



العامل المؤثرة على عملية التحصيل الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا

محمد رمضان الأعمى^{1*}، محمد محمد فرحت² ، خالد الهادي جوان^{3*} ، أسامة مفتاح تواتي⁴

¹ محاضر بكلية الاقتصاد والتجارة - الجامعة الأسرورية الإسلامية

<https://orcid.org/0009-0002-5428-446X>

² محاضر بكلية الاقتصاد والتجارة - الجامعة الأسرورية الإسلامية

<https://orcid.org/0009-0004-3105-9184>

³ أستاذ مساعد بكلية الاقتصاد والتجارة - الجامعة الأسرورية الإسلامية

<https://orcid.org/0009-0000-9654-7737>

⁴ محاضر بكلية الاقتصاد والتجارة - الجامعة الأسرورية الإسلامية

<https://orcid.org/0009-0007-6306-3518>

m.alama@asmarya.edu.ly¹ mohamed.farhat@asmarya.edu.ly² k.jawan@asmarya.edu.ly³
osama.ty1212@gmail.com⁴

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع التجارة الإلكترونية والعامل المؤثرة على عملية التحصيل الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية بشكل عام وفي ليبيا بشكل خاص ، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال استئمار استبيان حيث تم توزيع عدد 75 استئماراً على العاملين بفروع مصلحة الضرائب (طرابلس، مصراتة، زليتن)، لجمع البيانات الازمة لاختبار فرضية الدراسة باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS، وقد توصلت الدراسة الى أن هناك مجموعة من العوامل تساهم في عملية التحصيل الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية تتمثل في التشريعات الضريبية الحالية، كفاءة موظفي مصلحة الضرائب، إمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية، وجود برامج تدريبية للعاملين في المجال الضريبي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، التحصيل الضريبي.

Abstract

This study aimed to identify the current state of e-commerce and the factors affecting the tax collection process for e-commerce transactions in general, and in Libya in particular. To achieve the study's objectives, a descriptive-analytical approach was used, employing a questionnaire. Seventy-five questionnaires were distributed to employees in the tax authority branches in Tripoli, Misrata, and Zliten to collect the necessary data for testing the study's hypothesis. The SPSS statistical software was used for this purpose. The study concluded that several factors contribute to the tax collection process for e-commerce transactions, including current tax legislation, the efficiency of tax authority employees, the ability to monitor e-commerce transactions, and the availability of training programs for tax personnel.

Keywords: E-commerce, Tax Collection.

1. المقدمة:

ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية لأول مرة بالولايات المتحدة عام 1995، وذلك بعد تحول الإشراف على شبكة الانترنت إلى القطاع الخاص، حيث أصبح بالإمكان تقديم خدمات تجارية على شبكة الانترنت وأصبحت هذه الخدمات تتزايد بشكل سريع، وأصبح مصطلح التجارة الإلكترونية متداول في الاستخدام العادي ليعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بشورة المعلومات والاتصالات وتقنياتها، فأخذت التجارة الإلكترونية بالانتشار بشكل سريع وذلك لتدني تكاليف العمليات التجارية بواسطتها ، و هي الآن من أفضل الأدوات الفاعلة في إدارة الأعمال التجارية العالمية، حيث أنها أوجدت وسائل تجارية توافق عصر المعلومات وساعدت على الدخول إلى الأسواق العالمية و تحقيق أعلى الأنشطة التجارية لاغية بذلك الحدود والقيود أمام الدخول إلى الأسواق التجارية، كما أنها ساهمت في تلبية خيارات المستهلك بيسر و سهولة و ساعدت على تطور الأداء التجاري والخدمي (احسان، 2012).

وفي ليبيا يحتل موقع السوق المفتوح المركز الخامس من حيث عدد الزيارات بعد الموقع العالمي كفوكل ويبتوب، وهذا يدل على الزيادة الكبيرة والملحوظة في حجم النشاط التجاري الإلكتروني مما يضع القطاع الحكومي اليوم تحت ضغوطات غير مسبوقة لمواكبة التقدم الحاصل في تكنولوجيا المعلومات وتقديم خدماته بجودة أفضل واستيفاء حقوقه وفق القوانين والتشريعات والتي من بينها تحصيل الضرائب على الأنشطة التجارية الإلكترونية بشكل أفضل أيضا، وذلك توافقا مع حاجات أفراد المجتمع وتلبية لتوقعاتهم (موقع أليكسا على الانترنت، www.alexa.com).

2. الدراسات السابقة:

- دراسة عواد (2010) بعنوان: مشكلات فرض وتحصيل الضرائب في عقود التجارة الإلكترونية، هدفت الدراسة إلى البحث في التعامل القانوني الضريبي للإيرادات الناجمة من دخل عقود التجارة الإلكترونية ، وقد توصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تتميز بالانفصال الواضح بين الموقع الجغرافي والنشاط التجاري المتداول ، فالسوق الإلكتروني مفتوحة بدون حدود سياسية أو جغرافية، لكنها تتكون من كافة العمليات التي تقوم عليها التجارة التقليدية من عرض واعلان وتعاقد وبيع وشراء وتسليم واستلام، ومحل هذا النوع من التجارة سلع مادية تخضع عملية نقلها وتسليمها للطرق المماثلة للسلع المتداول بالطرق المعتادة، وسلع رقمية تمثل في أغلبها معلومات في عدة أشكال يتم تداولها ونقلها عبر وسائل الاتصال الإلكترونية،.

- دراسة الفراج (2011) بعنوان: مشكلات فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية وطرق علاجها، وهدفت الدراسة إلى تسلیط الضوء على مشكلات المعالجة الضريبية للتجارة الإلكترونية وتقديم حلول مقتربة كافية لكافية اخضاع صفقات التجارة الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها صعوبة الرقابة على معاملات التجارة الإلكترونية، ووجود تناقض بين تسهيل اجراءات التجارة الإلكترونية والمعالجة الضريبية لها وخلق معوقات لنموها، وأن التجارة الإلكترونية تتطلب معاملة ضريبية مختلفة عن معاملة التجارة التقليدية، كما أنه توجد وسائل لمعالجة وحل المشكلات التي تواجه فرض الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية.

- دراسة بو القاني، بن مولاهم (2019) بعنوان: تحديات الجباية على التجارة الإلكترونية (دراسة حالة الجزائر)، هدفت هذه الدراسة إلى محاولة وضع تصور لتقدير أداء التجارة الإلكترونية باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة، بالإضافة إلى معرفة الضريبة الإلكترونية والتعرف على واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر والصعوبات التي تواجه الجزائر تجاه فرض ضريبة عليها، وقد خلصت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تحقق عوائد كبيرة مما وجه السلطات الحكومية للتوجه نحو جباية ضرائب على هذه المعاملات مع وجود تحديات كبيرة تواجه ذلك.

- دراسة زكريا وآخرون (2020) بعنوان: الضريبة على التجارة الإلكترونية بين الفرض والاعفاء، وهدفت الدراسة إلى التعريف بما يتعلق بالتجارة الإلكترونية وأليات اخضاعها للضريبة، وقد توصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تمتع بمجموعة من الخصائص تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية، وأن وجود التجارة الإلكترونية أثار إشكالية أساسية للأنظمة الضريبية حول اخضاعها أو عدم اخضاعها للضريبة، إضافة إلى عدم ملائمة التشريعات والنظم الضريبية مع خصوصية التجارة الإلكترونية.

- دراسة زيد (2022) بعنوان: تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر انتشار التجارة الإلكترونية في الأردن على مستوى التحصيل الضريبي، حيث تبين من خلال الدراسة أن التوقعات تشير إلى أن حجم التجارة الإلكترونية في الأردن سيرتفع إلى 50 مليار دولار بحلول عام 2025 والذي بلغ نحو 21 مليار في 2020 حيث تعتبر الإعلانات الممولة أهم وسائل التسويق الإلكتروني للشركات والأفراد، كما أن الدراسة توصلت إلى افتقار البنية المالية والنقدية المناسبة لتسهيل عمليات الدفع والتسويات الناجمة عن التعاملات في التجارة الإلكترونية، حيث يجب تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية حيث يمكن تسهيل التسويات للحسابات والمدفوعات الناجمة عن التجارة الإلكترونية.

- دراسة أبوهلال وشعبان (2022) بعنوان: التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي من وجهة نظر موظفي الضرائب فلسطين، هدفت الدراسة للتعرف على التجارة الإلكترونية ومدى فرض ضريبة على تعاملاتها في فلسطين، والتعرف على المشكلات والحلول لفرض الضريبة على مثل هذا النوع من التجارة والتهرب الضريبي، وقد توصلت الدراسة إلى وجود مشكلات تتعلق بالنظام وتدخل بالقوانين الضريبية وضعف الرقابة على التجارة الإلكترونية، كما أظهرت النتائج أن الممولين لا يرون التكافؤ بين مستوى النفع والضرر في دفع الضريبة، وأكملت الدراسة على رفع مستوى الوعي الضريبي لدى الممولين وأن تتميز القوانين الضريبية بالوضوح والشفافية لغرض تقوية الرقابة الخارجية.

3. مشكلة الدراسة:

تؤدي المحاسبة الضريبية دورها عبر عمليات توصيل معلومات عن النظام الضريبي لأطراف متعددة ذات أهداف مختلفة، ولضمان فاعلية النظام الضريبي وتجنب مراقبات المتضمنات السلوكية التي ترتبط بعناصره وأطرافه، سواء عند صياغة القوانين والتشريعات الضريبية أو بالنسبة للجهات المرتبطة بالتنفيذ أو المتعلقة بالممولين الخاضعين للضريبة أو بالهيئات القضائية التي تقاضي المخالفات. فطالما أن السياسة الضريبية تؤثر بالفعل في سلوك الأفراد في جميع مراحلها، فإنه يجب أن يتم توصيل أهدافها بطريقة يفهمها جميع المتأثرين بها، بحيث يتم تفضيل سياسة ضريبية معينة على السياسات الأخرى المتاحة، واختيار تلك السياسة التي تؤدي إلى دفع سلوكية إيجابية تزيد من فرصة تأثيرها على اتجاه سلوك الأفراد (بدوي، 1991).

إن إمكانية تحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية يزداد الاهتمام به من قبل الحكومات في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، وهناك اهتمام منطقي من قبل الحكومات وهيئات فرض الضريبة على وجه الخصوص في البلدان النامية بالتأكل الضريبي المحتمل في القاعدة الضريبية الناتج من انتهاج التجارة الإلكترونية إذا لم تحور الأحكام والتشريعات الضريبية المحلية والدولية لتأخذ بعين الاعتبار هذه التطورات الاقتصادية المهمة وكيفية مواكبتها (زيد، 2022). وبذلك فإنه يمكن تحديد حجم المشكلة وأبعادها من خلال الإجابة على التساؤل التالي: ماهي العوامل التي تؤثر على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا؟

4. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:

- التعريف بالتجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي بشكل عام.
- التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في ليبيا.

- التعرف على العوامل المؤثرة على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية بشكل عام وفي ليبيا بشكل خاص.

5. فرضيات الدراسة:

أنه من الصعب تحديد الموقع الجغرافي لمعاملات التجارة الإلكترونية عكس معاملات التجارة التقليدية التي تتميز بموقع جغرافي محدد ومشهور لمعاملاتها، وبناء على ما ذكر في مشكلة الدراسة والتساؤل المطروح فيها يمكن صياغة الفرضيات الآتية:

- لا يوجد أثر للتشريعات الضريبية الحالية على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

- لا يوجد أثر لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية من عدمها على عملية التحصيل الضريبي في ليبيا.

- لا يوجد أثر لكفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتقني على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

6. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

- الاطلاع على واقع التجارة الإلكترونية في ليبيا وما وصلت إليه من مستويات من ناحية انتشارها والتعامل بها.

- الحصول على نتائج عملية من واقع البيئة الليبية لمعرفة ما يعوق مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية وفرض ضرائب على هذه المعاملات.

- إثراء البحوث المحاسبية كمحاولة لمساعدة في ايجاد حلول للمشاكل التي قد تواجه اخضاع التعاملات التجارية الإلكترونية للتشريعات الضريبية التي وضعها المشرع الليبي.

7. حدود الدراسة:

تم اختيار إدارات مصلحة الضرائب والمتمثلة في (ادارة مصلحة ضرائب طرابلس وزيلين ومصراته)، وسيتم توزيع صحيفة استبيان على عينة عشوائية من الأعضاء العاملين بهذه الإدارات، حيث سيتم الاطلاع على آراءهم فيما قد يؤثر على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية من عوامل والأهمية النسبية لهذه العوامل من وجهة نظر عينة الدراسة.

8. منهجية الدراسة:

سيتم استخدام المنهج الاستقرائي وذلك من خلال دراسة ومراجعة الأدبيات المتعلقة بالموضوع وذلك لتكوين الإطار النظري للدراسة، كما سيتم استخدام استمار الاستبيان لجمع البيانات اللازمة لاختبار فرضية الدراسة حيث سيتم توزيعها على عينة من موظفي مصلحة الضرائب بإدارات طرابلس وزيلين ومصراته، وذلك من خلال توجيه قائمة استبيان للتعرف على آرائهم في العوامل التي قد تؤثر على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية والأهمية النسبية لهذه العوامل من وجهة نظر عينة الدراسة.

9. التجارة الإلكترونية:

9.1 مفهوم التجارة الإلكترونية:

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها "أنشطة انتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقيها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائل الإلكترونية" (العيسي، 2003، ص12). أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتشير إلى أن التجارة الإلكترونية "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني، سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الإلكترونية ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية" (عبدالخالق، 2006، ص34). وعرفت حسب منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادئ على أنها "شكل من أشكال الصفقات التجارية السلعية والخدمية التي يتعامل فيها الأطراف بطريقة الكترونية سواء تمت بين شخص وشخص آخر أو بين شخص أو كمبيوتر وكمبيوتر" (الحسن، عبد الرزاق، 2011، ص4).

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول إن التجارة الإلكترونية هي عملية بيع وشراء بين طرفين لسلعة أو خدمة وقد تكون هذه العملية الكترونية بشكل كامل أو جزئي وسواء تم السداد بشكل الكتروني أو نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى.

2.9 أهمية التجارة الإلكترونية:

تظهر أهمية التجارة الإلكترونية في أيامنا هذه من نسبة استحواذها على الحصة السوقية للمبيعات في العالم، فهي تستحوذ على نسبة تصل إلى 13,8% من إجمالي مبيعات التجزئة في الصين، تليها المملكة المتحدة بمعدل 13,4%， ثم الولايات المتحدة بمعدل 9,2%， والأهم من ذلك أن التوقعات تشير إلى استمرار نموها حيث تشير التقديرات إلى أكثر من 20% من مبيعات التجزئة العالمية في المستقبل القريب (بايوني، 2017). بينما في العالم العربي تشهد الدول العربية نمواً متزاً على صعيد التجارة الإلكترونية بمبيعات تصل إلى 15 مليار دولار سنوياً، ونجد مثلاً أن مبيعات تذاكر السفر والأجهزة الكهربائية تستحوذ على 40% من حجم التجارة الإلكترونية عربياً، غير أن عدم الثقة في طرق الدفع والخوف من الاحتيال لا زال يعيق تطور التجارة الإلكترونية في العالم العربي حيث أن 43% من العرب لا ينمون في طرق الدفع الإلكترونية (موقع الجزيرة الإلكترونية www.aljazeera.net/programs).

وبما أن التجارة الإلكترونية مرتبطة باستخدام شبكة الانترنت فمن المفيد الاطلاع على نسبة استخدام السكان في العالم لهذه الشبكة، وقد بلغت معدلات استخدام السكان لشبكة الانترنت في العالم، أفريقيا 16%， الأمريكية 61%， الدول العربية 38%， آسيا والمحيط الهادى 32%， دول الكومنولث 52%， أوروبا 75% (الظفيري، 2020).

3.9 خصائص التجارة الإلكترونية:

حققت التجارة الإلكترونية تغيرات في النشاط التسويقي بعدة طرق منها (نصير، 2005):

- 1- تحول موازين القوى من البائع لصالح المشتري
- 2- الغاء أهمية الموقع الجغرافي وبعد المسافات
- 3- امكانية الاتصال بين المؤسسات وزيانها على مدار اليوم والأسبوع بغض النظر عن التوقيت وأيام العطل
- 4- امكانية جمع وتخزين المعلومات عن الزبون وتحليلها بشكل سهل وكفالة بسيطة
- 5- بإمكان المرأة العربية التخلص من الحرج عند التعامل مع البائعين في المحلات حيث أن المرأة في بعض المجتمعات العربية قليلة الخروج ولها احتياجات هامة ومشتريات خاصة
- 6- بإمكان رجال الأعمال الاستفادة من قوة تكنولوجيا المعلومات بمجرد فهم التعامل معها وليس عليهم أن يطوروا بأنفسهم هذه التكنولوجيات
- 7- بفضل التجارة الإلكترونية أصبح الخيال والإبداع مصدراً من مصادر رأس المال أكثر أهمية من رأس المال النقدي.

4.9 شروط نجاح التجارة الإلكترونية:

ينبغي توافر مجموعة من الشروط التي تساعد على انتشار ونجاح التجارة الإلكترونية ومن هذه الشروط (سليمان، 2004):

- 1- توفر بنية منظورة للاتصالات ونظم جيدة لإدارتها، وبشكل خاص امكانات الاتصال عن بعد
- 2- توفر التسهيلات الازمة للوصول للإنترنت بتكلفة معقولة ومتاحة لغالب فئات المجتمع بما في ذلك تكاليف الحصول على الأجهزة الداعمة لشبكة الانترنت كالحواسيب والهواتف المحمولة
- 3- توفر بيئة قانونية وتشريعات توفر الحماية والأمان
- 4- توفر الخدمات المصرفية الملائمة لطبيعة التعاملات مع شبكة الانترنت
- 5- وجود قوة بشرية مؤهلة وقدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات بكفاءة وصيانة الأجهزة والموقع وتطوير مناهج التعليم في هذا المجال عموماً و المجال التجارة الإلكترونية بشكل خاص
- 6- نشر الوعي العام بين جمهور المجتمع ولدى الحكومات للتعريف بأهمية تكنولوجيا المعلومات وما يمكن أن تتحققه من منافع

بالتالي فإن التجارة الإلكترونية تواجه عائدين اثنين لممارستها والتعامل بها بما العائق القانوني ومدى مجارة المشرع لتطبيقاتها وممارساتها وتعديل القوانين الموجودة واستصدار قوانين جديدة بما يساعد على الاستفادة من الأنشطة التجارية الإلكترونية بما يعود بالنفع على أفراد المجتمع والخزانة العامة للدولة، والعائق التقني التكنولوجي إذا لم تتوفر البنية التحتية ووسائل الحماية اللازمة لتطور هذا النوع من التجارة.

10. مفهوم التهرب الضريبي:

يتمثل التهرب الضريبي في سعي الممول المكلف بدفع الضريبة في التخلص من كل أو جزء من التزامه القانوني في دفع الضريبة المستحقة عليه مستعيناً بذلك بمختلف الوسائل غير المشروعة قانوناً (الفيتوري، 2015)، وانطلاقاً من ذلك نلاحظ أن التهرب الضريبي مرتبط بعناصر هي (أبوهلال وشعبان، 2022):

1- عدم الالتزام بصورة كلية أو جزئية من المكلف بدفع الضريبة المستحقة عليه وهذا يعني أن التهرب الضريبي لا يشترط عدم دفع الضريبة بشكل كامل فيكتفي أن يقوم المكلف بإخفاء عمل يوجب دفع الضريبة أو عدم الافصاح عنه أو تزويره أو التخلف عن سداد جزء منه.

2- لا يعتبر نقل العباء الضريبي تهرباً من دفع الضريبة ومثال ذلك عندما يقوم الممول بإضافة قيمة الضريبة على ثمن السلعة.

11. تجارب بعض الدول في مجال التجارة الإلكترونية:

بالنسبة للدول العربية فإن مصر تعتبر من الدول الرائدة في هذا المجال فوفقاً لدراسة (قائمش، 2024) بعنوان "أثر التجارة الإلكترونية وأنشطة صناعة المحتوى على التحاسب الضريبي: التحديات والفرص" قامت مصر بخطوات مهمة لتحسين الضرائب من التجارة الإلكترونية، فأصدرت قانون الضريبة على القيمة المضافة في عام 2016، والذي يشمل التجارة الإلكترونية، كما تم تعديل قانون الضرائب ليشمل أحكاماً خاصة بالتجارة الإلكترونية، كما فرضت على الشركات الإلكترونية تسجيل نفسها لدى مصلحة الضرائب واصدار الفواتير الإلكترونية، وتستخدم مصلحة الضرائب التكنولوجيا لتحليل البيانات وتتبع المعاملات الإلكترونية.

وخلصت الدراسة إلى أن تحقيق العدالة الضريبية وفقاً لما نص عليه الدستور المصري، يتطلب تطويراً شاملًّا للنظام الضريبي ليواكب هذا النشاط الاقتصادي الحديث، هذا التطوير يشمل مراجعة الأطر التشريعية والتنظيمية، وتحديث آليات التحاسب والفحص الضريبي وتعزيز القدرات التقنية للإدارة الضريبية، وقد أوصت الدراسة بمراجعة وتحديث التشريعات الحالية، خاصة قانون الضرائب وقانون التجارة الإلكترونية، لتشمل بشكل صريح وواضح الأنشطة المتعلقة بصناعة المحتوى الرقمي، كما اقترح الباحث استخدام القياس الفعلي، وتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لترشيد عملية التحاسب الضريبي وتحسين كفاءتها.

وتفيد نتائج الدراسة على ضرورة معالجة أوجه القصور في النظام الحالي، بما في ذلك صعوبات تحديد وتبسيط الدخل من الأنشطة الرقمية، وتحديث التقييم الدقيق للقيمة المضافة في هذا القطاع، وتشير إلى أن تطبيق الحلول المقترنة سيؤدي إلى تحسين كفاءة النظام الضريبي وزيادة الإيرادات الضريبية، مع ضمان العدالة والشفافية في التعامل مع هذا القطاع المتمامي.

ومن الدول الرائدة في مجال التحسين الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية ما يلي (سعيدة، 2024):

- فرنسا: فرضت فرنسا ضريبة الخدمات الرقمية بنسبة 3% على إيرادات الخدمات الرقمية من بعض شركات التكنولوجيا.
- أستراليا: تطلب أستراليا من الشركات الأجنبية التسجيل في ضريبة السلع والخدمات إذا تجاوزت مبيعاتها السنوية للمستهلكين الأستراليين 75,000 دولار أسترالي.
- الاتحاد الأوروبي: يطبق الاتحاد الأوروبي ضريبة القيمة المضافة على السلع والخدمات الرقمية، وتختلف معدلات ضريبة القيمة المضافة حسب الدولة العضو، حيث تتراوح بين 17% و27%.
- الولايات المتحدة: تفرض ضريبة المبيعات على السلع والخدمات في الولايات المتحدة، وتختلف معدلات الضريبة حسب الولاية.

كما أن هناك جهوداً دولية لتنظيم الضرائب على التجارة الإلكترونية، مثل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) اقترحت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية نهجاً مكوناً من ركيزتين لمعالجة التحديات الضريبية الناشئة عن التحول الرقمي، وتهدف هذه الجهود إلى ضمان أنظمة ضريبية عادلة وفعالة قادرة على مواكبة التقدم التكنولوجي ونمذج الأعمال المتغيرة

12. واقع التجارة الإلكترونية في ليبيا:

مع التطور الملحوظ في البنية التحتية في السنوات القليلة الماضية انتشرت التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ، حيث لم يعد النشاط التجاري مقتصر على المبادرات التجارية التقليدية بل احتلت التجارة الإلكترونية مكاناً بارزاً، فوق مقال (اليافعي، 2022) قد بلغ عدد المستخدمين للإنترنت والتجارة الإلكترونية في ليبيا من المواطنين الليبيين 3.1 مليون نسمة في الوقت الذي تشكل فيه تغطية الإنترنت حوالي 46% من شبكة الاتصالات العامة، بالإضافة إلى ذلك يستخدم حوالي 87% من الليبيين تطبيقات التواصل الاجتماعي على اختلافها وهذه أرقام واحصائيات تدل على أهمية التجارة الإلكترونية في ليبيا.

وقد عملت وزارة الاقتصاد بحكومة الوحدة الوطنية ومن خلال منصة فاتورة على توفير أدوات تساعد على البيع والتحصيل بسهولة، حيث أن توفير مثل هذه المنصة من قبل الدولة يجعل المواطن محمياً من عمليات العش والسرقة التي يمكن أن تحدث في ظل غياب الرقابة الأمنية من قبل أجهزة الدولة على عمليات الشراء والبيع على الانترنت (اليافعي، 2022)

13. الجانب العملي:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة "العوامل المؤثرة على عملية التحصيل الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا" من خلال دراسة ميدانية على الموظفين بإدارات مصلحة الضرائب في (طرابلس، زليتن، مصراته)، إذ يحاول هذا المنهج المقارنة والتفسير والتقدير للوصول إلى تعميمات ذات دلالة حول موضوع الدراسة، فتم توزيع (75) استمارة استبيان موزعة كالتالي (25) استبانة لمصلحة ضرائب زليتن، (20) استبانة لمصلحة ضرائب مصراته، (30) استبانة لمصلحة ضرائب طرابلس، وتم استعادة عدد (68) استمارة استبيان بعد ملئها وإتمامها من قبل الموظفين بمصلحة الضرائب بالبلديات موضع البحث، والجدول رقم (1) يوضح ذلك.

جدول رقم (1) يبين عدد الاستبيانات الموزعة والفارق منها والصالح للتحليل

نسبة الاستجابة	الاستبيانات الموزعة	الفاقد منها	المتحصل عليها	المستبعد	الخاضع للدراسة
%89	75	7	68	1	67

1.13 أدلة الدراسة:

تم إعداد استبيان للحصول على البيانات اللازمة لإتمام الدراسة حول العوامل المؤثرة على عملية التحصيل الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا، حيث تتتألف الاستماراة من متغيرين هما:

المتغير الأول: العبارات الخاصة بالبيانات الشخصية والوظيفية، ممثلة في (المؤهل العلمي، التخصص، الخبرة، الدورات التدريبية).

المتغير الثاني: العبارات الخاصة بالعوامل المؤثرة على عملية التحصيل الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا ويشتمل على (3) محاور كما يلي:

المحور الأول: التشريعات الضريبية الحالية، ويشتمل على (6) عبارات جزئية.

المحور الثاني: امكانية مراقبة المعاملات التجارية الإلكترونية، ويشتمل على (6) عبارات جزئية.

المحور الثالث: كفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتقني، ويشتمل على (5) عبارات جزئية.

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس ردود المستجيبين على فقرات متغيرات الدراسة وفق الجدول رقم (2).

جدول رقم (2) يبين درجات مقياس ليكرت الخماسي لقياس ردود المستجيبين على فقرات متغيرات الدراسة

الاستجابة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة
-----------	----------------	-------	-------	------------

القيمة	درجة الممارسة	ضعيفة جداً	متوسطة	عالية	عالية جداً
1	2	3	4	5	5

2.13 ثبات الاستبيان:

يعني ذلك اتساق استبيان الدراسة وقدرته على منح نفس النتائج إذا ما أعيد توزيعه عدة مرات، في ظل نفس الظروف والشروط المحددة. وقد تحقق الباحثون من هذا الاتساق عبر حساب معامل ألفا كرونباخ، وكانت النتائج كما بالجدول رقم (3).

جدول رقم (3) يبين نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات استبيان الدراسة

المحاور	ألفا كرونباخ
التشريعات الضريبية الحالية	0.61
إمكانية مراقبة المعاملات التجارية الإلكترونية	0.73
كفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتقني	0.76
الدرجة الكلية لمعامل الفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان	0.79

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (3) يتضح أن قيمة معامل ألفا كرونباخ قد بلغت مستوىً عالياً لجميع فقرات الاستبيان، حيث وصلت إلى (0.79)، هذا ينطبق أيضاً على كل محور من محاور الاستبيان، مما يشير إلى إمكانية توزيع الاستبيان بصيغته النهائية كما هو موضح في الملحق. بناءً على ذلك، يكون قد تم التحقق من ثبات أداة الدراسة (الاستبيان)، مما يمنحهم الثقة في دقتها وصلاحتها لتحليل البيانات والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

3.13 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم تقييم بيانات الاستبيان وتحليلها باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية SPSS" حيث شملت النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، التمثيل البياني لوصف خصائص عينة الدراسة، اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان، وأخيراً اختبار (T) حول المتوسط لعينة واحدة.

4.13 التحليل الإحصائي للبيانات واختبار فرضيات الدراسة:

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية:

أ. توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي:

جدول رقم (4) يبين التوزيع التكراري والنسبة لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية %
دكتوراه	2	%3
ماجستير	7	%10.4
بكالوريوس	46	%68.7
دبلوم	12	%17.9
المجموع	67	%100

من الجدول رقم (4) يتبيّن بأن 68.7% من الموظفين بعينة الدراسة كانوا أصحاب مؤهلات جامعية بكالوريوس، وأن حوالي 17.9% من أفراد عينة الدراسة من حملة الدبلوم، وأن 10.4% من حملة الماجستير، بينما كان فقط 3% من أفراد العينة يحملون شهادة دكتوراه.

ب. توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص:

جدول رقم (5) يبين التوزيع التكراري والنسبة لمتغير التخصص

النسبة المئوية %	العدد	التخصص
%44.8	30	محاسبة
%26.85	18	إدارة أعمال
%11.85	8	اقتصاد
%6	4	تحليل بيانات
%3	2	حاسوب
%3	2	لغة إنجليزية
%3	2	تمويل ومحاسبة
%1.5	1	قانون
%100	67	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) أن ما يقرب من 44.8% من مفردات عينة البحث تخصص محاسبة، وأن 26.85% منهم تخصص إدارة أعمال، وأن 11.8% تخصصهم اقتصاد، وأن 6% تخصص تحليل بيانات، في حين أن 3% تخصصهم حاسوب، وكذلك 3% تخصصهم لغة إنجليزية، وأيضاً 3% تخصص تمويل ومحاسبة، بينما كان فقط 1.5% تخصصهم قانون.

ج. توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة:

جدول رقم (6) يبين التوزيع التكراري والنسبة لمتغير سنوات الخبرة

النسبة المئوية %	العدد	سنوات الخبرة
%49.3	33	أقل من 10 سنوات
%50.7	34	10 سنوات فأكثر
%100	67	المجموع

يتبيّن من الجدول رقم (6) أن 50.7% من أفراد العينة كانت مدة خبرتهم المهنية عشر سنوات فأكثر بينما نسبت 49.3% منهم كانت خبرتهم في وظائفهم أقل من 10 سنوات.

د. توزيع أفراد العينة حسب متغير الحصول على دورات تدريبية:

جدول رقم (7) يبين التوزيع التكراري والنسبة لمتغير الدورات التدريبية

النسبة المئوية %	العدد	الدورات التدريبية
%11.9	8	تحصل على دورات تدريبية
%88.1	59	لم يحصل على دورات تدريبية
%100	67	المجموع

يتبيّن من الجدول رقم (7) أن 88.1% من أفراد العينة لم يحصلوا على دورات تدريبية في مجال التجارة الإلكترونية بينما 11.9% منهم تحصلوا على دورات تدريبية في هذا المجال.

ثانياً: تحليل البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة وختبار فرضياتها: بناءً على ردود أفراد العينة على أسئلة الاستبيان، تم إجراء تحليل إحصائي شامل لجميع متغيرات الدراسة، حيث تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغير، مع الأخذ في الاعتبار طبيعة مقياس الدراسة وترجمة. ولفهم قيم المتوسطات، تم الاستناد على المعايير الموضحة بالجدول رقم (8).

جدول (8) معيار متوسط إجابات المبحوثين لمقياس ليكرت الخماسي

المستوى	اتجاه الرأي	المتوسط الحسابي
منخفض	غير موافق بشدة	1.80 – 1.00
	غير موافق	2.60 – 1.81
متوسط	محايد	3.40 – 2.61
مرتفع	موافق	4.20 – 3.41
	موافق بشدة	5.00 – 4.21

5.13 اختبار فرضيات الدراسة:

1.5.13 الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على:

لا يوجد آثر للتشريعات الضريبية الحالية على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

ويمكن إعادة صياغة هذه الفرضية الآتي:

الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد تأثير إحصائي ذو دلالة معنوية للتشريعات الضريبية الحالية على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير إحصائي ذو دلالة معنوية بين التشريعات الضريبية الحالية على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

ولغرض اختبار الفرضية الأولى، تم استخلاص المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بعبارات المحور الأول والذي يعني بالتشريعات الضريبية الحالية، والهدف من ذلك هو تحديد مدى تأثير هذه التشريعات على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا، وقد أظهرت النتائج كما بالجدول رقم (9):

جدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات المبحوثين نحو مدى تأثير التشريعات الضريبية الحالية على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا

رقم الفقرة	العبارات الجزئية	نسبة (%)	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التأثير							
1	فرض ضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية يؤدي إلى تحقيق مبدأ العدالة الضريبية.	0	3	12	45	7	3.84	0.665	عالية	66.5%	3.84	0.665	عالية

وفقاً للبيانات الموضحة في الجدول (9)، تظهر الفقرة الخامسة، التي تنص على "أن السوق المفتوح الذي لا تحكمه قوانين الضرائب يؤدي إلى زيادة التهرب الضريبي في المرتبة الأولى من حيث الأهمية، مسجلةً مستوى تأثير مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.04)، بينما كان الانحراف المعياري (0.747). وهذا يدل على أن غياب التنظيم الضريبي في الأسواق المفتوحة يمثل عاملاً رئيسياً في زيادة حالات التهرب الضريبي بشكل ملحوظ.

من خلال الجدول يتضح أن الفقرة الرابعة قد جاءت في المرتبة الثانية من حيث الأهمية والتي تنص على أن "التشريعات الضريبية الحالية لا تتوافق مع معاملات التجارة الإلكترونية، مما سيؤدي إلى إعاقة نمو هذه المعاملات، مسجلةً مستوى تأثير كبير بمتوسط حسابي قدره (3.91)، وبانحراف معياري يبلغ (0.900)، مما يدل على أن عدم تماشى التشريعات الضريبية الحالية مع معاملات التجارة الإلكترونية يؤثر بشكل كبير على إعاقة نمو هذه المعاملات.

وكلذلك نلاحظ أن الفقرة الأولى فرض ضريبة على معاملات التجارية الإلكترونية يؤدي إلى تحقيق مبدأ العدالة الضريبية، حيث جاءت في المرتبة الثالثة من حيث التأثير وبدرجة تأثير مرتفعة، بمتوسط حسابي (3.84) وانحراف معياري قدره (0.665)، مما يدل على أن لفرض الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية دور كبير في إرساء مبدأ العدالة الضريبية.

ولمعرفة مدى تأثير التشريعات الضريبية الحالية على التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا تم إجراء اختبار (T) حول المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الأول فكانت نتائج الاختبار كما بالجدول رقم (10).

جدول رقم (10) اختبار (T) حول المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الأول (التشريعات الضريبية الحالية)

الدالة	T قيمة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية الصفرية
0.00	13.95	0.420	3.72	لا يوجد تأثير احصائي ذو دلالة معنوية للتشريعات الضريبية الحالية على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

من خلال الجدول رقم (10)، يتضح أن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة، وهي 0.00، أقل من 0.05. بناءً على ذلك، يتم رفض الفرضية الصفرية التي تتصل على أنه لا يوجد تأثير احصائي ذو دلالة معنوية للتشريعات الضريبية الحالية على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا، وبذلك نقبل الفرضية البديلة التي تشير إلى أنه يوجد تأثير احصائي ذو دلالة معنوية للتشريعات الضريبية الحالية التي تلعب دوراً في عملية تحصيل الضرائب عن هذه المعاملات.

بالنظر إلى المتوسط الحسابي الإجمالي البالغ 3.72 مع انحراف معياري قدره 0.420، نجد أن هذه القيمة تقع ضمن المدى (3.41 - 4.20). وهذا يدل على أن التأثير يُعد مرتفعاً. وبالتالي، وبناءً على آراء أفراد عينة الدراسة، فإن التشريعات الضريبية الحالية تحدث أثراً بدرجة عالية على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

2.5.13 الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على:

لا يوجد أثر لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية من عدمها على عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا.
ويمكن إعادة صياغة هذه الفرضية كالتالي:

فرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر إحصائي ذو دلالة معنوية لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية على عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر إحصائي ذو دلالة معنوية لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية على عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا.

ولاختبار الفرضية الثانية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني للتحقق من مدى تأثير مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا، فكانت النتائج كما بالجدول رقم (11).

جدول رقم (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات المبحوثين حول أثر إمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية على عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا.

تشير البيانات المذكورة في الجدول (12) إلى أن الفقرة الثالثة "رفع مستوى الوعي الضريبي والاجتماعي يساعد في مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية وتحصيل الضرائب عليها" أتت في المرتبة الأولى من حيث التأثير بدرجة عالية من التأثير بمتوسط حسابي (4.07)

وانحراف معياري (0.858)، مما يعني أن لرفع مستوى الوعي الضريبي والاجتماعي دور كبير في مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية وتحصيل الضرائب عليها.

كما يظهر من الجدول، الفقرة السادسة، التي تتناول "صعوبة تتبع المعاملات عبر الإنترن特" جاءت في المرتبة الثانية من حيث التأثير بدرجة تأثير عالية وبمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.913)، مما يدل على أن صعوبة تتبع المعاملات الإلكترونية تمثل عائقاً كبيراً يؤثر بشكل ملحوظ على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية.

وأيضاً نجد أن الفقرة الثانية "التوسيع في عمليات التجارة الإلكترونية يؤدي إلى عدم سيطرة القوانين الضريبية الحالية عليها" جاءت في المرتبة الثالثة من حيث التأثير بدرجة عالية من التأثير بمتوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (0.898) مما يدل على أن التوسيع في عمليات التجارة الإلكترونية يؤدي إلى صعوبة سيطرة القوانين الضريبية الحالية عليها.

ولمعرفة مدى تأثير إمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية على التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا، تم إجراء اختبار (T) حول المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثاني، فكانت نتائج الاختبار كما يلي:

جدول رقم (12) اختبار (T) حول المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثاني (إمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية)

الدلالة Sig	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية الصفرية
0.00	9.55	0.618	3.72	لا يوجد أثر إحصائي ذو دلالة معنوية لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية على عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا.

من الجدول رقم (12) نجد أن مستوى المعنوية المحسوب 0.00 أصغر من 0.05 وعليه يتم رفض فرضية الصفرية " لا يوجد أثر إحصائي ذو دلالة معنوية لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية على عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا" وقبول الفرضية البديلة مما يعني أن لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية دور في عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي العام (3.72) بانحراف معياري 0.618 فإنه يقع في الفترة من (3.41 - 4.20) مما يعني أن لإمكانية مراقبة معاملات التجارة الإلكترونية درجة عالية من التأثير على عملية التحصيل الضريبي لهذه المعاملات في ليبيا.

3.5.13 الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على:

لا يوجد آثر لفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتقني على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

ويمكن إعادة صياغة هذه الفرضية كالتالي:

فرضية العدم H0: لا يوجد آثر دال إحصائياً لفاءة موظفي مصلحة الضرائب على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

الفرضية البديلة H1: يوجد آثر دال إحصائياً لفاءة موظفي مصلحة الضرائب على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

ولاختبار الفرضية الثالثة للدراسة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثالث (فاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتقني) للتعرف على مدى تأثير كفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتقني على التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا فكانت النتائج كما بالجدول (13).

جدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات المبحوثين نحو مدى تأثير كفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتقني على التحصيل الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا

تشير البيانات الواردة في الجدول (13) أن الفقرة الأولى "توجد برامج تدريبية تساعد العاملين على تطوير مهاراتهم في هذا المجال" جاءت في المرتبة الأولى من حيث التأثير بدرجة عالية من التأثير بمتوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (1.136) مما يعني أن وجود برامج تدريبية على التحصيل الضريبي يساهم بدرجة عالية في تطوير مهارات العاملين في المجال الضريبي للمعاملات التجارية. كما يتضح من الجدول أن الفقرة الثالثة "بعض العاملين بمصلحة الضرائب لديهم المؤهلات العلمية الالزمة للتعامل مع بيئة التجارة الإلكترونية" جاءت في المرتبة الثانية من حيث التأثير بدرجة عالية من التأثير بمتوسط حسابي (3.57) وانحراف معياري (1.048) مما يدل على أن المؤهلات العلمية لدى العاملين في المجال الضريبي تؤثر بدرجة عالية في تعامل العاملين مع بيئة التجارة الإلكترونية. وأيضاً نجد أن الفقرة الثانية "توفر التقنيات الفنية الالزمة لمواجهة البيئة والمشاكل الجديدة المرافقة للتجارة الإلكترونية" جاءت في المرتبة الثالثة من حيث التأثير بدرجة عالية من التأثير بمتوسط حسابي (3.51) وانحراف معياري (1.120) مما يدل على أن توفر التقنيات الفنية الالزمة يؤثر بشكل كبير في مواجهة العاملين في مجال التحصيل الضريبي للبيئة والمشاكل الجديدة المرافقة للتجارة الإلكترونية. ولمعرفة مدى تأثير كفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني على التحصيل الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا تم إجراء اختبار (T) حول المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثالث وكانت نتائج الاختبار كما بالجدول (14).

جدول (14) اختبار (T) حول المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثالث (كفاءة موظفي مصلحة الضرائب في المجال المهني والتكنى)

الدالة Sig	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فرضية عدم
0.00	5.39	0.803	3.53	لا يوجد آثر دال احصائيًّا لفاءة موظفي مصلحة الضرائب على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.

من الجدول (14) نجد أن مستوى المعنوية المحسوب 0.00 أصغر من 0.05 وعليه يتم رفض فرضية عدم " لا يوجد آثر دال احصائيًّا لفاءة موظفي مصلحة الضرائب على عملية التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا" وقبول الفرض البديل مما يعني أن لفاءة موظفي مصلحة الضرائب دور في عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية وبالنظر الى المتوسط الحسابي العام (3.53) بانحراف معياري 0.803 فإنه يقع في الفترة من (3.41 - 4.20) مما يعني أن كفاءة موظفي مصلحة الضرائب تساهم بدرجة كبيرة في التأثير على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا.

14. النتائج:

1. لا تتماشى التشريعات الضريبية الحالية مع عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا.
2. لإمكانية مراقبة تعاملات التجارة الإلكترونية درجة عالية من التأثير على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا.
3. تساهم كفاءة موظفي مصلحة الضرائب بدرجة كبيرة في التأثير على عملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا.
4. وجود سوق مفتوح دون أن تتنبأه تشريعات ضريبية يساهمن بشكل كبير في ارتفاع حالات التهرب الضريبي.
5. لرفع مستوى الوعي الضريبي والاجتماعي دور كبير في مراقبة تعاملات التجارة الإلكترونية وتحصيل الضرائب عليها.
6. يساهمن وجود برامج تدريبية للعاملين في المجال الضريبي في تطوير مهارات العاملين في التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية.
7. تتماشى التشريعات الضريبية الحالية مع معاملات التجارة الإلكترونية يؤثر بدرجة كبيرة في نمو المعاملات التجارية الإلكترونية.
8. تساهمن صعوبة تتبع المعاملات التي تتم عبر شبكة الإنترنت بدرجة كبيرة في اعاقة عملية التحصيل الضريبي على العمليات التجارية الإلكترونية.

15. التوصيات:

1. ضرورة اهتمام إدارة المصلحة العامة للضرائب بتسهيل عملية مراقبة التعاملات التجارية الإلكترونية وتوفير جميع المتطلبات اللازمة لذلك.
2. على إدارة مصلحة الضرائب حث وتشجيع موظفيها على الالتحاق بالبرامج والدورات التدريبية اللازمة لتطوير مهاراتهم في مجال التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية.
3. العمل على تنظيم وتحديث التشريعات الضريبية بما يكفل التطبيق الأمثل لعملية التحصيل الضريبي لمعاملات التجارية الإلكترونية في ليبيا.
4. ضرورة تسجيل الشركات والمتجار الإلكترونية لدى مصلحة الضرائب واستخدام التكنولوجيا لتنبيه معاملات التجارية الإلكترونية.
5. العمل على دراسة مدى توفر البيئة الملائمة والمناسبة لاستخدام أساليب التحصيل الضريبي على معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا.
6. العمل على اصدار تشريعات قانونية خاصة بمعاملات التجارة الإلكترونية.

المراجع:

- أبوهلال، مروان، شعبان، شيرين (2022) "التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي من وجهاً نظر موظفي الضرائب في فلسطين، المجلة العربية للإدارة، المجلد 42.
- احسان، باسمة علي (2012) التجارة الإلكترونية مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العدد الثاني والثلاثون، ص 209-226.
- بايوني، أحمد (2017) التجارة الإلكترونية نمو سريع وفرص واعدة، مقال منشور بمجلة الاقتصادية الإلكترونية
- بدوي، محمد عباس (1991) نحو استراتيجية ملائمة للبحث السلوكي في مجال المحاسبة الضريبية بالتركيز على سلوك الممول، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، العدد الثالث، ص 301-343.
- حامد، منصور الفيتوري (2015) اشكالية ظاهرة التهرب الضريبي، مجلة البحث القانونية، العدد الأول، كلية القانون مصراتة
- زيد، شجاع عوض زعار (2022) تأثير التجارة الإلكترونية على الضرائب، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد الخامسون، مركز بحث وتطوير الموارد البشرية رماح، الأردن، ص 848-858..
- سليمان، عبد العزيز عبد الرحيم (2004) "التبادل التجاري . العولمة والتجارة الإلكترونية " دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.
- سليماني، سعيدة (2024)، استراتيجيات الإدارة الضريبية المعتمدة في فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية- دراسة تحليلية لمجموعة من الدول المتقدمة، مخبر المغرب الكبير (الاقتصاد والمجتمع) جامعة قسنطينة 02 (الجزائر).
- الظفيري، طلال فهد (2020) التجارة الإلكترونية من منظور شرعي، مجلة الدراسات الإسلامية والبحوث الأكاديمية، كلية دار العلوم، جامعة القاهرة.
- العالم، عائشة عبد السلام (2011)، التجارة الإلكترونية الواقع والتحديات عربياً ومحلياً، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة، المجلدان 29،30، كلية الاقتصاد، جامعة بنغازي.
- عبد الخالق، أحمد (2006)، التجارة الإلكترونية والعلوم، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.
- عواد، قبيس حسن (2010) مشكلات فرض وتحصيل الضرائب في عقود التجارة الإلكترونية، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد 12، العدد 43.
- العيسيوي، ابراهيم (2003) التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر.
- قامش، محمد ابراهيم (2024)، أثر التجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى على التحاسب الضريبي: التحديات والفرص، مجلة البحث المالي والتجاري، كلية التجارة، جامعة بورسعيد.
- لحسن، علاوة محمد، عبد الرزاق (2011) مولاي لحضر آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البنية، الملتقى الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واسكالية اعتمادها في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 ابريل.
- موقع الجزيرة الإلكتروني www.net.aljazeera.com.
- نصير، محمد طاهر (2005) " التسويق الإلكتروني " دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.
- اليافعي، وليد (2022) الموقع الرسمي لمنصة فاتورة الذي أطلقته وزارة الاقتصاد بحكومة الوحدة الوطنية <https://fatora.io/blog/ecommerce-in-libya-10-advantages>