

ضريبة المبيعات و اثرها على ربحية شركات الاتصالات باستخدام مرونة الطلب السعرية

علي كريم راضي فيروز الاعرجي

م. د. هيثم عبد الخالق اسماعيل

ديوان الرقابة المالية

المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية

المستخلص

يسعى البحث الى التحقق من دقة الآراء و التنظير الاكاديمي الذي يتبنى الرأي القائل بإمكانية استخدام ضريبة المبيعات لتغيير السلوك الاستهلاكي للأفراد, والتحقق من اثر ذلك على ايرادات و ارباح شركات الاتصالات جراء فرض ضريبة مبيعات على خدمات الهاتف النقال في العراق, وبذلك كان هدف البحث هو دراسة اثر ضريبة المبيعات المفروضة على خدمات الاتصالات على ربحية شركات الاتصالات بدلالة مرونة الطلب السعرية, وكان اهم استنتاج تم التوصل إليه عن طريق هذه الدراسة هو "قبول فرضية البحث حيث كانت ضريبة المبيعات ذات أثر واضح على كل من الإيرادات وتغيرها باتجاه الانخفاض وبذلك يتبين ان خدمات الاتصالات ذات مرونة طلب سعرية تامة وبالتالي تركت اثرها على ربح و ربحية شركات الاتصالات ومن ثم انخفاض مقدار ضريبة الدخل المفروضة على تلك الشركات", وتوصل الباحث لعدد من التوصيات اهمها "ضرورة اعادة النظر في نسبة ضريبة المبيعات على خدمات الهاتف النقال باتجاه خفضها وذلك لما نتج عنها من اثار ضارة بإيرادات و ربح و ربحية شركات الاتصال كونها من الخدمات تامة المرونة, بهدف التقليل من اثرها السلبي على مقدار ضريبة الدخل المسددة من قبل شركات الاتصالات للخزانة العامة".

Abstract

The aim of this research is to investigating the accuracy of the opinions and academic theory, which adopts the point of view which said, the sales taxation can be used to change the consumption behavior for the individuals. Also, this research including some of investigating about the impact of changing the consumption behavior for the individuals on the income of telecom companies and their profit as a result of the imposition of sales taxation on mobile services in Iraq, Therefore, the objective of this research is to study the effect of sales tax on telecommunications services which impact on their incomes and profit.

The most important conclusion of this reached shown that "accept the hypothesis of research where the sales tax has a clear impact on both incomes and profit as a result this will lead to reducing the amount of income tax which imposed on those companies.

Finally, the researcher has a number of recommendations, the most important one is to review the percentage of sales tax on mobile services in order to reduce them, as a resulting in the harmful effects of income, profit and profitability of the telecommunications companies being a full flexible services, in order to reduce the negative impact on the amount of income tax which paid by telecom companies to the Public Treasury".

المقدمة

تعد الضريبة من اهم موارد الخزانة العامة للدولة و من روافدها الاساسية لأنها تمكن الحكومات من تمويل انشطتها المختلفة كما انها لا تعد اداة للتمويل فقط و انما تعد إحدى ادوات السياسة المالية في الدولة لتحقيق اهداف اقتصادية , اجتماعية , سياسية, فضلاً عن هدفها المالي و بمختلف انواع الضرائب سواء المباشرة منها او غير المباشرة ولكل من هذين النوعين اثاره في الاقتصاد و المجتمع و السياسة , وفي هذا البحث تمّ التركيز على احدى اهم انواع الضرائب غير المباشرة ألا و هي الضرائب على المبيعات من خلال التعرف على اثارها في سلوك المستهلكين والمرونة السعرية و مدى تأثر ربحية شركات الاتصالات بعد ان تم فرض ضريبة مبيعات على خدماتها المؤداة للمستهلكين و بالتالي تأثر دخلها و ضريبة الدخل المسددة من قبلها للدولة.

لقد تمّ تقسيم البحث الى اربعة مباحث اساسية , الاول يتناول منهجية البحث و الدراسات السابقة , و يتناول المبحث الثاني التأطير النظري لكل من ضريبة المبيعات و الربحية و مرونة الطلب السعرية , وتتاول المبحث الثالث لمحة مختصرة عن عينة البحث و واقع ضريبة المبيعات في العراق و اثرها على ضريبة الدخل و خلق مرونة الطلب السعرية و ربحية شركات الاتصالات في ظل ضريبة المبيعات , وتتاول المبحث الرابع الاستنتاجات و التوصيات التي تمّ التوصل اليها .

1- المبحث الأول / منهجية البحث و دراسات سابقة

1-1 منهجية البحث

1-1-1 مشكلة البحث : من الاثار التي تعرفنا عليها اكااديمياً للضرائب غير المباشرة بشكل عام و لضريبة المبيعات بشكل خاص انها تؤدي الى دفع المستهلكين للسلع او الخدمات التي فُرِضت عليها ضريبة مبيعات لمحاولة التهرب المشروع من دفع تلك الضرائب من خلال اللجوء الى بدائل اخرى تلبى احتياجاتهم او تقليل استهلاك السلع والخدمات التي فرضت عليها ضرائب مبيعات في حال عدم وجود بدائل يمكنهم التحول اليها , وذلك دفعنا لاختبار حقيقة وقوع هذا الاثر من خلال دراسة و تحليل عينة من القوائم المالية لشركات الاتصال بغرض التعرف على مدى تأثير ضريبة المبيعات على ايرادات ثم ارباح و ربحية تلك الشركات , و من جانب اخر سيتم احتساب درجة المرونة لخدمات الاتصالات و السعي للتعرف على ما أن كانت ذات مرونة طلب سعرية أم لا بغرض التعرف على امكانية القدرة على التوسع في عملية فرض ضريبة مبيعات على هذه الخدمات و الخدمات ذات الطابع المشابه من عدمه.

1-1-2 أهمية البحث: من خلال هذا البحث سنتمكن من التعرف على دقة و صحة وجهات النظر و النظريات الاكاديمية التي تشير الى وجود تأثير للضرائب غير المباشرة ومنها ضريبة المبيعات على سلوك المستهلكين و مدى امكانية استخدام ذلك النوع من الضرائب للتحكم بتوجهات افراد المجتمع و بالتالي بيان اهمية هذا النوع من الضرائب في احداث تغيرات تتوافق و وجهة نظر المشرع لتحقيق اهداف مالية , اقتصادية , اجتماعية و سياسية باستخدام الضريبة كإحدى ادوات السياسة المالية في البلد, فضلاً عن ابراز الاثر الذي تركته مسألة فرض ضريبة المبيعات على ربحية الشركات العاملة في قطاع الاتصالات و بيان ما إذا كانت خدمات الاتصالات و بالأخص خدمات الهاتف النقال تتصف بالمرونة السعرية من عدمه .

1-1-3 أهداف البحث : حيث تتمثل اهداف البحث بالاتي:-

1. بيان أثر فرض ضريبة المبيعات على انخفاض الطلب على خدمات الهاتف النقال و بالتالي اثرها على إيرادات و ارباح و ربحية تلك الشركات , ثمّ على ضريبة الدخل التي كانت تسددها للسلطة المالية.
2. التوصل الى مرونة الطلب السعرية لخدمات الاتصالات وإمكانية زيادة نسبة ضريبة المبيعات عليها مستقبلاً من عدمه.

1-1-4 فرضية البحث: وجود اثر لفرض ضريبة مبيعات على خدمات الهاتف النقال بعلاقة عكسية مع ايرادات شركات الاتصالات لكون خدماتها ذات مرونة طلب سعرية يؤدي ذلك لخفض صافي دخلها السنوي الخاضع لضريبة الدخل و ربحيتها.

1-1-5 منهج البحث: تمّ اتباع المنهج الوصفي فيما يتعلق بالجانب النظري , والاعتماد على المنهج التحليلي باعتماد اسلوب التحليل المالي (باستخدام مؤشرات الربحية) للقوائم المالية لعينة من شركات الاتصالات, وتم الاعتماد ايضاً على المنهج التحليلي بإجراء تحليل مرونة الطلب السعرية لخدمات الهاتف النقال في العراق .

1-1-6 مصادر و اساليب جمع البيانات والمعلومات: يعتمد الباحث على المصادر الثانوية للمعلومات في الجانب النظري , أما المصادر للجانب العملي فهي القوائم المالية لشركات الاتصالات و بعض المعلومات الضريبية .

1-1-7 نطاق البحث

- 1- الحدود المكانية : سوق العراق للأوراق المالية و هيئة العراق للأوراق المالية .
- 2- الحدود الزمانية : من سنة (2010 - 2018) .

1-1-8 عينة البحث: شركة اسيا سيل و شركة الخاتم (زين) .

1-2 دراسات سابقة:

1-2-1 دراسة (خفيف, 2017), "توظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تفعيل التحاسب الضريبي " (أطار مقترح لضريبة المبيعات في العراق), رسالة مقدمة الى مجلس كلية الادارة و الاقتصاد- جامعة كربلاء- وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم المحاسبة, وكانت مشكلة البحث هل يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحصيل الإيرادات الضريبية بشكل فعال؟. وهل تساهم ضريبة المبيعات المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في تعزيز جانب الإيرادات لتمويل الموازنة العامة للدولة؟, وتهدف الدراسة الى التعرف على الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التحاسب عن ضريبة المبيعات بالسرعة والدقة العالية, وتقييم القدرة العالية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الحد من الاجتهاد الشخصي للضريبة من قبل المخمنين, ومن اهم استنتاجات الباحث " اتضح أن هنالك نقص في التشريعات القانونية الخاصة بضرية المبيعات العراقية فهي مقتصرة على خدمات و سلع بسيطة ومحددة", وإن نسب ضريبة المبيعات التي افترضها الباحث هي نسب منخفضة جداً مقارنة مع دول عربية واجنبية, وكان مجال الاستفادة منها في الدراسة الحالية بتغطية بعض الجوانب النظرية لضريبة المبيعات .

1-2-2 دراسة (الكروي, 2015), "تمط إدارة المخاطرة والسيولة والربحية وانعكاسها على قيمة المصرف" دراسة لعينة من المصارف الاجنبية وامكانية تطبيقها في المصارف العراقية, أطروحة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة بغداد وهي جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في علوم ادارة الاعمال , وكانت مشكلة البحث " هل أن التفاوت في مؤشرات الربحية المصرفية الكمية تنعكس على قيمة المصرف من خلال اختبار المؤشرات الخاصة بها وصولاً للمؤشرات الأكثر تأثيراً ؟ , وكان هدف الأطروحة هو دراسة الربحية المصرفية نظرياً وتطبيقياً والتعرف على اهم المؤشرات التي يمكن ان تعظم من ربحية المصرف وتعزز من كفاءته التشغيلية لموارده المالية والتعرف على اهم العوامل ذات العلاقة بهذا المؤشر, و كان اهم استنتاج للدراسة هو "تبين من هذه الدراسة أن ستة مؤشرات من اصل ثمان مؤشرات كان لها البعد الاكثر تأثيراً على مكون الربحية والتي من خلالها تم تشكيل و تكوين الارباح ثم الربحية من تلك المؤشرات الستة والتي اختبرت في الدراسة الحالية ", وتم الاستفادة من هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري لمتغير الربحية وتحديد العوامل المؤثرة فيه .

1-2-3 دراسة (خديري , 2014). " دراسة ربحية المؤسسة باستخدام الارصدة الوسطية" (دراسة حالة المؤسسة الوطنية للأشغال في الابار - حاسي مسعود- ورقلة للفترة 2009 - 2013), مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماستر اكاديمي جامعة قاصدي مرباح - ورقلة , علوم اقتصادية: علوم التسيير وعلوم تجارية / شعبة علوم المالية و المحاسبة/ مالية المؤسسة, وكانت مشكلة البحث "هل يساعد استخدام الارصدة الوسطية في زيادة دقة نتائج تحليل الربحية ؟ و هل يساهم ذلك في مساعدة الإدارة على اتخاذ القرارات بشكل افضل و باتجاهات تصب في زيادة ربحية المؤسسة؟", يهدف هذا البحث إلى دراسة ربحية المؤسسة و ذلك بالإعتماد على الأرصدة الوسطية كأداة لعملية التحليل, و كذلك إظهار الدور الذي تلعبه الأرصدة الوسطية للتسيير في المؤسسات و إعتماد المحللين عليها لمعرفة الوضعية المالية للمؤسسة و خاصتاً ربحيتها, وكان اهم استنتاج للبحث هو " أن المؤسسة لها وضعية مالية جيدة و هذا بالإعتماد على تحليل الربحية بحساب معدلات نمو و مؤشرات تساعد المحلل في التحليل, وتمثل مجال الاستفادة منها في دراستنا الحالية في تحديد طرق حساب مؤشرات الربحية و معادلاتها و الية تفسيرها و تحليل التغيرات الحاصلة فيها.

1-2-4 دراسة (Tulsian 2014), "تحليل الربحية" (دراسة مقارنة بين شركة SAIL وشركة TATA للصلب), بحث منشور في مجلة الاقتصاد و التمويل (IOSR-JEF), المجلد (3) العدد (2), و تتمثل مشكلة الدراسة في أن صافي الدخل كرقم مطلق لا يساعد كثيراً في تحديد كفاءة أداء شركة الأعمال التجارية لذلك يتم ربطه ببعض بنود الحسابات الأخرى مثل المبيعات وتكلفة السلع

المباة ورأس المال المستثمر وما إلى ذلك. وبالتالي يتم حساب نسب الربحية ومقارنة شركات الأعمال لتحديد ايها اكفأ، وتهدف الدراسة الى اجراء تحليل الربحية لإلقاء الضوء على الأداء التشغيلي الحالي وكفاءة الشركات التجارية محل الدراسة في تحقيق الهدف الاساسي وهو الربح، وكان اهم استنتاج توصلت له الدراسة " يتضح من نسبة الربح الإجمالي لشركة Tata Steel اتجاهاً تنازلياً وكذلك الحال مع SAIL مما يدل على عدم كفاءة الإدارة ، ولكن على أساس متوسط يمكن أن يخلص إلى أن تاتا كان أداءها أفضل حيث أن الانخفاض كان أقل من الانخفاض في نسبة الربح الإجمالي من SAIL ، وكان مجال الاستفادة من هذه الدراسة في تدعيم الجانب النظري لمتغير الربحية.

ويمكن القول أن تمايز هذه الدراسة عن سابقتها يكون من حيث أنها جمعت بين متغيرين لم يسبق الجمع بينهما في دراسة واحدة ، حيث لم يُتاح للباحث فرصة الاطلاع أو الحصول على دراسة جمعت المتغيرين معاً، ومن جهةٍ اخرى اختلف هدف هذه الدراسة حيث كان هدفها الاساسي هو التعرف على الاثر الذي تولّد نتيجة فرض ضريبة مبيعات على خدمات الهاتف النقال في خلق مرونة طلب سعرية لهذه الخدمات و بالتالي التأثير على ربحية الشركات العاملة في هذا المجال.

2- المبحث الثاني/ التأطير النظري لضريبة المبيعات و الربحية و مرونة الطلب السعرية

2-1 ضريبة المبيعات

2-1-1 تعريف ضريبة المبيعات : تم تعريف ضريبة المبيعات عدة تعاريف منها ما هو مقتضب جداً كتعريفها " بأنها ضريبة مضافة إلى سعر السلع والخدمات"¹، وهناك من توسع بتعريفها فعبّر عنها "بضريبة تفرض على بيع السلع والخدمات التي تحسب عادة كنسبة مئوية من سعر الشراء والتي تم جمعها من قبل البائع" (Merriam, 2018)² . ونجد تعريف اخر جاء به د. الخطيب حيث عرف ضريبة المبيعات "بأنها ضريبة تصيب جميع المبيعات التي تتم في أي دور من ادوار تداول البضاعة من مرحلة انتاجها حتى مرحلة استهلاكها" (الخطيب و شامية، 2007: 177) ، وعرفها هيل مان "بأنها من الضرائب غير المباشرة التي فرضت على سوق المنتجات و يتحملها الفرد عند شرائه السلعة او الخدمة التي تم فرض ضريبة المبيعات عليها ، و تعتمد هذه الضريبة على مرونة العرض في الاسواق"(خشيف، 2017: 45) .

وفي ضوء ما تقدم يمكن تعريف ضريبة المبيعات بأنها فريضة مالية نقدية جبرية تفرض على نقطة بيع السلع و الخدمات المنتجة محلياً او المستوردة، و الخاضعة لها ، وفقاً لأحكام القانون باستثناء ما تم التوافق على اعفائه منها بنص قانوني، ويتحمل عبئها المشتري النهائي دون مراعات ظروفه الشخصية، ويحصلها البائع النهائي نيابةً عن السلطة المالية و يسلمها لها بشكل دوري ليس سنوي وفق القانون، و تفرض او يعفى منها لتحقيق اهداف مالية و اقتصادية و اجتماعية و سياسية وبما يتوافق مع توجهات الدولة.

2-1-2 خصائص ضريبة المبيعات

1- فريضة مالية نقدية جبرية / ففي وقتنا الحاضر تفرض الضريبة في معظم دول العالم و تحصل بشكل نقدي و جبري بالعكس عن ما كان سائد في العصور السابقة حيث كانت الضرائب تحصل عيناً مما ينتجه او يتعامل به الشخص المكلف بأداء الضريبة (شاهين، 2009: 10).

2- ضريبة اقليمية / حيث يقتصر فرضها على الصفقات التجارية و المبيعات التي تتم داخل اقليم الدولة و لا يمتد سريان الضريبة الى خارج حدود اقليم الدولة (أبراهيم، الحموي، 2006: 165) .

3- ضريبة عامة / حيث تفرض على كافة السلع و الخدمات المصنعة محلياً او المستوردة الا ما استثني منها بنص قانوني صريح (خليفة، واخرون، 2015: 345) .

¹ <http://www.learnersdictionary.com/definition/sales%20tax>

² <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sales%20tax>

- 4- ضريبة لا تراعي الظروف الشخصية للمكلف / الضريبة على المبيعات تتشابه مع سائر الضرائب غير المباشرة فهي تفرض على المال الخاضع للضريبة دون الاخذ بالأوضاع الخاصة بالمكلف بنظر الاعتبار كمعدل دخله او اعباءه الاسرية اعزب ام متزوج او متزوج و لديه اولاد او ليس لديه اولاد وكم يبلغ، وغيرها من الامور ذات الطابع الشخصي ، (العلي، 2008: 263) .
- 5- ضريبة غير مباشرة / فهي تفرض اثناء تتبع الثروة و التصرف بها أي على المظاهر الخارجية للثروة ممثلة في انفاقها و تداولها (سيد، 2016: 46) ويستطيع من فرضت عليه ان ينقل عبئها الى شخص اخر (أبراهيم، الحموي، 2006: 165) .
- 6- ضريبة دورية وليست سنوية / حيث أن المكلف القانوني يلتزم بتحصيلها من المكلفين الفعليين او الحقيقيين بها و توريدها الى السلطة المالية خلال الاجل المحدد قانوناً (سيد، 2016: 47)
- 7- ضريبة نسبية / أن الضريبة على المبيعات تفرض بسعر نسبي حيث تفرض بسعر واحد لا يتغير مهما اختلف وعاء الضريبة سلعة كانت ام خدمة (العلي، 2008: 262).
- 8- ضريبة ليس لها علاقة بالربح او الخسارة التي يحققها المكلف القانوني / حيث انها تفرض على قيمة المبيعات بصرف النظر عن نتيجة نشاط المكلف سواء أكان رابحاً ام خاسراً (البيديوي، البابلي، 2004: 386) .

2-1-3 قواعد الضريبة بشكل عام و ضريبة المبيعات : و هي (الفحل، 2016: 12)،(نصر الله، 2015: 40) :-

- 1- قاعدة العدالة الضريبية . 2- قاعدة اليقين . 3- قاعدة الملائمة . 4- قاعدة الاقتصاد .

2-1-4 اثر ضريبة المبيعات في الاسعار : لضريبة المبيعات فيما لو فرضت على سلعة او خدمة معينة تأثيرها في سعرها حيث تؤدي الى رفع السعر بنفس مقدار الضريبة كلاً او جزئاً (المرزوك، 2013: 6) تبعاً لعدة عوامل كقدرة البائع على نقل عبء الضريبة الى المشتري النهائي ، و نوع السلعة او الخدمة و أن كانت ضرورية ام كمالية ومدى توافر بديل لها من عدمه، و كذلك مرونة الطلب السعرية للسلعة او الخدمة ، و العامل الاخير هو نوع سوق السلعة او الخدمة ان كان احتكاريّاً (احتكار تام او احتكار القلة) أم انه سوق منافسة، ونجدها تؤثر من حيث الفعل (فرض ضريبة المبيعات) و رد الفعل (تغير الاسعار باتجاه الارتفاع) بمرحلتين الاولى تأثير فوري على الأسعار و الثانية الآثار على المدى الطويل في الاسعار وكما مبين ادناه (ويليام شولتز، 1942: 17)³ :-

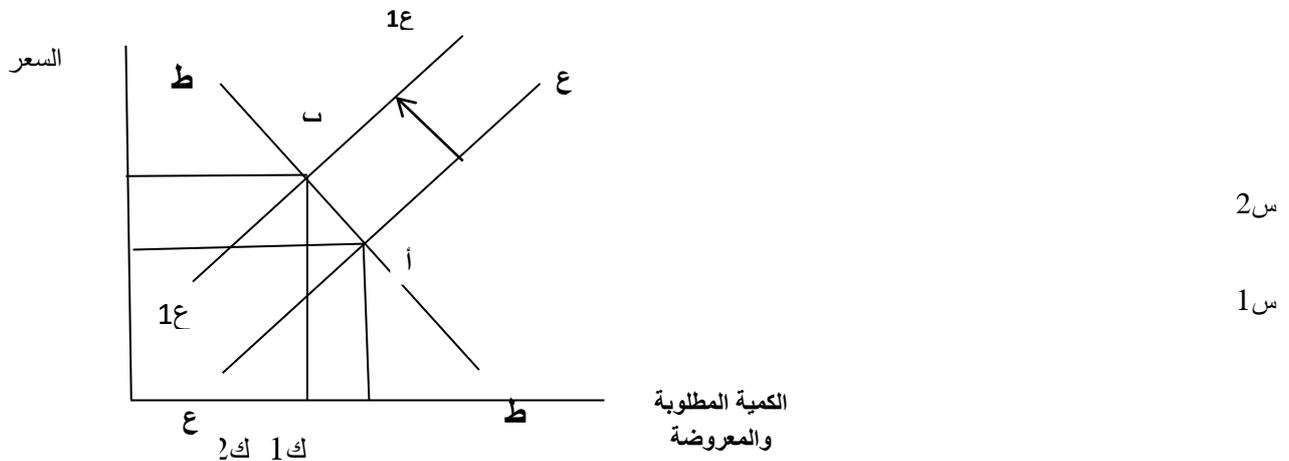
1- التأثير الفوري لضريبة المبيعات على الاسعار: ان الأثر العام الفوري لضريبة المبيعات التي يتم جمعها من تجار الجملة او من المنتجين مقارنة ببائعي التجزئة تكون أقل تأثيراً مما هو عليه في حالة ضريبة مبيعات المستوفاة من تجار التجزئة، حيث لا توجد ترتيبات مسبقة كآليات الاحتساب للضرائب وسدادها و التي تسهل عملية الفرض لضريبة مبيعات التجزئة. وفي حين أن الأنشطة الاحتكارية ، التي تسمح بإجراء فوري لإضافة نسبة الضريبة على السعر ، غالباً ما تكون موجودة في القطاعات الصناعية للاقتصاد ، كما إن المنافسة الفعالة تحدث في بعض قطاعات البيع بالجملة وفي العديد من مراحل الصناعة، وعندما تكون السياسة التنافسية فعالة وبشكل حقيقي في أي مجال من مجالات العمل ، يجب ألا تؤثر ضريبة المبيعات على السعر في الحال، بل يتمثل الإجراء الأول إن كان المنتجون والبائعون الأكثر قدرة على المنافسة يرغبون في الحفاظ على السوق من خلال استيعاب الضريبة بأنفسهم. وبالتالي فإن الاتجاه الأولي للضريبة هو تخفيض الأرباح ، أو تحويل الأرباح إلى خسارة ، بدلاً من رفع الأسعار، في حالة الركود الاقتصادي ، عندما تنقل الأسواق وتكون المنافسة أشد قسوة ، فإن هذا التأثير الانتقالي لضريبة المبيعات على الأرباح بدلاً من الأسعار قد يكون ملحوظاً و بشكل كبير .

2- الآثار على المدى الطويل لضريبة المبيعات في الاسعار: عندما يكون التأثير الأول على ارباح الشركات المصنعة جراء ضريبة المبيعات هو تقليل الأرباح في بعض مجالات التصنيع أو التوزيع ، فإن دخول الاستثمارات الجديدة إلى هذه المجالات الاقتصادية لا يتم تشجيعه ، أو قد يحدث خروج فعلي من النشاط بسبب الفشل المالي و الخسارة لبعض المنتجين ، وينتج عن هذا

³ <http://www.taxhistory.org/Civilization/Documents/Sales/HST29008/hst29008.htm>

الانخفاض في الانتاج للسلع و الخدمات و بالتالي المعروض منها و الموزع في نهاية الامر سيؤدي الى نقص في مجال البيع بالتجزئة لتلبية طلب المستهلك الذي لم يتغير, وفقا للتعديلات التي حدثت في الاسعار. وتشمل التغييرات التي يمكن القيام بها من قبل المنتجين محاولة خفض التكاليف التي ينطوي عليها تقييد الإنتاج والتوزيع ، مع الاخذ بالحسبان رد فعل المرونة على الطلب وهي متغيرة في الطلب الاستهلاكي من منتج الى آخر, فقد يؤدي ارتفاع الأسعار الى إجراء تعديلات أخرى على الأسعار على المدى الطويل, ففي الأوقات الاعتيادية ، يجب أن تؤدي الزيادة العامة في الأسعار التي تسببها في بادئ الامر ضريبة المبيعات إلى خفض الاستهلاك ، المقاس بالوحدات الكمية كالوزن و العدد , هذا التخفيض في الاستهلاك لا يتم توزيعه بالتناسب بين جميع السلع والخدمات ، ولكنه يختلف باختلاف مرونة الطلب على مختلف السلع والخدمات. وهذا الانخفاض المتفاوت في الاستهلاك له تداعياته على الصناعة والأعمال. انخفاض مبيعات التجزئة بسبب زيادة الأسعار الناجمة عن فرض ضرائب المبيعات يزيد من اثارها في انخفاض الطلبات المقدمة الى تجار الجملة والمصنعين .ويمكن التعبير عن أثر ضريبة المبيعات على السعر و الكمية بالشكل (1) الآتي:-

شكل (1) فرض ضريبة مبيعات واثرا على السعر و الكمية المطلوبة



المصدر/فاخر, د. أماني, "الاقتصاد الجزئي", الدار الجامعية, جامعة حلوان, كلية التجارة وإدارة الاعمال, حلوان, مصر, 2014, ص317.

وختام القول بما يتعلق بالآثار الاقتصادية لضريبة وبضمنها اثرها على السعر ففي كل الحالات وبعيداً عن أي تحليل اقتصادي و اجتماعي للضريبة فإن ردة فعل الجمهور ستبقى كما هي ، سلبية تجاه كل ما يسمى ضريبة او رسم بشكل خاص, فالضرائب على الاستهلاك وتحديد الضرائب التي تطال المستهلك النهائي ، بغض النظر عن اثرها الايجابي و السليبي من الناحيتين الاقتصادية و الاجتماعية (حطيط, 2016: 139).

2-2 تحليل الربحية

2-2-1 تعريف الربحية: يمكن تعريف الربحية وكما اورد ساينكي في عام 1983 (Sinkey) بأنها "العائد أو المردود المالي المتولد من توظيف موارد الشركة في أنشطة استثمار الاموال في الموجودات المربحة ويتم قياسها بعدة مؤشرات في نهاية السنة المالية" (الرياحي, 2006: 136) .

2-2-2 الربح و الربحية : بهذا الصدد بين (Trivedi) وجهة النظر التي تبناها كل من (Weston & Brigham) بشأن الربح والربحية ، حيث اشارا للربح بمفهومه من وجهة نظر ادبيات الادارة المالية بانه " مقياس للرقابة و اختبار للكفاءة, ومن وجهة نظر الملاك يعد كمقياس لقيم استثماراتهم ، اما الدائنون فيعدون الربح كهامش الامان و السلامة ومؤشر اطمئنان , اما الربحية فهي نتاج ، وبتعبير آخر لا يعني تحقيق الربح دائماً ان الشركة تحقق ربحية ، ونعني بذلك ان الشركات التي تحقق نفس المقدار من

الارباح قد تختلف من حيث الربحية (Trivedi , 2010 :237). وهذا ما بينه R.S. Kulshrestha عن سبب ذلك ، هو ان تطابق او تقارب الربح المتحقق لمشروعين او لشركتان منفصلتان ، يحدث في الكثير من الاحيان بيد ان ربحية كل منهما ستختلف عند قياسها من حيث حجم الاستثمار او بالنسبة لاستثمارات الملاك او بنسبته للمبيعات ، من ذلك نستدل على الدور الذي تؤديه الارباح والربحية في الشركات بشكل عام فهي مطابقة الى الوظيفة التي يقوم بها الدم والنبض في الجسم البشري فبلا ارباح متحققة و بلا نسب ربحية مرضية لا وجود لدورة مالية/ نقدية مجدية تدفع بأصحاب الشركة و ادارتها بالسعي للاستمرار بأداء اعمالهم (Barad , 2010: 108). و بذلك نجد ان المفهومين مختلفين من حيث الشكل و المضمون, ولكن هذا الامر لا ينفي وجود ترابط وثيق بينها.

2-2-3 طرق مقارنة مؤشرات نسب الربحية المحتسبة: هي(الصياح, العامري, 2003: 53 - 54) و(البرزنجي: 2015: 47-48):-

1. المعايير المطلقة (المنطقية) .

2. معيار الصناعة .

3. المعيار الاتجاهي التاريخي

4. المعيار المخطط او المستهدف او المعيار الوضعي

2-2-4 قياس نسب الربحية وتحليلها و تفسيرها: حيث سيتم الاعتماد على المؤشرات الأربعة المبينة ادناه, ببيانها نظرياً من ثم استخدامها في الجانب العملي :-

1. معدل العائد على حقوق الملكية/ وتحسب هذه النسبة بالعلاقة التالية(سليمان, 2017: 20):-

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{حقوق الملكية}} \times 100$$

ويسمى(ROE) في بعض الأحيان العائد على القيمة الصافية ويدل على معدل العائد على استثمارات المساهمين في الشركة أي معدل حصة كل دينار مستمر في هذه الشركة من قبل المستثمرين (رباط, 2016: 72).

2. هامش اجمالي الربح / تم حساب نسبة الربح الإجمالي باستخدام الصيغة التالية(اليوسف, الحموي, 2017: 80):-

$$\text{هامش اجمالي الربح} = \frac{\text{صافي الربح قبل الفوائد و الضريبة}}{\text{المبيعات}} \times 100$$

و ناتجها نسبة مئوية و تدل على هامش مساهمة كل دينار من المبيعات في تحقيق الربح الاجمالي , ولا بد من مقارنة هذه النسبة بمثيلاتها في السنوات السابقة أو نسب السوق أو النسب المعيارية، حيث أن زيادة الارباح لا يعني أن هامش ربح المؤسسة قد تحسن، وتكون هذه النسبة بمثابة المقياس الحقيقي لكفاءة الادارة لاهنا لا تملك السيطرة الفعلية على الفوائد والضرائب والمصروفات الاخرى(عثمان, 2014: 9).

3. هامش صافي الربح/ و ستعتمد الصيغة الاتية لأغراض هذه الدراسة (المحجان, 2012: 10):-

$$\text{هامش صافي الربح} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{المبيعات}} \times 100$$

ويستوجب مقارنتها ايضاً مع احد انواع المعايير و دراسة و تحليل وتفسير نتائجها .

4. العائد على الموجودات/ و تحتسب بقسمة صافي الدخل على إجمالي الموجودات (عبد السادة و اخرون, 2008: 125):-

$$\text{معدل العائد على الموجودات} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{اجمالي الموجودات}} \times 100$$

كذلك يتم مقارنة نتائجها مع المعيار المحدد و تجرى لها عملية دراسة و تحليل و استنتاج .

2-3 مرونة الطلب السعرية

2-3-1 اسلوب احتساب مرونة الطلب السعرية: يتم احتساب مرونة الطلب السعرية العام وتقاس هذه النسبة بقسمة التغير

النسبي في الكمية المطلوبة على التغير النسبي في السعر و المعبر عنها بالمعادلة ادناه (الدليمي, 1999: 228):-

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة من السلعة او الخدمة}}{\text{التغير النسبي في سعر السلعة او الخدمة}}$$

و في الشكل الرياضي فأن معادلة المرونة تكون (رشاد, واخرون, 2018: 138):-

$$\text{م ط س} = \frac{\Delta \text{ك}}{\Delta \text{س}} = \frac{\text{ك}1 - \text{ك}2}{\text{ك}1} \div \frac{\text{س}1 - \text{س}2}{\text{س}1}$$

وناتج معادلة مرونة الطلب السعرية (م ط س) تكون اشارته سالبة وهذه الاشارة تعكس العلاقة العكسية بين السعر و الكمية

المطلوبة , و عليه تهمل الاشارة و تؤخذ درجة مرونة الطلب السعرية بالرقم المطلق (فاخر, 2014: 166).

2-3-2 حالات مرونة الطلب السعرية : لمرونة الطلب السعرية عدة حالات وهي (الصُعيدي, 2008: 127 – 130):-

1. طلب عديم المرونة .

2. طلب غير مرن أو قليل المرونة .

3. طلب متكافئ المرونة .

4. طلب مرن أو تام المرونة .

5. طلب لانهائي المرونة .

ويمكن توضيح هذه الحالات المحتمل الحصول عليها كنواتج لعملية احتساب مرونة الطلب السعرية بالجدول رقم (1) ادناه:-

جدول (1) حالات مرونة الطلب السعرية ودرجة المرونة

حالات الطلب حسب درجات المرونة	درجة المرونة معامل المرونة	الايضاح البياني لحالات مرونة الطلب السعرية
1- عديم المرونة	معامل المرونة = صفر	
2- قليل المرونة	معامل المرونة = اكبر من الصفر و اقل من الواحد حيث يمكن القول انها تشمل أي درجة معامل المرونة و أقل من الواحد	
3- متكافئ المرونة	معامل المرونة = واحد	
4- طلب مرن / تام المرونة	معامل المرونة = أكبر من الواحد	
5- لانهائي المرونة	معامل المرونة = ∞	

المصدر/ عبد الحميد، د. عبد المطلب، " النظرية الاقتصادية تحليل جزئي وكلي"، الدار الجامعية، جامعة الاسكندرية، الاسكندرية، مصر، 2007، ص108.

2-3-3 ضريبة المبيعات ومرونة الطلب السعرية: تعد عملية فرض ضريبة المبيعات من مسائل الاقتصاد الكلي، بينما مرونة الطلب السعرية فتعد من محاور و تحليلات الاقتصاد الجزئي، وعن طريق استخدام الثاني (أي مرونة الطلب) يمكن المساعدة في رسم الكثير من السياسات الاقتصادية الكلية، كفرض ضريبة مبيعات على سلعة أو خدمة، فإن كان الطلب مرناً سيؤدي الى انخفاض إيرادات المنتج، في حين أن الطلب عديم المرونة فلا تتأثر إيرادات المنتج بالضريبة المفروضة، (عبد الحميد، 2007: 111).

3- المبحث الثالث/ مرونة الطلب السعرية وربحية شركات الاتصالات في ظل ضريبة المبيعات

3-1 لمحة مختصرة حول عينة البحث

3-1-1 شركة اسيا سيل: تم تأسيس الشركة بتاريخ 25/تموز/2007 في السليمانية ولها ان تفتح فروع في داخل اقليم كردستان وخارجه و براس مال قدره (1,000,000) دينار ،وتعتبر من المزودين الرئيسيين لخدمات الاتصالات النقالة عالية الجودة في العراق ولديها ما يفوق (10) ملايين مشترك وحقت الشركة تغطية على المستوى الوطني لشبكتها بحلول عام (2009) وتستمر بالسعي لتكون الخيار الاول للاتصالات المحمولة في العراق من خلال شبكة مبيعات مؤلفة من (83) موزعاً رئيسياً وتتوفر خدماتها في اكثر من (6000) نقطة بيع في جميع انحاء العراق .كما تشغل الشركة (38) محل تجزئة خاصة بعلامة اسيا سيل التجارية وتملكها الشركة بالإضافة الى فتحها شبكة من المحال التجارية التي تمتلك حق الامتياز ببيع خدمات اسيا سيل . وتدعم خدمات الشبكة اربعة مراكز اقليمية لتقدم خدمات على مدار الساعة للزبائن بثلاث لغات، العربية ، والكردية ، والانجليزية . وفي (30) ايلول (2012) غطت شبكة اسيا سيل (97%) من اجمالي سكان العراق البالغ عددهم (34) مليون نسمة وتعتد ادارة الشركة ان اسيا سيل تملك (43%) من الحصة السوقية ، وقد تحولت الشركة من شركة مساهمة محدودة الى شركة مساهمة خاصة و تم ادراجها في سوق العراق للأوراق المالية في عام 2012، و تم بيع اسهمها من خلال مصرف الشمال حيث تولى المصرف عملية تسويق الاصدار الاولي لاسهم الشركة .

3-1-2 شركة الخاتم (زين): تأسست هذه الشركة باسم (ام تي سي اثير) بعد حصولها على ترخيص في المنطقة الجنوبية في كانون الاول /2003 لتقديم طيف واسع من خدمات الاتصالات والبيانات المتنقلة تمثلت في تركيب وتشغيل شبكة اتصالات نقالة (جي ،اس ،ام) في جنوب العراق . وعلى الرغم من ما واجهته الشركة من اوضاع امنية وسياسية عصبية وبنى تحتية متهالكة الا انها باشرت على الفور بالعمل لبناء شبكتها الخاصة في مناطق الترخيص ولتبدأ بتقديم خدماتها عالية الجودة عام 2004 التي تراوحت بين الخدمات مسبقة الدفع و آجلة الدفع للخدمات الصوتية والرسائل القصيرة (SMS) ونقل البيانات والوسائط المتعددة وخدمات التجوال حول العالم .وفي اغسطس (2007) استطاعت الشركة من الحصول على رخصة للعمل في كافة انحاء العراق من هيئة الاتصالات الوطنية والتي بدأتها بتقديم خدمات (GPRS) ذات التقنيات المتقدمة وتوسيع عملياتها الى المناطق الوسط والشمالية ،وبعد الحصول على الرخصة تمكنت الشركة في نهاية (2007) شراء شركة (عراقنا) لضمها الى المجموعة ولتكون كل من شركة (اثير، عراقنا) معاً شركة زين للاتصالات المحمولة في العراق ، وفي علم 2013 تم إنشاء شركة الخاتم للاتصالات وهي شركة مساهمة و مدرجة في سق العراق للأوراق المالية و من ثم تم شرائها من قبل شركة زين العراق ، و قد تم ذلك لتلبية متطلبات الترخيص الممنوح لشركة زين العراق بشرط أن تتحول الشركة الى شركة مساهمة خاصة ، و بذلك تحولت الشركة الى شركة مساهمة و بنفس الوقت لم يتمكن أي مساهم جديد من شراء اسهمها ، حيث أن عملية التحول لم تكن سوى عملية اندماج بين شركتي الخاتم و زين العراق .

3-2 واقع ضريبة المبيعات على خدمات الاتصالات في العراق و تحليل مرونة الطلب السعرية

3-2-1 واقع ضريبة المبيعات على خدمات الاتصالات في العراق: فرضت ضريبة المبيعات على خدمات الهاتف النقال واوعية ضريبية اخرى ضمن قانون الموازنة العامة لجمهورية العراق وبموجبه صدرت تعليمات فرض وجباية ضريبة المبيعات رقم (5) لسنة 2015 استناداً الى احكام الفقرة (أ) من المادة (33) من قانون الموازنة العامة الاتحادية لجمهورية العراق لسنة 2015 وقد تضمنت عدة انواع من ضرائب المبيعات نبينها على النحو التالي :-

(1) فرض ضريبة مبيعات بنسبة (20%) من قيمة الكارت او خدمة الدفع اللاحق الفاتورة على خدمة الهاتف النقال و خدمات الانترنت .

(2) فرض ضريبة مبيعات بنسبة (15%) من قيمة البضاعة المثبتة في التصريحة الكمركية على السيارات المستوردة .

(3) فرض ضريبة مبيعات على مشتري تذاكر السفر الداخلية و الخارجية بنسبة

(15%) من قيمة التذكرة .

(4) تفرض ضريبة مبيعات بنسبة (300%) على الاستيرادات من السكائر و المشروبات الكحولية وعلى ما ينتج منها محلياً .

و قد نصت المادتين (2) و(3) من تعليمات رقم (5) وهي تتعلق بضريبة المبيعات على خدمات الاتصالات على ما يلي :-
المادة-2- تفرض ضريبة بنسبة (20%) عشرين من المئة من قيمة الكارت أو خدمة الدفع اللاحق (الفاتورة) على خدمة الهاتف النقال أو خدمة الانترنت المقدمة في العراق من المكلف الى المستهلك وتعد الخدمة مقدمة في العراق اذا كانت المنشآت اللازمة لتقديمها موجودة في العراق أو خارجه .

المادة-3-اولاً- على المكلف اضافة مبلغ الضريبة الى سعر خدمة الهاتف النقال و خدمة الانترنت مدفوعة الثمن مقدماً او لاحقاً و اظهارها الى المستهلك.

ثانياً- يدفع مبلغ الضريبة من المكلف كل(3) ثلاثة اشهر مصحوباً بتقرير مصدق من المحاسب المختص يوضح نشاطه وفق النموذج الذي تعده الهيئة العامة للضرائب لهذا الغرض خلال النصف الأول من الشهر الذي يلي انتهاء مدة(3) الثلاثة اشهر موقعاً منه أو ممن يمثله قانوناً .

واستمر فرض هذا النوع من الضرائب بموجب قانون الموازنة العامة للدولة في السنوات (2016 , 2017 , و 2018) و تم توسعة قاعدة السلع و الخدمات الخاضعة لضريبة المبيعات في قانون الموازنة العامة الاتحادية لجمهورية العراق للسنة المالية 2018 رقم (9) لسنة 2018 .

و تقع مسؤولية الحصر و الفرض و الجباية في هذا النوع من الضرائب على عاتق الهيئة العامة للضرائب في كل من قسم الاستقطاع المباشر و قسم الشركات و قسم كبار المكلفين .

3-2-2 ملاحظات حول ضريبة المبيعات في العراق : حيث يلاحظ عليها وجود بعض المثالب و الثغرات منها :-

1. عدم وجود تشريع خاص و موحد وشامل بضريبة المبيعات , حيث نجدها منقسمة على تشريعات عدة منها ما هو قديم جداً ويعود الى العهد الملكي , و اخر صادر بقرار من مجلس قيادة الثورة المنحل , و اخر يصدر مع قانون الموازنة العامة الاتحادية لجمهورية العراق , و هذه المسألة تضيي على التشريع طابع عدم الاستقرار و التشطي. وبهذا الصدد نلفت النظر الى أن قانون الموازنة هو قانون سنوي يبدأ ابرائه القانوني من 1/كانون الثاني و ينتهي في 31/كانون الاول من كل عام , و بهذا فان الضرائب التي تشرع بموجبه يجب أن يتوقف استقطاعها بنهاية السنة المالية أن لم يفلح مجلس النواب في تشرع قانون الموازنة العامة قبل بدء السنة التالية, ففي حال انتهاء السنة المالية , و لم يشرع مجلس النواب قانون الموازنة للسنة التالية, و ان تم اصدار تعليمات لفرض و جباية هذه الضرائب فهي غير كافية و وافية و تبعاً لمبدأ قانونية الضريبة , حيث أن التعليمات تستمد قوتها القانونية من قانون الموازنة , فأن انتهت مدة الابرء القانوني لقانون الموازنة , فمن البديهي أن تفقد التعليمات ابرائها القانوني ايضاً , وخير مثال على ذلك ما حدث في مستهل عام 2018 حيث تأخر مجلس النواب العراقي في اصدار الموازنة العامة للدولة و نشرت في 1/نيسان/2018 .

فالسؤال هنا الى ماذا استندت الهيئة العامة للضرائب في جبايتها لضريبة المبيعات على الاتصالات في مطلع عام 2018 , والتعليمات و القانون المستندة اليه في الفرض و الجباية فافقدان لإبرائهما القانوني؟ .

2. تعد ضرائب المبيعات في العراق من الضرائب الانتقائية التي تصيب بعض السلع و الخدمات المختارة و المنتقاة , و لم يبين المشرع الاسباب الموجبة لفرضها و اسباب انتقاء هذه المجموعة من السلع و الخدمات , لتدعيم ما شرعه بالإيضاح و الشفافية و شيء من الاقناع للمكلفين بأغراض و اهداف و اسباب التشريع .

3. لم تشمل التشريعات المختلفة لضريبة المبيعات على بيان العقوبات و الغرامات التي يجابها المخالف لأحكامها و بنودها 'باستثناء قانون استيفاء رسوم استهلاك في المحصولات الارضية رقم (83) لسنة 1931م " الامر الذي يؤدي الى أن يكون الدافع للتهرب منها قوياً لغياب الردع القانوني, و لجأت الهيئة العامة للضرائب الى أن تستند لما ورد من عقوبات و غرامات في قانون ضريبة الدخل رقم (113) لسنة 1982 (المعدل) لتلافي هذه الثغرة و الذي لا تتناسب احكامه غالباً مع ضريبة المبيعات و هي شهرية أو فصلية بينما ضريبة الدخل تكون سنوية .

4. لم يرد أي نص في هذه التشريعات بمنح إعفاءات لأي شخص سواء أكان طبيعياً أو معنوياً , وهذا يعني أن مؤسسات الدولة ستدفع الضريبة الى الحكومة عند استخدامها لخدمات الاتصالات و الانترنت و شراء تذاكر السفر , و هذا يجعل الخزنة العامة تسدد قيمة هذه الضرائب الى الخزنة العامة مرة اخرى, و يمكن ان يعد هذا تحوطاً متشدداً من المشرع لسد أي ثغرة قد تؤدي الى التهرب أو الانتقاع , فإخضع الكل لهذه الضريبة دونما أي إعفاءات.

3-2-3 تأثير ضريبة المبيعات على ضريبة الدخل المفروضة على شركات الاتصالات : يظهر في الجدول ادناه مقدار اجمالي الضريبة (ضريبة الدخل + ضريبة المبيعات) المفروضة على الشركتين محل البحث للفترة من (2011 - 2017) وسيتم اعتماد مبالغ الضريبة الظاهرة في القوائم المالية لهذه الشركات , وسيتم الاعتماد على جدول مستحصل من الهيئة العامة للضرائب لأثبات مبالغ ضريبة المبيعات المحصلة فعلاً خلال الاعوام (2015 و 2016 و 2017) للتحقق من حدوث المشكلة و تحقق الفرضية وما هو التأثير لضريبة المبيعات بعد أن فرضت على ضريبة الدخل وكما هو مبين في الجدول(2) ادناه:-

جدول(2) مقدار اجمالي الضريبة المسددة من قبل شركتي أسيا سيل و الخاتم (زين) للفترة (2011-2017)

البيان السنة	ضريبة الدخل شركة أسيا سيل		ضريبة الدخل شركة الخاتم (زين)		اجمالي الضريبة مليون دينار (3+2+1)
	مليون دينار * (1)	نسبة النمو %	مليون دينار (2)	نسبة النمو %	
2011	89104	—	72790	—	161894
2012	116237	30.4	52920	(27.2)	169157
2013	164060	41.1	40279	(23.8)	204339
2014	103831	(36.7)	49906	23.9	153737
2015	90886	(12.4)	12621	(74.7)	232014
2016	63793	(29.8)	صفر *	(100)	593538
2017	77063	20.8	صفر *	—	626208
المجموع	704974	—	228516	—	2140887

المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية للشركات عينة البحث و جدول إحصائي صادر من الهيئة العامة للضرائب.

* يضم العمود رقم (1) ضرائب الدخل المسددة من قبل شركة أسيا سيل و التي تم حسابها من واقع قائمة العمليات الجارية لهذه الشركة و التي احتوت على ضريبة تخص ذات السنة و مبالغ ضرائب تخص سنوات سابقة و تم جمع هذين المبلغين للوصول الى رقم عادل و اقرب الى الصواب.

* في العمود رقم (2) من الجدول اعلاه ورد مبلغ الضريبة المسددة من قبل شركة الخاتم لعامي 2016 و 2017 على التوالي بمبلغ صفر و السبب في ذلك هو تحقيق الشركة صافي خسارة في عام 2016 ولسماح القانون العراقي بتدوير الخسائر وتنزيلها من دخل السنوات اللاحقة⁴ ادى ذلك الى عدم خضوع الشركة للضريبة في العام اللاحق وكما ورد في قوائمها المالية المنشورة على موقع هيئة العراق للأوراق المالية.

وبالنظر الى نتائج تحليل النمو/ التغيير لمبالغ ضريبة الدخل المفروضة على الشركتين و الظاهرة في الجدول (2) نجدها انخفضت و بشكل كبير في السنوات الثلاث الاخيرة بعد فرض ضريبة المبيعات و بذلك يثبت كل من تحقق المشكلة و ثبوت الفرضية . وبدلالة المؤشرات التي ستم عملية تحليلها و تفسير نتائجها في المحور الثالث والايخبر من هذا المبحث نجد أن لضريبة المبيعات اثرًا واضحاً على ربح الشركتين عينة البحث و بالتالي تأثرت ربحية كل منها و بالنتيجة انخفض مقدار ضريبة الدخل المفروضة

⁴ علماً أن القانون العراقي سمح بتنزيل نصف دخل السنة التالية لسنة تحقق الخسارة , ونجد أن شركة الخاتم حققت ربحاً صافياً لعام 2017 بمبلغ (34288430000) دينار, وبذلك نجد أن نصف هذا المبلغ نصفه يفوق على خسارة العام السابق و يجب أن يتم دفع ضريبة الدخل عن ما تبقى من صافي الدخل بعد اتمام تنزيل الخسارة , و بذلك نستدل أن اسلوب الشركة في عرض قيمة ضريبة الدخل المستحقة عليها خلال عام 2017 , لم يكن سليماً و يخالف قانون ضريبة الدخل العراقي.

على دخلهما الصافي الخاضع لضريبة الدخل , مع لفت النظر الى أن المبالغ المرتفعة التي تم جبايتها من ضريبة المبيعات خلال السنوات الثلاث (2015 – 2017) و البالغ مجموعها (1207397000000) واحد ترليون و مائتين و سبعة مليار و ثلاثمائة و سبعة و تسعون مليون دينار, وهي تغطي الفجوة الحاصلة بمبالغ ضريبة الدخل , ولكن هذا لا ينفي تأثر أنشطة وأعمال وإيرادات وأرباح هاتين الشركتين جراء فرض ضريبة المبيعات و بشكل سلبي .

3-2-4 تحليل مرونة الطلب السعرية : تم وضع القواعد النظرية لهذا الموضوع في اعلاه و بشكلٍ وافٍ وفي هذا المحور نود بيان أن الاستخدام لهذا التحليل يتطلب وجود معلومة تخص الكميات المطلوبة من خدمات الهاتف النقال من كلا الشركتين , و هذه المعلومة ليست متاحة أو متوفرة لدى الباحث , وأن ما هو بين ايدينا القوائم المالية التي تضم بند الإيرادات فحسب , و بالاستناد الى تعريف الطلب بأنه الحاجة التي تولد الرغبة و الدافع بالحصول على شيء ما لإشباع تلك الحاجة بشرط أن تقترن الرغبة بالقدرة على الحصول على ذلك الشيء ودفع ثمنه دونما وجود عائق يحول دون ذلك , و بالتالي سيتم اعتماد مبالغ إيراد النشاط لتلك الشركتين باعتباراً الصورة النقدية للكميات المطلوبة وبعبارة أخرى انه الطلب معبر عنه بكميات نقدية عوضاً عن التغير في الكمية المطلوبة, وعليه سنعتمد على النسبة المحتسبة باستخدام تحليل النمو / التغير, لاحتساب درجة مرونة الطلب السعرية لخدمات الهاتف النقال للشركتين عينة البحث لكل من سنة 2015 و تغير إيراداتها عن سنة 2014 , ثم السنة التالية أي سنة 2016 مقارنةً بعام 2015 ولكل شركة على حدة, و قد تم اختيار هذين العامين لكون ضريبة المبيعات لم تكن مطبقة في الاعوام السابقة الامر الذي يعني عدم وجود تغير في اسعار خدمات الاتصالات خلالها, اما عن سبب الاحتساب لسنتين متتاليتين فهو أن سنة 2015 طبقت فيها ضريبة المبيعات لنصف سنة فقط ابتداءً من 1/حزيران/ 2015 , وبذلك كان لزاماً احتساب درجة المرونة للسنة التي تلتها للحصول على درجة المرونة السعرية بشكل ادق, ولم يتم شمول عام 2017 بهذا التحليل لكون السعر فيه يمكن أن يُعد مستقرًا, ولم يحدث فيه أي تغير, وسيتم الاحتساب بالاعتماد على المعادلة الرياضية الآتية :-

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة من السلعة او الخدمة}}{\text{التغير النسبي في سعر السلعة او الخدمة}}$$

وبتطبيق الفكرة التي تم طرحها في اعلاه تتخذ المعادلة الرياضية الصيغة الآتية :-

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير النسبي في الإيراد السنوي السنة ن}}{\text{التغير النسبي في سعر السلعة او الخدمة}}$$

والمبينة نتائجها في الجدول (3) ادناه :-

جدول (3) درجة مرونة الطلب السعرية لخدمات الهاتف النقال لشركتي أسيا سيل و شركة الخاتم (زين) (2015 و 2016)

البيان السنة	شركة أسيا سيل			شركة الخاتم (زين العراق)		
	نسبة التغير في الإيراد (1)	نسبة التغير في السعر (2)	درجة المرونة (2÷1)	نسبة التغير في الإيراد (3)	نسبة التغير في السعر (4)	درجة المرونة (4÷3)
2015	-0.2139	0.2	-1.0695	-0.222	0.2	-1.11
2016	-0.1033	0.2	-0.5165	-0.1264	0.2	-0.632

المصدر / أعداد الباحث باعتماد نسبة التغير في الإيراد السنوي للشركتين عينة البحث من واقع القوائم المالية.

ومن الجدول (3) يتبين أن درجة المرونة لشركة أسيا سيل وشركة الخاتم خلال عام 2015 كانت بدرجة اكبر من (1) و بلغت النظر الى أن هذا التحليل يأخذ بالأرقام المطلقة دون وضع اعتبار للإشارة الظاهرة بجنبه ان كانت سالبة أم موجبة , بذلك تعد خدمات الهاتف النقال ذات مرونة طلب سعرية بدرجة تام المرونة. وفي سنة 2016 والتي انخفضت فيها الإيرادات عن السنة التي سبقتها, حيث جاءت درجة المرونة بمقدار اقل من الواحد الصحيح و يفوق النصف و بذلك انتقلت هذه الخدمات من درجة مرونة

تامة الى درجة قليل المرونة . وتجدر الاشارة الى انه اذا ما تمّ اجراء تحليل التغير لإيرادات سنة 2016 و قورنت مع سنة 2014 فان درجة المرونة ستختلف عن ما ظهر اعلاه و ستبقى في درجة تام المرونة لكون ايرادات 2016 انخفضت عن سنة 2015 و التي كانت قد انخفضت عن سنة 2014 وبالتالي تكون درجة مرونة خدمات الهاتف النقال اقرب الى تام المرونة والذي تكون في ظلّه الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة على درجة عالية من الحساسية و الاستجابة لأي تغير يطرأ على السعر .

3-3 ربحية شركات الاتصالات في ظل ضريبة المبيعات

1-3-1 معدل العائد على حقوق الملكية

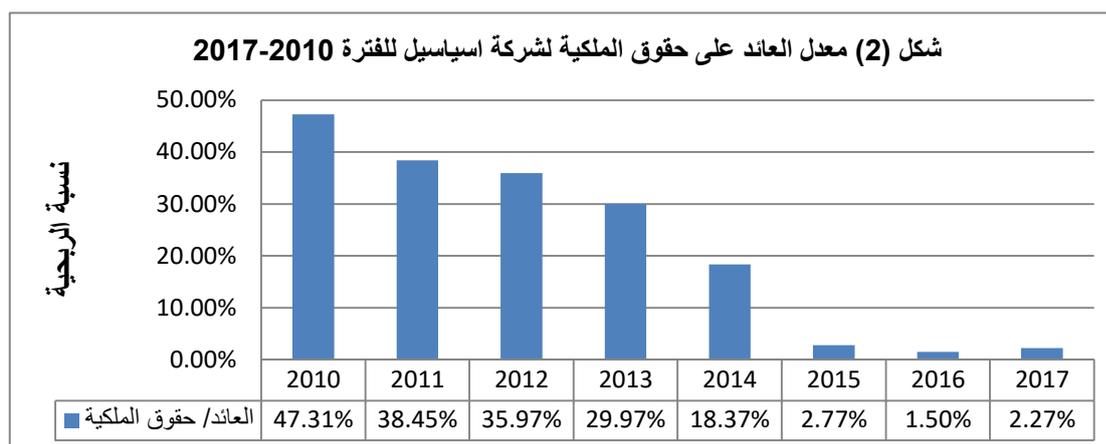
1. مؤشر معدل العائد على حقوق الملكية لشركة أسياسيل/ و تغطي عملية احتساب هذا المؤشر المدة الممتدة من 2010 الى 2017, و التي تمثل سلسلة زمنية للفترة قبل و بعد فرض ضريبة المبيعات على خدمات الاتصالات و التي فرضت في عام 2015 , و طبقت بشكل فعلي في شركات الاتصالات الخلوية في 1/حزيران/ من نفس السنة , حيث سيتم المقارنة بين نتائج المؤشر قبل و بعد فرض ضريبة المبيعات , و الجدول ادناه يبين نتائج هذا المؤشر:-

جدول (4) معدل العائد على حقوق الملكية لشركة اسيا سيل للفترة (2010-2017)

السنة	الليبيان	صافي الربح بعد الضريبة دينار	حقوق الملكية دينار	معدل العائد / حقوق الملكية (%)
2010		368360188000	778528911000	47.31
2011		503683600000	1309697732000	38.45
2012		682170059000	1896231461000	35.97
2013		580505000000	1936712000000	29.97
2014		344709000000	1876403000000	18.37
2015		534700000000	1929873000000	2.77
2016		295090000000	1959382000000	1.50
2017		384770000000	1687859000000	2.27

المصدر / اعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة .

ومن الجدول (4) اعلاه يتضح أن معدل العائد على حقوق الملكية كانت بنسب جيدة و مرتفعة في كل من عام (2010 و 2011 و 2012 و 2013) حيث بلغت (47.31, 38.45, 35.97, 29.97) على التوالي وأن كانت تتناقص من سنة الى اخرى و لكنها لم تهبط عن معدل (30%) الا في عام 2013 و هذا يدل على قدرة جيدة للشركة على تحقيق نسب ربحية مقبولة وتلبي طموحات الملاك , و في عام 2014 و للاحدا الامنية و المتغيرات السياسية الحاصلة خلال تلك السنة نجد أن هذه النسبة انخفضت الى ما دون الـ(20%) حيث بلغت (18.37%) , و في السنوات الثلاثة التي تلتها انخفضت و بشكل كبير جداً و بسبب دخول عامل ضريبة المبيعات على خدمات الشركة بالإضافة الى استمرار الضغوطات الاخرى التي فاقمت من الحالة التي تمر بها الشركة فكانت نتائج المؤشر خلال (2015 و 2016 و 2017) بنسب (2.77%, 1.50%, 2.27%) ومن ذلك نستنتج بانه لا وجود لوجه للمقارنة بينما كانت عليه نتائج المؤشر قبل فرض ضريبة و بعد فرضها و الانحدار الكبير الذي اصابها, و الشكل (2) ادناه يصور هذا التدهور وبشكل واضح.



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (4) أعلاه .

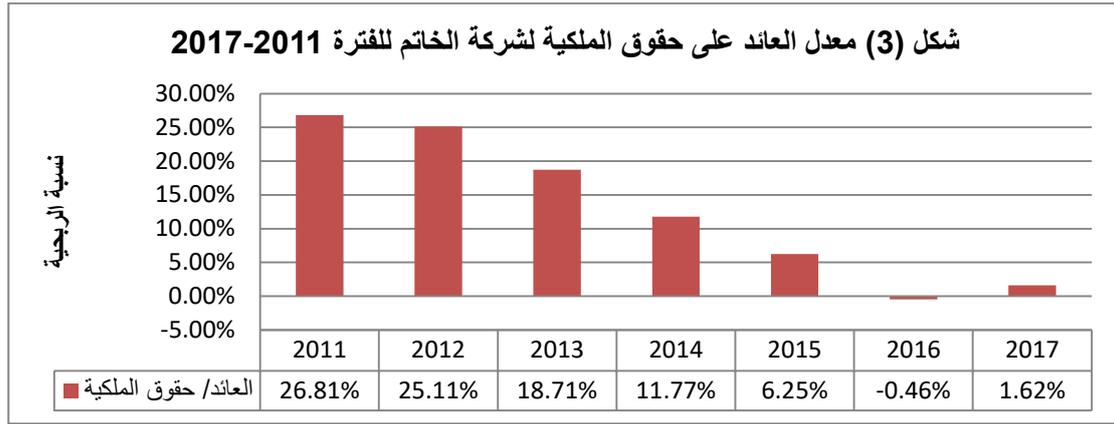
2. مؤشر معدل العائد على حقوق الملكية لشركة الخاتم و شركة أثير للاتصالات (زين) وتغطي عملية احتساب هذا المؤشر المدة الممتدة من 2011 الى 2017، و التي تمثل سلسلة زمنية للفترة قبل و بعد فرض ضريبة المبيعات على خدمات الاتصالات و التي فرضت في عام 2015 ، و طبقت بشكل فعلي في شركات الاتصالات الخلوية في 1/حزيران/ من نفس السنة ، حيث سيتم المقارنة بين نتائج المؤشر قبل و بعد فرض ضريبة المبيعات ، و الجدول(5) يبين نتائج هذا المؤشر :-

جدول (5) معدل العائد/ حقوق الملكية لشركة الخاتم وأثير للاتصالات (رين) للفترة (2011-2017)

السنة	صافي الربح بعد الضريبة دينار	حقوق الملكية دينار	معدل العائد على حقوق الملكية (%)
2011	412480812893	1538438651989	26.81
2012	431889936036	1719931698490	25.11
2013	403531554704	2155983045868	18.71
2014	282801943242	2401702549230	11.77
2015	142002956889	2271919322445	6.25
2016	(9537348047)-	2072355069173	-0.46
2017	34288430000	2108516041000	1.62

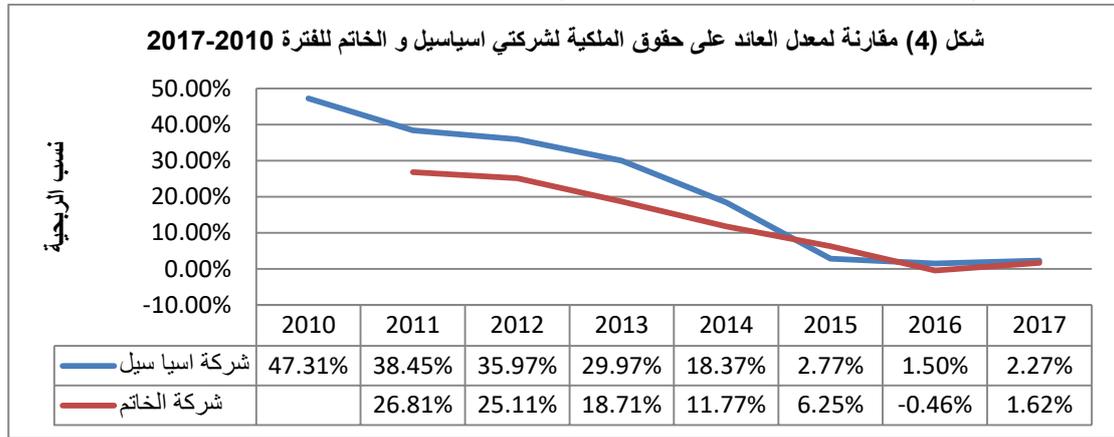
المصدر / أعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة

ويتبين من النتائج المحتسبة في الجدول اعلاه أن الشركة حققت نسب لمعدل العائد على حقوق الملكية تراوحت بين (19% - 27%) خلال السنوات (2011 و 2012 و 2013) وبلغت تلك النتائج عبي وجه الدقة (26.81% ، 25.11% ، 18.71%) وهي نسب جيدة و مرتفعة اذا ما تم مقارنتها بالنسب التي ستتحقق خلال الاعوام الاربعة القادمة ، و لكنها تعد منخفضة اذا ما تم مقارنتها قطاعياً مع النتائج التي حققتها شركة اسيا سيل و لنفس الفترة ، و من الممكن أن يعود سبب ذلك الى الاختلاف في حجم و مبلغ حقوق الملكية المستخدم من قبل كل شركة فهو اكبر في شركة الخاتم مما هو في شركة اسيا سيل في سنة 2011 خاصتاً و بالنسبة للسنوات الاخرى فالمبالغ متقاربة شيئاً ما فلا يمكن أن نتبع ذات التبرير لهذا التفاوت، و يأتي هنا أن نشير الى دور الادارة في تنمية ربحية الشركة و تدعيمها وزيادة نسب ربحية ملاكها ومن هذا الجانب تكون المفاضلة لصالح ادارة شركة اسيا سيل على الخاتم (زين). وبالعودة الى نتائج المؤشر نجد أن النسبة انخفضت في عام 2014 الى (11.77%) و للأسباب الامنية و السياسية التي سبق و ان تم الإشارة إليها مسبقاً، و بعد فرض ضريبة مبيعات على خدمات الشركة نجد أن هذه النسبة تدهورت و ظهرت بإشارة سالبة في عام 2016 ، حيث كانت تلك النسب خلال السنوات (2015 و 2016 و 2017) قد بلغت (6.25% ، -0.46% ، 1.62%) على التوالي و نستدل من ذلك على أن تأثير ضريبة المبيعات كان ذا ضرر كبير بربحية الشركة طبقاً لنتائج مؤشر معدل العائد على حقوق الملكية و كما هو واضح في الشكل(3) ادناه وبصورة جلية .



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (5) أعلاه.

وفي ادناه نورد شكل بياني مقارنة لنسبة العائد على حقوق الملكية في الشركتين (أسيا سيل و الخاتم) و تتضح منه تحقيق كلتا الشركتين انخفاضا في هذا المؤشر وبشكل متزايد بعد فرض ضريبة المبيعات على انشطتهما , مع افضلية للنسب التي حققتها شركة اسيا سيل عنها في شركة الخاتم (زين) , و كما هو مبين في الشكل (4) ادناه :-



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الجدولين (4) و (5) أعلاه .

3-3-2 هامش اجمالي الربح

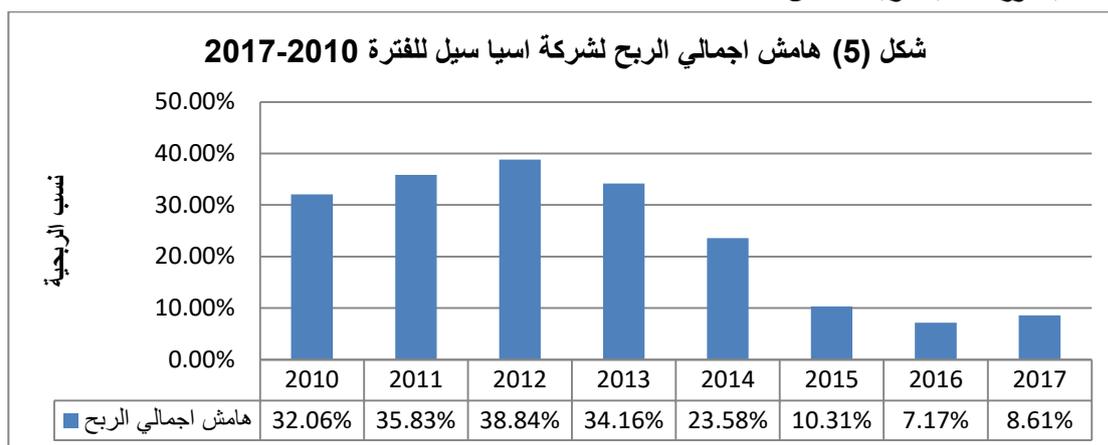
1. مؤشر هامش اجمالي الربح لشركة أسيا سيل/ ويعبر هذا المؤشر عن مدى تأثر الربح قبل الفوائد و الضريبة خلال المدة الممتدة من 2010 الى 2017 و تغيره بالانخفاض او الارتفاع منسوبا الى مبيعات الشركة / ايراداتها التجارية, و سيتم تحليل و تفسير النتائج المحتسبة في الجدول ادناه بالنظر لفرض ضريبة المبيعات على خدمات الاتصال :-

جدول (6) هامش اجمالي الربح لشركة اسيا سيل للفترة 2010-2017

هامش اجمالي الربح (%)	المبيعات او ايراد النشاط (التجاري او الخدمي) دينار	صافي الربح قبل الفوائد و الضريبة دينار	البيان السنة
32.05	1565802209000	501923540000	2010
35.83	1835811998000	657885381000	2011
38.84	2172590793000	843842030000	2012
34.16	2231988000000	762518000000	2013
23.58	2012154000000	474644000000	2014
10.31	1581680000000	163189000000	2015
7.17	1418272000000	101771000000	2016
8.61	1490711000000	128410000000	2017

المصدر / اعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة

وبالنظر الى النتائج الظاهرة في الجدول (6) اعلاه يمكن القول نجدها قد تنامت و بشكل متزن خلال الاعوام (2010 – 2013) حيث بلغت (32.05%, 35.83%, 38.84%, 34.16%) على التوالي مع ملاحظة حدوث انخفاض طفيف في النسبة لعام 2013 عن سابقتها مع التناسب مع ما سبقها من نتائج, و في عام 2014 و الذي سبق وأن اشرفنا الى كونه سنة غير مواتية وجلبت معها ظروف امنية و سياسية مختلفة و لم يسبق لها وأن مرت بالعراق نجد نسبة المؤشر انخفضت الى (23.58%) و هو انخفاض غير متطرف و لم يتجاوز الـ(12%) نزولاً عن الستة السابقة, اما عن السنوات 2015 و 2016 و 2017 و بعد أن فرضت ضريبة المبيعات نجد أن هذه النسبة انخفضت الى الـ(10%) وما دونها ايضاً, حيث بلغت نتائج مؤشر هامش اجمالي الربح (10.31%, 7.17%, 8.61%) على التوالي الامر الذي يدل على تأثير ضريبة المبيعات على نتائج اعمال الشركة والشكل (5) ادناه يصور ذلك بأسلوب ملخص:-



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على البيانات الواردة في الجدول (6) أعلاه.

2. مؤشر هامش اجمالي الربح لشركة الخاتم و شركة أثير للاتصالات (زين) // ويعبر هذا المؤشر عن مدى تأثير الربح قبل الفوائد و الضريبة خلال المدة الممتدة من 2011 الى 2017 و تغيره بالانخفاض او الارتفاع منسوباً الى مبيعات الشركة / ايراداتها من النشاط الخدمي, و سيتم تحليل و تفسير النتائج المحتسبة في الجدول ادناه انفاً باللغات النظر الى نقطة فرض ضريبة المبيعات على خدمات الاتصالات :-

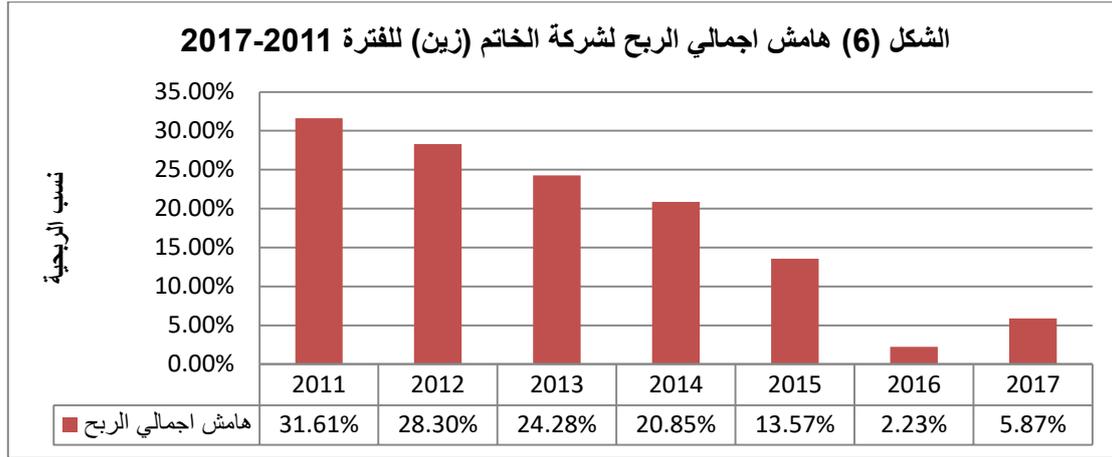
جدول (7) هامش اجمالي الربح لشركة الخاتم و شركة اثير للاتصالات للفترة (2011-2017)

السنة	البيان	صافي الربح قبل الفوائد و الضريبة دينار	المبيعات او ايراد النشاط (التجاري او الخدمي) دينار	هامش اجمالي الربح (%)
2011		574931079450	1818781986060	31.61
2012		549619801002	1941896211584	28.30
2013		495474278566	2040558053519	24.28
2014		372530866500	1786641089840	20.85
2015		188609198921	1389850738987	13.57
2016		27181987152	1214125082908	2.23
2017		72079153000	1227309215000	5.87

المصدر / اعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة.

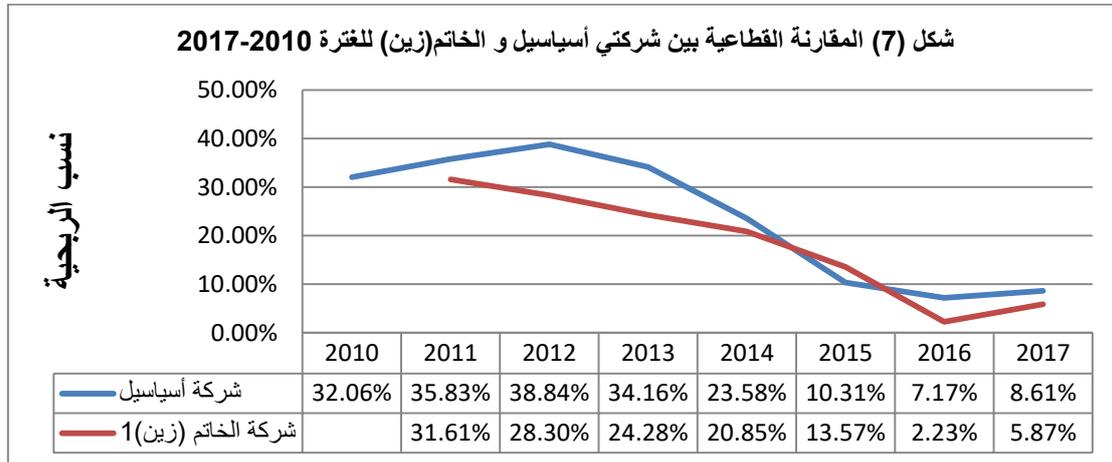
يتضح من الجدول اعلاه أن شركة الخاتم حققت هامش اجمالي ربح في عام 2011 بنسبة (31.61%) في حين نجدها قد انخفضت و بشكل كبير في عام 2017 لتصل الى (5.87%) وبفارق بين النسبتين بما يقارب الـ(25%) و هذا يدل على وجود اختلال واضح في ثبات و اتزان هذا المؤشر للفترة من 2011 الى 2017. وبالعودة الى المسار التاريخي في التحليل نجد أن هامش اجمالي الربح قد ظهرت نتائجه في شركة الخاتم تتناقص خلال الفترة (2011 – 2014) و من سنة الى اخرى و بنسبة انخفاض تتراوح بين (3% – 4%) حيث بلغت تلك النسب (31.61%, 28.30%, 24.28%, 20.85%) على التوالي, وهو امر ينم عن وجود مشاكل تعاني منها الشركة فربحها الاجمالي من مبيعاتها يتناقص دونما أن تتخذ اجراءً محسناً و معالماً لهذا

الخلل و كما هو متضح في النسب المحتسبة ذات الطابع التنازلي و بشيء يميل الى الثبات في درجة الانخفاض من سنة الى اخرى , و باتخاذ المسار المقارن قطاعياً نجد أن شركة أسيا سيل حققت نتائج افضل من شركة الخاتم (زين) وفقاً لنتائج هذا المؤشر, و بالعودة الى نتائج شركة الخاتم نجدها قد حققت انخفاضاً اخر في عام 2015 و بعد فرض ضريبة المبيعات على أنشطة الشركة فبلغت النسبة (13.57%) ثم انخفاض اخر وبفارق كبير عن السنة السابقة في عام 2016 حيث تحققت نسبة مقدارها (2.23%) و شهدت سنة 2017 شيء من التحسن و الارتفاع بنتيجة هذا المؤشر فبلغ (5.87%) ويعود هذا التحسن غالباً الى عودة أنشطة الشركة في المناطق التي تم تحريرها من الارهاب و عودة جزء كبير من سوق الطلب الذي كانت الشركة خارجه, و الشكل (6) ادناه يستعرض النتائج لهامش اجمالي الربح لشركة الخاتم بشكل ملخص .



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على البيانات الواردة في الجدول (7) أعلاه.

والشكل رقم (7) ادناه يبين المقارنة القطاعية بين هامش اجمالي الربح لشركتي اسيا سيل و الخاتم (زين) و التي تبين افضلية لشركة اسيا سيل على شركة الخاتم و ان كان كلتا الشركتين يعانيان من انخفاض ملحوظ في هامش اجمالي ربحهما :-



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على البيانات الواردة في الجدولين (6) و(7) أعلاه.

3-3 هامش صافي الربح

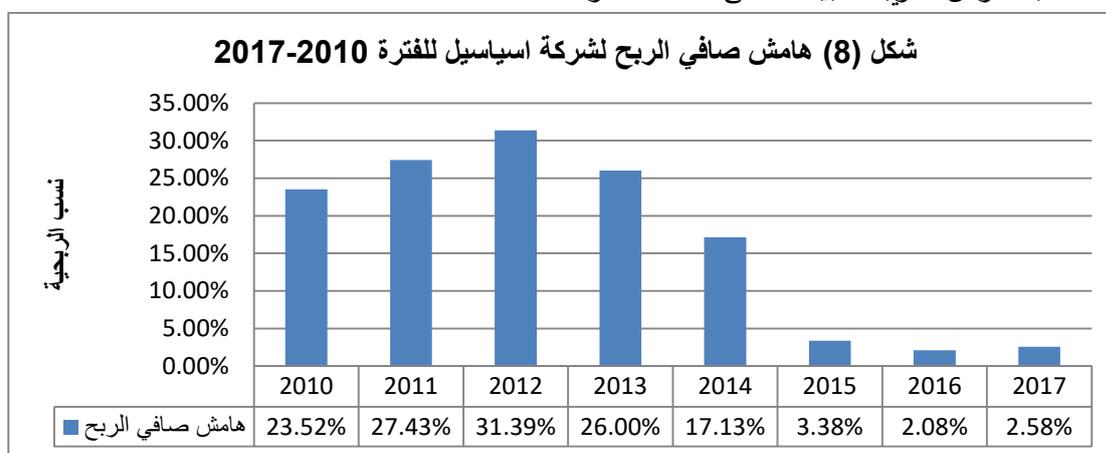
1. هامش صافي الربح لشركة اسيا سيل/ ويعتمد في هذا المؤشر السلسلة الزمنية الممتدة من 2010 الى 2017 و الغرض هو اجراء الاحتساب و التحليل و التفسير لحركة هامش صافي الربح للشركة قبل و بعد فرض ضريبة المبيعات على نشاط الشركة, مع اجراء المقارنة لنتائج المؤشر مع شركة الخاتم وأثير للاتصالات (زين), وبذات الاسلوب أي قبل وبعد فرض ضريبة المبيعات, والجدول (8) ادناه يبين النتائج المحتسبة لمؤشر هامش صافي الربح لشركة اسيا سيل:-

جدول (8) هامش صافي الربح لشركة اسيا سيل للفترة (2010-2017)

البيان السنة	صافي الربح بعد الضريبة دينار	المبيعات او ايراد النشاط (التجاري او الخدمي) دينار	هامش صافي الربح (%)
2010	368360188000	1565802209000	23.52
2011	503683600000	1835811998000	27.43
2012	682170059000	2172590793000	31.39
2013	580505000000	2231988000000	26
2014	344709000000	2012154000000	17.13
2015	53470000000	1581680000000	3.38
2016	29509000000	1418272000000	2.08
2017	38477000000	1490711000000	2.58

المصدر / اعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة

وبتحليل نتائج هامش صافي الربح للشركة نجدها في حالة من التنامي خلال الاعوام الثلاثة الأولى من الدراسة حيث بلغت النسبة للأعوام 2011 و 2012 و 2013 (23.52% , 27.43% , 31.39%) على التوالي , و انخفضت خلال عام 2013 الى (26%) و بنسبة انخفاض قدرها (5%) عن السنة التي سبقتها , و في عام 2014 و بالنظر الى الاحداث التي جرت خلاله و التي سبق بيانها في مجريات هذا التحليل نجد أن النسبة انخفضت الى (17.13%) و بمقدار انخفاض عن نسبة السنة التي سبقتها ما يقارب الـ(9%) , و بعد فرض ضريبة مبيعات على خدمات الشركة انخفض هامش صافي ربحها خلال الاعوام 2015 و 2016 و 2017 دون الـ(5%) حيث كانت نتائج المؤشر (3.38% , 2.08% , 2.58%) و بذلك نجد أن الاثر لضريبة المبيعات كبير على صافي الربح بعد الضريبة أذا ما نسب الى المبيعات , خصوصاً بعد أن تم تحرير المناطق التي كانت تحت ايدي الارهاب و عودة نشاط الشركة اليها .والشكل (8) ادناه يصور نتائج مؤشر هامش صافي الربح و بشكل ملخص ويوضح الاختلال الحاصل بعد فرض ضريبة المبيعات على خدمات الشركة:-



المصدر/ اعداد الباحث بالاغتمار على البيانات الواردة في الجدول (8) أعلاه.

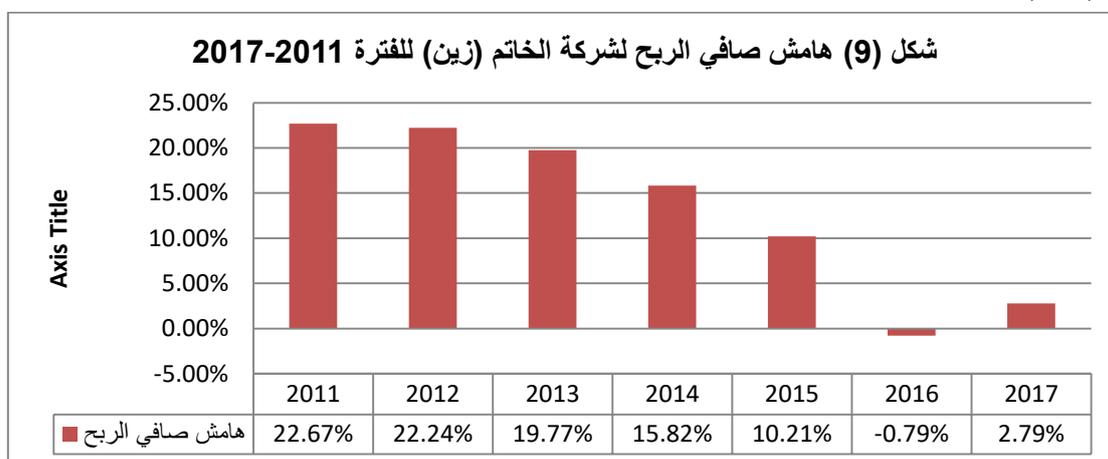
2. هامش صافي الربح لشركة الخاتم و أثر للاتصالات (زين) ويعتمد في هذا المؤشر السلسلة الزمنية الممتدة من 2011 الى 2017 و الغرض هو اجراء الاحتساب و التحليل و التفسير لحركة هامش صافي الربح للشركة قبل و بعد فرض ضريبة المبيعات على نشاط الشركة, مع اجراء المقارنة لنتائج المؤشر مع شركة اسيا سيل, وبذات الاسلوب أي قبل وبعد فرض ضريبة المبيعات, و ادناه جدول يبين النتائج المحتسبة لمؤشر هامش صافي الربح لشركة الخاتم وأثر للاتصالات (زين):-

جدول (9) هامش صافي الربح لشركتي الخاتم و أثير للاتصالات (رين) للفترة (2011-2017)

هامش صافي الربح (%)	المبيعات او ايراد النشاط (التجاري او الخدمي) دينار	صافي الربح بعد الضريبة دينار	البيان السنة
22.67	1818781986060	412480812893	2011
22.24	1941896211584	431889936036	2012
19.77	2040558053519	403531554704	2013
15.82	1786641089840	282801943242	2014
10.21	1389850738987	142002956889	2015
-0.785	1214125082908	(9537348047)-	2016
2.79	1227309215000	34288430000	2017

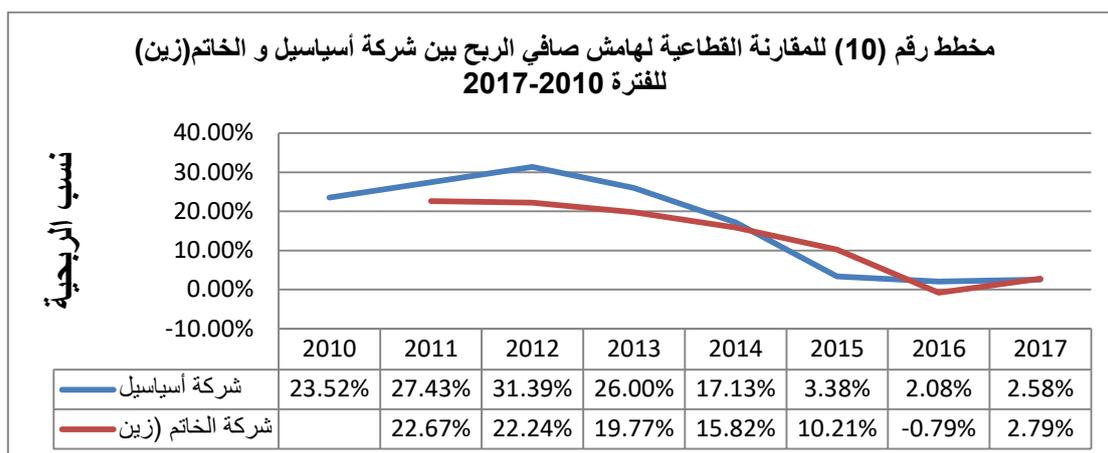
المصدر / اعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة

وبتفسير نتائج مؤشر هامش صافي الربح للشركة و الظاهرة في الجدول (9) اعلاه نلاحظ تناسقها و يمكن القول بانها كانت شبه مستقرة خلال الاعوام 2011 و 2012 و 2013 و 2014 و 2015 و 2016 و 2017 حيث بلغت (22.67% , 22.24% , 19.77%) على التوالي, و لم يتجاوز الانخفاض الحاصل في عام 2013 نسبة (2%) عن السنة التي سبقتها, و في سنة 2014 و التي بينها الظروف الاستثنائية التي حدثت خلالها مسبقاً انخفض هامش صافي الربح الى (15.82%) , وبعد أن تم فرض ضريبة مبيعات على خدمات الشركة في منتصف سنة 2015 نجد أن هامش صافي الربح انخفض الى (10.21%) و استمر الانخفاض في سنة 2016 بل و اكثر من ذلك نجدها تظهر بإشارة سالبة حيث بلغت (-0.785%) و هي تعبر عن خسارة وقدرها (-9537348047) تسعة مليار و خمسمائة وسبعة وثلاثون مليون و ثلاثمائة و ثمانية و اربعون الف و سبعة و اربعون دينار, وبعد تحسن الاوضاع الأمنية و عودة المناطق التي كانت تحت سيطرة الارهاب الى نطاق سوق عمل الشركة نجدها حققت ارتفاع طفيف في هامش صافي ربحها وقد بلغت نسبته (2.79%), وبذلك يمكننا القول أن أثر ضريبة المبيعات واضح على هامش صافي ربح الشركة اذا ما قورنت مع السنوات الثلاثة الاولى قيد الدراسة و التحليل . والشكل(21) ادناه يصور نتائج الجدول اعلاه بشكل ملخص ويزيد من الدلالة على الرأي الذي تبناه الباحث:-



المصدر / اعداد الباحث بالاعتماد على البيانات في الجدول (9) اعلاه .

والمخطط (10) ادناه يساعد على اجراء المقارنة القطاعية بين شركتي اسيا سيل و الخاتم (زين) حيث نجد الافضلية لشركة اسيا سيل للسنوات (2011-2014) بينما كانت الافضلية لشركة الخاتم خلال عام 2015 فقط , ثم عدة لشركتي اسيا سيل لعامي (2016 و 2017) وبفارق ضئيل عن شركة الخاتم, مع لفت النظر الى أن كلتا الشركتين انخفض هامش صافي ربحهما بشكل واضح بعد أن فرضت ضريبة مبيعات على خدماتهما:-



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على البيانات الواردة في الجدولين (8) و(9) أعلاه.

3-3 -4 العائد على الموجودات/ يستدل من هذا المؤشر على العائد المتولد لكل دينار تم استثماره في موجودات الشركة و هو يبين نجاعة الاستثمار في الموجودات وما مقدار حصة كل دينار تم وضعه في الموجودات من صافي ربح الشركة النهائي بعد الضريبة أي انه يدل على العائد على الاستثمار و من خلاله يمكن مقارنة عائد الدينار الواحد المستثمر في الموجودات مع حالة الفرصة البديلة المتاحة كإيداعه في المصرف و الحصول على الفوائد ايهما افضل , و سيتم الحصول على مبلغ إجمالي الموجودات من واقع القوائم المالية (تحديداً الميزانية العامة) للشركات عينة البحث . و بما يتعلق بصافي الربح بعد الضريبة فسيتم الاعتماد على بيان / كشف العمليات الجارية, وسيتم اعتماد اسلوب التحليل و التفسير المنفرد لكل شركة على حدة و المقارنة بين الشركتين عينة البحث, دونما تناسي مسألة ضريبة المبيعات وتاريخ فرضها على نشاط الشركتين و المقارنة لنتائج المؤشر لقبل وبعد فرض ضريبة المبيعات,

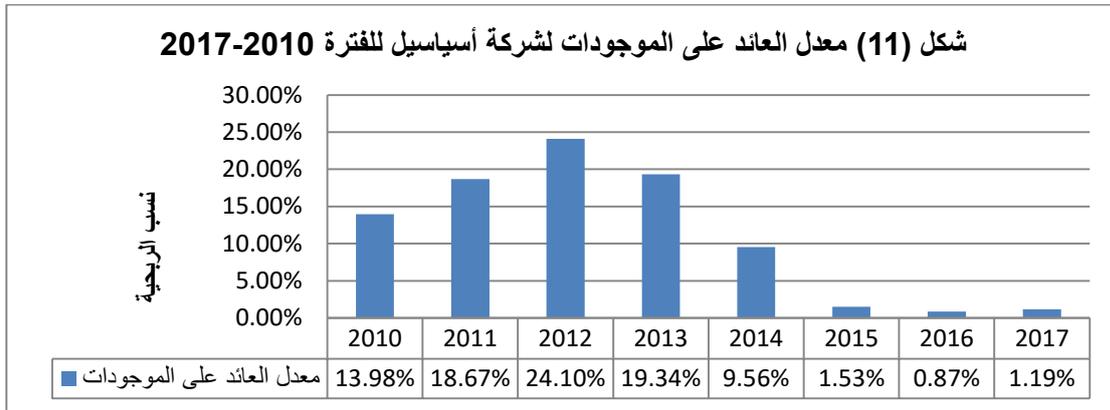
1. معدل العائد على الموجودات لشركة اسياسيل/ سيتم الاعتماد على السلسلة الزمنية الممتدة من 2010 الى 2017 لمتابعة التغير و التطور او الانحدار في مؤشر العائد على الموجودات لشركة اسيا سيل , و يُتبع بالتفسير و التحليل ومن ثم المقارنة مع نتائج نفس المؤشر لشركة الخاتم اثير للاتصالات (زين), والجدول (10) ادناه يبين نتائج معدل العائد على الموجودات:-

جدول (10) معدل العائد على الموجودات لشركة اسيا سيل للفترة (2010-2017)

السنة البيان	صافي الربح بعد الضريبة دينار	اجمالي الموجودات دينار	معدل العائد على الموجودات (%)
2010	368360188000	2633270700000	13.98
2011	503683600000	2697584684000	18.67
2012	682170059000	2829830060000	24.10
2013	580505000000	3000974000000	19.34
2014	344709000000	3604992000000	9.56
2015	53470000000	3480599000000	1.53
2016	29509000000	3374956000000	0.87
2017	38477000000	3218200000000	1.19

المصدر / أعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة

وبتحليل و تفسير نتائج العائد على الموجودات لشركة اسيا سيل في جدول(10) نجدها تتنامى و تزداد ويشكل متناسق خلال الاعوام الاربعة الاولى قيد البحث مع انخفاض طفيف في العام الاخير منها (2010 – 2013) حيث كانت نسبتها (13.98% , 18.67% , 24.10% , 19.34%) على التوالي , و في سنة 2014 ذات الظروف السياسية و الامنية الخاصة المبينة في مؤشرات سابقة انخفضت النسبة بشكل ملحوظ لتصل الى (9.56%) , و بعد فرض ضريبة المبيعات ازدادت نسبة الانخفاض في نتائج مؤشر العائد على الموجودات فبلغت خلال السنوات (2015 و 2016 و 2017) نسب متدنية جداً حيث كانت (1.53% , 0.87% , 1.19%) و هي لا تتساوي بأي حال من الاحوال (اذا ما اتبعنا اسلوب المقارنة مع الفرصة البديلة و التي ستمثل هنا بمعدل الفائدة المصرفية خلال سنوات البحث) مع معدل الفائدة المصرفية على ودائع التوفير و الذي لم يقل عن نسبة (4%) وهذا يجعل من الاستثمار في هذا الحقل غير ذا جدوي للمستثمرين والشكل(11) ادناه يمثل تصويراً ملخصاً لنتائج مؤشر العائد على الموجودات والتدهور الحاصل فيه بعد فرض ضريبة المبيعات على خدمات الشركة:-



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد البيانات في الجدول (10) اعلاه .

2. معدل العائد على الموجودات لشركة الخاتم و أثير للاتصالات (زين)// سيتم اعتماد على السلسلة الزمنية الممتدة من 2011 الى 2017 لمتابعة التغير في مؤشر العائد على الموجودات لشركة الخاتم وأثير للاتصالات (زين), ويُتبع بالتفسير و التحليل ومن م المقارنة مع نتائج ذات المؤشر لشركة اسيا سيل, والجدول(11) ادناه يبين نتائج مؤشر معدل العائد على الموجودات:-

جدول (11) معدل العائد على الموجودات لشركة الخاتم (زين) للفترة (2011-2017)

السنة / البيان	صافي الربح بعد الضريبة دينار	اجمالي الموجودات دينار	معدل العائد على الموجودات (%)
2011	412480812893	3279975178567	12.57
2012	431889936036	3955567291081	10.91
2013	403531554704	4204340931730	9.59
2014	282801943242	3775580266260	7.49
2015	142002956889	4073796294091	3.48
2016	(9537348047)-	3726850564342	-0.25
2017	34288430000	3441318292000	0.99

المصدر / اعداد الباحث اعتماداً على القوائم المالية الصادرة عن الشركة

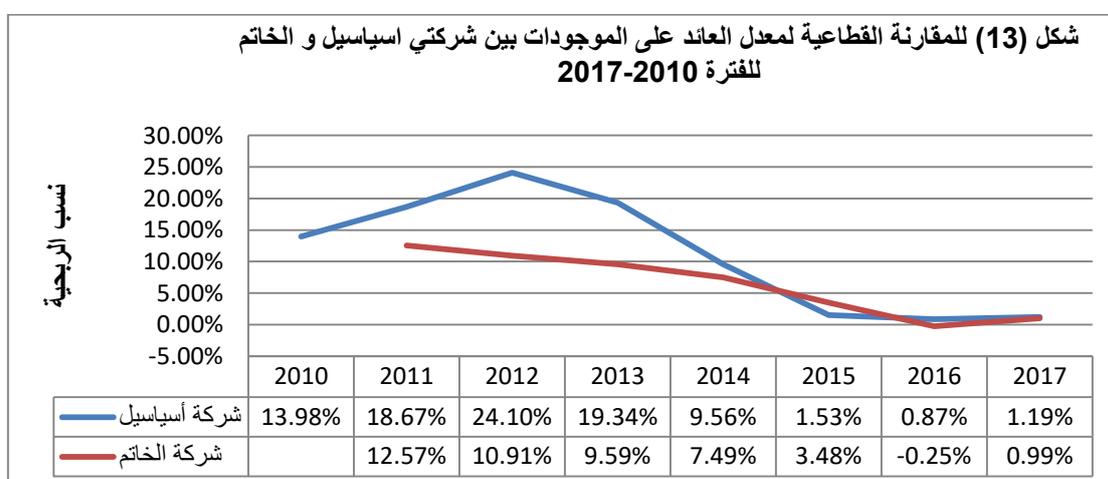
وبتحليل وتفسير النتائج المحتسبة و الظاهرة في جدول (11) لمعدل العائد على الموجودات لشركة الخاتم (زين) نجدها بانخفاض في الاعوام الثلاثة الاولى قيد الدراسة و التي تراوحت نسبة الانخفاض خلالها من سنة الى اخرى بين (1% - 2%) خلال اعوام (2011 – 2013) حيث بلغت (12.57% , 10.91% , 9.59%) على التوالي و نجده انخفاض مستقر نوعاً ما , و في سنة 2014 المبينة ظروفها و اوضاعها الاستثنائية في بعض مؤشرات الربحية التي تم تحليلها اعلاه فبلغ معدل العائد على الموجودات (7.49%) و لغاية هذه السنة كانت النسبة تعلق عن معدل الفائدة الساري على ودائع التوفير لدى المصارف الحكومية و التي تبلغ (4%) عادتاً, و بعد أن تم تطبيق و فرض ضريبة المبيعات في منتصف عام 2015 نجد أن نتائج معدل العائد على الموجودات انخفض دونما معدل الفوائد لدى المصارف حيث كانت (3.48% , -0.25% , 0.99%) للسنوات (2015 و

2016 و 2017) على التوالي , و يستدل من ذلك أن هذا الاستثمار لم يعد ناجحاً اذا ما تمت المقارنة مع الفرصة البديلة (أي استبدال الاستثمار بالإيداع لدى المصارف), و من ذلك يمكننا القول بأن اثر ضريبة المبيعات كان بالغاً وبشكل ضار على معدل العائد على الاستثمار و بشكل كبير و بدلالة الخسارة الحاصلة للشركة في عام 2016 حيث فقدت الشركة ما نسبته (-0.25%) من اجمالي موجوداتها و بالرغم من ضآلة النسبة الا انها تترك أثراً على الشركة و ادائها و قيمتها السوقية (أي اسعار اسهمها) في سوق العراق للأوراق المالية (وهو ليس مسار بحثنا الحالي فلن نتوسع في ذلك) و عليه يمكن القول بأن ضريبة المبيعات كانت ذات اثر غير ايجابي على معدل العائد على الموجودات لشركة الخاتم. والشكل (12) ادناه يبين هذا التأثير الحاصل في معدل العائد على الموجودات لشركة الخاتم بعد فرض ضريبة المبيعات و بصورة ملخصة :-



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على البيانات الواردة في الجدول (11) اعلاه.

الشكل (13) ادناه يبين المقارنة القطاعية لمعدل العائد على الموجودات بين الشركتين عينة البحث فيتضح أن الافضلية كانت لشركة اسياسيل للفترة (2011 – 2014) ثم ارتفعت نسبة شركة الخاتم عن النسبة لشركة اسياسيل في عام 2015 و بعدها عادت الافضلية لشركة اسياسيل وأن كانت الفوارق بين الشركتين ضئيلة خلال السنوات الثلاثة الاخيرة, و لزاماً أن نلفت النظر الى أن كلتا الشركتين انخفض لديهما معدل العائد على الموجودات الى الحد الذي لم تعد تتساوى فيه مع الفوائد الجارية في المصارف على ودائع التوفير و التي تبدأ من نسبة (4%) لدى المصارف الحكومية و تزداد لدى مصارف القطاع الخاص , و بذلك من الممكن القول بأن هذا الاستثمار لم يعد ذا جدوى و نجاعة اقتصادية :-



المصدر/ أعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الجدولين (10) و(11) أعلاه.

4- الاستنتاجات و التوصيات

4-1 الاستنتاجات

1. قبول فرضية البحث حيث كانت ضريبة المبيعات ذات أثر واضح على كل من الإيرادات و تغييرها باتجاه الانخفاض و بذلك يتبين ان خدمات الاتصالات ذات مرونة طلب سعرية و بدرجة تام المرونة و بالتالي تركت اثرها على ربح و ربحية شركات الاتصالات و من ثم انخفاض مقدار ضريبة الدخل المفروضة على تلك الشركات .
2. تدهور و تراجع نسب و مؤشرات ربحية الشركتين عينة البحث بعد فرض ضريبة مبيعات على خدمات الهاتف النقال المؤدات من قبلهما الى جمهور المستهلكين حتى وصل الامر الى تحول الاستثمار في هذا النشاط لأن يكون غير مجدي اقتصادياً, وخصوصاً اذا ما تمت المقارنة لمؤشر العائد على الموجودات/ الاستثمار مع الفائدة المصرفية على ودائع التوفير (وهو ادنى معدل فائدة), حيث انخفضت نتائجها بعد فرض الضريبة على المبيعات الى الحد الذي أصبح فيه ادنى من الفوائد الممنوحة من قبل المصارف الحكومية على ودائع حسابات التوفير , و ينطبق الكلام ذاته على مؤشرات الربحية كافة و لكلا الشركتين ويتعلق التطابق بمسألة التدهور و الانخفاض و ليس بمسألة المقارنة مع نسبة الفائدة المصرفية .
3. عدم وجود قانون موحد لضريبة المبيعات في العراق الامر الذي يضيء عليها طابع التشتت و عدم الثبات والاستقرار بالرغم من اهميتها لكونها من الضرائب المفروضة على كامل اقليم الدولة و تدر مبالغ لا بأس بها الى الخزنة العامة , الامر الذي يستدعي زيادة اهتمام كل من السلطة التنفيذية و التشريعية بهذه المسألة بشكل أكبر في المستقبل القريب والعمل على ايجاد قانون ضريبي خاص و موحد لضريبة المبيعات.
4. ضريبة المبيعات على خدمات الهاتف النقال شرعت ضمن مواد وبنود قانون الموازنة العامة وهو قانون خاضع لقاعدة السنوية أي انه ينتهي بانتهاء السنة المالية في 12/31 من كل عام تتساقاً مع قواعد اعداد و اصدار قانون الموازنة و طبقاً لأحكام القانون العراقي " قانون الادارة المالية و الدين العام رقم (95) لسنة 2004 (المعدل) ", و عادةً ما تتأخر عملية تشريع قانون الموازنة العامة لجمهورية العراق الى السنة التالية, للأوضاع السياسية غير المستقرة في العراق, الامر الذي يفقد عملية جباية هذا النوع من الضرائب الانصياع لقاعدة قانونية الضريبة و هي قاعدة دستورية مستقرة في كافة دول العالم و العراق ايضاً , حيث لا تفرض و لا تجبى و لا تعدل و لا يعفى منها الا بقانون , وهذا الامر يجعل من عملية الفرض و الجباية غير قانونية.

4-2 التوصيات

1. ضرورة اعادة النظر في نسبة ضريبة المبيعات على خدمات الهاتف النقال باتجاه خفضها و ذلك لما نتج عنها من اثار ضارة بإيرادات و ربح و ربحية و شركات الاتصال كونها من الخدمات تامة المرونة , بهدف التقليل من اثرها السلبي على مقدار ضريبة الدخل المسددة من قبل شركات الاتصالات للخزنة العامة .
2. ضرورة اتخاذ الاجراءات التصحيحية من قبل الجهات ذات الصلة و صناع القرار لمساعدة الشركتين في الحفاظ على الحد الأدنى من العائد على الاستثمار (و الذي تم مقارنته في دراستنا الحالية مع نسبة الفوائد على ودائع التوفير في المصارف الحكومية) للإبقاء على الشركتين ضمن حلقة الشركات الناجحة اقتصادياً , هذا من جانب, و من الجانب الاخر ابداء الاهتمام الكافي بالمكلفين القانونيين و مراعات مصالحهم حيث انهم يتحملون على عاتقهم اعباء التحصيل لهذا النوع من الضرائب و توريدها بشكل دوري الى الهيئة العامة للضرائب دونما أي مردود مقابل هذا الجهد المبذول من قبل تلك الشركات, فلا ضير من ابداء الدعم المعنوي عن طريق ابداء الاهتمام الكافي بمصالحهم كمكلفين يحملون اعباءً اضافية على عاتقهم بالنيابة عن الهيئة العامة للضرائب.
3. ضرورة العمل على توحيد قوانين ضريبة المبيعات المتعددة و المتنوعة و المتباينة من حيث تواريخ اصدارها فأولها يعود الى العهد الملكي و اخر صدر في منتصف عقد التسعين من القرن الماضي و احدثها صدر ضمن قانون الموازنة العامة لجمهورية العراق لعام 2018, و من حيث تباين الاوعية و الوقائع المنشأة لها و التعليمات الصادرة بناءً عليها, لذلك تكون عملية توحيد

هذه القوانين في قانونٍ واحد خطوة في المسار السليم للتقليل من الخلط و التشتت واللبس في التطبيق من قِبَل الهيئة و المكلفين.

4. ضرورة فك الارتباط الحاصل بين ضريبة المبيعات على خدمات الاتصالات و قانون الموازنة العامة لجمهورية العراق , وذلك لتلافي الوقوع في خرق مواد الدستور عن طريق خرق قاعدة سنوية قانون الموازنة , حيث أنه من غير الممكن اتخاذ اجراء اخر يساعد على حث السلطة التشريعية (مجلس النواب) لسن قانون الموازنة في التوقيت الملائم من نفس السنة المالية دونما امتداد هذه المسألة الى سنة قادمة , ولا سبيل قانوني متاح للقيام بذلك حيث أن السلطة التشريعية هي السلطة الاعلى في العراق, وعليه يكون فك الترابط الحاصل بين ضريبة المبيعات وقانون الموازنة هو المسار الافضل.

المصادر و المراجع

1- المصادر العربية

أولاً- الكتب

- (1) ابراهيم, د. جلال مطاوع, الحموي, د. محمد هشام, "المحاسبة الضريبية", بلا دار نشر, القاهرة, مصر, الجزء الاول, 2006.
- (2) البرزنجي, د. احمد محمد فهمي سعيد, " مدخل في الادارة المالية المتقدمة ", دار الدكتور للعلوم الادارية و الاقتصادية, بغداد, العراق , 2015.
- (3) الججاوي, أ. د. طلال محمد علي, العنبي, هيثم علي محمد, " المحاسبة و التحاسب الضريبي ", دار الكتب موزعون و ناشرون, كربلاء, العراق, ط2, 2014.
- (4) حطيط, رنا حسين, "عدالة الضريبة على القيمة المضافة" مكتبة زين الحقوقية و الادبية, بيروت , لبنان, 2016.
- (5) الخطيب, خالد شحادة, شامية, د. أحمد زهير, " أسس المالية العامة " بلا دار نشر, دمشق, الجمهورية العربية السورية, ط2, 2007.
- (6) خليفة, أ. د. محمد عبد العزيز , وآخرون " دراسات في المحاسبة الضريبية " شركة القصر للطباعة و الدعاية و الاعلان , القاهرة , مصر, 2015.
- (7) رشاد, د. أيمن , وآخرون, " مبادئ الاقتصاد الجزئي ", مكتبة الزهراء للطباعة و النشر, القاهرة, مصر, 2018.
- (8) رمضان, أ. د. اسماعيل خليل اسماعيل, " المحاسبة الضريبية", الناشر جامعة بغداد كلية الادارة و الاقتصاد, بغداد, العراق, ط1, 2002.
- (9) سالم, د. عمر , رمضان , د. عبد الله, " مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي " , حلوان , مصر, 2018.
- (10) سيد, د. محمد شعبان أمام. " الاحكام القانونية للضريبة على المبيعات ومدى ملائمتها للتطبيق في الدول النامية و حتمية التحول الى القيمة المضافة " دار المناهج للنشر و التوزيع , عمان , الاردن, الجزء الأول 2016,
- (11) سيد, د. محمد شعبان أمام. " الاحكام القانونية للضريبة على المبيعات ومدى ملائمتها للتطبيق في الدول النامية و حتمية التحول الى القيمة المضافة " , دار المناهج للنشر و التوزيع , عمان , الاردن, الجزء الثاني, 2016.
- (12) السيد, د. سامي. " المالية العامة وادوات السياسة المالية " الدار الجامعي للنشر و الطباعة , القاهرة , مصر, 2005.
- (13) شاهين, د. عبد الحميد أحمد أحمد " محاضرات في المحاسبة الضريبية " بلا دار نشر, القاهرة مصر, 2009.
- (14) الصعدي, د. عبد الله , " مبادئ علم الاقتصاد التحليل الاقتصادي الجزئي", المكتب الجمعي للطباعة و النشر, القاهرة , مصر, الجزء الثاني, 2008.
- (15) عبد الحميد, د. عبد المطلب, " النظرية الاقتصادية تحليل جزئي و كلى " , الدار الجامعية للنشر و الطباعة, الاسكندرية, مصر, 2007.
- (16) العلي, أ. د. عادل, " المالية العامة و القانون المالي و الضريبي", المكتبة العالمية للكتاب الجامعي, بيروت, لبنان , 2008 .
- (17) عمر, د. محمد عبد السلام " مالية الدولة دروس في النفقات العامة و الايرادات العامة و الميزانية العامة " الدار الجامعي الحديث للطباعة و النشر القاهرة , مصر, ط2, 2009.
- (18) عوض, د. خالد عبد العليم السيد, " الضريبة العامة على المبيعات مشكلات و حلول" دار أبتراك للطباعة و النشر و التوزيع, القاهرة, مصر, 2008.
- (19) فاخر, د. أماني , " الاقتصاد الجزئي " , بلا دار نشر , حلوان , مصر, 2014.
- (20) فضلية. د. عابد, حضور, د. رسلان, " التحليل الاقتصادي الجزئي " منشورات جامعة دمشق كلية الاقتصاد, دمشق , الجمهورية العربية السورية , 2008.

- (21) ناصر, د. زين العابدين " علم المالية العامة دراسة المبادئ العامة لمالية الدولة و النظام الضريبي الصري ", دار النهضة العربية, القاهرة , مصر, 1979.
- (22) نصر الله , د. عباس محمد " النظرية العامة للضريبة و التشريع الضريبي " مكتبة زين الحقوقية و الادبية, بيروت, لبنان , 2015.
- (23) الوادي, أ. د. محمود حسين, أبراهيم , أ. كفاح طالب, " الأصول العلمية و العملية للضريبة العامة على المبيعات " دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة, عمان, الاردن, 2010.

ثانياً- الأطاريح و الرسائل

- (1) الالوسي , ليث امين مرزوك , " تفعيل دور ضريبة المبيعات في رفع الحصيلة الضريبية في العراق " دراسة مقارنة مع تجارب بعض الدول , بحث مقدم الي مجلس المعهد العالي للدراسات المحاسبية و المالية / جامعة بغداد و هو جزء من متطلبات نيل شهادة الدبلوم العالي (المعادل للماجستير) في الضرائب , بغداد , العراق , 2010.
- (2) خذيري, دلال, " دراسة ربحية المؤسسة باستخدام الارصدة الوسيطية " دراسة حالة المؤسسة الوطنية للأشغال في الابار – حاسي مسعود- ورقلة للفترة (2009 – 2013), مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماستر اكايمي جامعة قاصدي مرباح – ورقلة - , الميدان , علوم اقتصادية: علوم التسيير و علوم تجارية / شعبة علوم المالية و المحاسبة/ تخصص: مالية المؤسسة, ورقلة, الجزائر, 2014.
- (3) خشيف, عبد الامير صبار, " توظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تفعيل التحاسب الضريبي " أطار مقترح لضريبة المبيعات في العراق , رسالة مقدمة الى مجلس كلية الادارة و الاقتصاد- جامعة كربلاء- وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم المحاسبة, كربلاء, العراق, 2017.
- (4) رباط , محمد هاشم, " ادارة فجوة الموجودات و المطلوبات و تأثيرها على الربحية في المصارف التجارية " دراسة تحليلية لعينة من المصارف الخاصة المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للمدة من 2005-2014, رسالة مقدمة الى مجلس كلية الادارة و الاقتصاد/ جامعة كربلاء وهي جزء من متطلبات نيل درجة ماجستير في العلوم المالية و المصرفية, كربلاء, العراق, 2016.
- (5) سليمان, ايمن علي , " أثر الحصص السوقية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي " (دراسة تحليلية على شركات الادوية الاردنية), قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة قسم المحاسبة و التمويل/ كلية الاعمال – جامعة الشرق الاوسط, عمان , الاردن, 2017.
- (6) عامر, لمياء " أثر السعر على قرار الشراء " دراسة حالة قطاع خدمات الهاتف النقال, مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير تخصص التسويق, فرع التسويق- قسم العلوم التجارية- كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير- جامعة الجزائر, الجزائر العاصمة, الجزائر, 2006.
- (7) عبد العزيز, أحمد محمد, " أطار مقترح لمعالجة مشكلات تطبيق ضريبة المبيعات في قطاع السيارات " (دراسة ميدانية), بحث مقدم للحصول على درجة الماجستير في المحاسبة, قسم المحاسبة, كلية التجارة, جامعة عين شمس, القاهرة, مصر, 2014.
- (8) عبيدات, أحمد حيدر أحمد, " نظرية السعر في الاقتصاد الاسلامي " قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في الاقتصاد الاسلامي / قسم الفقه و الدراسات الاسلامية , جامعة اليرموك , عمان, الاردن, 2000.
- (9) الكروي, بلال نوري سعيد, " نمط إدارة المخاطرة و السيولة و الربحية و انعكاسها على قيمة المصرف دراسة لعينة من المصارف الاجنبية و امكانية تطبيقها في المصارف العراقية " أطروحة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة و الاقتصاد في جامعة بغداد وهي جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في علوم ادارة الاعمال, قسم ادارة الاعمال, كلية الادارة و الاقتصاد, جامعة بغداد, بغداد , العراق, 2015.
- (10) مزيق, رامي الكرم, " دراسة العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية السورية " رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في قسم ادارة الاعمال, جامعة تشرين, كلية الاقتصاد, قسم ادارة الاعمال, دمشق, سوريا, 2014.

ثالثاً- البحوث العلمية و المحاضرات المنشورة في المجلات العلمية المحكمة و الدوريات العلمية .

- (1) الرياحي, محمد بدر عبد الحسين. " تحليل مؤشرات الربحية في مصرف الرشيد للفترة 1996 – 2000 " بحث منشور في مجلة العلوم الاقتصادية العدد(17) في (ك/2/ 2006) , جامعة البصرة , كلية الادارة و الاقتصاد, البصرة العراق, 2006.
- (2) عبد السادة, ميثاق هاتف, و اخرون, " تقييم الاداء المصرفي باعتماد تحليل نسب السيولة و الربحية " دراسة مقارنة بين مصارف عراقية و اردنية, بحث منشور في مجلة جامعة كربلاء العلمية/ المجلد السادس/ العدد الاول , كربلاء , العراق, 2008.
- (3) المرزوك, حامد عباس محمد, " محاضرة في الاثار الاقتصادية للضرائب " جامعة بابل كلية القانون, 2013.

http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture_view.aspx?fid=7&depid=1&lcid=29390

2 – القوانين و الأنظمة و التعليمات

- (1) تعليمات فرض و جباية ضريبة المبيعات رقم (5) لسنة 2015 و المنشورة في الوقائع العراقية بالعدد المرقم (4363) في 2015/5/4 .
- (2) قانون الموازنة العامة الاتحادية لجمهورية العراق للسنة المالية 2018 رقم (9) , المنشور في الوقائع العراقية بالعدد (4485) بتاريخ 2018/4/2 .

3 - المصادر الاجنبية

- 1) Barad, M.M., "**A Study of Liquidity Management of Indian Steel Industry**", Unpublished Dissertation, Saurashtra University, Rajkot, Indian. 2010.
- 2) Richard V. Eastin, PhD, and Gary L. Arbogast, " **Demand and Supply Analysis: Introduction** ", Richard V. Eastin, PhD, is at the University of Southern California (USA). Gary L. Arbogast, CFA (USA) , 2011 CFA Institute.
- 3) Trivedi, S.M. "**An analysis of financial performance of State Road Transport Corporation in Gujarat**" . Unpublished Dissertation, Saurashtra University, Rajkot, Indian. .(2010).
- 4) Tulsian, Dr. Monica " **Profitability Analysis (A comparative study of SAIL & TATA Steel)** " , IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF), e-ISSN: 5933-2321, p-ISSN: 5925-2321. Volume 3, Issue 2. Ver. I (Mar. – Apr. 2014), PP 22-19,

www.iosrjournals.org

4 – المصادر من الانترنت

- 1) <http://www.isc.gov.iq/>
- 2) <http://www.learnersdictionary.com/definition/sales%20tax>
- 3) <http://www.taxhistory.org/Civilization/Documents/Sales/HST29008/hst29008.htm>
- 4) <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sales%20tax>