

التخطيط الضريبي كأداة للرفع من قيمة المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة شركة Apple -

علي جلابة (1) أ.د منصور بن عمارة (2)

1- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مخبر المالية الدولية ودراسة الحوكمة والنهوض الاقتصادي LFIEGE، جامعة باجي مختار-عنابة، ali.djellaba@univ-annaba.org

2- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مخبر المالية الدولية ودراسة الحوكمة والنهوض الاقتصادي LFIEGE، جامعة باجي مختار-عنابة، mansour_benamara@yahoo.fr

تاريخ الإيداع: 2018/02/21 تاريخ المراجعة: 2019/01/28 تاريخ القبول: 2019/05/02

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على أهمية التخطيط الضريبي كأداة تستخدمها المؤسسة الاقتصادية للحد من التزاماتها الضريبية والرفع من قيمتها، وهذا من خلال بناء إستراتيجيات والاستفادة من مختلف الامتيازات والفرص التي تنشأ عن التحولات المستمرة في النظم الضريبية والمحاسبية، ومن أجل الإجابة على الإشكالية، قمنا بدراسة حالة شركة الأمريكية التي تنشط في قطاع التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، بالاعتماد على نتائج أداؤها الضريبي للفترة الممتدة من 2012-2016، وقد توصلت الدراسة إلى أن المؤسسة تعتمد خطة ضريبية ساهمت بشكل فعال في تخفيض معدل الضريبة الفعلي وتحقيق وفورات ضريبية جد معتبرة، وهو ما انعكس إيجاباً على قيمتها.

الكلمات المفتاحية: تخطيط ضريبي؛ قيمة المؤسسة؛ معدل الضريبة الفعلي؛ وفورات ضريبية؛ حالة ابل.

Tax Planning as a Tool to Raise the Value of the Economic Enterprise - Apple Case Study-**Abstract**

This study aims at identifying the importance of tax planning as a tool used by the economic enterprise to reduce tax liabilities and increase its value by adopting strategies and benefiting from opportunities, that arise from the constant changes in tax and accounting systems. To achieve this purpose, a case study for the period from 2012 to 2016 on Apple Inc., which operates in the technology sector, was conducted. It is found that Apple Inc. adopted a tax plan that contributed effectively to the reduction of the effective tax rate and the achievement of important tax savings, which positively reflected on its value.

Keywords: Tax planning; enterprise value; effective tax rate; tax savings; apple case.

La planification fiscale en tant qu'outil pour augmenter la valeur de l'entreprise économique - étude du cas d'Apple -**Résumé**

L'étude vise à identifier l'importance de la planification fiscale en tant qu'outil utilisé par l'entreprise économique pour réduire les obligations fiscales et augmenter sa valeur, en adoptant des stratégies et en bénéficiant des différentes opportunités découlant des changements continus des systèmes fiscaux et comptables. Pour ce faire, nous avons étudié le cas d'Apple Inc. pour la période de 2012 à 2016. L'étude a révélé qu'Apple Inc. a adopté un plan fiscal qui a contribué efficacement à la réduction du taux d'imposition effectif et à la réalisation d'importantes économies d'impôt, ce qui a eu une incidence positive sur sa valeur

Mots-clés: Planification fiscale; valeur d'entreprise; taux d'imposition effectif; économies d'impôt; cas d'Apple.

المؤلف المرسل: جلابة علي، djellaba.ali@gmail.com

مقدمة

يبرز تاريخ الضرائب في جميع دول العالم حقيقة واحدة هي أنها قسرية بطبيعتها (Coercive)⁽¹⁾، حيث لا يمكن تجاهل الدور المحوري الذي تلعبه في سيرورة نشاط المؤسسات، كونها هي الثمن الذي يدفع للحكومة من أجل استقرار هاته المؤسسات، بالموازاة، نجد أن هدف أي مؤسسة اقتصادية مهما كان نوعها، سواء كانت مدرجة أو غير مدرجة في البورصة هو تعظيم قيمتها لفائدة الملاك (المساهمين) أو لجميع الأطراف المهتمة بها، فلو كانت النظرة إلى هذه الضرائب بكونها عبءاً على المؤسسة، فإنها من دون شك ستسعى جاهدة للتخلص منها، فمن الناحية النظرية يرتبط الالتزام الضريبي للمؤسسة ارتباطاً تناسيباً بربحيها على اعتبار أن كل أثر ضريبي يقابله أثر مالي.

إن المؤسسات التي تتبنى هذا الطرح بشكل عملي، خاصة وأن الحكومة تأخذ حصة تعادل ثلث أرباحها تقريباً، أصبحت تعتمد ممارسات مخططة من أجل تقليل هذه الضرائب إلى أدنى حد أو تأجيلها أو تجنبها بالكامل، هذه الممارسات من الممكن أن تكون باستعمال وسائل قانونية، وبذلك تسمى بنشاطات التخطيط الضريبي، في حين تسمى الوسائل غير القانونية بالتهرب الضريبي، إلا أن العواقب الوخيمة للخيار الثاني تجعله غير جذاب لهذه المؤسسات .

إشكالية الدراسة:

نسعى من وراء هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي: "ما مدى أهمية ممارسات التخطيط الضريبي كأداة للرفع من قيمة المؤسسة الاقتصادية؟".

وينبثق عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية نوردتها كآلاتي:

- ما الفرق بين ممارسات التخطيط الضريبي والتهرب الضريبي؟
- ما هي دوافع قيام المؤسسات الاقتصادية بممارسات التخطيط الضريبي؟
- ما هي الإستراتيجيات التي يتم اعتمادها لتنفيذ ممارسات التخطيط الضريبي؟
- ما العلاقة التي تربط ممارسات التخطيط الضريبي بقيمة المؤسسة الاقتصادية؟

فرضيات الدراسة:

- التخطيط الضريبي هو محاولة خفض الأعباء الضريبية قدر الإمكان دون انتهاك القانون.
- تتيح الفروقات القائمة بين الأنظمة الضريبية فرصاً للمؤسسات للتخطيط لأعبائها الضريبية وتخفيضها.
- يساعد التخطيط الضريبي الفعال في تخفيض الأعباء الضريبية المستحقة والرفع من قيمة المؤسسة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مدى أهمية ممارسات التخطيط الضريبي كأداة تستخدمها المؤسسة الاقتصادية لتخفيض التزاماتها الضريبية والرفع من قيمتها، إضافة إلى أهداف أخرى نسوقها كآلاتي:

- توضيح مفهوم وإطار التخطيط الضريبي الفعال؛
- تحليل دوافع قيام المؤسسات بممارسات التخطيط الضريبي؛
- إبراز أهم الإستراتيجيات المتبعة في تنفيذ ممارسات التخطيط الضريبي؛
- الوقوف على الخطة الضريبية التي تعتمد عليها شركة أبل، ومدى فعاليتها في تخفيض التزاماتها الضريبية والرفع من قيمتها.

منهج الدراسة:

نتيجة لطبيعة الأهداف التي تسعى هذه الدراسة الوصول إليها، وهي الكشف عن مدى أهمية التخطيط الضريبي كأداة للرفع من قيمة المؤسسة الاقتصادية، بالإسقاط على شركة Apple، ومن خلال الأسئلة التي تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها. فقد تم استخدام المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع البيانات والمعلومات التي تساعد على الوصف الدقيق لمتغيرات الدراسة ومختلف العناصر المؤثرة ذات العلاقة، كما تم اعتماد المنهج التحليلي عبر كامل محاور الدراسة لغرض التعمق في فهم وتبيان العناصر المكونة للموضوع بتحليلها واستنباط التفسيرات والاستنتاجات ذات الدلالة، خاصة بما يتعلق بطبيعة العلاقة بين التخطيط الضريبي وقيمة المؤسسة.

هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة والإحاطة بمختلف جوانب الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور رئيسية كالتالي:

- مفاهيم أساسية حول التخطيط الضريبي؛
- قيمة المؤسسة وعلاقتها بممارسات التخطيط الضريبي؛
- تحليل أهمية التخطيط الضريبي في الرفع من قيمة المؤسسة الاقتصادية (Apple).

1- مفاهيم أساسية حول التخطيط الضريبي:

1-1- الأسس النظرية للتخطيط الضريبي:

الضرائب هي اقتطاعات ذات ميزة جبرية تفرضها الحكومة بدون مقابل من أجل الصالح العام⁽²⁾، في حين أن التخطيط هو "عملية التحديد المسبق للعوامل اللازمة لتحقيق مجموعة من الأهداف، تصميم وسيلة فعالة لتحقيق بعض الأهداف المستقبلية" (Kohler's Dictionary for Accountants)⁽³⁾.

أما التخطيط الضريبي فهو ليس بالمفهوم الجديد، حيث سقط في البداية تحت عنوان ترتيب الشؤون الضريبية ومن بعدها أصبح يشار لهذه الأنشطة على أنها تخطيط ضريبي، ويرجع تاريخ ممارساته إلى قضية دوق وستمنستر الخامس (V Duke of Westminster) سنة 1936 في المملكة المتحدة، حين تم الدفاع عن حرية الشخص في ترتيب شؤونه الضريبية، ومن خلالها تم تأسيس مبدأ أنه " لكل شخص الحق في إمكانية ترتيب شؤونه بحيث تكون الضريبة المرفقة بموجب القانون المناسب أقل مما تكون عليه خلاف ذلك"⁽⁴⁾.

ليتم دعم هذه الفكرة سنة 1947 في قضية المفوض نيومان الخامس (Commissioner V Newman)، على يد قاضٍ أشار إلى أنه: "لا يوجد شيء مسيء في ترتيب شؤونه المالية من أجل إبقاء الضرائب منخفضة قدر الإمكان"، كما يدعم W. Hoffman (1961) هذه الحجة عند وضعه لنظرية التخطيط الضريبي بقوله: أنه من الضروري للشركات فهم القوانين الضريبية السائدة وتطبيقها على نحو يضمن لها تخفيض التزاماتها الضريبية قدر الإمكان، ويعتقد أنه لا يوجد أي معنى اقتصادي في دفع ضرائب أكثر مما يتطلبه القانون. أما Scholes & Wolfson (1992) فيؤكدان على ضرورة اشتراك المؤسسات في عمليات التخطيط الضريبي، ووفقا لهما فإن المؤسسة الناجحة هي تلك التي تتناسب بشكل صحيح مع بيئتها الضريبية⁽⁵⁾.

من جهة أخرى، يعتبر Lars Fallan et al (1995) التخطيط الضريبي على أنه الخيار الأفضل للحد من الالتزامات الضريبية في ظل القواعد والقيود القانونية، ويتحقق ذلك من خلال اختلاف معدلات الضرائب بين السلطات القضائية والأنشطة الاقتصادية، فضلا عن العديد من الحوافز الضريبية المنصوص عليها في قوانين

الضرائب، ويرى أن أدوات التخطيط الضريبي يجب أن تعتمد على الإبداع (Innovation) مما يستلزم دراسة الابتكارات⁽⁶⁾.

وقد عرفه W. Hoffman على أنه "قدرة المكلفين بالضريبة على ترتيب أنشطتهم المالية بطريقة تجعلهم يسددون الحد الأدنى من الضرائب"⁽⁷⁾.

أما بالنسبة لـ Jeff Pniowsky فالتخطيط الضريبي بصفة عامة هو "عملية هيكلية شؤون المؤسسة من أجل تأجيل أو تقليل أو حتى القضاء على مبلغ الضرائب المستحقة للحكومة"⁽⁸⁾.

إضافة إلى ما تقدم، يرى W. Hoffman أنه لفهم ماهية التخطيط الضريبي ينبغي التمييز والفصل بين مصطلحي التخطيط الضريبي والتهرب الضريبي، ويقول "إنه في كثير من الأحيان أصبحت هذه المصطلحات قابلة للتبادل مع بعضها البعض في أذهان دافعي الضرائب، والإخفاق في التفريق بين هاتاه المفاهيم المنفصلة قد يؤدي إلى تشويه سمعة عملية التخطيط الضريبي وقد يؤدي إلى عواقب قانونية خطيرة، فالتجنب الضريبي عادة ما يكون الهدف النهائي الذي ينبغي تحقيقه من خلال التخطيط الضريبي، وبهذا المعنى فإن ممارسة الامتيازات القانونية قد تساعد في تجنب الضرائب، أما التهرب الضريبي فهو يشير إلى التحريف (Misrepresentation)، والإغفال والحذف أو عدم تقديم معلومات مالية رئيسية في محاولة للتهرب من الضرائب القابلة للتنفيذ قانونياً"⁽⁹⁾، بالتالي نجد أن الخط الفاصل الذي يفسر الفرق بين التجنب الضريبي والتهرب الضريبي من وجهة نظر Hoffman هو "قانوني" و "غير قانوني".

على غرار Hoffman، قام Erich Kirchler & al (2003) بدراسة حول التمثيل الاجتماعي للتجنب الضريبي والتهرب الضريبي والتفريق بينهما من منظور قانوني، ويقول "التخطيط الضريبي يشير إلى محاولة لخفض الضرائب المستحقة عن طريق وسائل قانونية، كاستغلال الثغرات الضريبية مثلاً، في حين يشير التهرب الضريبي إلى تخفيض غير قانوني للمدفوعات الضريبية، كعدم الإبلاغ عن الدخل أو عن طريق احتساب معدلات خصم أعلى"⁽¹⁰⁾، وقد توصل الباحثان إلى أن التخطيط الضريبي من حيث التصورات هو نشاط يستخدم فيه الذكاء والأفكار الجيدة في توفير الضرائب بشكل قانوني، في حين أن التهرب الضريبي غير قانوني وغير أخلاقي ومتربط مع الاحتيال ومخاطر مراجعة الحسابات الضريبية والعقوبة. ومن ثم يمكن أن نخلص إلى أن تجنب الضرائب هو تفسير لعملية التخطيط الضريبي الذي يرتبط فيه النشاط بشكل رئيسي بالاستفادة من أوجه الغموض في قانون الضرائب مع الهدف الرئيسي في تحقيق وفورات ضريبية بشكل فعال.

1-2- إطار Scholes & Wolfson للتخطيط الضريبي الفعال:

يرى Scholes & Wolfson أن خفض ضرائب طرف واحد في الصفقة يزيد من العائد المتوقع بعد الضريبة، لكن هذه الضريبة يمكن أن تباع إلى الأطراف الأخرى في الصفقة، وحسب رأي الباحثين فإن عملية التعاقد ليست لعبة محصلتها صفر "Not A Zero Sum Game"⁽¹¹⁾.

في هذا السياق، اقترح Schools & Wolfson إطاراً للتخطيط الضريبي الفعال معتمدين على نهج متعدد يشمل التخطيط للضرائب وإستراتيجيات الأعمال، أو بصورة أدق تم اعتماد نهج التخطيط الشامل (GlobalPlanning Approach)، حيث كانت النقاط الرئيسية لهذا الإطار تتمثل في:⁽¹²⁾

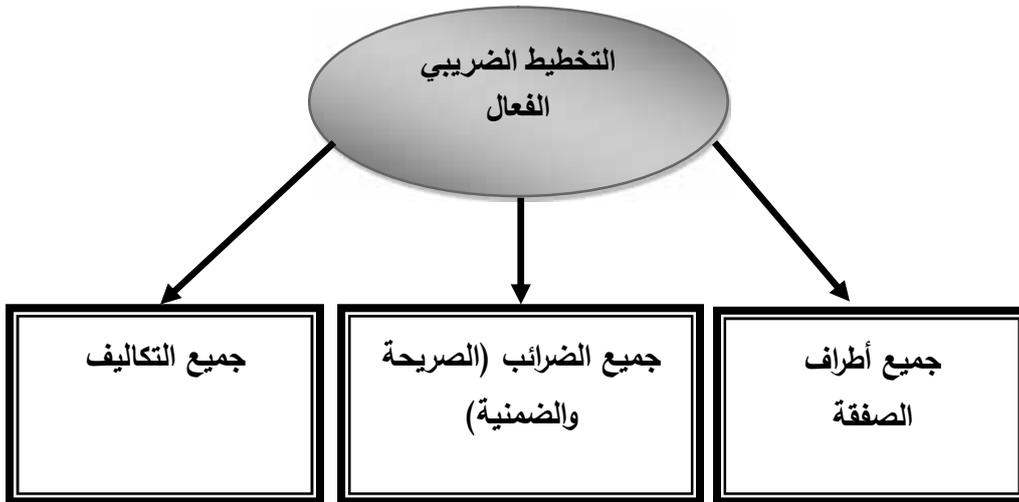
أ- **جميع الأطراف (All Contracting Parties):** يتطلب التخطيط الضريبي الفعال أن يقوم المخطط بدراسة الآثار الضريبية المترتبة عن الصفقة المقترحة آخذاً بعين الاعتبار جميع أطراف هذه الصفقة، وهو نهج شامل أو متعدد الأطراف، وليس نهجاً أحادي الجانب.

ب- **جميع الضرائب (All Taxes):** التخطيط الضريبي الفعال يتطلب من المخطط أن يأخذ بعين الاعتبار جميع الضرائب المفروضة سواء كانت صريحة أو ضمنية، على سبيل المثال عند اتخاذ قرارات الاستثمار والتمويل، لا يتم النظر فقط في الضرائب الصريحة (الضرائب التي تدفع مباشرة إلى السلطات الضريبية)، ولكن كذلك الضرائب الضمنية التي قد تترتب عن هذه القرارات.

ت- **جميع التكاليف (All Costs):** يتطلب التخطيط الضريبي الفعال أن يعترف المخطط بأن الضرائب هي واحدة فقط من بين العديد من تكاليف الأعمال، وأنه يجب النظر في جميع التكاليف في عملية التخطيط حتى يتم تنفيذها، على سبيل المثال، قد تتطلب بعض الخطط الضريبية المقترحة إعادة هيكلة في الأعمال تكون باهظة التكلفة.

ويمكن تمثيل إطار التخطيط الضريبي الفعال المقترح من قبل الباحثين وفقاً للشكل الموالي:

شكل رقم (01): إطار Scholes & Wolfson للتخطيط الضريبي الفعال



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

كما يرى كل من Schools et all أنه من المهم إدراك أن التخطيط الضريبي الفعال والتقليل من الضرائب هما أمران مختلفان تماماً، فالتخطيط الضريبي الفعال يكون النظر فيه إلى دور الضرائب في تعظيم العوائد بعد الضرائب أثناء صنع قاعدة القرار، حيث توجد إستراتيجيات للحد من الضرائب يمكن أن تحدث تكاليف كبيرة ذات أبعاد غير ضريبية، ويؤكد الباحثان على أن المخطط الضريبي يجب أن يأخذ في الاعتبار ضرورة النظر في كيفية تعظيم العائد بعد الضريبة على أي معاملة يجريها⁽¹³⁾.

نشير هنا، أن نموذج إطار Scholes & Wolfson لا يقدم نظريات أو منهجية جديدة، وهو لا يركز على الجوانب القانونية التفصيلية ولا التوصيات المتعلقة بالسياسة العامة، بل يعتمد منهاجاً إيجابياً في محاولة لتفسير دور الضرائب في المؤسسات، ودمج بين مفهومين أساسيين هما الاقتصاد الجزئي وقانون الضرائب، وقد أصبح هذا النموذج هو محور البحوث الضريبية التجريبية الحالية في المحاسبة، أين لقيَ قبولا على نطاق واسع، حيث لا توجد أي بحوث تتحدى صحة الإطار⁽¹⁴⁾.

1-3- دوافع التخطيط الضريبي:

نجد أن الدافع الأساسي وراء تبني المؤسسات لأنشطة التخطيط الضريبي هو محاولة الاستفادة مما تتتيحه القوانين الضريبية من غموض وثغرات إضافة إلى حوافز وإعفاءات ومزايا ضريبية، وتحقيق عوائد مالية (وفورات ضريبية)، والتي سيكون لها أثر على صافي الربح بعد الضرائب، ما سينعكس إيجاباً على أداء وقيمة المؤسسة بالإضافة إلى تحسين قدرتها التنافسية.

وفقاً لهذا الخط، نجد أن الفروقات بين الأنظمة الضريبية للدول تعتبر من أهم الحوافز التي تدفع بالمكلفين بالضريبة لممارسة أنشطة التخطيط الضريبي، حيث تتيح فرصاً أفضل للمؤسسات من أجل وضع خطط ضريبية، خاصة الشركات المتعددة الجنسيات (MNC)، وتشمل الفروقات الضريبية أساساً مايلي: (15)

أ- **مبادئ مختلفة:** فيما يتعلق بالالتزام الضريبي هناك مبدآن أساسيان: الأول هو مبدأ الشخصية والذي بموجبه على الشخص أن يدفع الضرائب إلى البلد الذي ينتمي إليه، والثاني هو مبدأ الإقليمية حيث ينبغي على الشخص أن يدفع الضرائب إلى البلد الذي يحصل فيه على الدخل أو الثروة، فإذا كان الاختصاص الضريبي يستند إلى مبدأ الإقليمية، فإن الضرائب تفرض فقط على جميع الإيرادات الخاضعة للضريبة في البلد المعني، أما إذا كان الاختصاص الضريبي مبنيًا على مبدأ الشخصية، تفرض البلد الضرائب على كامل المداخل الخاضعة للمكلفين بالضريبة الذين ينتمون إليها عبر كامل أنحاء العالم، وتتبع البلدان مبادئ مختلفة وقد تختلف مع تعريف المكلفين بالضرائب، الشيء الذي من شأنه أن يتيح الكثير من فرص التخطيط الضريبي.

ب- **ضرائب مختلفة:** معظم الدول تفرض ضرائب الدخل على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين ولكنها تعالج دخل تحويل الممتلكات بشكل مختلف، فعلى سبيل المثال، لا تفرض بعض الدول ضرائب على دخل نقل الممتلكات، وحتى إذا فرضت ضرائب الدخل على الأفراد والشركات، قد تعتمد معدلات مختلفة، في حين نجد أن بعض الدول تعتمد معدل ضريبة تناسبي والبعض الآخر معدل ضريبة تصاعدي، مما ينتج عنه اختلاف في العبء الضريبي من بلد إلى آخر.

ت- **أسس ومعدلات ضريبية مختلفة:** تقوم الكثير من الدول بتنظيم النمط الضريبي بنفس الطريقة، إلا أن الأسس الضريبية عموماً تنظم بشكل مختلف، ونتيجة لذلك، نجد أن نفس النوع الضريبي له قاعدة ضريبية ضيقة أو واسعة في بلدان مختلفة، ويتعين على المكلفين بالضرائب الدفع بشكل مختلف، أما بالنسبة لضريبة الدخل، تحدد البلدان معدلات مختلفة فقد يصل في بعض البلدان إلى نسبة 50 في المائة، وفي البعض الآخر قد يقل عن نسبة 30 في المائة، كل هذه الحقائق بمثابة شروط مسبقة للتخطيط الضريبي.

ث- **أنظمة مختلفة بشأن الازدواج الضريبي:** الضريبة الدولية المزدوجة تعني قيام دولتين أو أكثر بفرض نفس الضريبة أو ضرائب مماثلة على نفس دافعي الضرائب، أو دافعي ضرائب مختلفين لنفس النوع الضريبي خلال فترة معينة، ومن أجل الحد من الآثار السلبية للضرائب الدولية المزدوجة، تتخذ جميع البلدان بعض التدابير كطريقة الائتمان الضريبي الشعبي وطريقة الإعفاء الضريبي، مع ذلك، وبسبب الطرق المختلفة التي تعتمد عليها البلدان، نجد أن فرص خفض الضرائب تبقى مختلفة.

إضافة إلى ما سبق، فإن الاختلافات في طرق مكافحة التجنب الضريبي، والامتيازات الضريبية، وقوانين الضرائب، وغيرها من الجوانب غير الضريبية في مختلف البلدان بمثابة دوافع للمؤسسات للقيام بأنشطة التخطيط الضريبي.

1-4- إستراتيجيات التخطيط الضريبي:

لغرض الاستفادة مما تتيحه القوانين الضريبية من حوافز وإعفاءات ومزايا ضريبية، هناك العديد من الإستراتيجيات والمناهج التي يمكن استخدامها من طرف المؤسسات في تنفيذ أنشطة التخطيط الضريبي، يمكن إبراز أهمها كالآتي: (16)

أ- تقسيم الأرباح أو تحويل الدخل (Sharing of Profits or Income Shifting)، يكون ذلك من خلال استغلال الاختلافات الموجودة في معدلات الضرائب (أي التحكيم في معدلات الضرائب، فالمراجعة الضريبية عادة ما تكون وراء خطط التسعير الاصطناعي للتحويل، واستخدام مدخلات المحاسبة لتحويل الأرباح إلى المناطق التي تفرض فيها ضرائب أقل).

ب- تعديل خصائص الدخل (Modification of Income Characteristics)، كمثال قد تعتمد المؤسسات تحويل طبيعة الدخل من الأعمال التجارية إلى دخل غير تجاري أو العكس.

ت- الهيكل التنظيمي (Organizational Structure): تعتبر عمليات إعادة تنظيم هيكل المؤسسة واختيار الشكل المناسب أحد الإستراتيجيات الممكن اعتمادها في أنشطة التخطيط الضريبي، ونميز هنا بين المؤسسات المحلية والدولية، حيث تشمل إعادة التنظيم من قبل المؤسسات المحلية (إعادة تنظيم الأسهم، عمليات الجمع والاندماج، إعادة البناء والتفكك، إدارة الاستحواذ وشراء الأسهم)، في حين أن المؤسسات الدولية قد تشارك في التحول من فرع إلى فرع أو العكس، أو عمليات الاندماج وإعادة التنظيم المتعددة الجنسيات، علاوة على ذلك، يمكن أن تقوم المؤسسات أثناء إعادة التنظيم بتغيير موقعها الجغرافي من أجل الاستفادة من فرص أكثر للتخطيط الضريبي كالإعفاءات، ومعدلات الضرائب أقل والإعفاء من الأرباح الرأسمالية المؤهلة وتسمى بذلك " الشركات المهاجرة".

ث- الحصول على خصومات وإعفاءات ضريبية (Tax- Exemption): قد تعتمد المؤسسات التعامل مع الاستثمارات المعفاة من الضرائب كإستراتيجية للتخطيط الضريبي، فبعض الأنظمة الضريبية تقوم بتوفير إعفاءات وخصومات للمؤسسات.

كما قد يرافق هذه الإستراتيجيات ممارسات أخرى من قبل المؤسسات تدخل في إطار أنشطة التخطيط الضريبي، يمكن حصرها كالآتي: (17)

- اعتماد تأجيل الالتزامات الضريبية للمؤسسة من أجل الاستفادة من القيمة الزمنية للنقود.
- تأجيل الاعتراف بالإيراد من أجل الخضوع لمعدل ضريبة منخفض.
- زيادة الاقتطاعات (التكاليف واجبة الخصم والإعفاءات) من خلال الصيغ القانونية والثغرات المتاحة في التشريع الضريبي ومرونة البدائل المحاسبية.
- الاستفادة من اتفاقيات منع الازدواج الضريبي.
- مبادلة الأصول بدلا من بيعها وخاصة بالنسبة لمجمعات الشركات.
- الدخول لأسواق خارجية بمكاتب تمثيل بدلا من إنشاء فروع أو تكوين استثمارات بالخارج أو استخدام أسعار التحويل لتبادل السلع والخدمات.

نشير هنا، إلى أن الإستراتيجيات التي تم استعراضها أعلاه لا تصف مناهج مطلقة ودقيقة لأنشطة التخطيط الضريبي، فقد لا تكون مناسبة في المستقبل في ظل وجود هامش من عدم التأكد، حيث يمكن بسهولة للسلطات

الضريبية الكشف عن الخطط الضريبية المتبعة في حالة اعتماد نفس السيناريوهات من قبل العديد من دافعي الضرائب، وكثيرا ما يكون الرد هو ضبط النظام الضريبي عن طريق فرض قيود ولوائح ضريبية جديدة من شأنها سد الثغرات الضريبية والحد من إمكانية اعتماد هذه الإستراتيجيات. لذلك يجب أن تكون الخطط الضريبية قابلة للتعديل وفقا للتغيرات في القانون الضريبي، وبيئة الأعمال وتطلعات ودوافع دافعي الضرائب، بمعنى أن المخطط الضريبي من الضروري أن يأخذ في الحسبان بأنه لا يمكن أن تستمر الخطة الضريبية لفترة طويلة ما لم تكن الممارسات مرنة أو بالأحرى أن تكون هناك استمرارية في الاستراتيجيات.

2- قيمة المؤسسة وعلاقتها بممارسات التخطيط الضريبي:

2-1- قيمة المؤسسة:

يكتنف مصطلح القيمة الكثير من الغموض والتعقيد بسبب استخدامه في مجالات متعددة، فالقيمة كمفهوم تعتبر متغيرا تابعا لتطورات أفكار الباحثين عبر الزمن والتي بدورها اختلفت باختلاف تصوراتهم ومعالجتهم المنهجية، فليس من السهل بمكان تحديد القيمة، فقيمة الشيء مرتبطة بعدد هائل من المحددات، وللقيمة مفاهيم عدة حسب استخداماتها.

إن القيمة المستهدفة من خلال هذه الدراسة هي قيمة المؤسسة الاقتصادية من وجهة نظر المساهمين، والتي تعتبر حتمية لا يمكن تجاهلها، أين أصبح بقاء المؤسسة مرهونا بمدى تعظيمها للقيمة، وهذا ما نلمسه بوضوح في قول B.Stewart (1994): "... إن الهدف المالي الأول هو تعظيم ثروة المساهمين، وفائدة ذلك لا تعود على المساهمين فحسب، بل تعود على المؤسسة ككل..."⁽¹⁸⁾، وهذا على اعتبار أن المؤسسة تتواجد في محيط يتطلب تدفقا مستمرا لرؤوس الأموال، بزيادة العوائد والأرباح للمساهمين مقابل ما قدموه من أموال، مع ضرورة توفير دخلهم الأدنى وهو ما تؤكدته النظرية المالية الحديثة.

في هذا السياق، نجد أن أغلب الأعمال التي أجريت من طرف مكاتب الاستشارة جعلت من القيمة مؤشرا للأداء، وبسرعة كبيرة تبنى المسيرين هذا الفكر، وهو ما يؤكد المسح الذي أجرته Price Waterhouse "CFO, Architect Of The Corporations Future" بأن دور المدير المالي في المؤسسة هو "مطابقة مطالب المساهمين مع إستراتيجية المؤسسة والقدرة على التنفيذ"⁽¹⁹⁾.

وتمثل قيمة المؤسسة من هذا المنظور، تصور المستثمرين نحو مستوى نجاح الشركة، وهو ما يرتبط عادة بقيمة الأصول المملوكة للمؤسسة، والتي تترجم مدى نجاح الأعمال، حيث تشير قيمة المؤسسة العالية إلى أن الشركة ناجحة، وهو ما سينعكس إيجابا على ثروة المساهمين، وبالتالي فقيمة المؤسسة هي مؤشر يستخدم لتقييم الأداء، كما قد ينظر المستثمرون إلى المؤسسة من خلال أسعار أسهمها، وبالتالي فإن ارتفاع سعر السهم سيجعل قيمة المؤسسة أعلى، أما Gurmeet Singh Bhabra (2007) فيعتقد أن قيمة المؤسسة هي الثمن الذي يدفعه المشتري عند بيع الشركة، كما يرى قيمة المؤسسة كقيمة موضوعية من الجمهور واتجاه بقاء الشركة⁽²⁰⁾.

في حين يرى Miller & Modigliani (1961) أن قيمة المؤسسة تتحدد بقدرتها على تحقيق الأرباح، وهذا يعني ضمنا أنه عندما يكون تأثير قوة أرباح الأصول إيجابيا، فإن المؤسسة تعمل بشكل جيد وسوف يكون دوران أصولها أكثر كفاءة مما يؤدي إلى تحقيق أرباح عالية⁽²¹⁾. كما يشار عادة إلى قيمة المؤسسة بالقيمة الدفترية، فعندما تكون القيمة الحالية مرتفعة، فإن ذلك يعني أن مبدأ الاستمرارية قيد التشغيل وهو ما سيجزم إلى عوائد مالية.

ويمكن قياس قيمة المؤسسة من منظورين: (22)

أ- من وجهة نظر القياس المحاسبي للربحية: العائد على الموجودات (ROA)، العائد على حقوق الملكية (ROE)، صافي ربح تويين Tobin's Q، هامش الربح الصافي.

ب- من وجهة نظر سوق الأسهم، وذلك باستخدام أسعار الأسهم من سوق الأوراق المالية.

2-2- علاقة التخطيط الضريبي بقيمة المؤسسة الاقتصادية:

يرى Clyde W. Barrow (1998) "أن مفهوم أفضل القرارات الممكنة هي تلك التي تقلل من التكاليف وتحقق أقصى قدر من الأرباح"⁽²³⁾، وفقا لهذا الخط، تعتبر الضرائب من أهم المتغيرات الموجودة في محيط المؤسسة، مما يجعل من الاعتبارات الضريبية مدخلا هاما في معظم قرارات المؤسسة، حيث بإمكان مسيري المؤسسة تحقيق قيمة مضافة للمؤسسة، من خلال اعتبار الالتزام الضريبي تكلفة يمكن تقليصها أو تجنبها، وهي أفضلية لا يمكن تحقيقها إلا بالتحكم الجيد في بناء استراتيجيات ورسم سياسات للتخطيط الضريبي الفعال.

ومعظم الأبحاث التي قامت بدراسة العلاقة بين التخطيط الضريبي وقيمة المؤسسة كانت تركز على منظورين

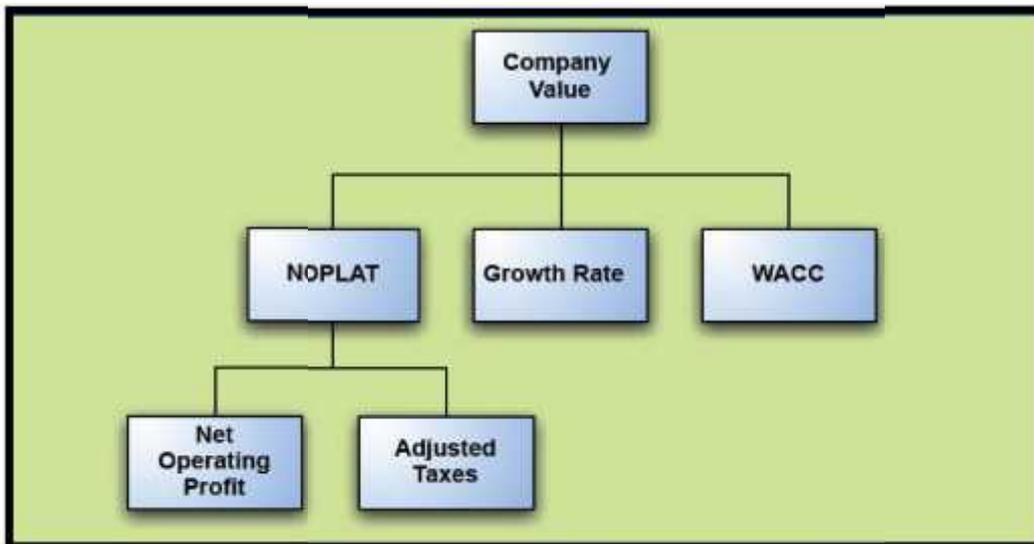
نظريين مختلفين:

أ- المنظور الأول:

النظرية التقليدية للتخطيط الضريبي، تعتبر الرائدة لأنها تزيد من صافي الأرباح بعد الضرائب وهو ما يكون في صالح المساهمين، وبموجبها تفيد أنشطة التخطيط الضريبي في تقليل انتقال الموارد من المؤسسة إلى الحكومة، وبالتالي إلى تعزيز ثروة المساهمين وقيمة المؤسسة⁽²⁴⁾.

من هذا المنظور نجد أن إستراتيجيات التخطيط الضريبي التي تعمل على تخفيض العبء الضريبي من شأنها أن تحقق وفورات ضريبية، وهو ما يكون له تأثير إيجابي مباشر أو غير مباشر على بعض المؤشرات كصافي الربح بعد الضريبة، ومعدل العائد على الاستثمار، وربحية السهم وبالتالي معدل النمو وقيمة المؤسسة، ويمكن إبراز وضعية الضرائب كمتغير مؤثر في محددات قيمة المؤسسة وفقا للشكل الموالي:

شكل رقم (02): محددات القيمة في المؤسسة الاقتصادية.



Source: Rutger Hafkenscheid, Claudia Janssen, Does Income Tax Planning Create Value?, Nyenrode Business Universities, Netherlands, 2009, P 351, Available at:

<http://www.nyenrode.nl/bio/Documents/Hafkenscheid,%20Janssen%20%20Does%20Income%20Tax%20Create%20Value.pdf?AspxAutoDetectCookieSupport=1>, (Last Visited 12/01/2018).

حيث:

NOPLAT: صافي الأرباح التشغيلية بعد الضرائب. **WACC**: التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال.
Growth Rate: معدل النمو.

يتضح من الشكل السابق أن الضرائب تعتبر أحد العوامل المؤثرة على محددات مؤشرات قياس القيمة في المؤسسة الاقتصادية، مثل مؤشر صافي الأرباح التشغيلية بعد الضرائب **NOPLAT**، بالتالي فإن تخفيض الضريبة إلى أدنى حد سيزيد من قيمة الشركة وهو ما يمكن اعتباره من الأهداف الكمية لأنشطة التخطيط الضريبي.

ب- المنظور الثاني: نظرية الوكالة للتخطيط الضريبي، والتي تأخذ بعين الاعتبار مجموعة أشمل من تكاليف الوكالة المستمدة من تضارب المصالح بين المديرين والمساهمين، فوفقاً لهذا المنظور يفترض أن ممارسات التخطيط الضريبي قد تكون معقدة وغامضة، وهذا ما قد يسمح بالانتهازية الإدارية، حيث سيكون المديرون المهتمون بمصالحهم على استعداد للمشاركة في أنشطة التخطيط الضريبي فقط للاستفادة من سلطتهم التقديرية الموسعة، وبالتالي يمكن أن يؤدي التخطيط الضريبي إلى تخفيض قيمة الشركة، عندما تكون لدى المديرين فرصة لتقليل الربح المحاسبي المبلغ عنه أو أن يكون لديهم حافز للحد من المسؤولية الضريبية عن طريق تقليل الدخل الخاضع للضريبة، حيث نجد هنا أن المستثمرين الذين يتأثرون بهذه الاحتمالات قد يعبرون عن مخاوفهم من انخفاض أسعار أسهم هذه المؤسسات⁽²⁵⁾. ونشير في هذه الحالة أن الحوكمة يصبح لها دور مهم في ضبط السلوك الانتهازي للإدارة في ممارسة أنشطة التخطيط الضريبي.

2-3- معدل الضريبة الفعلي وقيمة المؤسسة:

يرى مكتب المحاسبة الحكومي الأمريكي (US_GAO) في تقرير له سنة 2013 أن معدل الضريبة الفعلي **ETR** يختلف عن معدل الضريبة القانوني للمؤسسة وذلك كونه محاولة قياس الضريبة المدفوعة كنسبة من الدخل، في حين يشير معدل الضريبة القانوني إلى الالتزامات الضريبية قبل الحصول على أي مزايا ضريبية نسبة إلى الدخل الخاضع للضريبة، عليه يمكن القول إن معدل الضريبة الفعلي هو المعدل الذي يعكس جميع المزايا والإعانات الضريبية الممنوحة من طرف التشريع الضريبي⁽²⁶⁾.

كما يعتبر معدل الضريبة الفعلي أداة لقياس أنشطة التخطيط الضريبي التي تقلل من الالتزام الضريبي للمؤسسة دون أن تقلص بالضرورة من دخلها المحاسبي، وبالتالي فمعدل الضريبة الفعلي تستطيع من خلاله المؤسسة تقييم أدائها الضريبي الفعلي⁽²⁷⁾، وكثيراً ما يتم استخدامه من قبل المسيرين وأصحاب المصالح كأداة استدلالية حول فعالية الخطة الضريبية للمؤسسة، كونه يوفر إحصائية موجزة عن التأثير التراكمي لمختلف الحوافز الضريبية ومعدل الضريبة على الشركات⁽²⁸⁾.

وقد قام العديد من الباحثين بدراسة وتحليل العلاقة بين قيمة الشركة و **ETR**، كدراسة كل من (Rego 2003) and (Derashid Zhang 2003) والتي توصل فيها الباحثان إلى أن المؤسسات الأكثر ربحاً والتي تمارس أنشطة التخطيط الضريبي تكون لديها تكاليف أقل مرتبطة بالالتزامات الضريبية، الشيء الذي يساهم في خفض **ETR** وهو ما يدل على وجود علاقة إيجابية مع قيمة المؤسسة، في حين يرى (Desai & Dharmapala, 2006) أن العلاقة السلبية بين التخطيط الضريبي وقيمة الشركة يمكن أن تكون بسبب عدم تماثل المعلومات بين المديرين

والمساهمين، إضافة إلى ذلك وجدت بعض الدراسات عدم وجود ارتباط مباشر بين قيمة الشركة و ETR نتيجة لتأثير التكاليف غير الضريبية غير القابلة للقياس (Cloyd, Mills & Weaver, 2003).⁽²⁹⁾

في ضوء هذه الخلفيات، من الواضح أن مسألة العلاقة بين قيمة المؤسسة والتخطيط الضريبي ومعدل الضريبة الفعلي لم تكن مطلقة نتيجة عدم الاتساق في النتائج التجريبية إضافة إلى مشاكل القياس، لكن يمكن القول إنه عند اعتماد المؤسسة لأنشطة التخطيط الضريبي الفعال من شأنها أن تحقق معدلا ضريبيا فعليا أقل من المعدل القانوني المفروض، وبالتالي تكمن أهمية ممارسات التخطيط الضريبي في محاولة تخفيض نسبة الأرباح المنتقلة من المؤسسة إلى الحكومة، وهو ما من شأنه زيادة العوائد المتوقعة وبالتالي قيمة المؤسسة.

3- تحليل أهمية التخطيط الضريبي في الرفع من قيمة المؤسسة الاقتصادية (Apple):

يعتبر قطاع التكنولوجيا والتقنيات الحديثة من أهم القطاعات الإستراتيجية في العالم، ومن أبرز الشركات العاملة بهذا القطاع نجد شركة Apple التي تأسست في 01 أبريل 1976 من قبل كل من: Steve Jobs, Steve Wozniak and Ronald Wayne، ويقع مقر الشركة بالولايات المتحدة الأمريكية في Cupertino بولاية California، وتفتخر الشركة بـ 284 موقع للبيع بالتجزئة تغطي من خلالهم 10 بلدان مختلفة⁽³⁰⁾.

تقوم شركة Apple بتصميم وتصنيع وتسويق أجهزة الاتصالات والإعلام المتنقلة والحواسيب الشخصية ومشغلات الموسيقى الرقمية المحمولة، وتبيع مجموعة متنوعة من البرامج والخدمات والملحقات والطلول الشبكية ذات الصلة والمحتوى الرقمي والتطبيقات، وتبيع منتجاتها للمستهلكين والشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم والتعليم والمشاريع والعملاء الحكوميين. والسنة المالية للشركة هي فترة 52 أو 53 أسبوعا تنتهي في آخر يوم سبت من سبتمبر⁽³¹⁾.

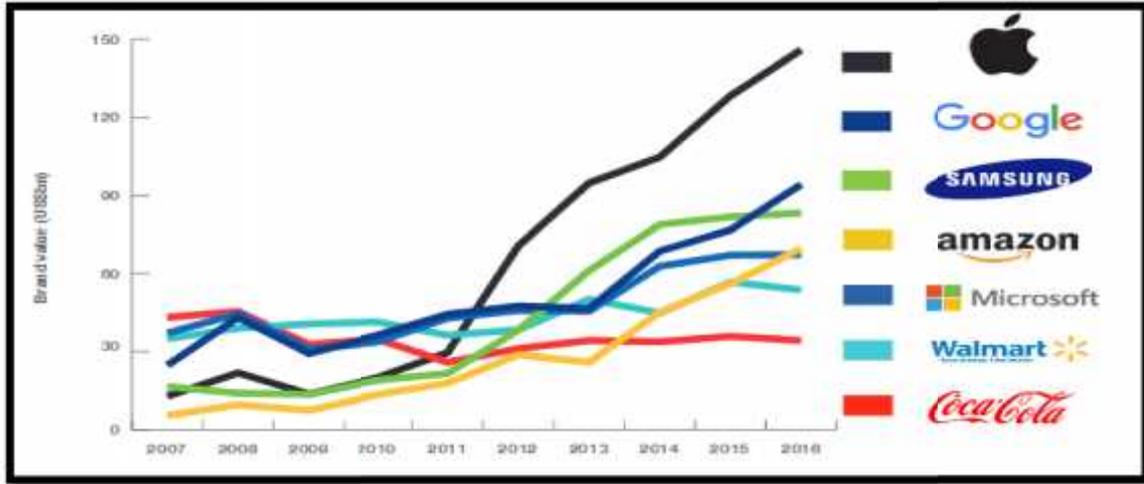
كما تقوم شركة Apple بتنظيم مبيعاتها من خلال تقسيمها بين منطقتين رئيسيتين:⁽³²⁾

- Apple Inc. في الولايات المتحدة الأمريكية، هي المسؤولة عن تنسيق المبيعات في الأمريكيتين (الشمالية والجنوبية).

- Apple Sales International (ASI) - Apple's Irish affiliate، مسؤولة عن بيع منتجات Apple في أوروبا، الشرق الأوسط، إفريقيا، المحيط الهادي، الهند وآسيا.

وحسب ترتيب Brand Finance لسنة 2016، تعتبر شركة Apple الشركة الأكبر قيمة في العالم حيث بلغت قيمتها 145.918 مليار دولار، مما يضع الشركة في المرتبة الأولى في الترتيب العام لجميع الصناعات كما هو موضح في الشكل الموالي:

شكل رقم (03): ترتيب Brand Finance (2016) للشركات الأكبر قيمة في العالم



Source: Brand Finance (2016), Global 500- 2016, The Annual Report on the World's Most Valuable Brands, P 8, Available at: <https://www.rankingthebrands.com/PDF/Brand%20Finance%20Global%20500%202016.pdf>, (last Visited 14/02/2018).

وبهدف معرفة مدى ممارسة المؤسسة محل الدراسة لأنشطة التخطيط الضريبي نستعرض في الجدول الموالي معدلات أدائها الضريبي للفترة الممتدة من 2012-2016 وما حققتة المؤسسة من وفورات ضريبية.

جدول رقم (01): الأداء الضريبي لشركة Apple خلال الفترة (2012-2016)

2016	2015	2014	2013	2012	مليار دولار
61.372	72.515	53.483	50.155	55.763	صافي الدخل قبل الضرائب
15.685	19.121	13.973	13.118	14.030	ضريبة الدخل
45.687	53.394	39.510	37.037	41.733	صافي الدخل بعد الضرائب
35 %	35 %	35 %	35 %	35 %	معدل الضريبة القانوني
25.56 %	26.37 %	26.13 %	26.15 %	25.16 %	معدل الضريبة الفعلي (ETR)
5.793	6.258	4.743	4.438	5.487	الوفورات الضريبية

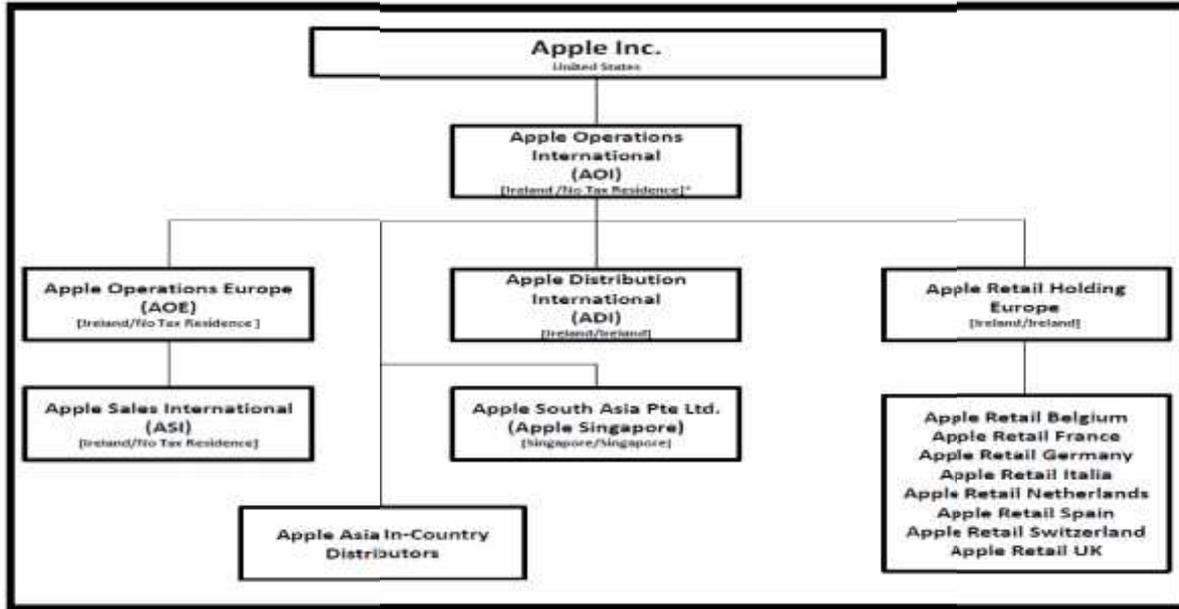
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الكشوفات المالية للمؤسسة.

ينضح من الجدول أن معدل الضريبة القانوني أعلى بكثير من معدل الضريبة الفعلي وهو ما يدل على أن المؤسسة محل الدراسة تقوم باستغلال الثغرات والامتيازات المتاحة في القوانين الضريبية في إطار أنشطة التخطيط الضريبي، حيث نجد أن المؤسسة استطاعت أن تحقق وفورات ضريبية في الفترة ما بين 2012-2016 تقدر بـ (26.719 مليار دولار) أي بمعدل سنوي يقدر بـ 5.343 مليار دولار.

يرجع هذا الانخفاض الكبير في معدل الضريبة الفعلي إلى ممارسات التخطيط الضريبي التي تعتمد عليها المؤسسة محل الدراسة، وقد كشف تحقيق قامت بإعداده اللجنة الفرعية الدائمة (PSI) التابعة للجنة الأمن والشؤون الحكومية الأمريكية سنة 2013، أن شركة Apple تعتمد على مجموعة من الهياكل والمعاملات والترتيبات كإستراتيجية رئيسية لتحويل الأرباح بعيدا عن الولايات المتحدة الأمريكية، وهذا من خلال تأسيس فروع وشركات تابعة لها قصد استغلال الفروق والاختلافات الدولية الموجودة في الأنظمة والمعدلات الضريبية، إضافة إلى ذلك، تقوم الشركة بنقل الحقوق الاقتصادية والملكية الفكرية من خلال اتفاق تقاسم التكاليف مع الشركات

التابعة لها بالخارج (خصوصا بايرلندا)، مما يمكنها من تحويل مبالغ ضخمة إلى مناطق تكون فيها معدلات الضرائب منخفضة، كما تمتلك الشركة كيانات ذات اختصاص ضريبي غير معن، أما بالنسبة لالتزاماتها الضريبية داخل الولايات المتحدة الأمريكية فتستخدم الشركة الثغرات ونقاط الضعف الموجودة في بعض أحكام قانون الضرائب الأمريكي بما في ذلك ما يسمى بقواعد "Check-The-Box"، "Subpart F"، "Look-Through"، والتي بموجبها يكون تحويل الأرباح إلى خارج الولايات المتحدة الأمريكية أكثر سهولة⁽³³⁾. ويوضح الشكل الموالي التنظيم الهيكلي الذي تعتمد عليه الشركة من أجل تطبيق خطتها الضريبية .

شكل رقم (04): الهيكل التنظيمي لشبكة الشركات التابعة لـ Apple في الخارج.



Source: Carl Levin, John McCain, Exhibits Hearing on "Offshore Profit Shifting and Us Tax Code Part 2 (Apple Inc.)", PSI-Committee on Homeland Security and Governmental Affairs, 2013, P 20.

يتضح من الهيكل أعلاه أن الشركة قامت بتأسيس سلسلة فروع وشركات تابعة داخل مناطق تتمتع بمعدلات ضريبية منخفضة (كايرلندا، سنغافورة،...) أو داخل مناطق توصف على أنها جنة ضريبية مثل الفرع الذي تم تأسيسه في British Virgin Islands، أما بالنسبة للمبيعات العالمية، فلا تقوم شركة Apple بإنشاء شركات بكيان مستقل داخل الدول التي تكون ضرائبها مرتفعة بل تقوم بتعيين مسؤولين عن التسويق لكي يكونوا ملزمين ضريبيا أمام الشركة الأم.

كما يبين الشكل الموالي نسبة عدد موظفي شركة Apple في الولايات المتحدة الأمريكية مقابل الموظفين الأجانب حول العالم، وأرباح الشركة الأم أمام الفروع الإقليمية خارج أمريكا، حيث أن 72% من عمالة شركة Apple مسجلة داخل أمريكا ولا تحقق سوى 30% من الأرباح، لكونهم مسجلين تابعين للفرع الأمريكي ولكن مبيعاتهم تتم خارج أمريكا، وهو ما يدل على اعتماد الشركة لإستراتيجية تحويل الدخل والأرباح، من أجل القيام بالمراجعة الضريبية استنادا للاختلاف الدولي القائم بين معدلات الضرائب.

شكل رقم (05): نسب توزيع عمالة وأرباح شركة Apple الأم مقابل الشركات التابعة لها في الخارج.

	Apple domestic	vs.	Apple foreign
Share of employees	72%		28%
Number of retail stores	68%		32%
Long-term assets	54%		46%
Sales	39%		61%
Apple's allocation of profits	30%		70%

Source: Charles Duhigg, David Kocieniewski, How Apple Sidesteps Billion In Taxes, the New York Times, Sunday 29 April 2012, P 06, Available at: <http://pulitzer.lamptest.columbia.edu/files/2013/explanatory-reporting/04ieconomy4-29.pdf> (Last Visited 14/02/2018).

إن الخطة الضريبية التي تعتمد عليها شركة Apple تساهم بشكل فعال في تخفيض التزاماتها الضريبية والاحتفاظ بمبالغ جد معتبرة كانت ستتقل إلى الحكومة في شكل ضرائب، ونشير هنا إلى أن عددا كبيرا من الشركات المتعددة الجنسيات أصبحت تعتمد خططا ضريبية مماثلة، مثل شركة Amazon التي قامت بنقل مقرها إلى لوكسمبورغ مما جعلها لا تدفع أي ضرائب خلال عامي 2010-2011، كما تقوم شركة Google باستخدام أيرلندا لتحويل أرباحها وهولندا لتعاملاتها المادية، لكن ونظرا لضخامة أرباح شركة Apple تبقى خطتها الضريبية تحقق أكبر وفورات ضريبية وهو ما سينعكس حتما على قيمتها.

نتائج الدراسة:

- ختاما لهذه الدراسة يمكن التطرق لأهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال النقاط التالية:
- التخطيط الضريبي هو عملية ترتيب الشؤون المالية للمؤسسة، من أجل تسديد أدنى حد ممكن من الضرائب.
 - الخط الفاصل بين التخطيط الضريبي والتهرب الضريبي هو القانون.
 - لكي يكون التخطيط الضريبي فعالا، يجب أن يعتمد على منظور تعاقدية أثناء عملية صنع القرارات.
 - الدافع الرئيسي وراء ممارسات التخطيط الضريبي هو تحقيق عوائد مالية، من خلال محاولة الاستفادة الكاملة من جميع الإعفاءات والحسومات وغيرها من الإعانات والاستحقاقات التي يسمح بها القانون.
 - تبرز أهمية التخطيط الضريبي في ظل النظرية المالية الحديثة، لكون الضرائب تضاف إلى واحد من أكبر بنود المصاريف في المؤسسة، كما تعتبر أحد محددات القيمة في المؤسسة على اعتبار أن القرارات التشغيلية تستند عموما إلى صافي القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقعة بعد خصم الضرائب.
 - تعتمد شركة Apple في خطتها الضريبية إستراتيجية رئيسية تتمثل في تقسيم الأرباح ونقل الدخل، من خلال إعادة تصنيف المعاملات الحقيقية لأغراض ضريبية.
 - ساهمت الخطة الضريبية التي تعتمد عليها شركة Apple في تخفيض معدل الضريبة الفعلي خلال فترة الدراسة، وهو ما حقق وفورات ضريبية جد معتبرة انعكست إيجابا على قيمة المؤسسة.
 - قائمة المصادر والمراجع:

- 1- Seyram kawor, Holy Kwabla Kportorgbi, Effect of tax planning on firms market performance: evidence from listed firms in Ghana, International Journal of Economics and Finance, (Vol 6, N°3), 2014, p 162.
- 2- Jacques Grosclaude, Philippe Marchessou (2001), droit fiscal général, édition : Dalloz, 3^{ème} édition, Paris-France, p 2.
- 3- Ofuan.J.Ilaboya, Monday.O.Izevbekhai & Friday.L Ohiokha, Tax Planning and Firm Value: A Review of Literature, Business and Management Research, (Vol 5, N°2), 2016, p 83.
- 4- Philip Fisher, 1936: A Good Year for Tax?, 2005, Available at: <https://www.taxation.co.uk/articles/2005/08/25/3425/1936-good-year-tax>, (Last Visited 14/09/2017).
- 5- Seyram kawor, Holy Kwabla Kportorgbi, Op.Cit, p 162.
- 6- Lars Fallan, Randi Hammervold & Kjell Gronhaug, Adoption of tax planning instruments in business organizations: A structural equation modelling approach, Scandinavian journal of Management (Vol 11, Issue 2), June 1995, p 178.
- 7- William H.Hoffman, Jr, The Theory of Tax Planning, the accounting review (Vol 36, Issue 2), published by American accounting association, April 1961, p 274.
- 8- Jeff Pniowsky (2010), Aggressive Tax Planning: How Aggressive Is Too Aggressive?, P 2, Available at: <http://www.tdslaw.com/site-files/aggressive-tax-planning.pdf> (last Visited 15/09/2017).
- 9- William H.Hoffman, Jr, Op.Cit, pp 274-275.
- 10- Erich Kirchler, Boris Maciejovsky, Friedrich Schneider, Everyday representations of tax avoidance, tax evasion, and tax flight: Do legal differences matter?, The Accounting Review, (Vol 24, Issue 2), August 2003, p 536.
- 11- John E.Karayan, Taxes and Business Strategy: A Global Planning Approach, Journal of International Business Studies (Vol 24, Issue 3), 3rd Qtr 1993, p 603.
- 12- Myron S.Scholes & Mark A.Wolfson, Merle Erikson, Michelle Hanlon, Edward L.Maydew and Terry Shevlin (2015), Taxes and Business Strategy: A Planning Approach, Pearson Education, Inc, Publishing As Prentice Hall, Fifth Edition, New Jersey- USA, pp 01-02.
- 13- Myron S.Scholes & Mark A.Wolfson, Merle Erikson, Michelle Hanlon, Edward L.Maydew and Terry Shevlin, Op.Cit. p 2.
- 14- Douglas A.Shackelford, Terry Shevlin, Empirical Tax Research in Accounting, Journal of Accounting and Economics 3, 2001, p 322-323.
- 15- Caiying Tian, Motivations and Ways for Multi-National Corporation's Tax Planning, International Journal of Business and Management (Vol 4, N°9), September 2009, p 203.
- 16- Mahfoudh Hussein Mgammaal, Ku Nor Izah Ku Ismail, Corporate Tax Planning Activities: Overview of Concepts, Theories, Restrictions, Motivations and Approaches, Mediterranean Journal of Social Sciences (Vol 6, N°6 S4), December 2015, pp 355-356.
- 17- Bashar H. Malkawi, Haitham A. Haloush, The Case of Income Tax Evasion In Jordan: Symptoms and Solutions, Journal of Financial Crime (Vol 15, N °3), 2008, pp285-286.
- 18- Jérôme Caby, Gérard Hirigoyen (2001), La Création de Valeur de L'entreprise, Economica, 2^{ème} Edition, Paris-France, p 102.
- 19- Jean-Florent Rérolle (1998), Value Based Management, Business Digest Special Issue, March 1998, p 3, Available at: http://www.rerolle.eu/public/1998b_Value_Based_Management_Traduction_Business_Digest_Mars_1998.pdf, (Last Visited 14/11/2017).
- 20- Ofuan.J.Ilaboya, Monday.O.Izevbekhai & Friday.L Ohiokha, Op.Cit, pp 81-82.
- 21- Merton H.Miller, Franco Modigliani, Dividend Policy, Growth, and the Valuation of Shares, the Journal of Business (Vol 34, N° 4), October 1961, pp 411-433.
- 22- Ofuan.J.Ilaboya, Monday.O.Izevbekhai & Friday.L Ohiokha, Op.Cit, p 82.
- 23- Mohamed Salih Memon, Syed Munir Ahmed Shah, Mrs Samina Isran, Impact of Taxation on Information Processing of Financial Services Business Location Decisions, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, (Vol 3, N° 10), February 2012, p 172.
- 24- Nanik Lestari, Ratna Wardhani, The Effect of the Tax Planning to Firm Value With Moderating Board Diversity, International Journal of Economics and Financial Issues, (Vol 5, Special Issue), January 2015, P 316.
- 25- Christine Awino Aganyo, The Effects of Corporate Tax Planning on Firm Value for Companies Listed at the Nairobi Securities Exchange, a research project submitted for the award of the degree of master of business administration, University of Nairobi, 2014, p 3.

- 26- GAO (2003), United States Government Accountability Office, Report to Congressional Requesters, Corporate Income Tax – Effective Tax Rates Can Differ Significantly from the Statutory Rate, PP 1-6, Available at: <http://www.gao.gov/assets/660/654957.pdf> (last visited 02/02/2018).
- 27- Ofuan.J.Ilaboya, Monday.O.Izevbekhai & Friday.L Ohiokha, Op.Cit, p 84.
- 28- Grant Richardson, Roman Lamis, Determinants of the Variability in Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform: Evidence from Australia, Journal of Accounting and Public Policy, (Vol 26 Issue 6), December 2007, P 690.
- 29- Ofuan.J.Ilaboya, Monday.O.Izevbekhai & Friday.L Ohiokha, Op.Cit, p 84.
- 30- Michael Dougherty (2010), The History of Apple, Inc, Available at: <http://www.brighthub.com/computing/mac-platform/articles/65346.aspx> (last Visited 05/02/2018)
- 31- SEC (2015), Company Background, Busniness Strategy, Retreived 06/02/2018 from: http://investor.apple.com/secfiling.cfm?filingid=1193125-15-356351#D17062D10K_HTM_TOC
- 32- Carl Levin, john McCain, exhibits hearing on “offshore profit shifting and us tax code part 2 (apple inc.), PSI -committee on homeland security and governmental affairs, 2013, p 19.
- 33- Carl Levin, John McCain, Op.Cit, p 2.