



خبازي فاطمة الزهراء

بكدي فاطمة

المركز الجامعي خميس مليانة

المركز الجامعي خميس مليانة

مداخلة بعنوان:

## التجارة الإلكترونية وأثرها على حجم التدفقات المالية والرسوم الجمركية

المقدمة :

في ظل القرن الحادي والعشرين تزايدت التأثيرات على الجانب المالي والاقتصادي. وقد كان للانترنت دور كبير في هذه التأثيرات على المستويات الكلية والجزئية والفردية . ومع التنامي المطرد في استعمال الحاسوب وتقنيات المعلومات كان لزاما تطوير و عصريّة نظم الدفع المالي وذلك بالتحول تدريجياً من طرق الدفع الكلاسيكية الى طرق الدفع الحديثة . وبالموازاة مع ذلك ظهر ما يعرف بالضرائب الإلكترونية والتدفقات النقدية الإلكترونية , و مما لاشك فيه أن الضرائب تعد المورد المالي الأساسي لأي دولة في العالم , و ان التدفقات المالية من الخارج الى الداخل تعتبر عنصر مهم في تحقيق التنمية الاقتصادية. لكن تطور اشكال التجارة الإلكترونية وتعقد وسائل الدفع يجعلنا نتساءل :

كيف يمكن للتجارة الإلكترونية ان تؤثر على حجم التدفقات المالية و حصيلة الضرائب المحتمل تحصيلها؟.

الإجابة على هذا التسائل يجعلنا نتطرق الى العناصر التالية :

المحور الأول : مدخل إلى عالم التجارة عبر الانترنت

المحور الثاني : الأبعاد المالية للتجارة الإلكترونية

## المحور الأول : مدخل إلى عالم التجارة عبر الانترنت

### أولا : مفهوم الشبكات

#### 1. أنواع الشبكات :

المقصود بشبكة الكمبيوتر مجموعة من الكمبيوترات لها القدرة على تبادل البيانات فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال التي تربطها مع بعضها بعضا , أو قد يتم ربط عدد من الوحدات الطرفية مع كمبيوتر مركزي .

و تقسم الشبكات حسب المدى الجغرافي الذي تغطيه الشبكة إلى:

**1.1 الشبكات المحلية:** هي مجموعة من الكمبيوترات و غالبا ما تكون كمبيوترات صغيرة مربوطة مع بعضها بواسطة خطوط الاتصال تنقل المعلومات بسرعة عالية ضمن مساحة جغرافية محدودة توجد إما في مكتب واحد أو في بناية واحدة أو مجموعة بيانات متقاربة , حيث يتمكن مستخدمي الشبكة من تبادل الملفات و الاتصال فيما بينهم عبر البريد الإلكتروني و الجلسات الحوارية و استخدام مصادر ذلك الكمبيوتر مثل الطابعة و وحدات التخزين مما يوفر الوقت و الجهد و المال .  
و قد بدأت أولى محاولات بناء التواصل عبر الشبكات المحلية **1964** <sup>i</sup> , و يتميز بين :

➤ **الانترانت Intranet:** يقتصر الوصول إلى هذه الشبكة فقط على العاملين في الشركة , و تتم حماية الانترانت بواسطة كلمة سر <sup>ii</sup> .

➤ **الإكسترنات Extra net:** هي عبارة عن شبكة مكونة من مجموعة من شبكات انترانت ترتبط مع بعضها عن طريق الانترنت , أي أن شبكة الإكسترنات هي الشبكة التي تربط شبكات الانترنت الخاصة بالشركات و العملاء و مراكز الأبحاث الذين تجمعهم أعمال مشتركة , فإنها تؤمن لهم تبادل المعلومات و المشاركة فيها مع الحفاظ على خصوصية الإنترنت المحلية لكل شركة .

#### 2.1: الشبكة العالمية :

**الانترنت Internet:** هي كلمة انجليزية مختزلة لعبارة **Interconnection of Network** هي تتجزأ إلى كلمتين هما <sup>iii</sup> **Interconnection** و تعني الربط بين شبكتين أو عنصرين و **Network** و تعني الشبكة كما تعرف الانترنت بشبكة النسيج العالمية **world wide web** .  
أ. الخدمات التي تقدمها الانترنت :

- ✓ خدمة البريد الإلكتروني **E mail** : و تعتبر أسرع و ارخص و أكثر سرية من البريد العادي .
- ✓ خدمة برتوكول نقل الملفات : بفضل هذه الخدمة يمكن جلب ملفات و تحويلها من حاسوب إلى آخر عبر الشبكة العالمية و هذه الملفات عبارة عن تقارير أو بحوث أو برامج .
- ✓ خدمة مؤتمرات الفيديو **conferencing video** : تمكن هذه الخدمة مجموعة من الأشخاص في أماكن متباعدة من مشاهدة و سماع بعضهم و إجراء المناقشات في لقاء افتراضي , و يعد هذا الشكل من الاتصالات تفاعليا , إذ تستخدم فيه الكاميرا لتسجيل الصور و الميكروفون لتسجيل الصوت و تظهر الصورة على الشاشة , و يتم ذلك عبر الانترنت .

✓ خدمة مجموعات النقاش **forums de discussion/newsgroups**: تسمح هذه الخدمة لمستخدميها بالتعبير عن آرائهم كتابة حول موضوع معين يحدد على أساس الاشتراك في المجموعة , و عموما يشترط الاشتراك في مجموعات النقاش احترام آراء الغير مهما كانت , مبدأ العمل يستخدم فيه البريد الإلكتروني فكل رأي يدلي به فوراً لبقية المشاركين و لكل واحد منهم الحق في الإدلاء برأيه أو عدم الرد .

#### ب. المنافع التي يقدمها الانترنت للأعمال الاقتصادية :

يمكن إيجاز أهم المنافع التي تتجم عن استخدام الانترنت في المجال الاقتصادي باستخدام ما يسمى بـ**6Cs**, التي اقترحها بوسيج و زملاؤه سنة **1999**, و التي تمثل الحرف الأول لكل عبارة أجنبية من العبارات التالية<sup>iv</sup> :

- ✓ **تقليل التكاليف cost reduction**: من خلال تقليل الحاجة الى الاستفسارات المتعلقة بالمبيعات و التسويق و التي ترد و تعالج من خلال الهاتف , و تقليل الحاجة الى الطباعة و الورق و توزيع مواد الاتصالات التسويقية , الى جانب تجنب تكاليف التنقل .
  - ✓ **القدرة capability**: يوفر الانترنت فرص جديدة للسلع و الخدمات الجديدة و أيضا لاستغلال الأسواق الجديدة .
  - ✓ **الميزة التنافسية Competitive advantage**: القدرة على تقديم قدرات جديدة .
  - ✓ **تحسين الاتصالات Communication improvement**: حيث تتيح الانترنت فرص تحسين و تفعيل مستوى الاتصالات المباشرة مع هذه الأطراف و بشكل يحقق الأهداف المنشودة لكافة أطراف العلاقة .
  - ✓ **الرقابة Control** : توفر الانترنت بحوث تسويقية أفضل من خلال متابعة و دراسة سلوك العميل و كيفية قيام العاملين بتقديم للعملاء.
  - ✓ **تحسين خدمة العميل Customer service improvement**: توفر الانترنت فرصة للتفاعل مع الشركة بشكل مباشر و فعال , كما تستفيد الشركة من قواعد البيانات الخاصة بالعملاء للتواصل مع هؤلاء و تلبية رغباتهم .
- ب . تطور تطبيقات استخدام الانترنت : و هو ما يعرف بالجيل الثالث للانترنت حيث يخص هذا الجيل فهو قيد الأبحاث. و يدعم هذا الجيل ميزتين هما :

- ✓ استخدام تقنية **DWDM** و هي تقنية تستخدم الألياف الضوئية في الإرسال بسرعات تصل **400** ميغابت في الثانية مما يسرع من نقل الفيديو و الصوت بدرجة عالية .
- ✓ استغلال الألياف المعتمة في التحويل و التوجيه .

هذا التطور سيؤدي إلى انتشار تطبيقات ثورية على الانترنت مثل التلفزيون التفاعلي و التعليم الالكتروني و مؤتمرات الفيديو , أما عن تطبيقات الواقع الافتراضي سيتمكن الأطباء من معاينة مرضاهم و إجراء العمليات الجراحية لهم عن بعد إلى جانب ظهور المتاحف و المكتبات الافتراضية .

و لتجسيد ذلك و تدعيم و تشجيع الحكومة الإلكترونية, تقترح التجربة الأمريكية ما يلي<sup>v</sup>:

\_ تعيين مساعد لرئيس الدولة لشؤون الحكومة الإلكترونية .

\_ إنشاء مجلس للميزانية الإلكترونية .

\_ تعيين خبير في التخطيط الاستراتيجي للحكومة الإلكترونية .

### ثانيا : التجارة الإلكترونية :

تطبيقات التجارة الإلكترونية بدأت في أوائل السبعينيات من القرن الماضي , و أكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال , و قد اقتصر على المؤسسات التجارية الكبرى و بعض الشركات الصغيرة , و بعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات الذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية الى معاملات أخرى .

#### 1. أشكال التجارة الإلكترونية : تأخذ التجارة الإلكترونية عدة أشكال أبرزها :

**B 2 C : Business to Customer** شركة تقدم سلع وخدمات للعملاء :يشمل هذا السوق

قطاعات التجزئة التي تباع المنتجات و الخدمات للمستهلكين عبر الشبكة ,حيث يطلب المستهلك السلع من موقع الشركة على النت و يدفع ثمنها بالبطاقة, بعد ذلك يحصل على السلعة مباشرة إذا كان المنتج رقميا, أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان غير قابل للتسليم الكترونيا .

**B 2 B : Business to Business** شركة تقدم مواد خام و آلات الى شركات أخرى :و هي تجارة

تتم بين مؤسسات الأعمال باستخدام تكنولوجيا المعلومات لتقديم طلبات الشراء الى مورديها و تسليم الفواتير و الدفع , و هذا النوع هو الأكثر شيوعا , إذ يبلغ حجم هذه التجارة حوالي **80 %** من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية<sup>vi</sup> .

و هي تجارة يقتصر التعامل فيها على الشركة مع مورديها أو زبائن محددين من خلال احتياطات آمان تتمثل في كلمات سر للولوج ,أو عن طريق شفرة معاملات الكترونية موثقة تضمن خصوصية المعلومات<sup>vii</sup> .

**B 2 G : Government to Business** الخدمات المتبادلة بين الحكومة و الأعمال:تغطي جميع

التحويلات مثل دفع الضرائب و التعاملات مع الإدارة المحلية الحكومية , كما تستخدم الشركات الانترنت

للتعرف على الوظائف المتاحة ، و الوضع النقدي ، و الأوضاع الاقتصادية و اللوائح و الرسوم و رسوم الجمارك و تخليص الواردات منها <sup>viii</sup> .

## المحور الثاني : الأبعاد المالية للتجارة الإلكترونية

تتمثل أهم الأبعاد المالية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية في :

**1. الضرائب و الجمارك :** تشير التجارة الإلكترونية بعض المشاكل المتعلقة بإمكانية التهرب الضريبي من خلال التجارة الإلكترونية ، و في هذا الإطار لا بد من التطرق الى العناصر التالية :

### 1.1 قياس التجارة الإلكترونية :

تمثل صعوبة قياس حجم التجارة الإلكترونية احد التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية ، و ترجع صعوبة القياس الى عدة عوامل، منها ما يتعلق بتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية و مكوناتها ، و كذا سرعة نموها و التطور التكنولوجي المصاحب لها ، الى جانب القصور في أساليب القياس. كما أن بعض المؤسسات التجارية تقوم بالتجارة التقليدية و الإلكترونية في آن واحد، و بالتالي فان قياس حجم التجارة الإلكترونية تفتقر الى الدقة و الموثوقية .

### 2.1 الصفقات الإلكترونية :

تتم الصفقات الإلكترونية كما يلي :

**أ. صفقات تتم الكترونياً كلياً :** مثل سلع التسلية ، السفر، الصحف، المجلات، الخدمات المالية، الاستشارات، و هي تمثل السلع غير الملموسة أو الافتراضية .

ذهب التقرير الصادر عن مجلس منظمه التجارة العالمية الخاص بالتجارة في الخدمات الى أن تزويد الخدمات بالطرق التقنية يقع ضمن نطاق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات **GATS** .

**ب. صفقات تتم الكترونياً جزئياً :** تتم الصفقات بما فيها التعاقد و التسديد الكترونياً عبر شبكه الانترنت و لكن تسليم السلعة يكون مادياً ، و بهذا لا يمكن اعتبارها خدمه، بحيث تنطبق عليها الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات و كذلك الضرائب التي قد تفرض عليها.

الفئة الأولى هي التي تؤثر سلبياً على إيرادات الدولة من الضرائب الجمركية ، و إزاء ذلك تسعى بعض

الدول الى وضع أنظمة تتعلق بفرض ضرائب على السلع و الخدمات التي يتم تبادلها عبر الانترنت .

وتشير إحصائيات منظمة التجارة العالمية إلى انخفاض متوسط التعريفات الجمركية لأقل من **10 %** في

معظم دول العالم على السلع القابلة للتبادل إلكترونياً، باستثناء المغرب وتايلاند وكوريا والهند التي تضع

تعريفات قدره **20%** ، و يبلغ إجمالي العائد المالي للدول من التعريفات الجمركية للسلع والخدمات القابلة

للتبادل إلكترونياً نحو **1%** من إجمالي عائد التعريفات الجمركية ونحو **0.03 %** من العائد المالي للدول

وذلك باستثناء الصين التي تجمع أكثر من **10 %** من عائد التعريفات الجمركية من هذه النوعية من السلع

والخدمات، ومن ثم يتضح أن العائد المالي للتعريفات الجمركية للمنتجات القابلة للتبادل إلكترونياً منخفض

إلى حد كبير <sup>ix</sup> .

بينت اللجنة الاستشارية الامريكيه أن الإعفاء من ضريبة المبيعات سيفرض على الحكومات خسائر فقدان بلغت بحدود (10.8 بليون دولار) عام 2003 ، وفي تخمينات لاحقه كانت خسارة العائد لعام 2004 هي بحدود 20 بليون دولار، و هذه تمثل فقط 2% من إيرادات ضريبة المبيعات الكلية، والتي يتوقع إذا أستمر الإعفاء الضريبي أن تصل إلى 10% بحلول عام 2007<sup>x</sup>.

## 2. زيادة حجم التدفقات المالية:

أدى التبادل الإلكتروني إلى سهولة التدفقات المالية بين دول العالم. ووصل حجم التدفقات المالية في عام 1996 إلى نحو 284.6 مليار دولار مقابل 237.2 مليار دولار في عام 1995 ويصل حجم التدفقات الخاصة بالاستثمار المباشر إلى نحو 109.5 مليار دولار في عام 1996 في حين تصل استثمارات المحفظة من أسهم وسندات إلى نحو 91.8 مليار دولار<sup>xi</sup>.

تساهم التجارة الإلكترونية في سرعة انتقال التدفقات المالية في نفس اللحظة دون انتقال الأوراق المالية، الأمر

الذي أدى إلى قيام أسواق المال بتحريك ترليون و 300 مليار دولار يوميا. كما أصبحت الأسواق كلها متاحة أمام المتعاملين من خلال شبكات الاتصال داخل منازلهم، وينعكس ذلك على حجم التداول في أسواق رأس المال سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية، حيث يصل حجم التداول في الولايات المتحدة الأمريكية إلى نحو 7121487 مليون دولار في عام 1996 وفي اليابان إلى 1251998 مليون دولار. وكذلك في الأسواق الناشئة يرتفع حجم قيمة التداول حيث يصل في البرازيل إلى 112108 مليون دولار، وفي مصر وصلت قيمة التداول في البورصة إلى نحو 2463 مليون دولار عام 1996 وتساهم الاستثمارات الأجنبية في التداول بحوالي 60% من الإجمالي<sup>xii</sup>.

بلغت حصة السوق للعديد من الشركات في مجال التجارة الإلكترونية أرقاماً فلكية حيث وصلت في حالة (أمازون دوت كوم) 22 بليون دولار وشركة (إيباي) 23 بليون دولار وشركة (إي تويز) 1.7 بليون دولار وشركة (بارنز آند نوبل) 1.1 بليون دولار أمريكي. كما بلغت في شركة (سيرز) 10.5 بلايين دولار وفي شركة (سويثاير) 1.2 بليون دولار وفي شركة (تويز آريو أس) 2.8 بليون دولار وشركة (بورز) 1.1 بليون دولار أمريكي<sup>xiii</sup>.

وكان تقدير أسعار أسهم شركات التجارة الإلكترونية على مدار العامين الماضيين يمثل ظاهرة، حيث استطاعت في أحد هذين العامين الوصول إلى نسبة ربح قدرها 100%، وعلى مدار خمس سنوات وصلت إلى 1100% صافي ربح سنوي، مما أدى إلى توافر رأسمال سوق فاق النمو الواسع الثابت لشركات البيع القطاعي في بورصة نيويورك. و شركة (فيديكس) وشركة (ثيرمو إلكترون) وشركة (رابدميد)، والذين بلغ رأسمالهم 9 بلايين دولار، 4 بلايين دولار، 6 بلايين دولار على التوالي. وتقتصر هذه البيانات أن يفضل المستثمرون شراء أسهم في شركة (أمازون) للتجارة الإلكترونية أفضل من امتلاكهم للأسهم في واحدة من أكثر الشركات انتشاراً وشهرة في منافذ البيع القطاعي، وهي شركة (سيرز)<sup>xiv</sup>.

و في الجانب الاخر فان التجارة الإلكترونية تمثل مدخلا اساسيا لتهديب روس الأموال الى الخارج .

## 3. دور الانترنت في تخفيض الأسعار :

تشير إحدى الدراسات إلى أن أسعار منتجات كثيرة في سوق الانترنت تقل عن أسعار هذه المنتجات في السوق العادية بنسبة 9%\_16% كما أن دراسات أخرى تشير إلى أن هذه الأسعار قد تكون اقل بذلك بكثير قد تصل إلى 50%، كما أن قطاع التأمينات عبر سوق الانترنت أدى إلى تخفيض الأسعار ما بين 8% - 15% مقارنة بالأسعار التقليدية وان الزبائن الذين يشترون السيارات عبر الانترنت تمكنوا من شرائها بأسعار اقل بحوالي 2.2% عن الأسعار في السوق التقليدية<sup>xv</sup>.

و تجدر الإشارة إلى أن الزبائن يستعرضون أسعار المنتجات في سوق الانترنت بصورة متكررة للحصول على اقل الأسعار، ويتم ذلك من خلال :

- مواقع المتاجر الالكترونية .
- مواقع المزادات الإلكترونية .
- الجماعات المرجعية : من خلال الدردشة و منتديات الانترنت و المجتمعات الافتراضية المختلفة و من خلال المراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني .
- و من أشهر مواقع مقارنات الأسعار أو ما يعرف بأدلة الأسعار نجد :

**موقع BidFind** : يختص بالمنتجات التي تعرضها المزادات على الانترنت .

**موقع BottomDollar** : في هذا الموقع يقوم المشتري بتحديد المنتج الذي يريده ، و يقوم الموقع بالبحث عن أفضل العروض المتوفرة على الانترنت لهذا المنتج و يربط المشتري بالبائعين و الموزعين .

**موقع Books.com** : يقدم الموقع مقارنات بأسعار الكتب التي يعرضها و التي تعرضها مواقع أخرى لبيع الكتب مثل موقع : **amazon.com**

**موقع Copareitall.com** : يستطيع المشتري أن يحصل من هذا الموقع على خدمات مقارنات الأسعار و خدمات إرشادية و استشارية للتسوق عبر الانترنت و اتخاذ القرار الشرائي .

#### الخاتمة :

تطرقنا من خلال هذه الورقة البحثية الى اثر التجارة الإلكترونية على التدفقات المالية و الضرائب الجمركية حيث ان التجارة الإلكترونية تزيد من حجم التدفقات المالية ، و بالمقابل تؤثر سلبا على حصيلة الضرائب .

و للتقليل من الاثار السلبية و تعظيم الإيجابيات نقترح :

- وضع اطر قانونية للتجارة الإلكترونية .
- التكوين و التاهيل و التدريب في مجال تحصيل الضرائب الإلكترونية .
- التكوين في مجال محاربة التهرب الضريبي عبر الانترنت .

<sup>i</sup> ابن رجدال جوهر ، "الانترنت و التجارة الالكترونية - حالة استيراد الكتاب في جامعة سعد دحلب البلدة" ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، 2002. ص 21.

<sup>ii</sup> بشير عباس العلق ، التسويق عبر الانترنت ، عمان ، الوراق لنشر و التوزيع ، 2002 ، ص 42

<sup>iii</sup> بوب نورتون ، كاشي سميت ترجمة مركز التعريب والترجمة ، التجارة على الانترنت ، بيروت. لبنان ، الدار العربية للعلوم ، 1997 ص 10 .

<sup>iv</sup> بشير عباس العلق ، المصدر نفسه ، ص 40 - 42 .

<sup>v</sup> د فريد راغب النجار ، الكومة الإلكترونية بين النظرية و التطبيق ، الدار الجامعية للنشر ، مصر ، 2007.

عبد الحميد بسيوني ، أساسيات و مبادئ التجارة الالكترونية ، القاهرة ، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، 2004 ، ص 24 <sup>vi</sup>

<sup>vii</sup> Jean jacques Rechenmann, Internet et Marketing, 2ème édition , Edition d'organisation , paris, 1999 2001, p46.

<sup>viii</sup> محمد صالح الحناوي و آخرون ، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا ، الإسكندرية ، الدار الجامعية ، 2000 ، ص 161

<sup>ix</sup> محمد تقوروت ، واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ، مذكرة ماجستير تخصص نقود و مالية، جامعة شلف ، الجزائر ، 2005 ص 99 .

<sup>x</sup> U.S.Census Bureau,( Annual Tax Survey) / 2001 / for more detail, visit :

www. Census.gov

<sup>xi</sup> محمد تقوروت. المصدر نفسه ، ص 100.

<sup>xii</sup> المصدر نفسه ، المكان نفسه .

تاريخ الاطلاع : 2010/12/12. تاريخ كتابة المقال : 26 مايو 2009، مساهمة التجارة الالكترونية في تحقيق

الميزة التنافسية <sup>xiii</sup>

<sup>xiv</sup> المصدر نفسه .

<sup>xv</sup> د يوسف ابوفارة ، ادارة الأسعار في الأسواق التقليدية و الإلكترونية و أسواق المياه ، اثناء لنشر و التوزيع ، الأردن ، 2010. ص 511.