدة.
3- توفير خدمة الزبائن.

9- متطلبات تشجيع التجارة الالكترونية

1- تسمح التجارة الالكترونية بالتسوق عبر شبكة الانترنت عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بين المتعاملين وبذلك فهي تستغنى عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق اهدافها عن طريق القضاء على التاخير في اصدار القرارات الادارية.
2- توفر في النفقات الادارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من راس المال في اقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشترين، كما انها تسمح باتمام عملية التوزيع مباشرة الى المستهلك. ليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.
3- ترشيد القرارات التي تتخذها كل من البائعين والمشترين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة، مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الاسعار او الجودة او طريقة الدفع.
4- تعتبر ذات اهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث انها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.

رابعا : العلاقة بين التجارة الالكترونية والضريبة

لم تشهد البشرية خلال تاريخها الطويل تغيرات في نمط الانتاج والتبادل والاتصال مثلما تشهده اليوم، وكذلك في اسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة، التي تشهدها المجتمعات منذ دخلت في حياتها التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصال، وقد تغلغلت هذه التقنيات في بعض القطاعات مثل قطاع المعلومات والقطاع المالي والمصرفي، وقطاع التجارة الى الدرجة التي تحولت معها الاساليب والممارسات التي تستخدمها المؤسسات التي تعمل في هذه القطاعات تحولا" جذريا" (shroeder,Terrell,E.,1995,p18- 20).

وتتحمل الشركات التي تؤدي اعمالا" على الويب نفس الضرائب التي تتحملها اي شركة اخرى. لكن حتى اصغر اعمال الويب يمكن ان تتحمل ضرائب فوريا" في العديد من الولايات، والدول بسبب المدى العالمي للانترنت. وتقع تحت طائلة نفس مجموعة قوانين الضرائب الشركات لسنوات ويجب ان تلتزم الشركات التي تدخل في التجارة الالكترونية بقوانين الضرائب المتعددة هذه منذ اول يوم تتواجد فيه (شنايدر واخرون، 2008 : 415).

وفضلا" عن ذلك يشهد العالم في السنوات الاخيرة تغيرات كثيرة متلاحقة في تكنولوجيا المعلومات، ولعل التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات ادى الى ظهور التجارة الالكترونية التي ادت الى عقد الصفقات بين البائع والمشتري دون ان ينتقل احداهما الى الاخر، اي اصبحت الصفقات التجارية تتم الكترونيا" Stephen owain A. G.,T. 1998; p7- 10). ويمكن ان تصبح اعمال الخط المفتوح معرضة لعدد من انواع الضرائب، بما في ذلك ضرائب الدخل، وضرائب العمليات الجارية، وضرائب الملكيات. ويتم تحصيل ضرائب العمليات الجارية transaction taxes، والتي تشمل ضرائب المبيعات، وضرائب الاستخدام، الضرائب الكمركية، كلها على المنتجات، او الخدمات التي تبيعها الشركة او تستخدمها. (شنايدر، مصدر سابق : 416) وتشهد التجارة في العالم حاليا" تحولا" سريعا" من الشكل التقليدي الى الشكل الالكتروني الذي تلعب فيه شبكة الانترنت دورا" رئيسا"، وتعمل الحكومات في مختلف البلدان على دعم عملية الانتقال هذه، وتوفير كافة اسباب النجاح لها، لانها تعمل في توسيع الاسواق العالمية امام منتجاتها، كما ان شبكة الانترنت احدثت ثورة في عالم الاستثمار، واعادت تشكيل عالم المال، ونشر البيانات الالكترونية على الانترنت، فقد اثر ذلك على جميع انواع المعلومات المالية.
(Eric c.k.& B.W.Weber,1999 p 5- 8).

وتواجه هذه العلاقة عدد من المشاكل الضريبية...

1- مشكلة الحصر الضريبي :-

تبرز هذه المشكلة بسبب ان جزءا كبيرا من التجارة الالكترونية يعتبر غير منظور، لان مفهوم التجارة الالكترونية متعدد الابعاد، وتاخذ التجارة الالكترونية اشكالا ومستويات عديدة حيث تتم بين المؤسسات التجارية بعضها البعض او بين المؤسسات التجارية والمستهلكين، او بين المؤسسات التجارية والحكومية، وذلك قد يكون داخل الدولة او بين الدول، او قد تتم بين دولتين اجنبيتين من خلال وسيط محلي، وقد تتمثل في استشارات ادارية او قانونية او محاسبية او ضريبية او هندسية. (توفيق، حنا، 2002 : 48).

2- سيادة الدولة :-

استقر العرف التشريعي في اغلبية دول العالم على خضوع الكيانات الاجنبية والمقيمة خارج دولة ما لمعدلات الضريبة المفروضة على التعاملات داخل الدولة، وهذا مبدأ الاقليمية (التواجد المكاني)، ولذلك تحاول الشركات تجنب ذلك عن طريق التواجد التجاري على الانترنت (حماد، 2003 : 695)

3- العدالة الضريبية :-

مع تزايد اختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم، وفي اطار مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بدأ ظهور اختلال في تحقيق العدالة الضريبية مبنى على اساس تكنولوجي. فعلى سبيل المثال، قد يتمكن المديرون والعلماء من نقل اعمالهم الى المناطق ذات المعدلات الضريبية الاقل، بينما سيبقى العامل العادي غير قادر تحقيق ذلك. وفي المستقبل القريب، سيكون من الصعب فرض ضريبة على المنشآت او الافراد ذوي المكاسب المرتفعة بمعدلات كبيرة، لان لهذه المنشآت والافراد مرونة في التنقل، مما يمكنها من نقل نشاطها الى دول اقل في اعبائها الضريبية، وبالتالي فأن العامل الماهر سوف يتحمل عبئا" ضريبيا" اعلى. (العشماوي، 2007 : 596)

4- صعوبة اثبات التعاملات والعقود :-

تشمل معظم القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية احكاما" تشترط ان يتم اثبات التعاملات كتابة، او ان تقدم معلومات معينة كتابيا". ويجوز اشتراط توافر الكتابة لاسباب مختلفة. فاذا اشترط توافر الكتابة كشرط لصحة العقد، تكون الصفقة باطلة ولاغية اذا لم يتم الوفاء بهذا الشرط، واذا اشترط القانون الكتابة لاغراض الاثبات فان عدم تقديم الكتابة لا يضر بصحة العقد، وانما يؤثر في حالة التنازع. غير ان التشريعات الوطنية والدولية كثيرا" ما تشير الى (الكتابة) او (الوثيقة) دون توفير تعريف محدد لهذين المصطلحين وفي هذه الحالة يفترض ان واضعي التشريعات تصوروا ان (الوثيقة المكتوبة) في الشكل المتاح آنذاك. وعلى ذلك، فان غياب اطار تشريعي للتعاملات الالكترونية من شأنه ان يؤثر سلبا" على اهداف الترويج للتجارة الالكترونية. (العشماوي، مصدر سابق : 597).

5- مشكلة الازدواج الضريبي :-

استخدمت بعض الدول فكرة المنشاة الدائمة لتحديد السيادة الضريبية بين الدول، بحيث يكون من حق الدولة التي يعمل فيها المكلف ـ من خلال وجود مادي او عن طريق ممثل له ـ ان تفرض الضريبة على الدخل المحقق نتيجة مزاولة النشاط عن طريق هذا الكيان.

ونظرا لان هذا المبدا اضحى مهددا مع ظهور التجارة الالكترونية حيث صار في الامكان ممارسة المنشاة دون الحاجة لوجود كيان مادي، او ممثل مقيم لمقدم السلعة او الخدمة في دولة مصدر الدخل، مما يعني فشل فكرة المنشاة الدائمة في حصر الكثير من صور المعاملات والصفقات التي تتم على نطاق محلي او دولي.

وقد ادى هذا الوضع الى ان كل دولة تحاول الحد من ظاهرة التهرب الضريبي عن طريق التجارة الدولية وتعطى لنفسها الحق في فرض الضرائب مما يؤدي الى حدوث ازدواج على الصفقة الواحدة، لان دولة مصدر الدخل ترى ان لها الحق في فرض الضريبة على الدخل، في حين ترى دولة المواطن (موطن الشركة) ان لها حق فرض الضريبة، مما يعني ان الصفقة الواحدة قد تفرض عليها الضريبة من دولة مصدر الدخل ومن دولة الموطن مما قد يؤدي الى تخفيض حجم التجارة الالكترونية. (عبد الهادي، 1999: 207).

خامسا :- الحلول الدولية المقترحة للمشاكل الضريبية للتجارة الالكترونية

ينطلق هذا الاتجاه من ان مشاكل ضرائب ورسوم صفقات التجارة الالكترونية تعد احد التحديات امام الفكر الضريبي التقليدي، كما انها تثير الكثير من التساؤلات التي تدور حول المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية وكيفية خضوعها والارباح الناتجة منها للضرائب على الدخل والضريبة العامة على المبيعات والضرائب الكمركية، ان التجارة الالكترونية تعتبر احد الاساليب والنظم الحديثة في اتمام وتنفيذ المعاملات والصفقات التجارية مما يغير من طبيعة العلاقات التنفيذية بين اطراف الصفقة. ان نظام التجارة الالكترونية يسمح لبعض انواع معينة من السلع والخدمات مثل الكتب والبحوث والرسامات الهندسية وبرامج الحاسب الالي اما بقية السلع والخدمات فلابد ان يتم تبادلها عبر الحدود الكمركية، وبالتالي فمشكلة التهرب الضريبي عبر التجارة الالكترونية تنطبق على عدد ضئيل من السلع والخدمات، ولا شك ان التوسع في استخدام النقود الالكترونية يؤدي الى سهولة وسرعة وتسوية المدفوعات في الصفقات التي تتم عبر البريد الالكتروني. وعن المعاملة الضريبية للصفقات والمعاملات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية والارباح الناتجة عنها ان هناك نوعين من المعاملة الضريبية فهناك المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية المحلية او التجارة الالكترونية الخارجية فبالنسبة للتجارة المحلية فارباحها تخضع للضرائب على الدخل الضريبة الموحدة على دخل الاشخاص الطبيعية او الضريبة على ارباح شركات الاموال حسب الاحوال.

اما الصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية الخارجية والتي تتم ما بين التجار المصريين او المقيمين في مصر او المنشات التجارية المصرية والموردين او العملاء في الخارج في كافة ارجاء العالم حيث تكون هذه الصفقات اما في صورة صادرات او واردات وتخضع هذه الصفقات والارباح الناتجة عنها للضرائب على الدخل، فضلا عن ضرورة فرض ضريبة (Tax Bits) في العراق لما لها من اثر بالغ في زيادة الحصيلة الضريبية من جهة ومحاولة الحد من التهرب الضريبي الناشئ عن التعاملات الالكترونية من جهة اخرى، حيث تعتبر هذه الضريبة هي البديل الافضل وذلك في حالة وجود بنية تحتية ملائمة تساعد على اتمام عملية فرض الضرائب وتهيئة الكوادر العلمية والفنية الكفوءة التي تنهض بالواقع الضريبي العراقي ومواكبة التطورات الحاصلة في الانظمة الضريبية المتقدمة. ولان الامر صعب في التطبيق حيث ظهرت حلول واقتراحات كثيرة لاسلوب المعاملة الضريبية لمثل هذه المعاملات ولكنها لم تقدم حلا جذريا لهذه المشكلة فما زال هناك اختلاف وجهات نظر حول الدولة التي لها الحق في فرض الضريبة على الدخل التي تستحق على الارباح التي تنتج من الصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية.

وان للدولة التي يوجد بها البائع ام المشتري ام شبكة الانترنت ام الحاسب الالي ويرى ان الامر خطير ويحتاج الى دراسة متاتية وبحث دقيق وان كان في تصوره وبصفة مبدئية ان الدولة التي يوجد بها البائع هي صاحبة الحق في فرض الضريبة على الدخل عن الارباح التي تنتج من الصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية وفي الواقع ان الضريبة الكمركية لنقل المنتجات او البضائع من خلال شبكة الانترنت تمثل تحديا حقيقيا لتنمية التجارة الالكترونية فلا يوجد لشبكة الانترنت تقسيم جغرافي محدد وواضح لانتقال البضائع مثلما هو موجود من واقع التجارة الدولية الحالية وفي حين انه قد يكون ممكنا تحديد الضريبة الكمركية للبضائع المطلوبة من خلال شبكة الانترنت والتي يمكن نقلها بواسطة البحر او الجو.

الا انه ستكون هناك صعوبة حقيقية لتحديد هذه الضريبة والتحكم فيها اذا كانت البضائع يتم نقلها الكترونيا عبر الشبكة مما يحتاج الى رقابة واجراءات دقيقة لمتابعة هذه الصفقات، ويقترح فيما يتعلق بالاجراءات الرقابية للصفقات التي تتم من خلال الانترنت لخضوعها للضرائب ومنعها من التهرب ان يتم تطوير التشريعات الضريبية للدول لصياغة نموذج ضريبي يمكنها من تحديد سيادتها على الدخل المحقق من الصفقات ولا يتم التقيد بالتعريف المعمول به حاليا للمنشاة الدائمة او اشتراط الوجود المادي او ضرورة توافر مبدا اقليمية الضريبة او مبدا عالمية الايراد كاساس لفرض الضريبة على المعاملات الدولية.

ويقترح انشاء شبكة موحدة لاجهزة الحاسب الالي على مستوى مصلحة الضرائب العامة ومصلحة الضرائب على المبيعات ومصلحة الكمارك وربطها بشبكة الانترنت والتنسيق الكامل بين هذه المصالح لتبادل المعلومات فيما بينها بالنسبة للصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية والزام البنوك والمؤسسات المالية بضرورة اخطار مصالح الضرائب بالتحويلات المالية التي تتم عن طريقها بين المشروعات سواء كان اطراف هذه التحويلات مقيمين داخل الدولة او خارجها. والزام البنوك والمؤسسات المالية التي تتم عن طريقها التحويلات المالية بين المشروعات بان تحجز نسبة معينة من هذه التحويلات تحت حساب الضريبة المستحقة وتوريدها الى مصلحة الضرائب خلال خمسة عشر يوما من تاريخ التخويل بحيث يجب ان يقترن السداد بتقديم بيان موقع عليه من البنك او المؤسسة المالية يوضح به نوع كل من هذه التحويلات. كما يجب على كل بنك او مؤسسة مالية بتحويل مبالغ ما بين المشروعات ان تكلف طالب التحويل بتقديم بيان موقع عليه منه يوضح نوعية وقيمة هذه التحويلات واسبابها كما يتعين على البنوك والمؤسسات المالية اخطار الهيئة العامة للضرائب وفروعها المختصة بهذا البيان.

سادسا: واقع التجارة الالكترونية في الاقطار العربية... ارقام وحقائق

ان سوق خدمة الانترنت في منطقة الشرق الاوسط تتطور بسرعة فائقة مع تراجع اسعار الخدمات وارتفاع النفاذ الى الشبكة وكذلك تحديث شبكة البنية التحتية لهذه الخدمة المهمة، في وقت تكافح فيه دول المنطقة تغيير صورتها من دول ((غنية بالنفط)) الى دول ((متطورة تقنيا"))، ان منطقة الشرق الاوسط شهدت اعلى نمو في عدد مستخدمي الانترنت وتعد واحدة من المناطق الرئيسية في العالم خلال السنوات الست الماضية، اذ ارتفع عدد الاشخاص الذين يستخدمون الشبكة العالمية بنسبة تصل الى 600 % وهي ثلاثة اضعاف معدل النمو العالمي. ونتيجة لذلك فان عدد المشتركين في خدمة الانترنت زاد بنسبة تقدر بنحو 48% في العام 2007 بالمقارنة مع العام 2006 كما يتوقع ان يقفز عدد المشتركين في خدمة النطاق العريض بنحو 50% في الفترة الواقعة بين 2008 والعام 2010)WWW.a Lwasat news. com(وتختلف صور التجارة الالكترونية في الوطن العربي الى حد كبير عن باقي دول العالم، اذ نجد العديد من الشركات العربية ما زالت بعيدة عن ممارسة التجارة الالكترونية حيث نجد ان معظم الدول العربية ما زالت متخلفة عن ركب التعاملات الالكترونية، وان اجمالي الانفاق العربي لا يزيد عن (95) مليون دولار سنويا" عبر التجارة الالكترونية، وان اكثر المتعاملين بالتجارة الالكترونية تتركز مشترياتهم في شراء برامج واجهزة الحاسب الآلي بنسبة تزيد عن 70 % بينما تتوزع النسبة الباقية على الكتب والهدايا وكما ان 80% من المشتريات العربية تتم خارج المواقع العربية وذلك بسبب ندرة المواقع العربية التي لا تمثل اكثر من 0,5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت (زيود، 2005: 3) وجاء في مقدمة الدول العربية استخداما" للانترنت كما مبين في الجدول رقم (1).

جدول رقم (1) عدد مستخدمي الانترنت في الاقطار العربية

السنة	الدولة	مستخدمي الانترنت	عدد السكان
2010	الامارات	3,777,900	%75,9
2009	البحرين	25,0,000	%34,8
2009	سلطنة عمان	340,000	%10,3
2009	قطر	351,000	%42,6
2009	الكويت	900,000	%34,7
2009	لبنان	1,570,000	%39,5
2009	الاردن	1,126,700	%18,2
2009	فلسطين	355,000	%14,8
2010	تونس	3،600،000	%34,0
2010	السعودية	9,800,000	%38,1
2011	مصر	22,110,150	%24
2010	المغرب	10,442,500	%33,0
2010	الجزائر	4,700,000	%13,6
2009	ليبيا	260,000	%4,2
2010	سوريا	3,935,000	%17,7
2009	اليمن	320,000	%1,4
2009	السودان	4,200,000	%10,0
2009	العراق	275,000	%1,0
2010	الصومال	98,000	%1,0
2010	موريتانيا	30,000	%1,0
2010	جيبوتي	11,000	%2,2

الجدول :- من اعداد الباحث بالاعتماد على المصدر(الموقع من شبكة الانترنت (www.wikipedia.org) دولة الامارات العربية المتحدة حيث بلغ مستخدمي الانترنت عام (2010) (3,777,900) بنسبة (75,9%) من اجمالي السكان ويعود ذلك الى تطور بنية الاتصالات ووجود نظام دفع متطور يتناسب مع التجارة الالكترونية. وفي قطر وصلت الى (351,000) عام 2009 من مستخدمي الانترنت وبنسبة (42,6%) وسبب ذلك اسعار الانترنت الرخيصة، وتطور المجتمع وتعطي التجارة الالكترونية مجالات واسعة تشمل انشطة التسويق والدعاية والاعلان وابرام العقود والصفقات الكترونيا" واعطاء اوامر البيع والشراء والمتابعة الالكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات والتسليم الفوري للسلع والخدمات عبر الشبكات او خارجها اضافة الى تسوية المدفوعات والسداد الفوري للالتزامات المالية.

وفي السعودية حققت زيادة من مستخدمي الانترنت عام (2010) بقيمة قدرت (9,800,000) بنسبة بلغت (38,1%)، على ان اسباب هذه الطفرة التنموية التي تشهدها التجارة الالكترونية في المملكة تعود بشكل

رئيسي الى ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت وانتشار استخدام البطاقات الائتمانية على نطاق واسع وارتفاع عدد شركات الدفع الالكتروني ودخول قطاعات جديدة للتجارة الالكترونية كشركات الطيران الاقتصادي وانتشار الالعاب الالكترونية التفاعلية وان الدعم الحكومي كان له الاثر الاكبر في تعزيز نمو قطاع التجارة الالكترونية في المملكة لا سيما عقب اعتماد مؤسسة النقد السعودية الحلول المتكاملة لمشروع ((سداد)) النظام المركزي لعرض وتسديد المدفوعات المختلفة الكترونيا" الذي يعكس حرص المملكة على ايجاد نظام خاص بالمعاملات المالية في بيئة الكترونية آمنة عن طريق الانترنت او الهاتف او انظمة الصرف الآلي.

اما في الكويت فقد قدرت النسبة (34,7%) في عام (2009) من مستخدمي الانترنت (900,000) ويعود سبب ذلك الى حالة الرخاء الاقتصادية والرفاهية التي تشهدها الكويت حاليا" والتي اهلت عددا" كبيرا" من المنازل الكويتية الى استخدام الانترنت، ورصد الزيادة التي تشهدها سوق مستخدمي الانترنت في البلاد، مؤكدا" ان هناك زيادة في استخدام الانترنت مقارنة لعدد السكان في الوقت الذي تتوافر فيه الخدمات بأسعار تناسب الجميع والتي ساهمت في انتشار الانترنت في الكويت. وهوالامر الذي يشجع المزيد من المواطنين على استكشاف مميزات الشبكة والاستفادة من الخدمات التي تقدمها الانترنت، خاصة وانه لا تواجه الغالبية منهم مشاكل اقتصادية.

وفي لبنان (39,5%) من عدد السكان الى (1,570,000) لعام (2009) من مستخدمي الانترنت بسبب الرخاء العلمي والاقتصادي والقانوني الموجود فيها، ومن اجل تقدم الدول العربية في مجال الانترنت، فأنه يجب منح المزيد من الحرية بصنع المحتوى حسب حرية المستخدمين، مع الحفاظ على اسس هوية الدولة وعاداتها وتقاليدها. ويجب تطوير كوادر بشرية قادرة على صنع محتوى متطور ومتقدم، ولا ننسى بأن تطوير البنى التحتية للانترنت ومنع احتكار الخدمات وخفض التكاليف هي احد اكبر العوامل التي ستقوم باخذ العالم العربي الى المرحلة القادمة، خصوصا" بالنسبة للتعليم الالكتروني، ويجب ان تزاد ثقة الشركات في قطاع التجارة الالكترونية لتطوير خدماتها والحصول على مردود اكبر لاستثماراتها.

اما في البحرين قدرت (34,8%) من عدد السكان لعام (2009) وبلغ مستخدمي الانترنت (250,000) ويعود سبب الارتفاع البنية الاساسية للاتصالات في البحرين من بين اكثر البنى الاساسية تقدما" في المنطقة، وان للانترنت فائق السرعة كان لها اكبر اثر تكنولوجي على المجتمع خلال العقد الماضي وانها تمثل التكنولوجيا التي يقول معظم الناس انه لا يمكنهم العيش دونها ويعكس هذا السلوك في مجتمعات ذا خلفيات حضارية وثقافية مختلفة، التحول النوعي، الاجتماعي الذي بدا يطرأ على استخدامات الانترنت، التي تعد مجرد قناة اتصال تخدم اغراضا"، تجارية الى منصة متطورة فنيا" قادرة على بناء علاقات اجتماعية من نوع مختلف تمتلك مقومات الاستمرار والتطور من جانب، وتتمتع بمواصفات، وتوفر خدمات امدتها بسرعة على الانتشار وتنامي عدد مستخدميها من جهة ثانية.

ونلاحظ ان بعضا" من الاقطار العربية حققت انخفاضا" كما هو الحال في اليمن لعام (2009) من مستخدمي الانترنت (320,000) نسبة وصلت (1,4%) من عدد السكان ويعود سبب ذلك الى ارتفاع التكلفة والاوضاع الاقتصادية واحتكار الخدمة وراء تدني اعداد المستخدمي الانترنت في اليمن وحيث ان احتكار الحكومة اليمنية تزويد المواطنين بخدمة الانترنت عبر شبكة (تلمين ويمن نت) الحكومتين وان قيام تلك الشركتين تقنية امريكية لحجب المواقع داخل اليمن تسمى websense وان شركة (يمن نت) المزود للخدمة في اليمن لا تمتلك اكثر من (10) الاف رخصة لهذه التقنية، وبالتالي فأن الحجب الذي تنفذه الشركة لا يسري سوى على اول عشرة الاف يدخلون الى الانترنت في وقت متزامن واي مستخدم يتصل بالشبكة في ذات الوقت يلتف عليه آلية الحجب. وان الاوضاع الاقتصادية للمواطن اليمني تجعل الاتصال بشبكة الانترنت بما يحتاجه من اجهزة كمبيوتر ومصاريف للاشتراك مسألة محدودة للغاية فضلا" عن المشاكل المتعلقة بالاسعار واحتكار الشركات الحكومية الخدمة، فأن الشبكة تتعرض لاعطال كثيرة ومتكررة تؤدي الى ايقاف بث المواقع الاخبارية ومنع المتصفحين من الوصول اليها، وفي حين تؤكد الشركات المزودة للخدمة تقنية عادية، يؤكد الكثيرون من اصحاب المواقع انها اعطال متعمدة تستهدف منع وصول الزوار الى مواقعهم، ومنذ شهور قليلة توقفت خدمة بث الانترنت في اليمن لعدة ساعات بسبب ما اسماه المسؤولين عطل في الكابلات الرئيسية، وتسبب هذا الايقاف في منع المواقع الاخبارية من تحديث اخبارها.

اما في العراق بلغت (275,000) من مستخدمي الانترنت وبنسبة بلغت (1,0%) من عدد السكان لعام (2009) نتيجة لسوء حالة البنية التحتية في العراق، عقب ظروف الحصار والصراع شبه المسلح الذي تشنه بعض مجموعات المقاومة والميلشيات ضد القوات الامريكية، فما زالت خدمة الاتصالات والانترنت تواجه مشاكل حادة، حيث يشكو مستخدمو الانترنت من ضعف في الشبكة، فقد الاتصال وكثرة انقطاع الكهرباء في البلاد، فضلا" عن ارتفاع اسعار الاشتراكات التي تقدمها شركات الانترنت.

بينما في الصومال وصلت الى (1,0%) من عدد السكان لعام (2010) وعدد (98,000) من مستخدمي الانترنت فتفشي الامية في العالم العربي، والفقر الذي يعانيه اكثر المواطنين العرب، ليس فقط من اسباب تراجع عدد المستخدمين العرب لشبكة الانترنت، او قلة المواقع العربية، بل ان كلفة الاتصالات الهاتفية والاتصال بشبكة الانترنت تعد ايضا" ضمن العوامل المسببة لهذا النقص. الا ان المشكلة الكبرى التي يعاني منها انتشار الانترنت بين المواطنين العرب قد تكون مشكلة الرقابة على الانترنت. فممارسة العديد من الحكومات العربية الرقابة على الانترنت بات امرا" خطيرا".والاكثر خطورة في هذا الامر ان اسباب المنع والحجب والرقابة التي تتذرع بها الحكومات لا تقتصر على ضرورة صيانة الاخلاق العامة والقيم الاجتماعية والدينية، بل تتصل ايضا" وخاصة بدوافع محض سياسية، واحيانا" تجارية واقتصادية تنافسية احتكارية.

وفي موريتانيا لعام (2010) الى (0و1%) من عدد السكان بقيمة قدرت (30,000) من مستخدمي الانترنت اذ يعود سبب الانخفاض مستخدمي الانترنت ارتفاع اسعار سوء الخدمات وعدم اهتمام العرب بالتقنية، ولانه الدولة قصرت بتوعية المواطن.

ويرى الباحث مما تقدم ان المنافع الرئيسية المتأتية من مزاولة التجارة الالكترونية تتحقق فقط عندما تكون المنظمات راغبة في احداث تغييرات في تنظيماتها وعملياتها لتحقيق استثمار امثل من الفرص التي تتيحها التجارة الالكترونية. ولتأكيد هذه الحقيقة يرى الباحثون والممارسون على حد سواء ان مجرد الربط على شبكات الانترنت وتطوير موقع على هذه الشبكة لا يمثل الهدف الاسمى لعملية تحول المنظمات الكترونيا وانما الهدف الاسمى للتجارة الالكترونية هو الحصول على حصة سوقية والمحافظة على هذه الحصة لاطول فترة ممكنة.

ويعتبر موضوع فرض الضرائب على التجارة الالكترونية من بين المواضيع المهمة في الوقت الحالي، نظرا" للاهمية التي يحظى بها. فبينما يرى البعض ان الاعفاء الضريبي اساسي لنمو التجارة الالكترونية وان فرض ضرائب على المبادلات الافتراضية التجارية يعد كبحا" للنمو التكنولوجي، فان البعض الاخر يرى ان تحرير التجارة الالكترونية باعفائها من الضرائب له اثر سلبي على اهم موارد الدولة، ذلك ان اطراف التعامل التجاري اصبحوا يفضلون ابرام العقود والصفقات عن طريق بروتوكولات التجارة الالكترونية لنقص تكاليفها قيمة" وزمنا"، الامر الذي يؤدي الى نمو وتطور التجارة الالكترونية على حساب التجارة الحقيقية (التقليدية)، مما سيقلص حصة الدولة من جباية الضرائب. الى جانب هذه الاشكالية، فان الانظمة الضريبية تواجه تحديا" امام هذا التطور التكنولوجي الذي يصعب، ان لم نقل يتعذر، معه تكييف السياسات الجبائية، حيث الغت التجارة الالكترونية الحدود الجغرافية للدول، الامر الذي يحدث قلقا وحيرة امام الاطارات الجبائية فيما يتعلق بالمعاملة الضريبية والتحصيل الجبائي.

وكل ما في ذلك ان النظم الضريبية ستصبح محدودة الكفاءة اذا لم تتمكن من التجاوب مع هذه المستجدات والاحداث. ويبقى ان نشير الى انه بالرغم من عدم وجود اتجاه دولي موحد حول فرض الضريبة على التجارة الالكترونية وتكييف النظم الضريبية القائمة وفقا للمستجدات التكنولوجية، الا انه في الواقع تعد كل من البساطة Simplicite الفعالية Efficacite، العدالة Equite وعدم الازدواج الضريبي مبادئ ثابتة للسياسة الجبائية لا يختلف عليها اثنان.

سابعا/ الجانب العملي التطبيقي من البحث:- وتبين من استمارة الاستبانة (انظر الملحق رقم 1) والذي تناول اثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب واتفقت عينة الدراسة على انه يمكن تطوير الانظمة والقواعد والتشريعات الضريبية في ضوء التطورات والمستجدات التي تتحدث في التجارة الالكترونية. اذ ان اتفق واتفق تماما قد حصلت على نسبة 86,7% وهي نسبة عالية، بينما حصلت فقرة محايد على نسبة 6,7%، في حين يرى نسبة عدم الاتفاق 6,7%. وهذا ما اكده الوسط الحسابي لهذه الفقرة والذي بلغت قيمته 4,07% وهي اعلى من الوسط الفرضي (3) وسجلت هذه الفقرة على انحراف معياري 0,80% مما يدل على تشتت بسيط في عينة البحث. وحصلت هذه الفقرة على وسط حسابي مقداره 3,67% وانحراف معياري مقداره (0,62%) مما يدل على تشتت ضئيل في الاجابات، وكانت نسبة (0,60%) متفقة مع هذه الفقرة ونسبة (0,40%) كانت اجابتهم محايدة.

فيما يتعلق بعدم توفير البنى التحتية لتوسيع قاعدة العمل بالتجارة الالكترونية اجابت عينة الدراسة بان الغالبية (93,3%) من العينة تؤكد وتتفق على ان عدم توفير البنى التحتية ضرورة اساسية لتوسيع العمل بالتجارة الالكترونية، بينما حصلت فقرة محايد على نسبة (6,7%) وهذا ما اكده الوسط الحسابي والذي بلغت قيمته (4,40) وانحراف معياري (0,63%) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي. اتفقت عينة الدراسة مع الباحثة بنسبة (80%) وهي نسبة عالية تؤكد ان المستهلكين لا يستخدمون التجارة الالكترونية لانهم لا يمتلكون بطاقة (فيزا كارد). وكانت نسبة (6,7%) غير متفقة مع الفقرة، اما نسبة الذين كانت اجابتهم محايدة (13,3%) وحصلت هذه الفقرة على وسط حسابي (3,07%)، وانحراف معياري مقداره (0,88%). ان لعدم شراء المشتري البضاعة هو لعدم وصولها بالموعد المحدد وكانت نسبة الاتفاق والاتفاق التام (66,7%) من العينة، في حين يرى نسبة عدم الاتفاق (13,3%)، اما (20,0%) منهم كانت اجابتهم محايدة، وحصلت هذه الفقرة على وسط حسابي (3,73%)، وانحراف معياري لهذه الفقرة (0,96%). وان (33,3%) يتفقون لا حاجة الى تطبيق التجارة الالكترونية في الهيئة العامة للضرائب وبالمقابل فان (40 %) منهم لا يتفقون على تطبيق التجارة الالكترونية اما الباقي ويشكلون نسبة (26,7%) من عينة الدراسة، وبلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة (1,28%) ووسط حسابي (3,67%). حول هذه الفقرة بان (93,3%) من عينة الدراسة يؤكدون بان تسديد مبلغ الضريبة عن طريق الانترنت يؤدي الى تقليل حجم المراجعات. بينما بقت نسبة (6,7%) من عينة الدراسة لا ترى صحة في ذلك وبلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة (0,79%) ووسط حسابي (4,27%) اظهر حقل لا اتفق (13,3%) من الاجابة اي ان هناك حاجة لفرض ضريبة على التجارة الالكترونية في حين يرى (53,3%) متفقة تماما، وهذا ما اكده الوسط الحسابي والذي بلغت قيمته 3,40 % وانحراف معياري مقداره 0,74% وهذا مؤشر كبير على الوعي والاستعداد الكامل لدى الهيئة العامة للضرائب لتطبيق التجارة الالكترونية. اما الذين تركوا المسألة غير محددين الحاجة بلغت نسبتهم (33,3%) لانهم يجهلون معنى التجارة الالكترونية وما يمكن ان تؤديه بالمنافع الى الهيئة العامة للضرائب. حصلت هذه الفقرة على نسبة (93,3%) وكانت متفقة بالاجماع على ان السلع التجارية او الخدمة ان يكون لها نظام الترميز الرقمي من خلال الانترنت. وهذا يعني ان عينة الدراسة متجهة نحو الاتفاق، بينما(6,7%) من عينة الدراسة كانت اجابتهم محايدة. ولم يتوفر من لا يتفق معه. وصل الوسط الحسابي الى (4,27%) وهو اعلى من الوسط الفرضي وبانحراف معياري مقداره (0,59%). وكانت اجابات عينة الدراسة متفقة مع الفقرة اذ سجلت نسبة (100%) وهي نسبة عالية تؤكد ان عملية فرض الضريبة على التجارة الالكترونية يتطلب من الهيئة العامة للضرائب بتطبيق التجارة الالكترونية وحصلت هذه الفقرة على وسط حسابي (4,33%) وانحراف معياري (0,49%). ان تطبيق شرط المصدر او الاقامة ضروري لمعرفة المصدر الجغرافي للدخل في حالة التجارة ا لالكترونية وحققت هذه الفقرة نسبة (80%) وهي نسبة عالية وهذا مؤشر ايجابي يدعو الى اهتمام الهيئة العامة للضرائب بتطبيق التجارة الالكترونية في حين نرى ان (20,0%) من عينة الدراسة كانت اجابتهم محايدة وحصلت هذه الفقرة على وسط حسابي (3,93%)، وانحراف معياري 0,59% مما يدل على تشتت بسيط في حركة المقياس. حصلت هذه الفقرة على وسط حسابي (3,40%) وهو اعلى من الوسط الفرضي وهذا يعني ان عينة الدراسة متجهة نحو الاتفاق بنسبة (26,6%)، (73,3%) لم تؤكد ولم تتفق مع الفقرة. وقد حصلت الفقرة على انحراف معياري مقداره (0,74%).

بناءا" على ما تقدم في هذا المحور والمتعلق اثر التجارة الالكترونية في فرض الضرائب تبين انه توجد علاقة بين التجارة الالكترونية والضرائب في الهيئة العامة للضرائب الذي جرى اثباته من خلال تحليل اجابات عينة البحث، اذ تراوحت قيم الوسط الحسابي للاجابات عن اسئلة هذا المحور بين (3,07- 4,40) مقارنة هذه القيم مع الوسط الفرضي نجد انها اكبر منها مما يؤكد على اتفاق عينة البحث مع حركة المقياس واتجاه اجاباتها نحو الاتفاق، بينما بلغت نسبة الانحراف المعياري (0,49- 1,28) وهذا يدل على تشتت بسيط في الاجابات ونستنتج من ذلك بان اجابات العينة كانت متجانسة.

اختبار فرضيات البحث

تم اختبار فرضيات البحث عن طريق العلاقات الارتباطية بين متغيرات البحث ويبين الجدول رقم (2) الاختبار التائية واحدة لكل محور من محاور التجارة الالكترونية واثرها على الضرائب.

المحاور	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	الدلالة
مالية	3,96	0,42	8,95	دال
بشرية	3,37	0,61	2,32	دال
تقنية	4,01	0,47	8,06	دال

1- يتبين لنا من الجدول اعلاه ان القيمة التائية المحسوبة 8,95 عند مستوى الدلالة 0,05 ودرجة حرية 14 اكبر من القيمة التائية الجدولية 2,15 عند مستوى دلالة 0,05 ودرجة حرية 14 مما يعني وجود دالة احصائية حول الموارد المالية وتطبيق التجارة الالكترونية مما يؤدي الى اثبات صحة هذه الفرضية.
2- يبين الجدول الاختبار الذي اجرى اذ ان القيمة التائية المحسوبة 2,32 عند مستوى دلالة 0,01 ودرجة حرية 14 اكبر من القيمة التائية الجدولية 2,98 عند مستوى الدلالة 0,01 ودرجة حرية 14 مما يعني وجود دالة احصائية حول الموارد البشرية وتطبيق التجارة الالكترونية ما يؤدي الى اثبات صحة هذه الفرضية.
3- ان القيمة التائية المحسوبة 8,95 عند مستوى الدلالة 0,05 ودرجة حرية 14 اكبر من القيمة الجدولية 1,68 عند مستوى دلالة 0,05 ودرجة حرية 14 مما يعني وجود دالة احصائية بين مستوى اداء الخدمة المقدمة وتطبيق التجارة الالكترونية مما يؤدي الى اثبات صحة هذه الفرضية.

اتضح من التحليل الاحصائي ان العوامل التي تؤدي الى تطبيق التجارة الالكترونية في الهيئة العامة للضرائب كالاتي :-

1- العمل على تطوير القوانين والتشريعات الضريبية وتوفير البنى التحتية. ان الهيئة العامة للضرائب بحاجة الى تطبيق التجارة الالكترونية لمواكبة التطورات الحاصلة في التجارة الالكترونية.
2- تطوير الكوادر والادارات الضريبية بما يتلائم مع عالم التجارة الالكترونية.
3- ان دخول التجارة الالكترونية في الهيئة العامة للضرائب يؤدي الى تقليل وزخم عبء المراجعات.
4- ان فرض ضريبة على التجارة الالكترونية يؤدي الى زيادة ايرادات الدولة اذ يتطلب من هيئات الضريبة الدخول الى التكنولوجيات الحديثة.

الثبات

وهو الاتساق في نتائج المقياس اذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الافراد نفسهم، وتم حساب الثبات بطريقتين :

أ- الثبات بطريقة التجزئة النصفية : تقوم فكرة التجزئة النصفية على اساس قسمة فقرات المقياس الى نصفين متجانسين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات افراد العينة والبالغ عددها (15) استمارة وتم تقسيم فقرات المقياس البالغ عددها (12) فقرة الى نصفين يضم الاول الفقرات الزوجية ويضم الثاني الفقرات الفردية، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ (0,62) وباستخدام معادلة سبيرمان بروان التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (0,78) وهو معامل ثبات عالي.
ب- معامل (الفا) للاتساق الداخلي : ان معامل الفا يزودنا بتقدير جيد في اغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق اداء الفرد من فقرة الى اخرى ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات البحث البالغ عددها (15) استمارة، ثم استخدمت معادلة (الفا) وقد بلغ معامل ثبات المقياس (0,75) ويعد المقياس متسقا داخليا، لان هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخليا.

الاستنتاجات

تتلخص اهم الاستنتاجات التي توصلت اليها الباحثة بما ياتي :-

1- يتبين لنا من خلال البحث ان هناك انخفاضا" واضحا"بنسبة استخدام التجارة الالكترونية عربيا"، وذلك لعدة اسباب منها عدم وجود مواقع كافية باللغة العربية حيث يجب تشجيع اقامة هذه المواقع واستخدامها من خلال البحث عن مصادر تمويل مناسبة للمشروعات المتعلقة بالتجارة الالكترونية.
2- ان الضعف الواضح في مؤشرات التجارة الالكترونية العربية بالمقارنة مع مؤشرات التجارة في الدول المتقدمة يمكن رده الى عدة اسباب من اهمها ضعف او عدم وجود التشريعات والقوانين لعمل التجارة الالكترونية.
3- عدم وجود نظم دفع الكترونية متطورة بالشكل المناسب في الوطن العربي، مما سبب محدودية الانشطة الاقتصادية المتعاملة بالتجارة الالكترونية عربية (حيث تقتصر اغلبها على تجارة الكتب والهدايا).
4- عدم تشجيع معظم الدول العربية للتجارة الالكترونية تخوفا من انخفاض الضريبة في بعض المهن التي يتم التعامل معها من خلال التجارة الالكترونية.
5- عدم فهم القوانين الضريبية لغالبية المكلفين وكيفية التعامل الضريبي واعداد حساباتهم وفق قوانين الضريبة.
6- هناك قناعة لدى الهيئة العامة للضرائب بأهمية التجارة الالكترونية كونها مؤشرا باتجاه التحول الى عصر التكنولوجيا في مجال الضريبة.
7- ان عملية ادخال التجارة الالكترونية في مجال الضريبة لا تحصل بشكل مفاجئ، بل بشكل تدريجي وحسب امكانية الهيئة العامة للضرائب من الناحية المادية والبشرية لان تطبيق التجارة الالكترونية يحتاج الى رؤوس اموال ضخمة وملاكات بشرية كفؤة.

التوصيات

تتلخص ابرز التوصيات التي اوصى عنها البحث والتي تقترحها الباحثة في ضوء الاستنتاجات التي تم التوصل اليها وكما ياتي :-

1- تطوير التشريعات الضريبية بما يتلائم مع التطورات التقنية الحاصلة في عالم التجارة الالكترونية والانترنت.
2- العمل على استقطاب كافة الكفاءات البشرية المؤهلة وتطويرها باستمرار.
3- العمل على مواكبة تطورات الدول الاخرى ودراسة الاساليب المتقدمة ومحاولة تطبيقها.
4- رفع كفاءة نظم المعلومات في دوائر الضريبة، وتطوير الاهتمام بالتحويلات النقدية ووسائل الدفع الالكترونية.
5- ان التعامل مع شبكة الانترنت لشراء المنتجات التي تطرحها شركات الاعمال باسلوب التجارة الالكترونية يتطلب من المواطن العربي معرفة طرق التعامل وامتلاك حاسب آلي ومعرفة القراءة والكتابة لذلك ويفترض على الحكومة والشركات الخاصة تيسير انتاج وبيع الحواسيب الالية باسعار معقولة وبمواصفات جيدة وتسهيل عملية الدخول الى شبكة الانترنت برسوم مخفضة.
6- العمل على تنمية القيم والاخلاق والسلوكيات الحميدة والتكوين الشخصي السليم لموظفي الضرائب في تقبل كافة التعليمات الجديدة.
7- ضرورة تحويل اعمال الهيئة العامة للضرائب وفروعها من النماذج الورقية الى الالكترونية عبر ادخالها في الموقع الالكتروني للشركة على الانترنت لغرض زيادة الوعي الضريبي لدى الجمهور بما يكفل تقدمها في صناعتها وزيادة زبائنها وعملائها.

المصادر

1- جاسم، وسام محمد السماحات والاعفاءات في النظام الضريبي، بحث دبلوم عالي في المحاسبة الضريبية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد 1990.
2- الخطيب، طافش، خالد شحادة، نادية فريد، الاصول العلمية والعملية في المحاسبة الضريبية، الطبعة الاولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان / الاردن، 2008.
3- عواض، حسن، المالية العامة، دار النهضة العربية للنشر بيروت الطبعة6 لعام 1983.
4- الكعبي، جبار محمد علي، التشريعات الضريبية في العراق الطبعة 1، دار السجاد للطباعة، بغداد 1989.
5- ابو حشيش، خليل عواد، دراسات متقدمة في المحاسبة الضريبية دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة 1، 2004.
6- العزاوي، ابتسام علي حسين، تحليل اثر العوامل الاقتصادية على الطاقة الضريبية وقياسه في الاقتصاد العراقي للمدة (1985- 2000) رسالة ماجستير في الاقتصاد / كلية الادارة والاقتصاد / جامعة بغداد / 2002.
7- الكعبي، جبار محمد علي، التشريعات الضريبية في العراق الطبعة 2، المكتبة الوطنية، 2008.
8- الدوغجي، علي حسين، محاضرات في المحاسبة الضريبية القيت على طلبة الصف الثالث محاسبة كلية الادارة والاقتصاد جامعة بغداد، 2005.
9- عفانة واخرون، عدي، الجديد في المحاسبة الضريبية وفق قانون ضريبة الدخل الاردني المعدل رقم (25) لسنة (2001) الطبعة 1، دار وائل للنشر والتوزيع عمان – الاردن 2004.
10- احمد، عبد الغفور ابراهيم، مبادئ الاقتصاد والمالية العامة دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، بلا.
11- عليان، السامرائي، ربحي مصطفى، ايمان فاضل، تسويق المعلومات وخدمات المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان الطبعة الاولى 2010.
12- نجم، عبود نجم الادارة الالكتونية الاستراتيجية والوظائف والمشكلات دار المريخ للنشر 2004.
13- السالمي، السالمي، علاء عبد الرزاق محمد، حسين علاء عبد الرزاق، شبكات الادارة الالكترونية اساسيات وانواع الشبكات الالكترونية وامن ورقابة الشبكات والتجارة الالكترونية والعمل عن بعد. دار وائل للنشر طبعة 1. 2005.
14- العلي، عادل فليح، المالية العامة والتشريع المالي، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، فرع الموصل، 1989.
15- محمد، فائزة عبد الكريم، مدى امكانية تطبيق التجارة الالكترونية في صناعة التامين دراسة حالة في شركة التامين الوطنية، بحث دبلوم عالي معادل للماجستير، 2009، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية / فرع التامين.
16- ابراهيم،مصطفى علي، التهرب الضريبي في مجال التجارة الالكترونية، بحث تطبيقي في الهيئة العامة للضرائب، بحث دبلوم عالي معادل للماجستير، 2010، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية، قسم الدراسات المالية، تخصص ضرائب.
17- رضوان واخرون، رافت، الضرائب في عالم الاعمال الالكترونية / مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية. المجلد 2 العدد 2 لسنة 2000.
18- الصيرفي، محمد، الادارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي 2007. طبعة 1.
19- شنايدر، واخرون، جاري، التجارة الالكترونية دار المريخ للنشر 2008.
20-

21- محمد، نعيم، شريف توفيق، فهيم حنا، اساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية والتحاسب الضريبي مؤتمر التجارة الالكترونية الافاق والتحديات - كلية التجارة جامعة الاسكندرية - يوليو 2002 المجلد الاول.
22- عثمان، العشماوي، سعيد عبد العزيز، شكري رجب اقتصاديات الضرائب، الدار الجامعية، مكان النشر بلا لسنة 2007.
23- حماد، طارق عبد العال، التجارة الالكترونية، المفاهيم التجارب - التحديات، الابعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية، الدار الجامعية، القاهرة 2003.
24- تعلب، سيد صابر، نظم المعلومات الادارية، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان 2011 طبعة 1.
25- عبد الهادي، ابراهيم عبد الحفيظ، اطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحول الى عالم التجارة الالكترونية، دراسة نظرية ميدانية، مجلة الدراسات المالية والتجارة، كلية التجارة بني سويف، مجلد 9 العدد 2 لسنة 1999.
26- زيود، لطيف تحديات التجارة الالكترونية للنظم الضريبية بحث في مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 27 العدد 3 لعام 2005.

مواقع الانترنت

26- واقع التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها عربيا ومحليا بحث في مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 27 عدد 4 لعام 2005 من موقع jps- dir.com /forum /
27- comWWW.pal-stu.
28- newsWWW.alwasat com
29- WWW. Wikipedia. org

المصادر الاجنبية

1-Snlmlelr.L; Taxation And Economic Development. Acasse Study of The Sudan, Khartoum University Press 1974.
2- Mukul G. A Sher and others\ Globalization tax systems \ Asian Economic Bulletin\ April 2001.
3- Shroeder, Terrell, E., '' State tax and Electronic commerce '' Management Accounting Vol 77- no.3 sep 1995.
4- Owain A.G., T. Stephen , '' the In fluence of Electronic Trading on Did Ask; new evidence from evidence from European Band Futures '' Journal of Fixed Income. vol 8, no. 1. Jun 1998,
5- Eric c.k., & B.W. weber '' strategic and competitive Information Systeme '' Journal of Management information system Vol. 16. no. 2 Fall. 1999.