



الضرائب على الاقتصاد الرقمي في العالم العربي والشرق الأوسط

كريم وناس
مجموعة العمل الإقليمية الخاصة بالاعلام الرقمي
الاتحاد الدولي للصحفيين
2020



الضرائب على الاقتصاد الرقمي في العالم العربي والشرق الأوسط

تقرير صادر عن الاتحاد الدولي للصحفيين - كانون ثاني/يناير 2020 بالتعاون مع منظمة من اتحاد لاتحاد

بحث وكتابة: كريم وناس

بمساهمة مجموعة العمل الإقليمية الخاصة بالإعلام الرقمي: حسن العبودي، راشد الحمير، عبد الله البستكي، طيبة الجيد، عبد الوهاب الفايز، غسان فطوم، لالة امخيطر، مصطفى المعمري، محمد اللحام، واصف عواضة

إنفوغراف ومساعد بحث: ندير صنهاجي، مساعد مشاريع، العالم العربي والشرق الأوسط
إشراف وتحرير: منير زعرور، مدير السياسات والبرامج، العالم العربي والشرق الأوسط

يستند هذا التقرير الى مساهمات من نقابة الصحفيين الأعضاء في الاتحاد الدولي للصحفيين في العالم العربي، وإلى البحث والمراجعة الذي أجراه الفريق المنتج للتقرير للأوضاع في المنطقة لغاية نهاية 31 كانون أول/ديسمبر 2020

يسمح إعادة نشر اجزاء من هذا التقرير او كامله بشرط الحفاظ على ذكر المصدر
لا يسمح بإعادة نشره لأغراض تجارية دون اذن خطي من الناشر

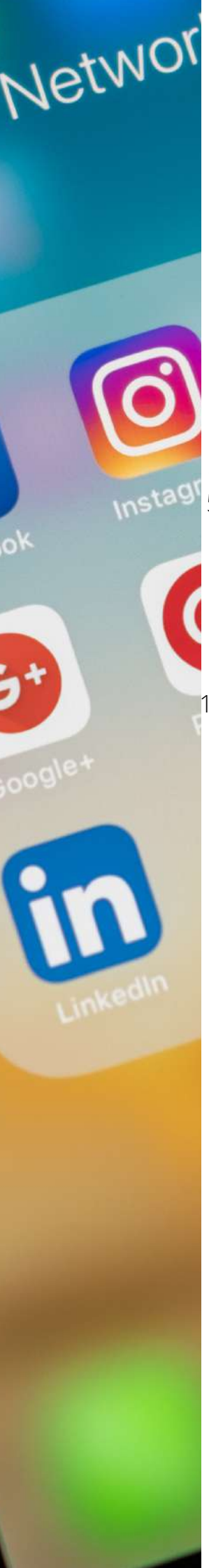
الناشر - Publisher Anthony Bellanger, IFJ General Secretary

INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS - ifj@ifj.org

Résidence Palace - Bloc C - Rue de la Loi, 155 - 1040 Bruxelles / Belgique

2020





المحتويات

- 4.....مقدمة الكاتب
- 5.....الفصل الأول: التنظيم الضريبي للاقتصاد الرقمي حول العالم
- 8.....الفصل الثاني: مراجعة للمبادرات الوطنية (الحكومات، البرلمانات) الخاصة بالتنظيم الضريبي للاقتصاد الرقمي في دول المنطقة (مصر، السعودية، الامارات، الجزائر، الأردن)
- 11.....التوصيات





مقدمة الكاتب

يستعرض التقرير الجهود الدولية لإقرار نظام ضريبي خاص بالاقتصاد الرقمي وتحصيل عائدات مالية من الشركات التكنولوجية الكبرى التي تستفيد من محتويات وسائل الإعلام وتجنّي أرباحاً طائلة جراء نشرها لهذه المحتويات وهو ما يستدعي أن تعود نسبة من عائدات هذه الضرائب لوسائل الإعلام والصحفيين .

تتسم جهود وخطوات الدول الأوروبية ودول أخرى مثل كندا وأستراليا في إطار سن إطار تشريعي لتحصيل ضرائب من الاقتصاد الرقمي والشركات التكنولوجية الكبرى بالمتقدمة. في حين أن الدول العربية ودول منطقة الشرق الأوسط مازالت لم تع أهمية التسريع في الانخراط في هذه الجهود الدولية و سن نظام ضريبي ملائم للاقتصاد الرقمي الذي يصبح يوماً بعد يوم مهيمناً على كل الاقتصادات خصوصاً مع الثورة المتسارعة في عالم التكنولوجيا والانترنت. هذا ما لمحنها خلال إعداد التقرير خصوصاً في ظل صعوبة إيجاد التشريعات الخاصة بالضرائب المتعلقة بالاقتصاد الرقمي فضلاً عن عدم طرح هذا الموضوع للنقاش في وسائل الإعلام، وعدم دفع الحكومات العربية وعدم بذل جهود كافية من نقابات واتحادات الصحفيين نحو إقرار نظام ضريبي خاص بالاقتصاد الرقمي يمكن من خلاله تحقيق عائدات مالية لوسائل الإعلام بهدف ضمان ديمومتها واستمراريتها وجودة محتوياتها.

وفي ظل توصل العديد من الحكومات على غرار الحكومة الأسترالية التي توصلت إلى اتفاق مع الشركات التكنولوجية الكبرى على غرار غوغل وفيسبوك من شأنه أن يجعل المنصات الرقمية تدفع مقابل الحصول على الأخبار، ينبغي على النقابات والاتحادات الصحفية العربية أن تكثف من جهودها وتفتح حوارات وقنوات مع حكومات دولها من أجل الدفع نحو سن نظام ضريبي وتشريعي ملائم.

كريم وناس
تونس/ كانون اول/ديسمبر 2020

الفصل الأول: التنظيم الضريبي للاقتصاد الرقمي حول العالم

مع تزايد حجم ونطاق الاقتصاد الرقمي بدأت مشكلات عدم العدالة في المنافسة بين الشركات المقيمة وغير المقيمة والانخفاض في الضريبة من أنشطة هذا الاقتصاد بصفة عامة وشركات التكنولوجيا الرقمية متعددة الجنسيات بصفة خاصة. ويرجع الانخفاض في الحصيلة الضريبية إلى القصور في التشريعات الضريبية الدولية التي لم تواكب التحول الرقمي والأنشطة الاقتصادية المرتبطة به.

ويعيش المشهد الضريبي الدولي في الآونة الأخيرة تغيرات ملحوظة وجهودا دولية من أجل سن نظام ضريبي عادل، حيث تعمل حوالي 140 دولة حاليا إلى جانب "منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية"، لسن نظام ضريبي دولي مناسب للاقتصاد الرقمي، لمواكبة نماذج الأعمال المتطورة. وتضمن مقترح منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ان يتم فرض ضريبة لا تزيد عن 4% من عوائد هذه الشركات، وكان من المخطط ان يتم تقديم المقترح إلى مجموعة "العشرين الكبار" اثناء اجتماعها في تشرين ثاني/نوفمبر الماضي في الرياض للموافقة عليه. غير أن هذه المفاوضات وصلت إلى طريق مسدود في شهر حزيران/يونيو الماضي بعد انسحاب الولايات المتحدة الأمريكية منها.

وفي شهر تشرين اول/اكتوبر، اصدرت المنظمة بيانا تعلن فيه أنها تخطط لانهاء المشاورات ونشر المقترح النهائي نحو منتصف سنة 2020. وجاء في البيان "إن الضغط الشعبي على الحكومات لضمان أن تدفع الشركات الدولية حصة عادلة من عوائدها في المكان الصحيح في إطار نظام ضريبي جديد قد تصاعد خلال جائحة كوفيد 19".

وتبرر الدول الساعية إلى فرض الضريبة الرقمية دعوتها بأن النظام الضريبي الحالي يمكن شركات مثل فيسبوك وجوجل وأمازون من الإفلات بأرباحها من قبضة مصالح الضرائب، بفضل نشاطها متعدد الجنسيات، واستغلالها الثغرات القانونية، والطبيعة "الافتراضية" لنشاطها.

في شهر تشرين ثاني/نوفمبر، أعلنت فرنسا انها ستفعل قانون ضرائب الشركات الرقمية الذي اقرته مطلع هذه السنة ولكنها جمده انتظارا لنتائج مشاورات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وسيتم تطبيق القانون بأثر رجعي ابتدائي من شهر كانون ثاني/يناير 2020. ويفرض القانون ضريبة قدرها 3% على المداخيل التي تجنيها الشركات من السوق الفرنسية. من جهتها، اقرت الحكومة البريطانية قانون ضريبة الخدمات الرقمية والذي يفرض على مزودي الخدمات الرقمية مثل جوجل وفيسبوك ضريبة قدرها 2%، ومن المتوقع ان يوفر هذا القانون عوائد ضريبية قدرها نصف مليار جنيه استرليني سنويا. وهناك عدد كبير من الدول التي تعد لتشريع قوانين خاصة بها وبعضها في مراحل تشريعية متقدمة.

1 للمزيد من التفاصيل راجع مقترح منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المنشور باللغة الإنجليزية على موقع المنظمة بتاريخ 13 فبراير/2020

2 منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، بيان صادر في 12 تشرين أول/اكتوبر 2020

3 للمزيد عن تطبيق هذا القانون راجع تقرير فاينانشل تايمز باللغة الإنجليزية، 25 تشرين ثاني/نوفمبر

4 للمزيد من المعلومات عن القانون الفرنسي راجع هذا التقرير، موقع بي بي سي باللغة الإنجليزية، 11 تموز/يوليو 2019

وتعني الضريبة الرقمية مفهومًا فرض الضرائب على الاقتصاد الرقمي. فالشركات الرقمية تستطيع أن تقدم منتجاتها بصفة عابرة للحدود وتحقق أرباحًا من دون أن يكون لها منشآت على أرض الواقع في البلد الذي يكون مصدرًا لربح هذه الشركات.

ولذلك لا تساهم هذه الشركات بدفع الضرائب لأنها خارج القوانين الضريبية المعمول بها. وبدأت الدول الأوروبية في فرض ضرائب المبيعات الخاصة بها على المعاملات الرقمية (ضريبة الخدمة الرقمية) لتعزيز مثل هذه المناقشات التي أجرتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. وقد انخرطت بعض الدول العربية في هذه الجهود الدولية من أجل سن قوانين وتشريعات ضريبية بإمكانها تحصيل عائدات مالية من الشركات التكنولوجية الكبرى .

وفي ظل وجود توجه عالمي نحو إقرار نظام ضريبي على الاقتصاد الرقمي والشركات الرقمية الكبرى التي تستفيد من محتويات وسائل الإعلام وتجنّي أرباحًا جراء نشرها لهذه المحتويات ينبغي أن تعود نسبة من عائدات هذه الضرائب لفائدة وسائل الإعلام. وتعتبر مسألة اقرار الضرائب على الاقتصاد الرقمي المعولم مسألة وقت.

لذلك فإن التحدي الذي يفرض نفسه على النقابات والاتحادات الصحفية تكثيف جهودها من أجل فرض تشريعات تضمن عائدات لفائدة وسائل الإعلام التي تخوض أزمة وجود جراء استغلال الشركات الرقمية لهذه الفراغات التشريعية الخاصة بحقوق الملكية والحقوق المجاورة والثغرات القانونية المتعلقة بالتنظيم الضريبي واستفادتها من جهود الصحفيين وأعمالهم مجانًا.

وينبع اهتمام نقابات الصحفيين وقطاع الاعلام بموضوع الضرائب على الاقتصاد الرقمي من حقيقة أن غالبية الإعلانات التي استند إليها قطاع الصحافة والاعلام تقليديا كأساس للنموذج الاقتصادي الذي تقوم عليه تتحول إلى الفضاء الرقمي وتسيطر شركات التقنية الكبرى على غالبية المداخيل، وتتزايد حصتها باضطراد.

الشركات الرقمية المؤثرة بشكل مباشر على قطاع الاعلام وكيف؟

أصبحت الشركات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي منافسة لوسائل الإعلام، وتحقق أرباحًا خيالية من جراء استخدامها للمحتويات الصحفية لوسائل الإعلام دون أن تساهم في أي مرحلة من مراحل انتاجها وفي المقابل لا تتقاسم أي عائدات مالية تذكر مع المؤسسات الصحفية التي تعاني في الواقع صعوبات مالية.

ومن أهم الشركات الرقمية المؤثرة بشكل مباشر على قطاع الإعلام شركتي "غوغل" و"فايسبوك" على سبيل المثال و"أصبح" "فيسبوك" و"غوغل" من أكبر الوسائل الإعلامية في العالم، دون أن يكون لديهما قاعة أخبار، وصحفيون يجازفون بحياتهم ولا محررون يتحققون من صحة الأخبار مقابل أجور تدفعها لهم وسائل الإعلام".

شركة غوغل / ألفا بيت

بحسب تقرير نشره "تحالف الاعلام" "News Media Alliance" في الولايات المتحدة وهو عبارة عن جمعية تمثل ما يقارب 2000 ناشرا، فإن شركة جوجل جنت ما يقارب 4.7 مليار دولار كعوائد من المحتويات الصحفية سنة 2018، وجاءت هذه العوائد سواء من الاعلانات على محرك البحث او "جوجل نيوز".

كما ذكر التقرير نفسه أن عوائد الناشرين الأعضاء في "تحالف الإعلام" بلغت في نفس السنة ما يقارب 5.1 مليار دولار. وطبعا الفارق الأساسي هو أن قطاع الصحافة يوظف عشرات آلاف الصحفيين لانتاج المحتويات الصحفية بينما لا يوظف غوغل أي صحفي لانتاج محتويات صحفية. وبحسب "تحالف الاعلام"، ينبغي على جوجل ان يدفع للناشرين حقهم من العوائد التي يحققها من محتوياتهم الصحفية.

وتستثمر شركة غوغل المحتويات الصحفية (مقالات وصور وفيديوهات) لوسائل الإعلام لجمع البيانات عبر الكلمات المفاتيح التي يدخلها مستعملو الانترنت على محرك البحث الخاص بها من أجل تحليلها وتبويبها لفائدة شركات الإعلانات التجارية التي تستهدف مستعملي الانترنت وتحقق جراء ذلك عائدات مالية خيالية دون دفع مقابل لوسائل الإعلام ولجهود الصحفيين. كما تدفع شركات الإعلام التقليدية والرقمية عائدات الإعلانات إلى جوجل من أجل فهرستها في المراتب الأولى في محرك البحث في حين أنها لا تدفع شيئاً مقابل المحتوى الإخباري الذي تستغله مجانا.

شركة فيسبوك

تمثل الأخبار أهم الأسباب الرئيسية، الذي يجعل الناس يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك الذي يواصل مضاعفة أرباحه الخيالية لقاء استخدامه المحتويات الإعلامية والصحفية بشكل مجاني. ولم يعد "فيسبوك منصة لتمكين المستخدمين من نشر الأخبار وتداولها دون الحاجة لأن يرد الخبر في وسيلة إعلامية فقط ، بل صارت تستقطب كذلك المعلنين لنشر إعلاناتهم فيها، بتعريفات مالية تكون عادة أقل بكثير مما تطلبه وسائل الإعلام بشكل عام، وبنسبة نجاح تبدو أكثر نجاعة من هذه الوسائل بما أن معدل الوقت الذي يقضيه مستخدمو الإنترنت في تصفح الشبكات الاجتماعية يفوق ما يقضوه على وسائل الإعلام الرقمية."



الفصل الثاني: مراجعة للمبادرات الوطنية (الحكومات، البرلمانات) الخاصة بالتنظيم الضريبي للاقتصاد الرقمي في دول المنطقة

مع الاهتمام المتزايد بالاقتصاد الرقمي انخرطت العديد من الدول المنطقة العربية في مبادرات لإصلاح منظوماتها الضريبية بما يكفل لها توفير عائدات مالية من الاستعمال المتزايد للتجارة الإلكترونية.

مصر تدرس الحكومة المصرية فرض 4 أنواع ضرائب جديدة على التجارة الإلكترونية، وذلك ضمن مشروع قانون الضرائب على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وتشمل هذه الضرائب كل من ضريبة القيمة المضافة، وضريبة الدمغة، وضريبة الدخل، بالإضافة إلى ضريبة رسم تنمية موارد على نشاط التجارة عبر الإنترنت.

و" بدأت الحكومة سنة 2019 في إخضاع عدد من منصات التجارة الإلكترونية العاملة داخل مصر إلى ضريبة القيمة المضافة، مثل أوليكس وجوميا وسوق دوت كوم.

ووافق مجلس النواب جوان 2018، على إضافة مادة إلى قانون الضرائب واحتساب ضريبة على إعلانات الشركات التي تقوم بها على مواقع التواصل الاجتماعي،

وتشمل فيس بوك وجوجل. وتعكف وزارة المالية المصرية على إعداد دراسة خاصة بكيفية تحصيل ضرائب على إعلانات الإنترنت خلال الفترة المقبلة، بهدف تنظيم عمل التجارة الإلكترونية".

وتطبق الحكومة المصرية ضريبة القيمة المضافة، منذ صدور القانون في 2016، على السلع المباعة عبر المنصات الإلكترونية. ويتم تحصيلها إما عن طريق الشركة مباشرة إذا كانت مقيمة، أو عن طريق مصلحة الجمارك إذا كانت الشركة غير مقيمة، مثل أمازون على سبيل المثال لا الحصر. تستهدف الحكومة المصرية ضمن الإصلاحات الجديدة للعام المالي 2020/2021 تعديل القوانين الخاصة بالضريبة على القيمة المضافة والجمارك للسماح بفرض ضرائب على الخدمات الرقمية والتجارة الإلكترونية والتجارة عبر الإنترنت.

وتم في مصر "إصدار قرار وزاري بإنشاء كيان خاصة للمعالجة الضريبية لأنشطة التجارة الإلكترونية وذلك ضمن الإجراءات الخاصة بالمعالجة الضريبية لأنشطة التجارة الإلكترونية خلال العام 2021".

السعودية

تخضع عمليات البيع والشراء في المتاجر الإلكترونية في السعودية لضريبة القيمة المضافة بنسبة 5 بالمائة منذ جانفي 2018. ويتم تحصيل ضريبة القيمة المضافة بنسبة 5 بالمائة على السلع التي يتم شراؤها إلكترونياً (مشتريات الأونلاين)، من خارج المملكة ويتم شحنها لداخل المملكة حسب ما ورد في الدليل الإرشادي للهيئة العامة للزكاة والدخل.

الإمارات

تم تطبيق ضريبة القيمة المضافة في دولة الإمارات في 1 جانفي 2018، وهي ضريبة غير مباشرة بنسبة 5% تفرض على معظم السلع والخدمات التي يتم توريدها في كل مرحلة من مراحل سلسلة التوريد.

المستهلك النهائي هو من يتحمل تكلفة هذه الضريبة. تقوم الشركات باحتساب وتحصيل الضرائب لصالح الحكومة. ويتم تطبيق ضريبة القيمة المضافة على "خدمات إلكترونية" عند الانتفاع والاستخدام الفعلي لهذه الخدمات وتنطبق العديد من القواعد العامة لضريبة القيمة المضافة على معاملات التجارة الإلكترونية "التجارة الرقمية"، مع وجود عددٍ من القواعد الخاصة لضريبة القيمة المضافة يتم تطبيقها تحديداً على معاملات التجارة الإلكترونية.

وتُطبق ضريبة القيمة المضافة على توريدات السلع والخدمات المقدمة من خلال الوسائل الإلكترونية كالإنترنت أو الشبكات الإلكترونية المماثلة، وعلى توريدات السلع والخدمات التي تتم في إطار التجارة الإلكترونية.

وتشمل "الخدمات الإلكترونية" التي تطبق عليها ضريبة القيمة المضافة "توريد مساحات الإعلانات على موقع إلكتروني والحقوق المرتبطة بذلك الإعلان"، و"توريد برامج البث السياسية أو الثقافية أو الفنية أو الرياضية أو العلمية أو التعليمية أو الترفيهية بما في ذلك بث الأحداث"، و"البث المباشر عبر الإنترنت"، و"توريد خدمات الدراسة عن بعد"، وأي خدمات ذات نوع مكافئ والتي لها غرض ومهمة مماثلة.



10 للمزيد من التفاصيل راجع قانون ضريبة القيمة المضافة الصادر في 7 أيلول/2016
11 للمزيد من التفاصيل راجع تقرير موقع العربية نت بتاريخ 24 أيلول/2020
12 للمزيد من التفاصيل حول ضريبة القيمة المضافة في السعودية، راجع الدليل الإرشادي للهيئة العامة للزكاة والدخل
13 البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة/ضريبة القيمة المضافة

الجزائر

تتجه الحكومة الجزائرية لزيادة الضرائب المباشرة على الخدمات الرقمية، فبعد فرض ضريبة القيمة المضافة على التجارة الإلكترونية مطلع سنة 2018، اقترحت وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصالات على الحكومة الجزائرية إخضاع عمليات البيع عبر الشبكة العنكبوتية لـ"ضريبة جزافية" مطلع 2019 بنسبة 5%.

الأردن

تسعى الحكومة الأردنية إلى فرض ضرائب على إعلانات الشركات المالكة لشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث، من أمثال "فيسبوك" و"غوغل" و"إنستغرام". وأثار وزير الاقتصاد الرقمي والريادة الأردني، مثنى الغرايبة، في وسائل إعلام محلية فكرة فرض ضرائب على هذه الشركات العالمية التي تتيح خدمات الإعلان بدون أن تدفع أي رسوم عليها، مثل الشركات ووسائل الإعلان المحلية.

وبين أن الأردن تبحث عن الممارسات الفضلى التي تطبق بالعالم حول الضرائب على الشركات الرقمية كفيسبوك وغوغل. وتبحث الحكومة الأردنية عن تحالف عربي إلكتروني وفقا لتقارير صحفية يضم عددا من دول المنطقة لتساند قضية فرض ضريبة على موقع "فيسبوك" وغيره من موقع التواصل الاجتماعي.

ومازال توجه الحكومة الأردنية لفرض ضرائب على الشركات الرقمية ضمن دائرة البحث ولم يرق إلى القرار.



14 للمزيد من التفاصيل راجع تقرير العربي الجديد 7 أيلول/ 2018
15 تصريح وزير الاقتصاد الرقمي مثنى الغرايبة لجريدة الغد 22 أغسطس/ 2019
16 تقرير صحفي على موقع العربي الجديد على هامش جلسة حوارية عقدتها جمعية شركات تقنية المعلومات والاتصالات "انتاج" بحضور وزير الاقتصاد الاردني مثنى الغرايبة 6 أيلول/ 2019

التوصيات

أولاً: أن تقوم النقابات والاتحادات وجمعيات الصحفيين بتشكيل لجنة خاصة لكل منها تتولى التواصل مع الجهات الوطنية المعنية (الحكومة، البرلمان،) بشأن خطط الحكومات المتعلقة بالتنظيم الضريبي للاقتصاد الرقمي. وبشكل خاص خططها للتصرف بالعوائد الضريبية على شركات التقنية الكبرى وضمان ان يكون هناك حصة من هذه العوائد للمؤسسات الاعلامية والصحفيين في إطار صندوق وطني لدعم الصحافة.

ثانياً: أن تقوم هذه اللجنة بانتاج تقرير حول حجم سوق الاعلانات الرقمية وحصة قطاع الصحافة منها مقارنة بحصة شركات التقنية الكبرى والشركات الدولية الأخرى والقطاعات الأخرى (المؤثرين،).

ثالثاً: اطلاق حوارات وطنية بين منظمات الصحفيين والمؤسسات الاعلامية مع شركات الاتصالات والانترنت وشركات الهواتف المحمولة بهدف اعداد دراسات حول انماط استهلاك المواطنين للمنتجات الصحفية الرقمية واتجاهاتها، بهدف تطوير ادوات ومنابر رقمية تشجع المواطنين على متابعة المنتجات الصحفية.

رابعاً: اطلاق حوار مع المؤسسات الاعلامية والهيئات الوطنية المعنية حول المعايير التي يجب ان تستوفيهها المؤسسات الاعلامية لتستحق الحصول على دعم عمومي (من صندوق دعم الصحافة)، وخاصة فيما يتعلق باحترام الحقوق الاجتماعية والمهنية للصحفيين، والالتزام بالاتفاقيات الجماعية، والمعايير المهنية، وغيرها..





Modifier

urd'hui
13:33

f

Facebook