مقترح لإمكانية تطبيق الضريبة على صفقات التجارة الالكترونية في ليبيا

دراسة تحليلية 2025

أ.د.مسعود امريود د.خالد مبروك عجاج

ملخص

دراسة إلى تحليل وتقييم إمكانية تطبيق نظام ضريبي فعّال على صفقات التجارة الإلكترونية في ليبيا، في ظل المتسارع للتحول الرقمي محلياً وعالمياً, الأمر الذي يجعل الأنظمة الضريبية لم تعد مناسبة لمتطلبات اد الرقمي, وزادت معه الفجوة بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية والتي ألقت بتبعاتها على العدالة ة وعدم كفاءة الأنظمة الضريبية الحالية, وتقوم المقالة على فرضية أن النظام الضريبي الليبي الحالي يواجه ، هيكلية في استيعاب الطبيعة اللامركزية والعابرة للحدود للمعاملات الرقمية، مما يؤدي إلى فقدان إيرادات كبيرة وتقويض مبدأ المنافسة العادلة.

لباحثان مقترحاً تفصيلياً ومتكاملاً لتطوير الأطر القانونية والإجرائية اللازمة لفرض وتحصيل هذه الضرائب ادة من نظم المحاسبة الإلكترونية وتقنيات الذكاء الاصطناعي لضمان الامتثال التلقائي المصاحب للافصاح ي والشفافية, ويخلص المقترح إلى أن تطبيق ضريبة عادلة ومدروسة على التجارة الإلكترونية ليس مجرد لزيادة الإيرادات الحكومية، بل هو خطوة استراتيجية لدعم التنمية المستدامة وضمان دمج الاقتصاد ليبي في المنظومة المالية الرسمية للدولة".

تتمثل المشكلة البحثية في مدى إمكانية تطبيق السلطات الضريبية في ليبيا ضريبة على معاملات التجارة نية؟ في ظل غياب التوافق الدولي الملزم وقصور الأنظمة الضريبية التقليدية في الجانب التشريعي وتطوير لإداري .

Abstract

This study provides a doctrinal analysis of the issue of taxation on electronic commerce in Libya, in light of the legislative vacuum that fails to keep pace with the developments of the digital economy. The research is divided into two main sections: the first addresses the conceptual and regulatory framework of electronic taxation by clarifying the nature of digital commercial activity and distinguishing it from traditional commerce, with a focus on the legal challenges related to determining the tax base, the liable party, and the place of taxation. The second section examines the administrative and legislative issues surrounding the application of this type of tax, particularly the weakness of institutional infrastructure and the absence of specific legal rules for collection and oversight. It also analyzes comparative models of countries that have successfully developed legislation responsive to the cross-border nature of e-commerce. The study aims to propose a comprehensive legal framework for a national tax system that is both effective and equitable, in a manner that preserves the state's financial sovereignty and reduces tax gaps resulting from digital transformation.

مجلة التفاني
Majallat Al-Tafani

استلام الورقة: 07-09-2025 - قبول الورقة: 21-09-2025 - نشر الورقة: 01-11-2025

كلمات مفتاحية الاقتصاد الرقمي – التعديل التشريعي - الضرائب على الدخل – التجارة الإلكترونية - المعاملات الرقمية – الادارة الضريبية الحديثة

المقدمة :

يشهد العالم اليوم تطوراً كبيراً في تكنولوجيا المعلومات التي أدت إلى تحولات جذرية في مجال المعاملات الإقتصادية، وإضمحلال التجارة بقواعدها التقليدية والمنظمة للأنشطة التجارية، وذلك بسبب تطور تقنيات الاتصالات الدولية التي ساهمت في إختصار الزمن ونتج عن ذلك الإستخدام الواسع والمستقر نمواً لشبكة الإنترنت من قبل الأفراد والشركات في مختلف أنحاء العالم,

وقد أحدثت التجارة الالكترونية قصوراً في النظام الضريبي لكثير من الدول وأصبح من الصعوبة تطبيق القوانين والقيود المألوفة في التجارة التقليدية على التجارة الإلكترونية وعليه فقد تعددت الحلول والتدابير واختلفت الآراء وفي ذات الوقت إستغلت بعض الدول الأخرى عوائد الإقتصاد الجديد وقامت بتهيئة إقتصادياتها ومؤسساتها للإستفادة القصوى منه ووضعت أنظمة تسعى إلى إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للضريبة ,وبما أن الضرائب من أهم الموارد المالية للدولة وأن التجارة الإلكترونية أصبحت سائدة على التجارة التقليدية فإن إقترانها بالنظام الضريبي سيشكل مورداً هاماً من موارد الدولة يتميز بالزيادة المستمرة ويصبح أحد ركائز العدالة الضريبية.

وتعد الضـرائب بمختلف أنواعها من أهم مصـادر تمويل الخزانة العامة للدولة والموجهة لتغطية النفقات العامة التي تسعى الدول من خلالها إلى تحقيق السياسات الاقتصادية والاجتماعية المستهدفة وصياغتها في مجموعة من التشـريعات القانونية ومنها المتعلقة بالضـريبة على التجارة الإلكترونية، وبالشـكل الذي يعمل على جعل الضـريبة أحد الروافد المالية الممولة للخزانة العامة وتحقيق العدالة في توزيع هذا التمويل والعبء الضـريبي بين قطاعات وأفراد المجتمع كل بحسب طاقته وقدراته المادية، والدخل الذي يحققه في أثناء زمن التحاسب الضريبي.

ولضمان الوصول إلى هذا الهدف وتحقيقه يجب أن يكون الجهاز الإداري الضريبي للدولة كفوء وفعال يستطيع ترجمة ما جاء في التشريعات القانونية للضريبة الرقمية إلى الواقع ويعمل على تقدير وجباية وتحصيل الضرائب من جمهور المكلفين في الأوقات والأماكن المحددة وبالطرق الحديثة والمتطورة وعلى نحو عادل في بيئة الأعمال والتجارة الإلكترونية.

ونظراً لضياع جزء كبير من إيرادات الخزانة العامة للدولة من جراء إستبعاد ضريبة التجارة الالكترونية لجأت العديد من الدول لانتهاج سياسات ضريبية متفاوتة الشمول والأهمية لنطبيق الضرائب على التجارة الالكترونية عامة والمنتوجات الرقمية خاصة, وفي هذا المجال يحاول الباحثان تقديم مدخل مقترح مبني على بعض تجارب الدول لامكانية تطبيق الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية .

الدراسات السابقة:

تناولنا مجموعة من الدراسات السابقة كما يلي :

1. دراسة (العوجة,عبدالقادر 2024) **بعنوان الضريبة على التجارة الإلكترونية في ليبيا** وهدفت الدراسة للوصول إلى إطار قانوني أفضل لفرض الضريبة على التجارة الإلكترونية لتحديد ضوابط العمل بها ومن بينها الضريبة على القيمة المضافة وإمكانية الاستفادة منها لدعم الإقتصاد الليبي, وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج اهمها : تعد المحاسبة الضريبية من أهم أنواع المحاسبة المستخدمة التي تحكم عملية تحديد الدخل الخاضع

للتحاسب الضريبي ومن أهم الإشكاليات التي تثيرها التجارة الإلكترونية في المجال الضريبي مشكلة الازدواج الضريبي والتهرب الضريبي,ومن أهم التوصيات مايلي: وضع إطار مقترح لكيفية قياس الدخل الخاضع للضريبة من أنشطة التجارة الإلكترونية لكي يتم محاسبتها ضريبياً وتطوير الإدارة وتحويل مصلحة الضرائب إلى مصلحة رقمية وتطبيق الإدارة الإلكترونية.

2. **دراسة (مفتاح، ناصر 2023) بعنوان "معوقات فرض الضرائب على مواقع التجارة الإلكترونية في ليبيا"** هدفت الدراسة إلي التعرف على معوقات فرض الضرائب وما أنواع الضرائب التي يمكن فرضها، وعلى إمكانية تطوير نظام التشريعات المستخدم ، وكذلك التعرف على قدرات الكوادر البشرية وعلى مدى وجود بنيه تحتية ملائمة لمصلحة الضرائب ، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بجمع البيانات الأولية بواسطة استبانة علمية محكمة وزعت على عينة مجتمع الدراسة والمتمثل في العاملين بإدارة ضرائب ترهونة مسلاته والذي يشمل مكتب ترهونة ومكتب مسلاته ومكتب القرة بوللي وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج من أهمها أنه لا يوجد تشريع ينظم أنواع الضرائب المفروضة على التجارة الإلكترونية وعدم المواكبة للتطور في الأنظمة الضريبة مع تطور التجارة الإلكترونية، وقدمت الدراسة عددا من التوصيات أهمها: على الجهات التشريعية تشريع نظام ضريبي ينظم أنواع الضرائب المفروضة على التجارة الإلكترونية، كما أوصت الدراسة بإجراء دراسة شاملة مشابهة تتناول الضريبة على التجارة الإلكترونية بخلاف البيئة التي تم اجراء الدراسة عليها، وكذلك إجراء دراسة تتناول دراسة عوامل أخرى تساهم في انجاح تطبيق الضريبة على التجارة الإلكترونية.

3. **دراسة (العمري هاشمي,2023) بعنوان تكييف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الإلكترونية** وهدفت الدراسة إلى فهم طبيعة نشاط التجارة الإلكترونية وخصائصه التي خلقت صعوبات وتحديات للأنظمة الجبائية وأحدثت اختلافات في الأراء حول فرض الضرائب على هذا النشاط من عدمه في ظل صعوبة تطبيق قوانين وإجراءات الأنظمة الضريبية التقليدية عليه.

وتشير أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى وجود اختلافات في آلية فرض الضرائب والرسوم على نشاط التجارة الإلكترونية عالمياً كما خلصت إلى تنامي ممارستها في الجزائر بالرغم من وجود عدة معوقات وجب إزالتها كما تم التشريع لجبايتها من خلال فرض ضريبة جزافية وحيدة على التجارة الإلكترونية ومن ثم إخضاعها للرسم على القيمة المضافة, وأوصت الدراسة بإخضاع نشاط التجارة الإلكترونية لنظام فرض الضريبة الحقيقي وهذا يشمل كل المكلفين الذين ينشطون في إطار دائرة توزيع السلع والخدمات عبر منصات رقمية أو باللجوء إلى البيع المباشر على الشبكة، وهذا بخضوعهم إلى الضريبة على الربح الإجمالي بمعدل تحفيزي.

4. **دراسة (ياقة عبدالغني ومالك,2023) بعنوان آليات فرض وتحصيل الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية** وهدفت الدراسة إلى عرض تجارب دول عربية وغربية حول كيفية جباية أنشطة المعاملات الإلكترونية للاستفادة منها في حالة الجزائر وكذلك الوقوف على أهم الإشكالات والتحديات لفرض الضرائب على المعاملات الإلكترونية.

وكانت اهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن صعوبة إخضاع المعاملات الإلكترونية تعود لغياب الحدود المكانية والزمنية بين طرفي المعاملة وغياب المستندات والوثائق الورقية وأن التجارة الإلكترونية مرحلة متقدمة من مراحل تطور التجارة اعتمدت على المزج بين التجارة والمعلومات واستخدمت الوسائل الإلكترونية في كل مراحلها كما أنها غير خاضعة للرقابة والتدقيق ولهذا تكمن صعوبة إخضاع التجارة الإلكترونية للضرائب لعدم انسجام القواعد والقوانين الحالية مع البيئة الإلكترونية وأوصت الدراسة إلى ضرورة إقامة شبكة ربط بين البنوك والمؤسسات المالية والسلطة

الضريبية وكل الهيئات للتمكن من رصد المعاملات التجارية والتحويلات المالية عن طريق الإنترنت والاستفادة من تجارب الدول السباقة في مجال فرض وتحصيل الضريبة للمعاملات الإلكترونية .

5. **دراسة (أيت أحمد، وآخرين 2023) بعنوان: آليات الاخضاع الضريبي لأنشطة التجارة الإلكترونية ونتائج تطبيق الانظمة المنفردة-عرض لتجارب دولية- شمال أفريقيا**، هدفت الدراسة إلى معرفة آليات الإخضاع الضريبي لأنشطة التجارة الإلكترونية التي تبنتها مجموعة من الدول وتطورها من مرحلة لأخرى، بالإضافة إلى تبيين أثرها على المستوى المحلي وكذلك الدولي ،ومن أهم النتائج التي توصلت إليها أن تزايد أنشطة التجارة الإلكترونية في مختلف دول العالم أدى إلى ضرورة التفكير والتدخل لفرض الضرائب عليها مثلها مثل الأنشطة التجارية التقليدية اذا نظرنا إلى حجم الأرباح الطائلة المحققة من هذه الأنشطة خاصة من طرف الشركات المتعددة الجنسيات في دول مختلفة وذلك لحماية الأسس الضريبية من التآكل، وضمان الإيرادات الضريبية للخزينة العامة وتحقيق العدالة الضريبية.

6. دراسة(مبروك نصير,2023) بعنوان إستخدام برنامج الرقمنة الحكومية لمنظومة الإقرارات الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية في تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني بمصلحة الضر ائب المصرية.

وتتبلور المشكلة البحثية في أن مصلحة الضرائب المصرية مازالت تعمل بنظام الفحص التقليدي الذي لا يناسب بيئة التحولات الإلكترونية الحالية حيث إن تطبيق أدوات تكنولوجيا المعلومات يؤسس لأسلوب الفحص الضريبي الإلكتروني بما يساهم في الوصول إلي حقيقة الضريبة المستحقة علي الممولين وتقليل الهدر الضريبي الواقع بالإقرارات الضريبية وتم إجراء دراسة ميدانية شملت مسئولي الفحص الضريبي والمدراء بمصلحة الضرائب المصرية لقياس أثر الرقمنة بمنظومة الضريبة الإلكترونية علي إمكانية تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني وانتهت إلى نتائج أهمها أن تطبيق منظومة الإقرارات الإلكترونية في ظل نظام الرقمنة يدعو إلي تغيير إستراتجية العمل بالمصلحة بما يتماشي مع تكنولوجيا المعلومات، كما أنه يكون لمنظومة الفاتورة الإلكترونية والإشعارات الإلكترونية تأثير قوي ودور كبير وفعال في تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني. وأوصت بضرورة تبني منهج متكامل وتدريجي نحو تطوير أنظمة شبكات الإتصالات والبنية التحتية لإستخدام الوسائل الإلكترونية لرقمنة نظام الفحص الضريبي من خلال إنشاء مجموعة البرمجيات الجاهزة والتطبيقات الإلكترونية التحليلية المتقدمة بشبكة مصلحة الضرائب لتكون النواة الأساسية في تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني .

7- **دراسة** (عقل وطه، 2020) بعنوان" **إطارمقترح لفرض الضريبة على المنصات الرقمية في مصر"دراسة تطبيقية على منصات النقل التشاركي**" هدفت إلى اقتراح فرض ضريبة على المنصات الرقمية في مصر بالتطبيق على منصات خدمات النقل البري للركاب باستخدام التطبيقات التكنولوجية **Uber**. وخلصت الى أن المنصات الرقمية في مصر تعاني عدة مشكلات ضريبية مثل وصعوبة تحديد الواقعة المنشئة للضريبة ووعاء الضريبة وافتقار الادارة الضريبية إلى الوسائل والبرمجيات المتخصصة لتحقيق الرقابة الفعالة على المنصات الرقمية، وعدم وجود أساليب حصر ضريبية متطورة تمكن مصلحة الض ارئب من فحص وربط الضريبة على المعاملات التي تتم عبر الإنترنت. وأوصت بضرورة فرض ضريبة الخدمات الرقمية على أن تكون ضريبة مستحدثة لا تصنف كضريبة دخل ولا ضريبة قيمة مضافة بنسبة 3% من الايرادات السنوية للمنصات الرقمية، ولكن بصفة مؤقتة لحين الاتفاق على حل دولي من قبل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

مايميز هذه الدراسة :

من خلال استعراض الدراسات السابقة وبحسب علم الباحثان ونظراً لاختلاف بيئة الدراسة نجد أن أياً منها لم تتناول وضع مقترح لتطبيق الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية في ليبيا بهدف زيادة إيرادات الدولة وإتمام دورها في نمو الاقتصاد الوطني, وسيقوم الباحثان من خلال هذه الدراسة بالإطلاع والتحليل والتقييم لتجارب مجموعة من الدول التي فرضت الضريبة على التجارة الالكترونية بدءاً بإستعراض الحالة الراهنة للتجارة الالكترونية في ليبيا ثم طرق المعالجة المحاسبية وآليات الإخضاع الضريبي مجتمعة ووضعها في إطار مقترح.

إشكالية الدراسة :

تتمثل مشكلة الدراسة في أن النظام الضريبي الليبي نظام تقليدي بكافة آلياته وإجراءاته وأن التجارة الالكترونية مجال تقني ومتطور يتطلب التعامل بآليات عمل وتنظيم مختلفة لذلك ظهرت فجوة من الإشكاليات في طرق تحديد الدخل وصياغة من هو المكلف في إطار بيئة عمل مفتوحة وبعيدة عن مفهوم الإقليمية الجغرافية التي تعتمدها النظم الضريبية بشكل رئيس في التحاسب الضريبي وفق النظم الضريبية التي لا زالت تأخذ بطرق العمل التقليدية للتحاسب الضريبي بشكل عام والنظام الضريبي الليبي محل الدراسة على وجه الخصوص, ومن خلال ما سبق يمكن صياغة السؤال الرئيس لمشكلة الدراسة كالآتي:

مامدى إمكانية فرض الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية في ليبيا ؟

ويتفرع من السؤال الرئيس الاسئلة الفرعية الآتية :

– هل هناك إمكانية لتعديل التشريعات الضريبية لتطبيق الضريبة على التجارة الإلكترونية ؟

– هل هناك إمكانية لقياس الدخل الناتج عن معاملات التجارة الالكترونية ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية سوف يقوم الباحث بعرض تجارب دولية في مجال جباية التجارة الإلكترونية وتجارب مجموعة من الدول الرائدة والتي لها تجربة طويلة في مجال فرض الضريبة على التجارة الالكترونية ثم عرض تجارب لدول حديثة في مجال التجارة الالكترونية والتعرف على أهم الآليات التي تم تبنها في إطار الاخضاع الضريبي لنشاط التجارة الالكترونية ومن ثم إستخلاص إطار مقترح للضريبة على التجارة الإلكترونية في ليبيا

تساؤلات البحث :

هل هناك إمكانية لتعديل التشريعات الضريبية لتطبيق الضريبة على معاملات التجارة الإلكترونية ؟

مامدى إمكانية لقياس الدخل الناتج عن معاملات التجارة الالكترونية؟

أهداف الدراسة :

يواجه تنظيم التجارة الإلكترونية في ليبيا مصاعب عدة ناشئة عن عدم تحديث القانون الضريبي بما يناسب طبيعة التجارة الالكترونية ومما يدفع المتسوقين عبر الإنترنت إلى الاستفادة من هذه الثغرة وتفويت الفرصة على مصلحة الضرائب في تحصيل ايراداتها من التجارة الإلكترونية, كما يهدف هذا البحث إلى تحليل التجارة الإلكترونية والأطراف المتعاملة بها والجهات المستفيدة منها وتوضيح أثرها على الايرادات السيادية للدولة, لذلك تهدف إلى معرفة طبيعة وخصائص التجارة الالكترونية ومن ثم بحث مدى إمكانية وجدوى الإخضاع الضريبي على دخل التجارة الإلكترونية في ليبيا في ضوء إعتبارات العدالة والكفاءة الاقتصادية للنظام الضريبي، وتهدف الدراسة أيضاً إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. تهدف الدراسة لوضع إطار تصور لفرض وتحديد الضريبة على دخل التجارة الالكترونية في ليبيا .
2. المعرفة التفصيلية والدقيقة لواقع التعامل بالتجارة الإلكترونية في ليبيا.
3. التعرف على المعالجة المحاسبية للمعاملات التي تتم في التجارة الالكترونية.
4. التعرف على آليات قياس الدخل الناتج عن معاملات التجارة الالكترونية.

5. الوصول لمجموعة من التوصيات والمقترحات التي من الممكن في حال الأخذ بها المساهمة في دعم الاقتصاد الوطني وزيادات الايرادات السيادية للدولة .

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية الدراسة كونها تتناول موضوعاً له علاقة بقطاع إقتصادي هام وأحد أهم الموارد المالية للدولة وهو قطاع الجباية الضريبية وكيفية فرض وتحديد الضريبة على التجارة الإلكترونية, حيث أنه في حالة عدم مقدرة الدولة على الإستخدام الأمثل لفرض سيادتها من خلال تهيئة إقتصادها وتطوير قوانينها الضريبية بما يتناسب مع التطور التقني وتكنولوجيا المعلومات المستخدمة في التجارة الإلكترونية فإنها بذلك تفوت فرصة إستغلال مواردها المالية المتاحة وتحصيل إيراداتها الضريبية من معاملات التجارة الإلكترونية في ليبيا .

وتساعد الدراسة الجهاز الحكومي الليبي في توضيح أهمية تطبيق الضريبة على التجارة الالكترونية وذلك من خلال دراسة تفصيلية تتوج بصياغة مشروع قانون بفرض هذا النوع من الضرائب وعرضه على الهيئات التشريعية لتعديل وتطوير القانون الضريبي بما يسمح بجباية وتحصيل الضريبة على التجارة الالكترونية وعقد الاتفاقيات الدولية بما يمكّن الدولة من إستغلال مواردها المالية الداخلية والخارجية .

وسيقوم الباحث من خلال هذه الدراسة بالإطلاع والتحليل والتقييم لمجموعة من تجارب دول العالم وخاصة تلك المشابهة للاقتصاد الليبي من دول الجوار والتي بدأت فعلياً بتطبيق الضريبة على التجارة الالكترونية التي تضمنت آليات التحصيل والمعالجة المحاسبية والأطر القانونية ومن ثم تجميع وتلخيص هذه التجارب لوضع إطار مقترح لفرض وتحديد الضريبة على التجارة الالكترونية في ليبيا .

منهجية وحدود الدراسة

لأجل تحقيق أهداف الدارسة سوف يقوم الباحثان بإستخدام المنهج التكاملي الذي يشمل المنهج الاستقرائي لكونه من أكثر المناهج المستخدمة في تحليل طبيعة التجارة الإلكترونية وإستقراء القوانين الضريبية للدول التي تعمل بالضريبة على التجارة الإلكترونية.

وكذلك المنهج الإستنباطي ومن خلاله سوف يقوم الباحث بالإطلاع على تجارب دول العالم التي بدأت فعلياً في فرض الضرائب على التجارة الالكترونية والتركيز تحديداً على الدول المتقاربة والمتشابهة في الأنظمة الاقتصادية لليبيا مثل جمهورية مصر والمملكة الأردنية والمغرب وذلك لتوفر بياناتها وبهدف الحصول على البيانات الأولية المتعلقة بمشكلة الدراسة , ولكي يتم وضع إطار عام سيتم الإعتماد على الكتب, والرسائل العلمية , والدراسات المنشورة في المجلات العلمية المحكمة العربية والانجليزية , والمؤتمرات والدوريات والتقارير والقرارات والمواقع الالكترونية المختلفة ذات العلاقة بما يتلائم مع أهداف الدراسة والتعرف على المعالجات المحاسبية اللازمة لهذه المعاملات وآليات التنفيذ وصولًا إلى إستنباط مجموعة من القواعد والأسس التي يتعين من خلالها تحسين مواطن الخلل في النظام الضريبي الليبي وبما يتلاءم مع متغيرات وتطورات ظاهرة التجارة الإلكترونية وأثرها على الاقتصاد الوطني.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على مايلي :

- دراسة تجارب الدول في تطبيق الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية للضريبة .
- دراسة القانون الضريبي الليبي وتحديد مواطن التعديل المقترحة .
- دراسة تطوير كفاءة الجهاز الضريبي لمواكبة الضريبة على معاملات التجارة الالكترونية.

تقسيمات الدراسة :

الإطار العام للدراسة – الإطار النظري للدراسة – الإطار المقترح للدراسة

الإطار النظري ويتضمن : ماهية التجارة الالكترونية – واقع التجارة الالكترونية في ليبيا – التجارب الدولية للإقتصادات المشابهة

ماهية التجارة الإلكترونية

لقد ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية Commercial -Electronic مع انتشار الإنترنت في بداية التسعينات من القرن العشرين ولكن يشير بعض الباحثون إن وجودها يرجع إلى سبعينات القرن عندما ظهرت أنظمة تبادل المعلومات الإلكترونية بين الشركات الصناعية التي كانت تعبر ببساطة عن بيع وشراء السلع والخدمات من خلال شبكات الإنترنت وفي الواقع لا يوجد تعريف محدد للتجارة الإلكترونية نتيجة للتطور السريع الذي طرأ عليها فكل تعريف ينظر لها من زاوية معينة، فالتجارة الإلكترونية ليست مجرد تبادل سلع أو خدمات عبر شبكات الإنترنت بل هي أسلوب تجاري متقدم يعتمد في نجاحه على مدى قدرة الشركات في تسويق منتجاتها من خلال إستخدام الافكار والآليات المقنعة للافراد واعتماد خطط تسويقية محكمة متعارف عليها, كما اتجهت بعض الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الامريكية إلى تشجيع وتنشيط التعامل الكترونياً فى الصادرات والواردات فعملت على إعفاء الأرباح الناتجة عن التجارة الإلكترونية من الضرائب المباشرة وغير المباشرة ,وتعكف بقية الدول الاخرى المتقدمة والنامية على دراسة كيفية التطبيق الأمثل للمعاملات التجارية العالمية الكترونياً من حيث الضوابط القانونية وحجية المستندات الإلكترونية أمام القضاء والمعاملة الضريبية للأرباح الناشئة عنها وأهم الضوابط اللازمة لمواجهة المخاطر المرتبطة بهذا النوع الجديد من التجارة ،مثال ذلك مخاطر عدم الدفع بعد توريد السلع أو عدم إرسال البضائع بعد دفع الثمن أو تزوير البيانات والمعلومات وذلك بالإضافة إلى بحث كيفية تأمين شبكة المعلومات الدولية من السطو وفيروسات الحاسبات الإلكترونية وغيرها .

مفهوم التجارة الإلكترونية

تضاعفت الصفقات بين المؤسسات عبر الإنترنت في الاونة الاخيرة وهذا سيُحَوِّل إستعمال التجارة الإلكترونية إلى تطبيق تجاري وعن طريقها سيكون الشراء والبيع وما يتبعها من تحويلات وتسويات مالية، وتتوسع لتشمل تبادل المعلومات وإجراء المفاوضات من خلال التبادل الإلكتروني للمعلومات وقد تتعلق هذه المعلومات بمواصفات السلع المطلوبة من حيث إنتاجها ونوعيتها وأحجامها والمواد الأولية ومدخلاتها وإجراء تغيرات أو تعديلات عليها وقد تشمل دراسة الاسواق وجمع معلومات عنها والظروف السائدة فيها. (الزيدي,2004,ص11)

مما سبق يمكننا التوصل إلى تعريف للتجارة الإلكترونية على أنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الاخرى , وتعرف التجارة الإلكترونية على أنها (ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الإتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالإتصالات).

وتعرف أيضا على أنها (بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسطاء استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب). **(نهلة قنديل 2005، ص71)**

وجاء تعريف التجارة الإلكترونية بأنها (هي وإدارة الانشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت والانظمة التقنية الشبيهة). **(المجالي,2013,ص11)**

ويمكن تعريف التجارة الإلكترونية(هي مفهوم عام يغطي أي شكل للمعاملات في الأعمال أو تبادلالمعلومات التي تنفذ بإستخدام تكنولوجيات المعلومات والإتصالات، وتأخذ التجارة الإلكترونية مكانها بينالمؤسسات وبين المؤسسات

وعملائها أو بين المؤسسات والادارات العامة، وتتضمن التجارة الإلكترونية في السلع والخدمات والموارد الإلكترونية).**(سراج الدين ,2009,ص81)**

وعرّف المشرع الليبي التاجر في المادة(5) من قانون النشاط التجاري بأنه (يعتبر مزاولاً للنشاط التجاري كل من باشر أعمالاً تجارية واتخذها حرفة معتادة له), دون التطرق إلى الوسائل التقليدية أو الحديثة.

وعرفها القانون الجزائري أيضا بأنها (النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الإتصالات الإلكترونية).

البنك الدولي: فقد عرف التجارة الإلكترونية بأنها (إستخدام شبكة الحاسبة في تسهيل المعاملات ويتضمن ذلك الانتاج، التوزيع، البيع، الاعلان عن السلع والخدمات في السوق.)

دولياً تعرف اللجنة الاوربية C.E Commission European. للتجارة الإلكترونية (بأنها أداء الأعمال الكترونياً حيث تقوم على اساس التبادل الإلكتروني للبيانات المكتوبة و المرئية، المسموعة و تتضمن العديد من الانشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات وأتمام عملية البيع والشراء والتسليم للمنتوجات الرقمية والتحويلات الإلكترونية المالية وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع) .

أما منظمة التجارة العالمية Organization Trade World فتعرف التجارة الإلكترونية (بأنها كافة المعاملات التي تتم عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) والتي تتم ما بين الشركات أو بين الشركات والعملاء أو مابين الشركات والحكومات وتشمل اضافة للتجارة الداخلية والخارجية الاعلان والتسويق والمفاوضات وتسوية المدفوعات وفتح التراخيص).

منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية: عرفت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية التجارة الإلكترونية بأنها (مجموعة من الصفقات التجارية تتم من خلال شبكات الإتصال العالمية المفتوحة)

الإتحاد الاوروبي: تنبه الإتحاد الاوروبي إلى أهمية التجارة الإلكترونية منذ بداية انتشارها في أوربا والولايات المتحدة وكان له دور فاعل في تنظيمها وقد عرفها بأنها (كل الانشطة التي بوسائل الكترونية سواء تمت بين المؤسسات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حدا وبين الادارات الحكومية, وبغض النظر عن تعددية مفهوم التجارة الإلكترونية ودوافعها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها يمكن القول بأنها تتميز عن التجارة التقليدية بميزة خاصة تتجسد بكونها تعتمد على أسلوب الانتاج الكثيف للمعلومات والمعرفة.

وتعتبر التجارة الإلكترونية نتيجة مباشرة لاستثمار الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للبشر، وتستخدم هذه التجارة شبكات الحاسوب لتسهيل وإقامة التعاملات التجارية التي تشمل إنتاج وبيع وتوزيع السلع والخدمات من النصوص والصوت والفيديو والبضائع العادية كالملابس والاثاث والادوية وغيرها ، وتفتح المجال والسبل الجديدة لتسويق السلع والخدمات للمستهلكين مباشرة, ويتم الإتصال بين البائع والمشتري عبر صفحات إلكترونية على شبكة الإنترنت التي تعرض فيها الشركات منتجاتها وتتم عملية البيع والشراء عبر عقد إلكتروني, لذلك تنوعت وتعددت التعريفات التي تناولت التجارة الإلكترونية كمايلي:

عرفت **لجنة الامم المتحدة الخاصة بقوانين التجارة الدولية:** (التجارة الإلكترونية بأنها أي نشاط تجاري يتم من خلال تبادل المعلومات التي يتم توليدها أو تخزينها أو توصيلها من خلال المبادلات الإلكترونية عبر أنشطة الإتصالات عبر شبكات الكمبيوتر المفتوحة مثل الإنترنت بغض النظر عن طرفي هذه المبادلات، فهي يمكن أن تتم بين الأفراد والشركات والمؤسسات الحكومية وغيرها من المؤسسات العامة والخاصة).

كما عرفتها **منظمة التجارة العالمية**: (بأنها العمليات التي تمكن بيع وشراء السلع والخدمات عبر شبكات الكمبيوتر، من خلال طرق ووسائل صممت لهذا الغرض).

من التعريفات السابقة يتضح أن التجارة الإلكترونية ليست مجرد تبادل السلع والخدمات عبر الإنترنت، بل تشمل كل عملية تجارية تتم بوسائل إلكترونية عبر شبكات المعلومات, أي إن مفهوم المنتجات لا يقتصر فقط على السلع الملموسة، بل يشمل، أيضاً، جميع الخدمات والمنتجات الرقمية، وتتضمن العديد من الانشطة، مثل توفير الخدمات للمستهلكين عبر شبكة الإنترنت، والتعاون مع الشركاء، وتبادل المعلومات بين شركات الأعمال عبر الإنترنت, أما الوسائل الإلكترونية، فتشمل تلك التي تعتمد بشكل رئيسي على تكنولوجيا المعلومات والإتصالات مثل شبكات الإنترنت والبريد الإلكتروني ومواقع الويب وتبادل البيانات وتحويل الاموال إلكترونياً.

وتعرف التجارة الإلكترونية بشكل عام بأنها مجموعة المبادلات الإلكترونية المرتبطة بنشاطات تجارية، وينظر إليها بأنها العلاقات بين المؤسسات أو العلاقات بين المؤسسات والادارات أو المبادلات بين المؤسسات والمستهلكين، وتعني أيضا القيام بجميع مراحل التعامل من عمليات التصنيع أو التسويق أو توريد المواد الأولية أو الاعلان التجاري أو تبادل المعلومات مع دوائر الأعمال المماثلة الإلكترونية عن طريق ما يوفره التقدم التكنولوجي من وسائل متطورة داخل المؤسسات, وتعتمد التجارة الإلكترونية في بنيتها الاساسية على قاعدة إتصالات حديثة ومتطورة بحاجة إلى حواسيب علمية وخطوط هاتف وتجهيزات مرتبطة بها، لذا يجب العمل على توفير كل ذلك وربط أقاليم البلد الواحد بها مع ربط الدولة مع العالم الخارجي وهذه المقومات تزداد أهميتها بالنسبة إلى الدول النامية لافتقارها إلى كثير من العناصر الاساسية. (الزيدي,2004,ص13)

وتعدّ التجارة الإلكترونية تكنولوجيا تغيّر, فالشركات التي تنظر إلى التجارة الإلكترونية إضافة إلى الطرق والاساليب القائمة لانجاز الأعمال من الطبيعي أن يكون إنتفاعها وإستفادتها منها ضعيفاً فالمنافع الرئيسية من التجارة الإلكترونية تتحقق برغبة الشركة في إحداث التغييرات في تنظيماتها وعملياتها لتحقيق الاستثمار الافضل من فرص التجارة الإلكترونية لهذا يرى الباحثون والممارسون أن ربط الموقع وتطويره على شبكة الإنترنت وحده لا يمثل الهدف لتحوُّل الشركات الكترونياً وإنما تهدف التجارة الإلكترونية إلى سرعة الحصول على حصة سوقية والمحافظة عليها أطول فترة ممكنة ,فالتجارة الإلكترونية تتمثل في تحديد نماذج أعمال مربحة وتعزيز إمكانياتها، فهي تعتمد في نجاحها على قدرة الشركة في تسويق منتجاتها سواء أكانت سلعًا أم خدمات أم أفكارًا ومعلومات من خلال آليات إقناع وخطط تسويقية محكمة هدفها تحقيق رضا العميل وهذا ما يجسد نجاح الشركة عند إشباعها حاجات العميل الحقيقية ورغباته. (العلاق,2003,ص150)

ومما سبق يعرف الباحث التجارة الالكترونية على أنها العلاقة التجارية التي تنشأ بين طرفين (البائع والمشتري) في الفضاء الافتراضي لشبكة الاتصالات الدولية دون تحديد المكان باستخدام طرق الاتصالات الحديثة والمتجددة لتبادل السلع والخدمات والمعلومات بمقابل منفعة ذات قيمة مالية تحقق دخل محاسبي.

ثالثاً : خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص أبرزها:

1- الانفصال عن الموقع الجغرافي (المكان): حيث يمكن للمؤسسة الاقتصادية إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من خلال شبكة الانترنيت من أي موقع جغرافي و ذلك نتيجة:

- أن مقر المعلومات الخاص بالمؤسسة يمكن أن يكون في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على أدائها.

- طبيعة الانترنت لا تضمن أن تكون العلاقة أو الربط بين العنوان الإلكتروني والموقع المكاني لأي طرف في المعاملة وهذا ما يصعب على الاتفاقيات الضريبية تطبيق الاخضاع الضريبي على هذه المعاملات.

2. تسهيل المبادلات التجارية الدولية : حيث تساعد على التعاون داخل المنظمات الأمر الذي يؤدي إلى تكثيف التجارة بين الدول وربما يكون ذلك دافعاً للمؤسسات على زيادة حجم أعمالها في الخارج، كما ينجم عن التعاون داخل المنظمات تسهيل تقديم الخدمات من مختلف الدول ومن المستشارين الموجودين في أكثر من دولة كما تسهل من التفاوض على المستوى الدولي.

3. التقليل من عدد الوسطاء في المعاملات: لاسيما في بعض أنواع التجارة الإلكترونية على غرار البرمجيات التجارية حيث تسهل عملية البيع المباشر للبرمجيات في شكل رقمي من المصمم إلى المستهلك دون المرور بحلقة البيع التقليدية من المنتج إلى تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة إلى المستهلك، و لكن غياب هولاء الوسطاء يمثل تحدياً جديداً للإدارة الضريبية نظرا للدور الهام الذي كان يقوم به هولاء الوسطاء في التجارة التقليدية كآليات رقابة من جهة وتحصيل بعض أنواع الضرائب من جهة أخرى.

4. إمكانية رقمنة بعض المنتجات: هناك العديد من المنتجات التي يمكن تبادلها إلكترونياً مثل البرمجيات وكل المعلومات المكتوبة والصور وأشرطة الفيديو وغيرها، وهذا التحول من الشكل المادي للمعاملات التجارية إلى الشكل الرقمي يفرض في النظام الضريبي ضرورة إبراز العديد من القضايا المرتبطة بتصنيف الدخول وكيفية المعالجة الضريبية لها سواء تعلق الأمر بالقوانين الضريبية المحلية أو الاتفاقيات والمعاهدات الضريبية.

5. ظهور و سائل جديدة للدفع: لقد رافق التجارة الإلكترونية العمل على ايجاد وسائل دفع وتسوية المعاملات في مختلف أشكال الدفع الإلكتروني التي يصطلح عليها النقد الإلكتروني، غير أن هذه الأشكال الجديدة للدفع عقدت من عملية تتبع مسار استخدام هذا النوع من النقود خصوصا في النظام الضريبي.

6. غياب المستندات الورقية للمعاملات: حيث بالإمكان اتمام صفقة تجارية كاملة بدء من التفاوض إلى الاستلام دون تبادل مستندات ورقية، وذلك بفتح سجل إلكتروني بين أطراف العملية التجارية خاصة إذا كانت السلع رقمية أو خدمية أو معلومات .

أنواع التجارة الإلكترونية

هناك عدة أنواع للتجارة الإلكترونية وعدة فئات لها فهي ليست نمطاً واحداً أو عملية واحدة وإنما تختلف بحسب أطراف العلاقة في التبادل التجاري وهذه الانواع هي:

1- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال:

وهذه التجارة تتم بين شركة وشركة أخرى ومن أمثلة هذه التجارة قيام الشركة بإستخدام الشبكة الدولية للإتصالات للحصول على طلبياتها من الموردين واستلام الفواتير وتسويتها وهذه الفئة من التجارة الإلكترونية تعدّ من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات وبخاصة تلك التي تستخدم التبادل الإلكتروني للبيانات من خلال الشبكات الخاصة.

2- التجارة بين الشركات والمستهلكين:

أي بين التاجر والمستهلك وهو الشكل المعتاد للأعمال التجارية، وثَمَّ عقبات متعددة تعتري هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية وهي تتعلق بحماية البائع والمستهلك فالمستهلك يفتقر إلى ضمانات سرية البيانات التي أدلى بها على الشبكة، وهل هو في مأمن من اختراق خصوصيته؟ وما هي حقيقة التاجر المتعاقد معه؟ وهل سيستلم المبيع الذي دفع ثمنه أم لا؟ ومن ناحية أخرى فإن البائعين يعدون أنفسهم أحق بالحماية والسبب في ذلك أن مواقع

البيع تعود لشركات معروفة ويجهلون شخص المستهلك وبخاصة الكم الهائل من المتطفلين على الشبكة وفي سبيل الخروج من هذا المأزق وتفعيل التجارة الإلكترونية وانتشارها صدرت عدة توصيات لحماية المتعاملين على شبكة الإنترنت منها التأكيد على مواقع البيع بضرورة ذكر سائر الامور المتعلقة بالبيع كالثمن والخطورة والاستعمالات أي تبصير المستهلك بشكل واضح وصريح وذكر أي شروط خاصة للتعاقد وآليات الوفاء وتحديد ميعاد تسليم المبيع وحماية الخصوصية للبيانات التي أدلى بها المستهلكون مع توفير الآليات الفعالة لفض أي نزاع قد ينشأ مع المستهلكين, وحثت هذه التوصيات المستهلكين على ضرورة إتباع الخطوات المحددة على مواقع البيع وذكر البيانات الخاصة بهم بكل صدق مع تحديد مواقعهم.

3- الأعمال التجارية مع الحكومة :

كالمزايدات والمناقصات والتوريدات الحكومية والتعاملات الحكومية المتبادلة وذلك في المجالات التي تستلزم التعامل بين الحكومات.

4- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال والمنظمات الحكومية :

وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يعطي التعاملات كافة بين الشركات والمنظمات الحكومية, فمثلا في الولايات المتحدة تنشر تفاصيل المشتريات الحكومية عبر الإنترنت مما يمكن الشركات من الاستجابة لها إلكترونياً وهذه الفئة من التجارة ما زالت مبكرة ويتوقع توسيعها وانتشارها في ظل بدء الحكومات بإستخدام عملياتها الخاصة لتعزيز الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية وضمان ازدهارها وإضافة إلى المشتريات الحكومية فإن المنظمات الحكومية قد تقوم بعرض خيار التبادل الإلكتروني لعدد من التعاملات كعوائد ضريبة الخدمة المضافة أو تسوية ضرائب الشركات والبورصات والأسواق المالية, ولا شك أن للانترنت الأثر الفعال في تطوير وتعزيز الخدمات الجارية عن بعد, فعلى صعيد البورصات يُظْهِر الواقع بأن آلية التوظيفات تغيرت جذرياً بظهور الإنترنت وتقدم البورصات الامريكية ولم تعد عمليات البورصة سرية ومحصورة فأصبحت الاصدارات تنشر جميعها في الكرة الارضية بسهولة وبات دور الوسطاء عبر الإنترنت يتجاوز الدور البسيط للوسطاء التقليديين وباتت المعلوماتية في أيدي الجميع ولا شك أن المضاربة في الاسهم والسندات والتعامل في سوق الاوراق المالية من خلال شبكة الإنترنت والتعامل مع سماسرة البورصة والوسطاء من خلال الإنترنت يعكس بقوة التحول إلى الحكومة الإلكترونية في نطاق المال والأعمال بدلاً من البورصة في الصورة التقليدية في ظل تغير أسعار الاسهم والسندات بين لحظة وأخرى وبالتالي سوف تحل التعاملات بالحاسب الالي المتصل بالشبكة محل التلفون والشاشة العملاقة في مبنى البورصة ويمكن للمستثمر الدخول إلى الشبكة وإجراء التعاملات الخاصة به عن طريق التصفح دون الحاجة إلى استعمال الهاتف العادي أو التواجد في مبنى البورصة بصورته التقليدية.

معوقات التجارة الإلكترونية :

واجهت التجارة الإلكترونية بعض المعوقات التي أثرت في تطورها وهذه المعوقات تمثل السبب في ظهور العيوب أعلاه ويمكن حصر أهم هذه المعوقات في التالي:

- غلبة عنصر المخاطرة في هذا النوع من التجارة بسبب ضعف الثقة لحداثتها وسهولة التلاعب في المعاملات التي تجري من خلالها وتأثير التجارب السيئة عليها والخشية أيضاً من اختراق القراصنة شبكة الإنترنت.
- عدم كفاية عنصر الامان بالنسبة لوسائل الدفع والسداد.

- عدم إدراك كثير من الشركات لمخاطر الإقتصاد الإلكتروني مما جعلها ضحية لمخاطر التجارة الإلكترونية أنها شرعت في الاتجار عبر الإنترنت دون الاستعدادات اللازمة لمواجهة المخاطر الناشئة عنها.
- إنعدام طرق عملية وآمنة للتوقيع الإلكتروني وحماية الشبكات ومواقع التجارة الإلكترونية من القراصنة والمتطفلين والتزوير وسرقة أرقام بطاقات الائتمان لزبائن التجارة الإلكترونية وهذا ما يسبب أضرارًا فادحة للمستهلكين وقد تعطل المواقع على شبكة الإنترنت.
- غياب الوعي اللازم لإجراء المعاملات الالكترونية ما يجعل المتعاملين فريسة سهلة للقراصنة والمحتالين.
- غياب الإطار التشريعي الواضح المنظم للتجارة الإلكترونية وبخاصة في الدول النامية.
- ضعف قطاع الإتصالات وبخاصة في الدول النامية.
- ضعف الالمام باللغة الانجليزية مع العلم أن هذه اللغة يتم تداولها عبر شبكة الإنترنت بنسبة

مقارنة مع اللغات الاخرى وكذلك انتشار الامية والجهل بالقراءة والكتابة والأمية المعلوماتية في المجتمع وهذا من شأنه أن يحد من انتشار التجارة الإلكترونية.

و اقع التجارة الالكترونية في ليبيا :

تعتبر التجارة الإلكترونية في ليبيا قطاعاً نامياً مثل الكثير من الدول العربية مع بعض الصعوبات التقنية والقانونية ولعل الصعوبات القانونية هي الأكثر تأثيرا على أي تجارة الكترونية ولأنّ المعلومات الحكومية والرسمية حول التجارة الإلكترونية في ليبيا قليلة جداً أصبح إجراء بحث حول التجارة الإلكترونية في ليبيا صعباً للغاية .

وتشير الدراسات الاستقصائية أن عدد مستخدمي الانترنت في ليبيا بلغ نهاية 2024 أكثر من 6.5 مليون مستخدم 80% منهم في المناطق الحضرية في حين تبلغ نسبة التغطية بشبكة الإنترنت في ليبيا 46% يستخدم 87% من الليبيين تطبيقات التواصل الاجتماعي وأن أكثر تجارة الكترونية رواجاً في ليبيا حسب تصنيف محرك البحث جوجل لأكثر الكلمات بحثاً عليه هي شراء سيارات في ليبيا اون لاين ثم شراء اسهم في ليبيا اون لاين, وأجرى 21% من الليبيين عمليات شراء إلكتروني في النصف الأول من سنة (2021) ولم تستطيع الدراسة تحديد أي أرقام حول حجم التجارة الإلكترونية في ليبيا لسنة 2021 أو السنوات السابقة, وبحسب آخر تقرير لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD تحتل ليبيا في مجال التجارة عبر الإنترنت المرتبة 85 عالمياً 6 إفريقيا 3 مغاربياً بعد تونس والجزائر 11 عربياً.

وتشير البيانات إلى أن هناك أكثر من 25,000 متجر إلكتروني تعمل في ليبيا حتى نهاية نوفمبر 2023 بتعاملات تقدر بمئات الملايين من الدنانير لكنها تعمل غالباً دون ترخيص وأن محفّزات نمو القطاع هو سرعة إنتشار الإنترنت والهواتف المحمولة والاستخدام الذكي للهواتف جعل 70٪ من زيارات الويب عبر المحمول ويتركز النشاط عبر وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام الفيسبوك وإنستغرام وتيك توك كأساس للتسويق والمبيعات الرقمية, وأن أكبر التحديات أمام التجارة الإلكترونية في ليبيا هو غياب الترخيص والتنظيم ويشتغل الغالبية في الاقتصاد الموازي دون إطار قانوني واضح ومن التحديات أيضاً إتباع نظام مصرفي ضعيف للتحويلات رغم ظهور منصات مدفوعات جديدة (مثل Paysky بالتعاون مع البنك المركزي) إلا أن بعض التجار يواجهون مشاكل ربط الفيزا أو إرسال المدفوعات بحسب شهادات رواد أعمال أثناء إجراء الدراسة.

كما تمثل البنية التقنية البدائية عنصراً مهماً في التحديات وأن الإنترنت الثابت حقق متوسط سرعة عالمية متدني (Mbps 18–17) مما يسبب إلغاء الخدمات في بعض المناطق, كما أن شحن البضائع يواجه عقبات بسبب قوة الاقتصاد الموازي ومراقبة ضعيفة وإتساع نطاق مناطق التهريب.

ومن جملة المعوقات أيضاً ضعف وعي أصحاب المتاجر ونقص الثقافة التنظيمية حول الحقوق والالتزامات القانونية, إلا أن هناك مساعي جادة لتفعيل الإطار التنظيمي والمبادرات الحكومية فقد أطلقت وزارة الاقتصاد وشبكة ليبيا للتجارة منصة لتسجيل وترخيص المتاجر الإلكترونية، وتوحيد الربط مع شركات الشحن وأدوات الدفع، مع اشتراط التسجيل عبر المنصة للحصول على خدمات بنكية وتُعد شبكة ليبيا للتجارة شبكة حكومية تأسست في 2021 لتنظيم التجارة الرقمية عبر تبني التشريعات وبيانات الأسعار والاستيراد وتسهيل التحول الرقمي إلا أن الدفع الإلكتروني الدولي ما زال يواجه صعوبات من النظام المصرفي .

أن التجارة الإلكترونية في ليبيا تشهد مرحلة نمو سريع ومهم في انتشار واسع للإنترنت وملايين من المتسوقين عبر المنصات الرقمية وإطلالة جيل شاب على الأعمال عبر الشبكة لكن التحديات ما تزال قائمة في تنظيم ضعيف وبنية تحتية وشبكة مالية تواجه مشاكل في التحويلات ولو تم تطوير الإطار القانوني والاقتصادي وتسهيل الربط البنكي وتطوير الشبكات فسيصبح القطاع محركًا اقتصاديًا محليًا فاعلًا.

ورغم أن ليبيا مرحلة انتقالية سياسية بعد سنوات من الأمن وغياب النظام وسلطة القانون لكن مع هذا صنفت الأمم المتحدة مؤخرا الاقتصاد الليبي ضمن أفضل 10 اقتصادات نامية في إفريقيا وأن التحديات اللوجيستية منها ضعف البنية التحتية للدولة في بعض المناطق الأمر الذي قد يُصعب مهمة شركات الشحن والتوصيل ومواجهة جهاز الجمارك الليبية صعوبات تقنية وقانونية وخاصة في مسألة تتبع إحصائيات التجارة الإلكترونية في ليبيا كالواردات والصادرات الخاصة بالتجارة الالكترونية وقوة الاقتصاد الموازي الغير الرسمي الذي يمثل حوالي 60% من الناتج المحلي الإجمالي حسب مستشار مصرف ليبيا المركزي محمد أبو سنينة والتهرب من الرسوم الجمركية ومن دفع الضرائب من قِبل العديد من الموردين ورجال المال والأعمال ومشكلة تهريب السلع والبضائع .

التجارب الدولية لتطبيق الضريبة على التجارة الإلكترونية :

ظهرت التجارة الإلكترونية وأتاحت العديد من الفرص أمام المؤسسات الاقتصادية في تسهيل الولوج إلى الأسواق العالمية وإجراء تعاملات سواء تلك المرتبطة بالمنتجات المادية أو المنتجات الرقمية, وشكلت هذه التجارة تحدياً جديداً للسياسة الضريبية للدولة يتعلق بكيفية جعل هذه التعاملات تحت طائلة الاخضاع الضريبي.

وتسعى الدول المتقدمة اقتصادياً إلى تحرير التجارة الإلكترونية وإزالة الحدود والقيود الجمركية والضرائب لتعزيز التجارة الخارجية التي تمكن المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات, وترى هذه الدول أن إخضاع الصفقات التي تتم عبر شبكة الإنترنت يُعد كبحاً للتطور التكنولوجي, وفي المقابل يرى البعض الآخر أن الإعفاء الضريبي للتجارة الإلكترونية يؤدي إلى التقليل من أهم موارد الدول وكذلك يؤدي إلى خلل في العدالة الضريبية وذلك أن الأفراد والمؤسسات أصبحوا يفضلون إبرام العقود والصفقات التجارية على الإنترنت لخفض تكاليفها من حيث القيمة والزمن على حد سواء لذلك يستعرض الباحث بعض التجارب الدولية في تطبيق الضريبة على التجارة الالكترونية والتركيز على التجارب الناجحة في الاقتصادات المشابهة لإستنباط إطار مقترح يمكن تطبيقه في ليبيا .

تجربة جنوب إفريقيا

بدأت جنوب إفريقيا بضريبة المبيعات العامة ثم استبدلتها من سبتمبر 1991 بالرسم على القيمة المضافة الذي يمثل ضريبة على الاستهلاك بصدور قانون الرسم على القيمة المضافة 89 المؤرخ في 12 يونيو 1991 وذلك بمعدل 10 % وتم رفعه في عام 1993 إلى 14% وطبقت هذه النسبة حتى 31 مارس 2018 ثم تغير المعدل إلى 15 % وشهدت المعاملات الالكترونية في جنوب إفريقيا تطوراً سريعاً منذ إدراج الأنترنيت في الخدمات التجارية فقد تضاعفت نسبة الأفراد المستعملين للأنترنيت من سنة إلى أخرى وعرفت نسبة التسوق عبر الأنترنيت ارتفاعاً عالياً وإن النمو المتسارع للتجارة الالكترونية في جنوب إفريقيا وأثره الإيجابي على الاقتصاد دفع بالحكومة إلى اتخاذ إجراءات حول إخضاع ما يدخل من سلع وخدمات عبر التجارة الالكترونية إلى جنوب إفريقيا خاصة وأن الرسم على القيمة المضافة يساهم بنسبة كبيرة في مجموع الإيرادات الضريبية للدولة, فالقوانين الضريبية المتعلقة بالرسم على القيمة المضافة كانت تخص السلع المادية والخدمات الشخصية.

1- تطبيق ضريبة الرسم على القيمة المضافة TVA على معاملات التجارة الالكترونية

يعتمد نظام الرسم على القيمة المضافة في جنوب إفريقيا على مبدأ دولة المقصد أو استهلاك السلع والخدمات فتخضع السلع والخدمات المستهلكة في جنوب إفريقيا للضريبة بغض النظر عن مكان انتاجها أو تقديمها **وإعتمدت آلية التكليف العكسي** الذي بموجبه ينتقل الالتزام الضريبي من على عاتق المورد إلى المشترى لمواجهة حالة التجنب الضريبي عندما تستورد منشأة مسجلة لأغراض الضريبة خدمة خاضعة للضريبة فيصبح البائع غير مسؤول عن جمع الضريبة بل الشخص الذي يقوم بإستيراد السلع والخدمات لجنوب إفريقيا باعتبار أن البائع لا ينتمي إلى إقليم جنوب إفريقيا فلا يخضع لقانون الرسم على القيمة المضافة للدولة.

فبالنسبة للحصول على سلع أو خدمات الكترونية من طرف مورد أجنبي يتوجب على المستهلك حساب الرسم على القيمة المضافة بصفة عادية على الخدمات المستوردة إذا كان المستهلك بائعاً للرسم على القيمة المضافة أما إذا لم يكن المستهلك بائعاً لTVA فعليه التصريح ودفع الرسم على القيمة المضافة على الخدمات المستوردة في حدود 30 يوم لدى الخدمة الضريبية لجنوب إفريقياSARS.

إن فشل تطبيق مبدأ التكليف العكسي في إلزام المستهلكين دفع الرسم على القيمة المضافة بسبب صعوبة مراقبة عمليات الشراء عبر الأنترنيت من طرف الحكومة فنجاح هذا المبدأ يرتبط بمدى إخلاص وأمانة المستهلك حيث من الصعب إجبار هذا الأخير دفع الرسم في أوضاع التجارة الالكترونية فمعظم المستهلكين في جنوب افريقيا غالباً يشترون منتجات وخدمات رقمية بدون دفع الرسم على القيمة المضافة.

2 - فرض الرسم على القيمة المضافة على موردي الخدمات الالكترونية الغير مقيمين:

قامت وزارة المالية لجنوب إفريقيا باقتراح إلزام المؤسسات الأجنبية التي تعرض سلع رقمية على التسجيل في الرسم على القيمة المضافة فقد تم تعديل قانون الرسم على القيمة المضافة بإضافة مفهوم الخدمات الالكترونية وإعطاء تعريف لها ودخل هذا القانون التعديلي حيز التطبيق ابتداء من 1 أبريل 2019.

وكان الهدف منه تحديد نطاق الخدمات الالكترونية وتوسيعه وادراج معظم الخدمات الالكترونية المقدمة بمقابل والتي يتم توفيرها عن طريق وكيل الكتروني أو فرع لشركة أجنبية أو عن طريق الأنترنيت فهذه الخدمات يجب أن يفرض عليها رسم على القيمة المضافة كما لم يتم التفريق بين أشكال التعامل الالكتروني كما أن هذا القانون جاء لإزاحة الغموض الذي كان يظهر حول المكان الفعلي لاستعمال أو استهلاك الخدمات الالكترونية في ظل مبدأ "مكان تزويد الخدمة" وغياب القواعد القانونية الملائمة.

يتوجب على البائعين وبائعي الخدمات الرقمية الأجانب جمع الرسم على القيمة المضافة وكذلك الوسيط المكلف بالبيع كما يتعين على البائعين والوسطاء تقديم التصريحات الضرورية وتسديد الالتزامات الضريبية في الوقت المحدد, ويتعين على موردي الخدمات الالكترونية الأجانب التسجيل في الرسم على القيمة المضافة إذا كانت الخدمات المقدمة لأشخاص في جنوب إفريقيا تتجاوز عتبة التسجيل أما الوسيط فيتوجب عليه بصفته بائعًا حساب وتسجيل ضريبة القيمة المضافة على الخدمات التي يقوم مورد الخدمات الإلكترونية الأجنبي الذي لم يكن مسجلاً بإسمه بحيث يتوجب التسجيل سواء من طرف المورد أو الوسيط كبائع في أي شهر تجاوزت فيه القيمة الاجمالية للخدمات المقدمة الخاضعة للضريبة كما يتم التسجيل بتحميل نموذج طلب الرسم على القيمة المضافة ثم يتم ارسال النموذج المملوء والموقع بالبريد الالكتروني مع ارفاقه بوثائق الاثبات ذات الصلة إلى البريد الالكتروني المخصص .

3 - جنوب إفريقيا ضمن الإطار الشامل لبرنامج BEPS :

تعتبر دولة جنوب إفريقيا عضواً ضمن الإطار الشامل لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والمجموعة العشرين في إطار أعماله حول تآكل الأساس الضريبي وتحويل الأرباح والذي يهدف إلى إيجاد حلول للتحديات الضريبية التي جاء بها الاقتصاد الرقمي, وأودعت جنوب إفريقيا في 30 سبتمبر من سنة 2022 تصديقها على اتفاقية BEPS مؤكدة التزامها القوي بمنع إساءة استخدام الاتفاقيات الجبائية و BEPS من قبل الشركات متعددة الجنسيات حيث دخلت اتفاقية BEPS حيز التنفيذ في 1 يناير 2023 لجنوب إفريقيا, واتباعاً لاقتراحات BEPS سوف يتم التخلي عن كل الضرائب والرسوم على الخدمات الرقمية المطبقة وتطبيق ما جاءت به الاتفاقية المتعددة المتعلقة بالضرائب على الخدمات الرقمية والقواعد المماثلة الأخرى .

تجارب لدول إقليمية حديثة في مجال التجارة الالكترونية:

التجربة التونسية

لقد أولت الحكومة التونسية اهتماماً خاصاً للتجارة الالكترونية وكانت السباقة لذلك مقارنة بدول المغرب العربي حيث تتمثل أهم **مؤشرات نمو التجارة الالكترونية في تونس فيما يلي:**

تزايد عدد مواقع التجارة الالكترونية في سنة 2020 بنسبة 17 % مقارنة بسنة 2019 ليبلغ 2182 موقع الكتروني وتزايد في عدد المعاملات الالكترونية في سنة 2020 بنسبة 67 % مقارنة بسنة 2019 لتبلغ 4.6 مليون معاملة وتزايد القيمة الاجمالية للمعاملات التجارية والخدماتية عبر الأنترنيت في سنة 2020 بنسبة 28 % مقارنة بسنة 2019 إذ بلغت قرابة 7.346 مليون دينار, وتحتل تونس المرتبة الثالثة إفريقيا حسب مؤشر التجارة الالكترونية لسنة 2020 الذي جاء في تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية والمرتبة الأولى في دول المغرب العربي.

فرض ضرائب على الخدمات الرقمية

قامت تونس بتطبيق ضريبة على الخدمات الرقمية وهي الضريبة المعروفة بضريبة GAFA وهذا لإخضاع الشركات الأجنبية التي تقدم خدمات رقمية تستهلك داخل تونس للضريبة فقد تضمن قانون المالية لسنة 2020 بنداً يخص فرض ضريبة على الخدمات الرقمية كما يلي:

إرساء أتاوة على بيوعات التطبيقات الإعلامية والخدمات المسداة من الخارج عبر شبكة الأنترنت وفي الفصل السابع والعشرين (تخضع بيوعات التطبيقات الإعلامية والخدمات المسداة عبر شبكة الأنترنات من قبل المؤسسات غير المقيمة بالبلاد التونسية لأتاوة بنسبة 3 بالمائة على رقم المعاملات المحقق مع الأشخاص الطبيعيين والمعنويين

المقيمين وتقوم المؤسسات غير المقيمة المعنية بالتصريح برقم أعمالها المذكور أعلاه كل ثلاثين وتضبط إجراءات التصريح والخلاص بأمر حكومي) فهذه الضريبة تخص الشركات الغير مقيمة والتي تتعامل مع أشخاص طبيعيين أو معنويين مقيمين في تونس وحققت هذه الشركات رقم أعمال من ذلك ولم يتم التفصيل في هذا القانون فيما يخص تطبيق هذه الضريبة فقد كان هذا الموضوع محلاً للعديد من النقاشات وخاصة بالنسبة لصعوبات تطبيق الضريبة وأثرها على المستثمرين أو المتعاملين داخل تونس, وتعتبر تونس أيضا عضواً في الإطار الشامل لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ومجموعة العشرون حول BEPS .

ثانيا: التجربة الأردنية

تسعى الحكومة الأردنية إلى تخفيض العجز الكبير والمتزايد في ميزانيتها وذلك من خلال رفع الإيرادات الضريبية بإصلاح النظام الضريبي وتحسينه بتطوير التحصيل الأمثل للضرائب وتحقيق العدالة الضريبية والعمل على التقليل من التهرب الضريبي فقد تم إصدار قانون معدل للضريبة على المبيعات سنة 2009 كما أجريت تعديلات عديدة على قانون ضريبة الدخل آخرها كانت في سنة 2018.

وتعتبر الضرائب مصدراً رئيسياً ضمن الايرادات العامة في دولة الأردن، كما تلعب دوراً هاماً في تحقيق الأهداف الإقتصادية والإجتماعية ويعتمد الأردن بشكل كبير على الإيرادات الضريبية السنوية خاصة الضرائب الغير مباشرة منها والتي تمثل أهمها ضريبة المبيعات, ويتكون النظام الضريبي في الأردن من ضرائب مباشرة وأخرى ضرائب غير مباشرة حيث تمثل ضريبة المبيعات (ضريبة غير مباشرة) المصدر الرئيسي للإيرادات الحكومية تليها من حيث الأهمية الضرائب على الشركات ثم الضرائب على التجارة الدولية من رسوم جمركية وغيرها, وتتكون الإيرادات الضريبية من ثلاثة مصادر رئيسية حيث تشكل ضريبة المبيعات النسبة الكبرى من إجمالي الإيرادات الضريبية (71.3%) تليها ضريبة على دخل الشركات (6.15%) ومن ثم ضريبة التجارة الدولية (5.5%) في عام 2020

.

فرض الضرائب على التجارة الالكترونية في الأردن

لقد أدى الإنخفاض في العوائد المالية بالحكومة الأردنية إلى التفكير في البحث عن مصادر جديدة لتمويل خزينة الدولة فمع بداية انتشار التجارة الالكترونية بسبب الإقبال الكبير على إستخدام الأنترنيت والهواتف الذكية وتطبيقاتها وبروز أثرها على الاقتصاد الأردني تم تشكيل لجنة حكومية مشتركة بين وزارة الصناعة ووزارة التجارة والجمارك وغرفة التجارة هدفها تنظيم التجارة الالكترونية ومكلفة بوضع تعليمات وخطط لضبط التجارة الالكترونية كما أشارت غرفة تجارة عمان أن انتشار ظاهرة البيع الإلكتروني الذي تشهده السوق الأردنية بتسارع ملحوظ وازدياد مستمر يؤدي إلى دخول تلك السلع والبضائع إلى السوق المحلية بشكل معفى من الجمارك وقيام البعض بممارسات غير قانونية للتهرب الجمركي والضريبي من خلال المتاجرة بالبضائع المعفاة التي ترد بتلك الطرود, كما قدر حجم التجارة الإلكترونية ب % 16 من حجم التجارة الكلي في الأردن الذي أدى إلى ضرورة التفكير في فرض رسوم جمركية على التجارة الإلكترونية أسوة بالتجارة العادية.

إجراءات جباية التجارة الالكترونية والتسجيل في المنصة الالكترونية:

وضعت إدارة الجمارك إجراءات جديدة للتعامل مع عمليات الشراء التي تتم عبر التجارة الالكترونية بهدف الرقابة على التجارة الالكترونية وحماية المنتجات الأردنية بحيث تم تحديد سقف سنوي يقدر ب 500 دينار أردني بعدما كان 2400 دينار أردني سابقاً, كما أعلنت دائرة الجمارك العامة رسمياً عن إجراءات جديدة تنظيمية للشراء عبر التجارة الإلكترونية للاستفادة من إعفاء البضائع التي تقل قيمتها عن 100 دينار للفرد الواحد على أن لا تزيد

قيمتها عن200 دينار شهريًا, وأطلقت دائرة الجمارك الأردنية منصة إلكترونية كقاعدة بيانات لتنظيم وتوثيق قطاع التجارة الإلكترونية من خلال التصريح عن البضائع الواردة عن طريق عمليات الشراء عبر المواقع الإلكترونية التي تشمل المواد الغذائية وألعاب الأطفال والأحذية والألبسة الشخصية والهدف من إنشاء هذه المنصة هو إيجاد التوازن بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ولحماية المنتجات المحلية والتجارة الداخلية من غزو المنتجات المستوردة من الخارج, ويتم التسجيل في المنصة بإدخال مجموعة من المعلومات وإستخدام اسم تجاري في عمليات الشراء كما تضمنت الإجراءات الجديدة عمليات التسجيل بالمنصة بالإضافة لمسؤولية شركات الشحن والبريد للتأكد من هوية الأشخاص عند التسليم.

وفي 2019 قرر مجلس الوزراء إلغاء قرار مجلس الوزراء المتعلق بإعفاءات الطرود البريدية (ذات الاستخدام الشخصي) وتطبيق ضرائب على الشحنات القادمة بالتجارة الالكترونية كما يلي:

1. ضريبة جمركية مقدارها 5 دنانير على الشحنة التي لا تزيد قيمتها على 50 ديناراً بحيث يتم استيفاؤها بموجب تصريح مختصر على المنصة الإلكترونية للجمارك المعدة لهذه الغاية وفي حال عدم التصريح على منصة الجمارك الإلكترونية يستوفى عنها بدل خدمات بواقع 15 ديناراً على أن لا تزيد قيمة الفواتير السنوية عن 500 دينار مجتمعة.
2. يتوجب دفع 10 دنانير كضرائب جمركية لكل فاتورة تزيد قيمتها على 50 دينارا ولا تتجاوز 100 دينار أردني في حالة كانت السلعة مسجلة على المنصة الالكترونية وفي حال عدم التصريح على المنصة يستوفى عنها بدل خدمات بواقع 25 ديناراً على ألا تزيد قيمة الفواتير السنوية عن 500 دينار أردني مجتمعة.

أما بالنسبة للسلع التي تزيد قيمتها عن 100 دينار أردني ولا تتجاوز قيمتها 1000 دينار أردني فيصدر لها ما يسمى بيان أمتعة مسافرين والتي يتم دفع رسوم لها حسب قانون الجمارك بينما السلع التي تتجاوز قيمتها 1000 دينار أردني يصدر لها ما يسمى بيان جمركي أصولي والتي يتم دفع رسوم لها حسب قانون الجمارك.

كما أشارت الجهات المعنية بما فيها غرفة التجارة لعمان على ضرورة مراجعة العديد من الإجراءات المطبقة والمتعلقة بالتجارة الالكترونية كإجراءات التعامل مع الطرود البريدية والتي لا تزيد قيمتها عن 200 دينار ذات الطابع الشخصي والذي كان معفى من الضريبة ما أدى إلى تجاوز في إدخالها بأعداد كبيرة دون رقابة.

وفي سنة 2021 وبعد الانتقادات العديدة التي وجهت للسياسة الضريبية على التجارة الالكترونية أعيد النظر في بعض النسب المطبقة وإجراء بعض التعديلات للتخفيف العبء الضريبي على المواطنين وتبسيط إجراءات الدفع على المكلفين وإجراءات التحصيل على الإيرادات الضريبية فتم تخفيض الرسوم الجمركية على الطرود البريدية الموجهة للاستخدام الشخصي والشحنات المشار إليها سابقاً بتطبيق رسم موحد بنسبة 10 % من القيمة وبحد أدنى مقدر ب 5 دنانير كما تضمن القرار إعفاء الطرود التي تقل قيمتها عن 150 دينار من الرسوم والضرائب الأخرى بما فيها الضريبة العامة على المبيعات ومن جميع بدلات الخدمات المتحققة ودون الحاجة إلى تنظيم بيان جمركي وينطبق هذا القرار على جميع محتويات الطرود البريدية الشخصية وجميع أنواع البضائع القادمة عبر التجارة الالكترونية باستثناء التبغ ومنتجاته بما فيها السجائر والسيجار والسجائر الالكترونية ولوازمها ومكوناتها والمشروبات الكحولية والبضائع الواردة بكميات تجارية.

من جهة أخرى تعتبر الأردن عضواً في الإطار الشامل لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والمجموعة العشرين حول برنامج BEPS حيث تدرس الحكومة الأردنية موضوع فرض ضريبة مبيعات على الشركات العالمية وخدماتها الإعلانية في المملكة.

الاطار المقترح

1- تعديل التشريع

2- إمكانية توفير المقومات اللازمة

3- إمكانية حصر المجتمع الضريبي وتحديد الدخل

4- الربط والتحصيل

تعديل التشريع :

يتطلب فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في ليبيا أن يصدر قانون عن السلطة التشريعية وفقًا لإجراءات دستورية واضحة وبالتالي فإن غياب تنظيم تشريعي صريح للتجارة الإلكترونية يُشكل عقبة في طريق فرض الضريبة عليها ويستوجب تدخل المشرّع لمعالجة هذا النقص بما يضمن احترام الدستور والعدالة الضريبية .

المبادئ الدستورية لفرض الضرائب في ليبيا

مبدأ المشروعية الضريبية ومقتضياته في الدستور الليبي

يُعد مبدأ المشروعية من أهم المبادئ الدستورية التي تحكم النظام الضريبي، ويُقصد به أن الضريبة لا تُفرض ولا تُعدل ولا تُلغى إلا بنص قانوني صريح يصدر عن السلطة التشريعية, ويستلزم هذا المبدأ أن تكون جميع العناصر الجوهرية للضريبة (المكلف، الوعاء، السعر، أسلوب التحصيل، الإعفاءات) محددة بنص تشريعي.

وقد استقرت أغلب الدساتير الحديثة على تبني هذا المبدأ لضمان حماية المكلفين من تعسف السلطة التنفيذية، ولتحقيق الاستقرار في المعاملات الاقتصادية والمالية, ولا يختلف الأمر في السياق الليبي حيث نجد أن الوثائق الدستورية المتتالية أكدت بوضوح على ضرورة أن تكون الضريبة خاضعة لمبدأ المشروعية.

مبدأ المشروعية في قانون المعاملات الإلكترونية

تنص المادة الأولى في قانون المعاملات الالكترونية رقم 6 لسنة 2022 " أحكام عامة " تعريفات في تطبيق أحكام هذا القانون يكون للألفاظ والعبارات التالية المعاني المقابلة لها ما لم يدل سياق النص على غير ذلك:

" التجارة الإلكترونية :المعاملات التجارية وغير التجارية التي تتم بواسطة مراسلات إلكترونية " وتنص صراحة بالتجارة الالكترونية في ليبيا, وأشارت المادة 19 إلى " يكون للسجل الإلكتروني والرسالة الإلكترونية الآثار القانونية نفسها المعترف بها للأوراق العرفية ولا يجوز إغفال هذا الأثر لمجرد أنها وردت كليا أو جزئياً في شكل إلكتروني"

ونصت المادة 46 على ".. ويكون للعقود الإلكترونية الآثار القانونية ذاتها للعقود التي تبرم بالأساليب التقليدية من حيث الإثبات والصحة والقابلية للتنفيذ وغير ذلك من الأحكام"

وفي المادة رقم 50 من القانون نصت صراحة على طرفي العلاقة التجارية البائع والمشتري بما يلي "يجب على البائع قبل إبرام العقد تمكين المستهلك من المراجعة النهائية لجميع اختياراته وتمكينه من إقرار البيع أو تغيره حسب إرادته وكذلك الإطلاع على شهادة المصادقة الإلكترونية المتعلقة بتوقيعه".

كما نصت المادة 74 صراحة على مايلي " استثناء من المادة السابقة يكون الحصول على البيانات الشخصية أو الإفصاح عنها أو توفيرها أو معالجتها مشروعاً إذا كانت-:

1. ضرورية لغرض منع أو كشف جريمة بناءً على طلب رسمي من جهات التحقيق.
2. مطلوبة أو مصرحاً بها بموجب قانون أو قرار من المحكمة
3. **لتقدير أو تحصيل أي ضريبة أو رسوم**
4. لحماية مصلحة حيوية عاجلة للشخص الذي جمعت عنه البيانات.

مبدأ العدالة والمساواة في فرض الضرائب على التجارة التقليدية والإلكترونية

يُعتبر مبدأ العدالة الضريبية أحد الركائز الأساسية التي يقوم عليها النظام الضريبي الحديث، إذ يقتضي هذا المبدأ معاملة جميع المكلفين على قدم المساواة وعدم التمييز بين الأفراد في تحمل الأعباء الضريبية إلا وفق أسس موضوعية ومبررة, فالعدالة الضريبية لا تعني المساواة التامة بل تعني تحقيق التوازن بين قدرة المكلفين على الأداء والحرص على عدم تحميل فئات معينة أعباء غير عادلة, كما يشمل مبدأ العدالة الضرورية مراعاة نوع الضريبة وطريقة فرضها بحيث تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية دون أن تشكل عبئًا تعسفيًا أو تعيق حرية التجارة والابتكار وهذا أمر في غاية الأهمية مع ظهور أنشطة جديدة كالتجارة الإلكترونية التي تختلف في طبيعتها عن النشاط التجاري التقليدي وتطرح التجارة الإلكترونية تحديات كبيرة على نظام الضرائب التقليدي إذ تتسم هذه الأنشطة بالتنوع والسرعة والتقنية العالية مما يستوجب إعمال مبدأ العدالة بحذر لضمان عدم تحميل مكلفي التجارة الإلكترونية أعباء ضريبية مفرطة مقارنة بنظرائهم في التجارة التقليدية, وينبغي أن تُراعى في فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية مبادئ التناسب والشفافية والوضوح، كما يجب أن يضمن القانون عدم تمييز أي طرف على حساب آخر، سواء كان مستهلكًا أو تاجرًا أو مزود خدمات.

ويُعد مبدأ العدالة والمساواة في فرض الضرائب ركيزة أساسية لحماية الحقوق الدستورية للمواطنين، خاصة في ظل تطور الأنشطة الاقتصادية الحديثة كالتجارة الإلكترونية. وفي النظام القانوني الليبي، يشكل هذا المبدأ إطارًا لازمًا لتوجيه التشريع وتنظيم الضرائب بما يضمن تحقيق التوازن بين حق الدولة في التحصيل الضريبي وحقوق المكلفين في حماية ممتلكاتهم وضمان عدم التمييز

الاجابة على التساؤل الأول :

تعديل التشريعات الضريبية لإخضاع التجارة الإلكترونية لضرائب الدخل في ليبيا .

وبعد التطرق إلى الجوانب القانونية لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في النظام القانوني الليبي، يمكن تبرز أهمية تعزيز الإطار القانوني الضريبي بما يتماشى مع تطورات الاقتصاد الرقمي وضرورة الالتزام بالضوابط الدستورية من خلال مايلي :

- **المرحلة الأولى :**

تعديل التشريعات الحالية

يمكن تعديل القوانين الضريبية الحالية لتشمل الأنشطة الإلكترونية مع تحديد كيفية تطبيقها على المنصات الإلكترونية والتجارة عبر الإنترنت وتعديل قانون المعاملات الالكترونية بإضافة مادة تنص على مايلي: " تخضع كافة المعاملات الالكترونية المنصوص عليها في هذا القانون لقانون الضرائب الليبي "

وتعديل قانون الضرائب العامة بحيث يُدرج فصلًا خاصًا بالتجارة الرقمية ويُحدد طبيعة النشاطات الخاضعة للضريبة وآلية التقدير والتحصيل وتأهيل الكوادر الفنية والإدارية في مصلحة الضرائب والجهات القضائية للتعامل مع طبيعة التجارة الإلكترونية وتقنياتهاوإنشاء قواعد بيانات حديثة ومتطورة لمعاملات التجارة الالكترونية ويقترح الباحث التعديلات التالية على القانون الضريبي الليبي في هذه المرحلة كما يلي :

يخضع لضريبة الدخل الناتج من مزاولة أي نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي ولو كان عارضاً لا يتصل بالمهنة ,كما يخضع للضريبة كل دخل ناشئ من أي مصدر آخر لاتسري عليه ضريبة نوعية أخرى. وذلك ما لم يستثن بنص خاص في هذا القانون.

تفرض الضريبة على الدخول الناتجة في ليبيا وفي الخارج والعائدة للشركات الوطنية وكذلك لفروع الشركات الأجنبية في ليبيا أياً كان نوع نشاطها أو غرضها.

ويقصد بالشركات - في تطبيق أحكام هذا القانون - الشركات المنصوص عليها في القانون المنظم للنشاط التجاري، كما يقصد بفروع الشركات الأجنبية أوجه النشاط ورؤوس الأموال التي تباشرها الشركات الأجنبية في ليبيا أياً كان تنظيمها أو شكلها القانوني.

يخضع للضريبة على التجارة الالكترونية كل دخل ناتج في ليبيا عبر شبكة الاتصالات الدولية وعن أي أصول موجودة بها مادية كانت أو غير مادية أو من أي نشاط أو عمل فيها **وفي الخارج العائدة للشركات الوطنية وكذلك لفروع الشركات الأجنبية في ليبيا أياً كان نوع نشاطها أو غرضها** وعن أي معاملات الكترونية وفقاً لمانص عليه قانون المعاملات الالكترونية رقم 6 لسنة 2022م.

تشمل الضريبة المعاملات الإلكترونية سواء كانت سلعًا مادية تُباع عبر الإنترنت وخدمات (رقمية) البرمجيات، البث، الإعلانات وتشمل الضريبة المبيعات المحلية والدولية التي تستهدف المستهلكين داخل الدولة.

ويخضع لضريبة الدخل الناتج من التجارة الالكترونية أي نشاط تجاري أو صناعي أو خدمي عبر الانترنت ولو كان عارضاً لا يتصل بالمهنة ,كما يخضع للضريبة كل دخل ناشئ من أي مصدر تنطبق عليه أحكام قانون المعاملات الالكترونية.

لاتخضع الاعفاءات الجزئية المنصوص عليها في القانون الليبي لضرائب التجارة الالكترونية

- **المرحلة الثانية :**

تشريعات جديدة

ضرورة إصدار تشريع خاص ينظم التجارة الإلكترونية ويتضمن قواعد واضحة ومحددة لفرض الضرائب في هذا القطاع مع مراعاة المبادئ الدستورية والضمانات القانونية ويجب أن تكون التشريعات واضحة تحدد كيفية فرض الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية بما في ذلك تعريفات واضحة للدخل الخاضع للضريبة والجهة المسؤولة عن تحصيله والاستعانة بجهات وسيطة تقوم بتحصيل الضريبة على التجارة الالكترونية لصالح الخزانة العامة وليس شرطاً ان تكون مقيمة داخل البلاد, وفي هذه المرحلة يتطلب اتباع الخطوات التالية :

أولاً : إنشاء إدارة الضريبة على التجارة الالكترونية بتقنيات متطورة تواكب التقنيات المتوفرة لدى المنصات الالكترونية العالمية توفر إمكانية التسجيل والرقابة على أنشطة التجارة الالكترونية .

ثانياً : تسجيل الشركات والأنشطة الإلكترونية وفق مايلي :

– يجب إلزام جميع الشركات والأفراد الذين يمارسون أنشطة تجارية إلكترونية بالتسجيل في قاعدة البيانات الرقمية لمصلحة الضرائب الليبية .

– إلزام المنصات الإلكترونية العالمية بالتسجيل لدى مصلحة الضرائب الليبية وتسجيل التجار الذين يستخدمون منصاتهم وتوفير بياناتهم للسلطات الضريبية.

ثالثاً : تحديد الوعاء الضريبي وتحديد الدخل الناتج عن الأنشطة الإلكترونية والذي سيتم فرض الضريبة عليه.

رابعاً : التعاون الدولي

يراعي القانون الجديد إمكانية تبادل المعلومات والتعاون مع الدول الأخرى لتبادل المعلومات الضريبية حول الأنشطة التجارية الإلكترونية التي تتم عبر الحدود وتوقيع اتفاقيات ضريبية ثنائية أو متعددة الأطراف لتجنب الازدواج الضريبي وتسهيل تحصيل الضرائب.

خامساً الرقابة :

يسمح القانون المقترح بتطوير أنظمة مراقبة إلكترونية لتتبع الأنشطة التجارية الإلكترونية وضمان الامتثال الضريبي وإجراء عمليات تفتيش دورية على المنصات الإلكترونية والتجار لضمان الالتزام بالقوانين الضريبية واستخدام التقنيات الحديثة وإستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة وتحديد الأنشطة التجارية الإلكترونية التي قد تكون غير مسجلة أو غير خاضعة للضريبة.

سادساً: العقوبات والجزاءات

تطبيق العقوبات على المخالفين وفرض غرامات على المتخلفين ويمكن فرض غرامات على البائعين أو المنصات التي لا تلتزم بالضريبة, وحجب الخدمات في بعض الحالات على المنصات الإلكترونية التي لا تلتزم بالتشريعات الضريبية, وإتخاذ إجراءات قانونية ضد المخالفين المتكررين بما في ذلك إقفال حساباتهم الإلكترونية أو منعهم من ممارسة النشاط التجاري الالكتروني وكذلك فرض عقوبات مالية على المخالفين الذين لا يلتزمون بتسديد الضرائب المستحقة عليهم.

التساؤل الثاني :

مامدى إمكانية لقياس دخل التجارة الإلكترونية لتطبيق وإخضاعه لضر ائب الدخل في ليبيا؟

الدخل الخاضع للضريبة :

هو الدخل الذي تستقطع منه الضريبة المقررة وفقاً للقانون لصالح الدولة وبعبارة أخرى فإن الدخل الذي فرضت عليه الحكومة الضرائب,ويشمل بعض أو كل بنود الدخل ويتم تخفيض النفقات والخصومات الأخرى وتختلف المبالغ المدرجة كدخل ومصروفات واستقطاعات أخرى حسب النظام الضريبي للدولة, وتنص العديد من الأنظمة على أن بعض أنواع الدخل غير خاضعة للضريبة (تسمى أحيانًا الدخل غير القابل للتقييم أو الدخل المعفي من الضريبة) وأن بعض النفقات غير قابلة للخصم في حساب الدخل الخاضع للضريبة ,تقوم بعض الأنظمة بضريبة أساسية على الدخل الخاضع للضريبة للفترة الحالية والبعض الآخر على فترات سابقة وقد يشير الدخل الخاضع للضريبة إلى دخل الممول أي دافع الضرائب، بما في ذلك الأفراد والشركات وفي هذه الحالة قد يطلق عليها "صافي الربح" وتتطلب معظم الأنظمة أن يتم تضمين جميع الدخل المحقق في الدخل الخاضع للضريبة, وتوفر بعض الأنظمة الإعفاء الضريبي لبعض أنواع الدخل وتفرض العديد من الأنظمة الضرائب بمعدلات مختلفة لأنواع مختلفة مثل مكاسب رأس المال أو الرواتب أو مستويات الدخل مثل المعدلات المتدرجة.

ففي الولايات المتحدة يشمل الدخل الإجمالي جميع الدخل المحقق من أي مصدر ولكنه يستثني بنودًا معينة معفاة من الضرائب مثل فوائد السندات البلدية في عام 2010 قدمت كل من المملكة المتحدة والولايات المتحدة معدلات ضريبية مخفضة على مكاسب رأس المال وأرباح الأسهم, وتسمح معظم الأنظمة والسلطات القضائية للشركات بتخفيض الدخل الخاضع للضريبة من خلال تكلفة السلع أو الممتلكات الأخرى المباعة فضلاً عن الخصومات لنفقات الأعمال وتحد العديد من الأنظمة من بعض أنواع الخصومات التجارية.

وتسمح بعض الأنظمة بالتخفيضات الضريبية لبعض النفقات غير التجارية (تسمى أحيانًا النفقات الشخصية أو الأعباء العائلية وقد تشمل هذه النفقات النفقات الشخصية مثل التأمينات الاجتماعية وتختلف على نطاق واسع حسب الولاية أو الدولة بالإضافة إلى ذلك لا تفرض العديد من الأنظمة سوى ضرائب على الأرباح التي تزيد عن حد ضريبة الدخل وتسمح بخصم البدلات الشخصية أو الحد الأدنى من الخصومات الشخصية. ويسمح نظام الضرائب

الفيدرالي في الولايات المتحدة بخصم الإعفاءات الشخصية فضلاً عن حد أدنى للخصم القياسي بدلاً من الخصومات الشخصية الأخرى.

القياس المحاسبي لمعاملات التجارة الالكترونية :

يعد القياس المحاسبي الركن الاساسي في إعداد القوائم المالية والذي يتم من خلاله تسجيل و تقييم البنود الواردة في القوائم المالية قبل توصيلها أو عرضها لمختلف مستخدمي هذه القوائم بغية اتخاذ القرار المناسب، ونظراً لأهمية القياس المحاسبي وما له من دور في جعل القوائم المالية ذات مصداقية ومعبرة عن واقع المؤسسة سعت الهيئات والمنظمات المحاسبية الدولية إلى إعداد مجموعة من المعايير المحاسبية لمعالجة القياس المحاسبي, ويتمثل القياس بشكل عام في قرن الأعداد بالأشياء للتعبير عن خواصها وذلك بناء على قواعد طبيعية يتم اكتشافها إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ." **(مطرو السويطي:2008,ص130)**

ويرى آخر أن القياس "هو عملية يتم من خلالها مقابلة خاصية معينة هي خاصية التعدد النقدي بشيء معين هو حدث اقتصادي يتمثل فيها بعنصر معين في مجال معين هو المشروع الاقتصادي ." **(السيد عطا الله:2009,ص181)**

ويعرف مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي FASB القياس المحاسبي بأنه "عبارة عن تخصيص أرقام للأشياء أو الأحداث وفقاً لقواعد محددة كما أنه عملية مقارنة تؤدي للحصول على معلومات دقيقة للتمييز بين بديل وآخر في حالة اتخاذ القرار. **(ريتشارد شروید، وآخرون:2006,ص185)**

وعرفت جمعية المحاسبين الأمريكية AAA عام 1966 القياس المحاسبي كما يلي:" يتمثل القياس المحاسبي في قرن الأعداد بأحداث المؤسسة الماضية والجارية والمستقبلية وذلك بناء على ملاحظات ماضية أو جارية أو بموجب قواعد محددة ." **(مطرو السويطي:2008,ص130)**

وعرف آخرون القياس المحاسبي بأنه : "عملية تحديد وتبويب العمليات لمختلف الأنشطة الاقتصادية التي تقوم بها المؤسسة والتعبير عنها في شكل أرقام وبيانات واضحة لتوفير المعلومات التي من شأنها أن تسهل اتخاذ القرارات الاقتصادية ." **(مسعود صديقي:2010ص3)**

القياس المحاسبي الضريبي :

هو ذلك القياس الذي يرتكز على المبادئ الأسس والمعايير المحاسبية المتعارف عليها والمقبولة قبولاً عاماً بما يتوافق مع القوانين والتشريعات الضريبية, ويهدف هذا القياس إلى تحديد الوعاء الضريبي وإحتساب الإلتزام الضريبي للمنشأة بما يتوافق مع متطلبات السلطات الضريبية.

ويعرف التحاسب الضريبي بأنه التنظيم المحاسبي للضريبة والذي يتناول كيفية قياس الإيرادات الخاضعة للضريبة وبناء هذا القياس على نتيجة وربط وتحصيل الضريبة وعرف بأنه "عملية البحث والتقصي الموضوعي بغرض التأكد من صدق البيانات كما هي والمدرجة في الإقرار الضريبي المقدم من الممول وفقاً لمتطلبات المحاسبة الضريبية وأن التحاسب الضريبي يهدف إلى ضمان سلامة تطبيق التشريعات الضريبية من خلال التحقق من صحة ودقة البيانات المالية المستخدمة في احتساب الوعاء الضريبي وفقاً لمبادئ وقواعد المحاسبة الضريبية.

ويبدأ التحاسب الضريبي من لحظة قياس الوعاء الضريبي واحتساب مقدار الضريبة المستحقة وينتهي بتحصيل تلك الضريبة من الممولين ويهدف التحاسب الضريبي إلى التحقق من صحة إقرارات الممولين الضريبية و التأكد من سلامة وأمانة الدفاتر والسجلات المحاسبية للممولين في ضوء أحكام التشريعات الضريبية.

خصائص المحاسبة الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية :

وهى ذات طابع خاص له قواعد وأسس غالباً ماتتفق مع مبادئ ومعايير المحاسبة التقليدية، ولكنها متطورة وتستجيب لمتغيرات التكنولوجيا الرقمية مما يجعل القياس الضريبي يحتاج بدوره إلى تقنيات حديثة تلبي حاجة القياس المحاسبي والتشريع الضريبي معاً, كما أنها تحدد الوعاء الضريبي والايرادات الخاضعة للضريبة والتكاليف والمصروفات ذات الصلة، والإعفاءات الضريبية والفحص الضريبي في آن واحد وفي فترة زمنية قياسية وفيها تتم عملية التحاسب الضريبي من خلال الخطوات التالية:

1-مراجعة الإقرار الضريبي المقدم من الممول وفحص السجلات والدفاتر المحاسبية للتأكد من مطابقتها للمستندات وطلب أي إيضاحات إضافية من الممول عند الحاجة.

2-إعداد تقرير الفحص الضريبي ورفعه للسلطة الضريبية وإستخدام أسلوب القياس الفعلي الذي يعتمد على قياس الدخل الخاضع للضريبة من أنشطة التجارة الإلكترونية .

3- تحديد الدخل الكلي من أنشطة التجارة الإلكترونية بناءاً على الإيرادات الفعلية المتحققة من بيع السلع والخدمات عبر الإنترنت.

4- حصر وتوثيق جميع المبيعات وعمليات الشراء التي تمت عبر منصات أنشطة التجارة الإلكترونية الرقمي المختلفة.

5- تسجيل كافة العمليات المالية من إيداعات وسحوبات وعمولات مرتبطة بصفقات أنشطة التجارة الإلكترونية.

6- حساب التكاليف والمصروفات المرتبطة بأنشطة التجارة الإلكترونية.

7-خصم التكاليف والمصروفات من إجمالي الإيرادات للوصول لصافي الدخل الخاضع للضريبة.

8-تطبيق القواعد والنسب الضريبية على صافي الدخل المتحقق لحساب مقدار الضريبة المستحقة ومن ثم إعداد الإقرار الضريبي الدوري وسداد الضريبة المقدرة .

أساليب قياس دخل التجارة الإلكترونية

بالرغم من القصور في أساليب القياس للتجارة الإلكترونية إلا أن الدول وكذلك القطاعات الخاصة كلها تعمل على إنشاء برامج قياس لغرض إيجاد مؤشرات تعكس طبيعة وتطور أنشطة التجارة الإلكترونية وكذلك بهدف قياس أثرها على القطاعات الإقتصادية وقياس نموها ومقارنتها بين مختلف الدول, ومن أهم الأساليب المتبعة في قياس حجم التجارة الإلكترونية فيمكن أن نحددها بالاتي:

1- جمع البيانات الرقمية عن إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات وإستخدام شبكة الإنترنت ويتميز هذا الاسلوب بسهولة تحصيله من مصادر مختلفة وبالتالي توفر عنصر الثقة والدقة في مثل هذه الأرقام ومن ثم تستخدم هذه الأرقام في معرفة أو تقدير حجم الأنشطة التجارية عبر الإنترنت.

2- جمع بعض الإحصاءات ذات العلاقة بأنشطة التجارة الإلكترونية مثل معرفة مؤشرات الإستعداد الإلكتروني في المجتمعات وذلك بحصر المؤسسات والقطاعات التجارية التي لديها أجهزة حاسب آلي وتوفر إمكانية إستخدامها للانترنت وكذلك معرفة مؤشرات الكثافة أي تلك المؤسسات التجارية التي تستقبل طلبات العملاء والمدفوعات عبر شبكة الإنترنت وهذا الاسلوب يتناسب مع كثير من الدول النامية التي لاتزال في المراحل الأولى في إستخدام الإنترنت .

3- إجراء عدد من المسوحات الميدانية على مستوى المؤسسات التجارية ومنصات البيع سواء في قطاع الجملة أو قطاع التجزئة لمعرفة حجم أنشطتها عبر شبكة الإنترنت ويجري هذا المسح سنويا أو ربع سنوي حتى يعطي الانشطة التجارية المتجددة عبر الإنترنت.

إجراء عدد من مسوحات ميدانية أخرى على مستوى قطاع المستهلكين أي مستوى الافراد والأسر أي على مستوى قطاع المستهلكين وذلك بغرض معرفة توافر أجهزة الحاسوب وكذلك معرفة إمكانات الدخول إلى الإنترنت وحجم إنفاقهم على التجارة الإلكترونية.

4- إنشاء منظومات حديثة وقواعد بيانات ترصد وتتابع عمليات التجارة الالكترونية في كامل البلاد وتحدد حجم الاستهلاك للسلع والخدمات وتدفق البيانات عبر الانترنت .

5- الاستفادة من التعاون الدولي وابرام الإتفاقيات في مجال تبادل المعلومات حول التجارة الالكترونية وإمكانية المساعدة في تحديد حجم الصادرات والواردات والتحصيل الجبائي لصالح الدولة .

6- استخدام أسلوب الفحص باستخدام الذكاء الأصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة لفحص صفقات التجارة الإلكترونية وأنشطة صانعي المحتوى ومن خلال التقنيات التالية :

i.تطبيقات جودة البيانات : (Quality Data) ضمان جودة بيانات المكلفين وخاصة بمطابقتها مع بيانات الجهات الخارجية والدولية.

ii. تطبيقات إدارة المخاطر : (Management Risk Compliance) لتحديد أولويات الممولين عالية المخاطروتركيز المراجعة عليهم وتم استخدامها من قبل مراجعي الضرائب في بعض الدول لتصنيف المكلفين وفق مستوى المخاطر ويساعد التطبيقات على تحديد المكلف عالي المخاطر لإخضاعهم للمراجعة بشكل مستمر .

iii.تحليل البيانات : وهو أداة قوية لفهم سلوك العملاء وتحديد مصادر الدخل الأكثر ربحية من خلال جمع البيانات وتحليلها واستخدام الأدوات المناسبة ويمكن للشركات تحسين استراتيجياتها وزيادة الإيرادات في التجارة الإلكترونية.

تطبيقات التحليلالت : (Analytics) لتحليل البيانات والكشف عن أنماط التهرب الضريبي التي يستخدمها المراجعون لتحليل البيانات الضخمة الداخلية والخارجية للكشف عن حالات عدم الإلتزام الضريبي وأنماط التهرب من خلال وسائل عديدة نذكر منها :

- برنامج نظم دعم الخبراء(Systems Expert) والذى يوفر إجابات على استفسارات المراجعين المعقدة من خلال قاعدة المعرفة الضريبية.
- برنامج التعلم الآلي (Machine Learning) باستخدام خوارزمياته لبناء نماذج تنبؤيه لمخاطر عدم الإلتزام الضريبي.
- برنامج معالجة اللغة الطبيعية : (Processing Language Natural) لفهم وتحليل النصوص القانونية ووثائق الأقرارات الضريبية بأنواعها المختلفة.
- برنامج التعرف الضوئي على الحروف : (Recognition Character Optical) لرقمنة الوثائق الورقية واستخراج البيانات منها.
- برنامج الحوسبة السحابية : (Computing Cloud) التي توفر القدرة على معالجة أحجام كبيرة من البيانات الضخمة.

كما يمكن ان تستخدم الإصدارات الحديثة والمتطورة للذكاء الإصطناعي في الضرائب لتحليل كميات كبيرة من البيانات والكشف عن أنماط وعلاقات معقدة قد تشير إلى حالات التهرب أو التحايل الضريبي وإستخدام تطبيقات متخصصة للذكاء الإصطناعي في التحاسب الضريبي لتحليل المستندات والبيانات النصية ذات الصلة بالضرائب لتحليل الصور

والبيانات الرقمية المتعلقة بالمعاملات الضريبية وأيضاً تحليل البيانات الكبيرة في الضرائب وإستخراج المعلومات القيمة منها بهدف تحديد أنماط التهرب الضريبي والغش والإحتيال وتقييم المخاطر الضريبية وتحسين التنبؤات وصنع القرارات الإستراتيجية المتعلقة بالسياسات الضريبية.

ومن خلال التجارب الدولية حقق تطبيق الذكاء الأصطناعي أثراً إيجابياً على إخضاع التجارة الالكترونية للضريبة وتحسين الإيرادات الضريبية وخاصة فيما يتعلق بالسلع والخدمات ومجال صناعة المحتوى الرقمي، وهذا الأسلوب التقني يساعد في تحسين دقة التقييم الضريبي وكفاءة التحصيل مما يساهم في سد الثغرات التي قد تستغلها المنصات والمنظمات في التهرب الضريبي كما يساهم إستخدام هذه التقنيات في تحصيل الضرائب على الخدمات الرقمية بشكل أكثر فعالية ويزيد الشفافية ويحسن الإمتثال الضريبي من خلال تحليل دقيق للمعاملات في مجال المحتوى الرقمي, ويتطلب تطبيق الذكاء الإصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة في الضرائب وجود بنية تحتية قوية للبيانات وأدوات متقدمة للتحليل بالإضافة إلى الموارد البشرية المؤهلة في مجال علم البيانات وتحليل الأعمال.

إجابة التساؤل الثاني :

امكانية قياس الدخل الناتج من التجارة الإلكترونية وإخضاعه للضريبة في ليبيا .

تحديد القوانين :

يجب على الشركات فهم القوانين الضريبية المحلية والدولية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في ليبيا وفقاً لمايلي :

يخضع للضريبة على التجارة الالكترونية كل دخل ناتج في ليبيا عبر شبكة الاتصالات المحلية والدولية وعن أي أصول موجودة بها مادية كانت أو غير مادية أو من أي نشاط أو عمل فيها وفي الخارج العائدة للشركات الوطنية وكذلك لفروع الشركات الأجنبية في ليبيا أياً كان نوع نشاطها أو غرضها وعن أي معاملات الكترونية وفقاً لمانص عليه قانون المعاملات الالكترونية رقم 6 لسنة 2022م, وتشمل الضريبة المعاملات الإلكترونية سواء كانت سلعًا مادية تُباع عبر الإنترنت وخدمات (رقمية) البرمجيات، البث، الإعلانات وتشمل الضريبة المبيعات المحلية والدولية التي تستهدف المستهلكين داخل الدولة.

ويخضع لضريبة الدخل الناتج من التجارة الالكترونية أي نشاط تجاري أو صناعي أو خدمي عبر الانترنت ولو كان عارضاً لا يتصل بالمهنة, ويكون سعر الضريبة سنوياً على الأرباح التجارية (15%) كما يخضع للضريبة كل دخل ناشئ من أي مصدر تنطبق عليه أحكام قانون المعاملات الالكترونية ويشمل مايلي :

تحديد نطاق الضريبة على التجارة الإلكترونية والجهة الخاضعة للضريبة.

- البائعون المحليون الذين يديرون متاجر إلكترونية.
- الشركات الأجنبية التي تبيع داخل الدولة عبر الإنترنت.
- المنصات الوسيطة التي تسهّل عمليات البيع.

أنواع الضرائب على التجارة الالكترونية المقترحة

ضريبة الاستخدام :

ضريبة القيمة المضافة (VAT) : تُفرض على المنتجات والخدمات الإلكترونية المباعة للمستهلكين.

الضريبة على الدخل : تُفرض على أرباح المتاجر الإلكترونية والمنصات الرقمية.

الضريبة على الشركات الرقمية : بعض الدول تفرض ضرائب خاصة على عمالقة التكنولوجيا مثل Google وAmazon.

تسجيل وإلزام الشركات بدفع الضرائب

يجب تسجيل الشركات الإلكترونية محليًا لدفع الضرائب ويتم إستخدام أنظمة إلكترونية لتسجيل وتتبع المعاملات المالية.

تسجيل البائعين في الأنظمة الضريبية:

تسجيل البائعين المحليين : يجب على البائعين المحليين التسجيل السلطات الضريبية المحلية (مصلحة الضرائب) ودفع الضرائب وفقًا للقوانين.

تسجيل البائعين الأجانب : يجب على البائعين الأجانب الذين يبيعون سلعًا أو خدمات إلى عملاء محليين التسجيل في النظام الضريبي المحلي ودفع الضرائب.

تحديد مصادر الدخل للتجارة الإلكترونية

- المبيعات المباشرة : الإيرادات الناتجة عن بيع المنتجات أو الخدمات عبر الإنترنت.
- الإعلانات : الدخل الناتج عن عرض الإعلانات على الموقع الإلكتروني.
- العمولات : الإيرادات الناتجة عن بيع منتجات طرف ثالث (مثل برامج الشراكة).
- الاشتراكات : الدخل الناتج عن نماذج الاشتراك أو العضوية.

- **آليات التحصيل والامتثال الضريبي**

الفوترة الإلكترونية : تفرض بعض الدول استخدام الفواتير الإلكترونية لتتبع العمليات المالية.

الربط مع أنظمة الدفع الإلكتروني :مراقبة المدفوعات من خلال البنوك ومنصات الدفع مثل PayPal و.Stripe

التعاون مع منصات التجارة الإلكترونية : إلزام أمازون و eBay بتحصيل الضريبة عند الشراء وتحويلها للحكومة من خلال إتفاقية مبرمة بالخصوص.

- تطبيق ضريبة القيمة المضافة (VAT)

تحديد معدل الضريبة :يتم تحديد معدل ضريبة القيمة المضافة وفقًا للقوانين المحلية.

احتساب الضريبة على الفواتير :يجب على البائعين إضافة ضريبة القيمة المضافة إلى فواتيرهم وإظهارها بشكل منفصل.

تحصيل الضريبة من العملاء :يتم تحصيل الضريبة من العملاء في مرحلة الشراء.

- استخدام أنظمة تتبع الدخل

ربط المنصات الإلكترونية مع السلطات الضريبية :يمكن للحكومات أن تطلب من المنصات الإلكترونية توفير بيانات عن البائعين ودخلهم لضمان الامتثال الضريبي.

تتبع المعاملات عبر الحدود :استخدام أنظمة إلكترونية لتتبع المعاملات الدولية وضمان دفع الضرائب المستحقة.

- تعزيز الشفافية والإبلاغ

الإبلاغ عن الدخل :يجب على البائعين الإبلاغ عن دخلهم من التجارة الإلكترونية في الإقرارات الضريبية.

تبادل المعلومات بين الدول يمكن للدول تبادل المعلومات حول الدخل والضرائب لضمان الامتثال الضريبي خاصة في المعاملات الدولية.

النتائج والتوصيات :

النتائج:

- التجارة الالكترونية هي عملية البيع والشراء عبر شبكة الاتصالات الدولية .
- تعود صعوبة اخضاع معاملات التجارة الالكترونية لغياب الحدود المكانية والزمانية بين طرفي المعاملة وغياب المستندات والوثائق الورقية.
- عدم ملائمة النظم الضريبية التقليدية الحالية لمعاملات التجارة الالكترونية.

التوصيات:

- ضرورة العمل على تعديل التشريعات والنظم الضريبية بما يجعلها متلائمة مع معاملات التجارة الالكترونية.
- ضرورة تفعيل ألية ربط بين البنوك ومؤسسات الاتصالات ومصلحة الضرائب وكل الهيئات للتمكن من رصد المعاملات التجارية والتحويلات المالية المنجزة عن طريق الانترنيت.
- ضرورة المشاركة في المنظمات الدولية والاستفادة من تجارب الدول التي نجحت في تطبيق الضريبة على التجارة الالكترونية.
- ضرورة البدء في تدريب الكادر الوظيفي على النظم الحديثة المخصصة لتطبيق الضريبة على التجارة الالكترونية.

المراجع :

1. أولاً: الكتب

1. أبو زريدة، مختار، **المحاسبة الضريبية**، الطبعة الرابعة، دار الكتب بنغازي 2007.
2. بسيوني، عبد الحميد، **التجارة الالكترونية**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع القاهرة 2003
3. الحاسي, جمعة, المحاسبة الضريبية والتشريع الضريبي الليبي, منشورات جامعة بنغازي, سنة 2020م.
4. الحداد, عماد, التجارة الإلكترونية, دار الفاروق, القاهرة, مصر, سنة 2003م.
5. الحلاق, محمد, التشريع الضريبي, منشورات الجامعة الافتراضية السورية, سوريا, ط 1 سنة 2018م.
6. الحيالي, وليد ناجي, النظرية المحاسبية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية, مركز الكتاب الأكاديمي عمان, الأردن, ط1 سنة 2016م.
7. السنباطي, ايهاب, الموسوعة القانونية للتجارة الإلكترونية, دار الجامعة , القاهرة, ط1 سنة 2008م.

ثانياً: الدوريات

1. إشتيوي حسني، وآخرون، دراسة تاريخية انتقادية لقوانين ضرائب الدخل في ليبيا، 2021.
2. إمريود، مسعود، المحاسبة الضريبية وتطبيقاتها وفقاً للتشريع الضريبي الليبي، 2018.
3. خلاط، سراج، دور النظام الضريبي في الاقتصاد الليبي، المجلة الجامعة 2013. جامعة الزاوية.
4. خيراني عيد ,تحديات فرض الضرائب على المعاملات التجارية الالكترونية في الجزائر "دراسة استشرافية مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية المجلد /03 العدد: 02)2021.
5. أيت أحمد وأخرون, آليات الاخضاع الضريبي لأنشطة التجارة الالكترونية ونتائج تطبيق الأنظمة المنفردة - عرض لتجارب دولية,مجلة اقتصاديات شمال افريقيا,مجلد19,العدد1,,2023.

6. ناصر مفتاح ,معوقات فرض الضرائب على مواقع التجارة الإلكترونية في ليبيا,جامعة الزيتونة 2023 .

7. العمري هاشمي ,تكييف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الالكترونية,أطروحة دكتوراة-جامعة محمد الابراهيمي,2023 .

8. مبروك نصير,استخدام برنامج الرقمنة الحكومية لمنظومة الإقرارات الالكترونية والفاتورة الالكترونية في تطبيق الفحص الضريبي الالكتروني بمصلحة الضرائب المصرية, المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية-مجلد 4 ,2 يناير 2023.

9. عبدالغني ومالك ياقة آليات فرض وتحصيل الضريبة على المعاملات التجارية الإلكترونية ,رسالة ماجستير غير منشورة-الجزائر, 2023.

10. عبدالهادي،ابراهيم، إطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحول إلى عالم التجارة الإلكترونية"2007.

11. لطيف، زبود وآخرون، التحديات الضريبية للتجارة الإلكترونية العربية وإمكانية تطويرها، مجلة جامعة تشرين للدراسات، سلسلة العلوم الاقتصادية، المجلد التاسع والعشرون العدد الأول، سورية 2007.

12. المحيشي، إسماعيل، الاقتصاد الليبي وتحديات منظمة التجارة العالمية، 2007.

ثالثاً : القوانين

1- قانون رقم 7 لسنة 2010م بشأن ضرائب الدخل في ليبيا.

2- قانون رقم 6 لسنة 2022م بشأن المعاملات الالكترونية في ليبيا.

المصادر باللغة الاجنبية:

1- the Internet and the Digital Economy ,Corkery et al. 2013

2- The Role of Taxation Problems on the Development of Ecommerce Yapper، Bayrakdar، & Yapar، 2015