



Article Title Presenting a model to identify taxable income from investment in Iran's e-commerce

Fardin Safarian 

Hossein Karbasi Yazdi 

Majid Zanjedar 

Ali Lal Bar 

Abstract

Today, the role of e-commerce as one of the main components of the digital economy in the economic development of countries and its impact on the world economy cannot be ignored. Also, e-commerce and globalization have intensified the economic interaction between developed and developing countries and increased the complexity and lack of transparency in economic activities. The rise of e-commerce creates a significant challenge for tax authorities, but e-commerce is slowly replacing commercialization and traditional transactions. Conventional international tax laws have not kept pace with the growth and complexity of e-commerce and its accompanying tax challenges. Therefore, the aim of the current research is to present a model to identify taxable income from investment in electronic commerce in Iran. In order to achieve this goal, 52 questionnaires were used, which were prepared by the members of the Supreme Tax Council of the country, the directors of the General Directorate of Tax Affairs. The provinces and the deputy directors and central staff managers of the tax affairs organization of the country have been completed and the technical and infrastructural, structural, cultural, requirements, economic, social, political and provincial tax components have been extracted. It is because all the components have a direct effect on the taxable income from e-commerce.

* Corresponding Author:

How to Cite:

Original Research

Accepted:

Received:

p-ISSN: 2251-64-84

e-ISSN: 2717-1817

Introduction

The rise of e-commerce poses a daunting challenge to the traditional approaches of tax authorities regarding direct and indirect taxes. According to Arinzeh et al., the e-commerce business model has tax consequences such as lack of mediation, increasing the volume of cross-border transactions, and digitalization of information, all of which make it difficult to identify the origin and destination of transactions. In addition, they create difficulties in conducting audit trails, verifying parties to commercial transactions, and tax collection concerns with cross-border digital transactions. Unlike traditional business activities where the details of transactions, such as the amount involved, the parties to the transaction, and the place where the transaction took place, can be easily tracked, e-commerce is largely virtual and borderless. In this way, untraceable business can be conducted from obscure or even unidentifiable locations. Failure to pay sufficient taxes on online transactions potentially leads to major revenue cuts for governments. In many countries, tax is a significant source of income and forms an important part of government and nation building. Most studies of income taxation for e-commerce transactions to date have focused on three problems: How do we attribute Internet-derived income to a particular jurisdiction? How can we determine such income? And most importantly, how can it be taxed? Income tax treaties do not provide easy answers to these questions because they were developed in a non-digital era where transactions and commercial laws dealt mainly with tangible property. With a rapidly expanding and evolving market, e-commerce establishments as well as tax authorities around the world are facing numerous challenges. And this has made it very difficult to predict the future of online businesses and the unforeseen issues that may arise. Considering that the existing studies have not provided a specific solution for this problem, therefore, this research deals with presenting a model to identify the taxable income from investment in Iran's e-commerce, since the income Taxation has been examined in various researches, but the infrastructure of information technologies and cultural and political infrastructures and factors of this kind have not been investigated, so the innovation of this research is related to the infrastructures of information technologies and cultural and political infrastructures.

Methods and Material

In order to fit the model, considering that the provincial tax variable is conditional, the effective factors in identifying the taxable income from investment in e-commerce are investigated using the logit regression method, and also for prioritization. Factors affecting provincial taxes were used using the method of analysis of the main components of the composite index, and finally, the impact of each component on the amount of tax due to e-commerce investment was investigated by means of structural equations. Since we need electronic

infrastructure for government tax portals in the discussion of collecting taxes from e-commerce and carrying out electronic transactions, therefore, technical components and infrastructure of information and technology are needed, hence these components according to the existing conditions. It is presented in the design paper and in the questionnaire for the respondents. Also, the structural components designed in this research are presented in order to measure the tax conditions, especially the tax conditions in electronic commerce in the country. In order to analyze the research data, various analytical methods have been used. First, the Kolmogorov-Smirnov test was used to check the normality of the data distribution. After that, Pearson's correlation coefficient was used to determine the presence or absence of a relationship between each research variable, and path analysis technique and measurement model were used to check the research hypotheses.

Results and Discussion

E-commerce is trading or facilitating the trading of products or services using computer networks such as the Internet or online social networks. In recent years, it has increased dramatically, usually due to strategic business decisions and its perceived advantages over traditional business in terms of factors such as economic and informational efficiency, coordination and market influence. In this research, the prioritization and evaluation of the impact of the effective components on the provincial tax on the jobs caused by e-commerce in Iran were discussed, and according to the results, it is suggested that the government use the tax revenues effectively to provide the needed and quality infrastructure for Citizens accept responsibility and financial accountability. This is very effective in increasing the voluntary compliance of citizens with tax laws and improves the tax revenue of the government, promotes infrastructure development and increases economic growth. Also, infrastructure development can stimulate business activities and create employment. In addition, SMEs can open new stores and increase sales. If it can be confirmed that the increase in tax revenue is caused by the spillover effects of infrastructure, it may be possible to return the increase in tax revenue to private investors and the public sector. By doing this, the rate of return of private investors increases and as a result, the possibility of attracting private funds to various infrastructure projects is provided, and the continuation of this cycle causes an increase in provincial taxes. In other words, the increase in tax revenues resulting from the spillover effects of infrastructure development, such as increased income from corporate, income, sales and property taxes, increases the rate of return more than what can be achieved from user fees. Long-term investors such as pension funds and insurance companies are growing in Asian countries. Infrastructure investment projects require long-term and patient investors. If the rate of return on infrastructure is increased by injecting the spillover tax revenues generated in the regions around

infrastructure investments, more long-term private capital will be expected to invest in infrastructure. Incentives will be created to improve the infrastructure, which will increase the economic activities of the region. Spillover effects further increase the rate of return for private investors. The higher the expected rate of return, the more private capital is attracted.

Keywords: e-commerce, investment, economic component, requirements.

JEL Classification: O17, H2, H21



سازمان امور مالیاتی کشور

-- مجله علمی، پژوهشنامه مالیات --

شماره ۶۴، دوره ۳۲، زمستان ۱۴۰۳، ۲۶۸-۲۳۳

taxjournal.ir

DOI:/

بررسی و شناسایی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه گذاری در تجارت الکترونیکی^۱

دانشجویی دکتری مهندسی مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک.

فردین صفاریان*^۱ ID

گروه حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران جنوب، ایران.

حسین کرباسی یزدی ID

گروه مدیریت، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران.

مجید زنجیر دار ID

گروه حسابداری، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران.

علی لعل بار ID

چکیده

امروزه نقش تجارت الکترونیکی به عنوان یکی از مولفه های اصلی اقتصاد دیجیتال در توسعه اقتصادی کشورها و تاثیرگذاری آن در اقتصاد جهان غیر قابل چشم پوشی است. همچنین تجارت الکترونیک و جهانی شدن، تعامل اقتصادی بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را تشدید کرده و پیچیدگی و عدم شفافیت در فعالیت های اقتصادی را افزایش داده است. افزایش تجارت الکترونیک چالش قابل توجهی برای مقامات مالیاتی ایجاد می کند، اما تجارت الکترونیک به آرامی جایگزین تجاری سازی و تراکنش های سنتی می شود. قوانین مالیاتی بین المللی متعارف با رشد و پیچیدگی تجارت الکترونیک و چالش های همراه آن در رابطه با مالیات همگام نبوده است. لذا، هدف پژوهش حاضر، ارائه مدلی جهت شناسایی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه گذاری در تجارت الکترونیکی ایران می باشد که در راستای نیل به این هدف از ۵۲ پرسشنامه استفاده شده است که توسط اعضای شورای عالی مالیاتی کشور، مدیران اداره کل امور مالیاتی استان ها و معاونین و مدیران ستادی مرکزی سازمان امور مالیاتی کل کشور تکمیل شده اند و مولفه های فنی و زیرساختی، ساختاری، فرهنگی، الزامات، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و مالیات ستانی استخراج شده اند. که نتایج حاکی از آن است تمامی مولفه داری اثر مستقیم بر درآمد مشمول ناشی از تجارت الکترونیک دارد.

کلیدواژه ها: تجارت الکترونیک، سرمایه گذاری، مولفه اقتصادی، الزامات.

* نویسنده مسئول: @Fardinsafarian77@gmail.com

مقدمه

پیشرفت در فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ تجارت الکترونیک را به ویژگی مهم اقتصاد جهانی مدرن تبدیل می‌کند (اوپارا^۲، ۲۰۱۴). فناوری اطلاعات و ارتباطات به سرعت در جهان توسعه یافته است. چنین تحولاتی در دوران اخیر بیشترین تأثیر را بر جامعه داشته است. فراتر از سیستم جهانی ارتباطات سیار، ظهور اینترنت و زیرساخت‌های مرتبط با آن در بیست سال گذشته مسئول تغییرات اساسی و بازسازی در نحوه انجام معاملات در سراسر جهان بوده است. در اینجا، درصد قابل توجهی از فعالیت‌های تجاری در حال حاضر به صورت الکترونیکی انجام می‌شود (دوک و همکاران^۳، ۲۰۱۳). مورد اخیر نه تنها شیوه تعامل شرکت‌ها، مشتریان و فروشندگان را تغییر داده است، بلکه عملیات داخلی شرکت‌ها را نیز بازسازی کرده است. علاوه بر این، بر ماهیت، اساس و شدت رقابت در بین صنایع در سراسر جهان تأثیر گذاشته است (ویلن و هانگر^۴، ۲۰۱۲).

با وجود مزایایی که تجارت الکترونیک به همراه دارد، رشد اینترنت پیامدهای متعددی برای اداره مالیات دارد. افزایش تجارت الکترونیک چالشی دلهره‌آور برای رویکردهای سنتی مقامات مالیاتی در مورد مالیات مستقیم و غیرمستقیم ایجاد می‌کند. به گفته آریزه و همکاران^۵ (۲۰۱۸)، مدل کسب و کار تجارت الکترونیک دارای پیامدهای مالیاتی مانند عدم واسطه‌گری، افزایش حجم معاملات برون مرزی و دیجیتالی کردن اطلاعات است که همگی شناسایی مبدا و مقصد معاملات را دشوار می‌کند. علاوه بر این، آنها در انجام مسیرهای حسابرسی، تأیید طرفین تراکنش‌های تجاری و نگرانی‌های مربوط به جمع‌آوری مالیات با تراکنش‌های دیجیتالی فرامرزی مشکلاتی ایجاد می‌کنند. برخلاف فعالیت‌های تجاری سنتی که در آن جزئیات تراکنش‌ها، مانند مبلغ درگیر، طرفین معامله و مکانی که معامله در آن انجام شده است را می‌توان به راحتی دنبال کرد، تجارت الکترونیک عمدتاً در فضای مجازی و بدون مرز انجام می‌شود. به این ترتیب، تجارت غیرقابل ردیابی می‌تواند از مکان‌های مبهم یا حتی غیرقابل شناسایی انجام گیرد (روزنبرگ^۶، ۲۰۰۸). عدم پرداخت مالیات کافی بر تراکنش‌های آنلاین به طور بالقوه منجر به کاهش درآمد عمده برای دولت‌ها می‌شود. در بسیاری از کشورها، مالیات منبع درآمد قابل

1. information and communication technology

2. Opara

3. Duke et al

4. Wheelen and Hunger

5. Arinze et al

6. Rosenberg

توجهی است و بخش مهمی از دولت و ملت سازی را تشکیل می دهد (آچامپونگ^۱، ۲۰۲۱). اغلب مطالعات مربوط به مالیات بر درآمد برای معاملات تجارت الکترونیک تا به امروز بر سه مشکل متمرکز شده است: چگونه می توانیم درآمد ناشی از «اینترنت» را به یک حوزه قضایی خاص نسبت دهیم؟ چگونه می توانیم چنین درآمدی را مشخص کنیم؟ و مهمتر از همه، چگونه می توان از آن مالیات گرفت؟ معاهدات مالیات بر درآمد پاسخ آسانی به این سؤالات نمی دهند، زیرا در دوران غیردیجیتالی که معاملات و قوانین تجاری عمدتاً با اموال مشهود سروکار داشتند، توسعه یافتند. با بازاری که به سرعت در حال گسترش و تکامل است، مؤسسات تجارت الکترونیک و همچنین مقامات مالیاتی در سراسر جهان با مشکلات متعددی روبرو هستند. و این باعث شده است که پیش بینی آینده کسب و کارهای برخط و مسائل پیش بینی نشده ای که ممکن است ایجاد شود، بسیار دشوار باشد. با توجه به اینکه مطالعات موجود راه حل مشخصی برای این مسئله ارائه نداده اند، لذا این پژوهش به ارائه مدلی به منظور شناسایی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه گذاری در تجارت الکترونیکی ایران می پردازد از آنجایی که درآمدهای مالیاتی در پژوهش های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است اما زیر ساخت های فناوری های اطلاعات و زیرساخت های فرهنگی و سیاسی و عواملی از این دست مورد بررسی قرار نگرفته است لذا نوآوری این پژوهش مربوط به زیر ساخت های فناوری های اطلاعات و زیرساخت های فرهنگی و سیاسی می باشد.

در ادامه این پژوهش، ابتدا بحث مبانی نظری، سپس پیشینه پژوهش بیان می شود. پس از آن مدل معرفی و تجزیه و تحلیل می شود و در انتها نیز نتیجه ای از مباحث خلاصه گرفته می شود و پیشنهادها ارائه می شود.

مبانی نظری

سرمایه گذاری در تجارت الکترونیک

تعداد فزاینده ای از سازمان ها از اینترنت به عنوان یک رسانه بازاریابی برای برقراری ارتباط با بازارهای جهانی گسترده تر استفاده می کنند و در عین حال روابط نزدیک تری با مشتریان بالقوه ایجاد می کنند. همان گونه که پیلی^۲ (۱۹۹۶) اشاره می کند، اتصال جهانی اینترنت راه های جدیدی را برای تجارت باز می کند، به گونه ای که کانال های تجاری سنتی نمی توانند با آن

1. Acheampong

2. Pyle

مطابقت داشته باشند. مزایای این پدیده تجارت الکترونیک مانند دسترسی آسان، موانع ورودی کم، انعطاف‌پذیری، توانایی برقراری ارتباط، مقادیر زیاد اطلاعات، کارایی هزینه و نگهداری آسان آشکار به نظر می‌رسد.

توسعه تجارت الکترونیک فرآیندی را از سطح پایین به بالا طی کرده است. اولین بحث تجارت الکترونیک فقط به فرایندی اشاره دارد که شرکت‌ها از اینترنت برای خرید، فروش، حمل‌ونقل یا تجارت داده‌ها، محصولات یا خدمات استفاده می‌کنند. بعدها با توسعه فناوری اطلاعات، برخی از محققان تصور کردند که توصیف معاملات بین شرکای تجاری با تجارت محدود است بنابراین به جای آن از تجارت الکترونیک سطح بالا استفاده شد. در این مرحله، تجارت الکترونیک تنها محدود به خرید و فروش محصولات یا خدمات نیست، بلکه شامل انواع کسب‌وکارهای آنلاین مانند خدمات مشتریان، همکاری تجاری، یادگیری الکترونیک و غیره می‌شود. براین اساس، سرمایه‌گذاری در فناوری تجارت الکترونیک از سرمایه‌گذاری اولیه در برنامه‌های کاربردی مرتبط با تجارت الکترونیک، از جمله سیستم رایانه‌ای، پرداخت، تدارکات و تمام برنامه‌های که می‌تواند به معاملات تجاری شرکت‌ها کمک کند. تسهیل بیش از پیش تجارت و مزایای مطرح شده استفاده از تجارت الکترونیک نمایانگر لزوم سرمایه‌گذاری در تأمین بسترهای مناسب این حوزه می‌باشد. سرمایه‌گذاری در حوزه‌ی تجارت الکترونیک با نظر گرفتن مزیت‌های موجود در بخش‌های مختلف می‌تواند به افزایش درآمد در بخش‌های مختلف کمک کند (محمودزاده و حسن زاده، ۱۳۹۹).

سرمایه‌گذاری تجارت الکترونیک و مالیات

تجارت الکترونیک، تسهیل تجارت محصولات یا خدمات با استفاده از شبکه‌های رایانه‌ای، مانند اینترنت یا شبکه‌های اجتماعی آنلاین است (باتر^۱، ۲۰۱۷). از بدو پیدایش، توسعه تجارت الکترونیک شرکت‌ها را قادر ساخته است تا مراحل متعارف مالیات را در حوزه‌های قضایی متعدد دور بزنند (فرکنال هیوز و گلیستر^۲، ۲۰۰۱). شرکت‌های تجاری الکترونیک این مزیت را دارند که موقعیت مکانی فعالیت آنها را تا حدی محدود نمی‌کند که شرکت‌های سنتی دارای مکان فیزیکی هستند. با توجه به اینکه نیازی به استقرار دائمی نیست، محیط اینترنت تخصیص تراکنش‌ها را به راحت‌ترین حوزه قضایی برای صرفه‌جویی در مالیات تسهیل می‌کند.

1. Buettner

2. Frecknall Hughes & Glaister

به این ترتیب، به حداقل رساندن هزینه از طریق اجتناب مالیاتی رفتار مورد انتظار این شرکت‌ها است. رابطه بین تجارت الکترونیک و سرمایه‌گذاری در تجارت الکترونیک و مالیات با استفاده از رویکردهای مختلف در زمینه‌های مرتبط از جمله حقوق و اقتصاد عمومی تحلیل شده است. آلم^۱ (۲۰۱۲) بیان کرده است که اجتناب از مالیات در تجارت الکترونیک به‌ویژه در مورد معاملات برون مرزی مهم است. تجارت الکترونیک در سال‌های اخیر به‌طور چشمگیری افزایش یافته است که معمولاً نتیجه تصمیمات استراتژیک تجاری و مزایای درک شده آن نسبت به تجارت سنتی از نظر عواملی مانند کارایی اقتصادی و اطلاعاتی، هماهنگی و تأثیر بازار است. تحلیل‌های وجود دارد که اثرات مفید تجارت الکترونیک را برای جمع‌آوری مالیات در سطح کل شناسایی می‌کنند. کریمی و همکاران^۲ (۲۰۱۳)، در مطالعه‌ای نشان دادند که توسعه تجارت الکترونیک با افزایش درآمدهای مالیاتی در کشورهای در حال توسعه همراه بوده است. با این حال، این احتمالاً تأثیر واقعی تجارت الکترونیک نیست، بلکه تأثیر غیرمستقیم رشد اقتصادی یک کشور از طریق تجارت الکترونیک است. رایج‌ترین نگرانی در بین سیاست‌گذاران این است که تجارت الکترونیک شرایطی را ایجاد می‌کند که به نفع اجتناب مالیاتی است، با این حال، مطالعات انجام شده از دیدگاه تجاری یا حسابداری در مورد رابطه تجارت الکترونیک و درآمدهای مالیاتی اندک است. شناسایی درآمدهای مالیاتی شرکت‌های دارای تجارت الکترونیک به‌طور قابل توجهی نسبت به شرکت‌های سنتی پیچیده‌تر است. عوامل مختلفی از جمله کاهش در نرخ‌های قانونی مالیات در اکثر کشورها، اهمیت فزاینده دارایی‌های نامشهود و تجارت چندملیتی در همه انواع کشورها و یک اثر یادگیری که به موجب آن شرکت‌های سنتی از روش‌های الکترونیکی استفاده می‌کنند، باعث شده است که شکاف درآمد مالیاتی بین این دو نوع شرکت‌ها کاهش یابد (ارگلیس-بوچ و همکاران^۳، ۲۰۲۰).

بهبود مالیات تجارت الکترونیک

اولین و مهمترین رویکرد برای رسیدگی به بهبود انطباق مالیاتی تجارت الکترونیک را می‌توان به همایش تجارت الکترونیک اتاوا^۴ که بنا به درخواست سازمان همکاری و توسعه اقتصادی برگزار شد، نسبت داد. ماهیت همایش بررسی، بحث و تعمیم برخی از راه‌های مهم برخورد

1. Alm

2. Argilés-Bosch & et al

۳. همایش تجارت الکترونیک اتاوا سال ۲۰۲۳، کانادا

با رعایت مالیات تجارت الکترونیک بود. پس از یک همایش موفقیت‌آمیز، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی مقاله‌ای درباره نحوه اعمال اصل مالیات موجود بر سود حاصل از تجارت الکترونیک منتشر کرد. در حال حاضر، اکثر این قوانین و مقررات مالیاتی در حال حاضر با پیشرفت‌های تکنولوژیک سازگاری ندارند، زیرا اکثر آنها بدون در نظر گرفتن مشاغل تجارت الکترونیک وضع شده‌اند. آشکار است که بسیاری از شرکت‌های تجارت الکترونیک، اعم از قدیمی و جدید، به دلیل ماهیت ذاتی غیرسرزمینی تراکنش‌های دیجیتال خود، راه‌های مختلفی را برای فرار از قانون‌گذاری کشف کرده‌اند که باعث کاهش شدید درآمد مالیاتی در بیشتر کشورها شده است. این موضوع فرار مالیاتی و اجتناب از تجارت الکترونیکی از آن زمان به استفاده از رژیم‌های مالیاتی بین‌المللی مرسوم برای مالیات بر تجارت الکترونیک مرتبط شده است. در حالی که این رژیم مالیاتی دارای مزایایی است، ظهور تجارت الکترونیک، که روش جدید اتخاذ شده برای معاملات تجاری است، حفره‌هایی را در مکانیسم مالیاتی بین‌المللی آشکار کرده است که باعث می‌شود بسیاری از کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک از پرداخت مالیات اجتناب کنند (محمودزاده و حسن زاده، ۱۳۹۹). افزایش شگفت‌انگیز کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک باید تأثیر مثبتی بر درآمد مالیاتی دولت‌ها در سراسر جهان داشته باشد. با این حال، از آنجایی که رژیم مالیاتی کنونی نتوانسته است این دستور را برآورده کند، عاقلانه است که راه‌های معقولی را پیشنهاد کنیم که از طریق آن‌ها می‌توان مالیات‌های کارآمد و مؤثر را بر مشاغل تجارت الکترونیک اعمال کرد. اقدامات اصلاحی با هدف ساده سازی سیستم مالیاتی بین‌المللی باید با همکاری نزدیک با دولت‌ها و جامعه تجاری در سراسر جهان اجرا شود. از جمله این اقدامات (۱) اتخاذ تخصیص فرمول درآمد است. برای مالیات مؤثر بر تجارت الکترونیک، تمرکز بر روش‌های مؤثر و کارآمدی که مالیات تجارت الکترونیک را امکان‌پذیرتر می‌کند، نسبتاً عاقلانه خواهد بود. کاملاً بدیهی است که قوانین بین‌المللی قضایی موجود که عملیات تجارت الکترونیک را در کنوانسیون مدل سازمان همکاری و توسعه اقتصادی هدایت می‌کنند، آن‌طور که انتظار می‌رود مؤثر نیستند، زیرا هنوز با کاستی‌های مالیات مبدأ و مالیات مقصد مواجه هستند. با این حال، با تقسیم فرمول‌ها، آن‌ها را می‌توان بر اساس داده‌های اقتصادی گسترده تقسیم کرد، بنابراین، درآمد دیگر به منبع یا مقصدی که در آن به دست آمده نسبت داده نمی‌شود. (۲) توسعه نرم افزار تطبیق مالیات: توسعه یک نرم‌افزار جمع‌آوری مالیات راه طولانی را برای اطمینان از اینکه کسب‌وکارهای تجارت الکترونیکی قادر به اجتناب از مالیات

نیستند کمک می‌کند، زیرا این نرم‌افزار به محاسبه میزان مالیات بر مصرف بدهی هر معامله کمک می‌کند. این نرم‌افزار، که «اشتراک‌افزار» رایگان است، هم توسط فروشندگان تجارت الکترونیک و هم توسط ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی استفاده می‌شود. این امر تاخیرهای شبکه را قبل از اینکه مصرف‌کننده متعهد به خرید شود کاهش می‌دهد و در نتیجه تجربه خرید را بهبود می‌بخشد. هنگامی که یک مصرف‌کننده خرید آنلاین انجام می‌دهد، نرم‌افزار نرخ مالیات در منطقه را بر اساس اطلاعات حوزه قضایی ارائه شده در گواهی دیجیتال بررسی می‌کند. اگر مصرف‌کننده از گواهی دیجیتال استفاده نکند، نرم‌افزار نرخ مالیات را بر اساس آدرس IP یا اطلاعات کارت اعتباری محاسبه می‌کند. (۳) اتخاذ صورتحساب مالیاتی الکترونیکی فرامرزی: صورتحساب مالیاتی الکترونیکی یک نسخه دیجیتالی از یک فاکتور کاغذی است که حاوی جزئیات تراکنش است که از طریق شرکت‌ها برای مصرف‌کنندگان ارسال می‌شود. فاکتور به سادگی به صورت الکترونیکی برای مصرف‌کننده صادر می‌شود و توسط صادرکننده به صورت الکترونیکی ذخیره می‌شود، همراه با جزئیاتی که اعتبار و اصالت فاکتورها را تأیید می‌کند (آچامپونگ^۱، ۲۰۲۱).

پیشینه پژوهش

پیشینه داخلی

عبدلی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهش خود با عنوان "بررسی تأثیر تجارت الکترونیکی بر اجتناب مالیاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" به بررسی تأثیر تجارت الکترونیکی بر اجتناب مالیاتی پرداخته‌اند. به منظور آزمون فرضیات پژوهش پس از جمع‌آوری و غربال اولیه داده‌ها، با استفاده از نمونه‌ای متشکل از شرکت‌هایی که در صنایع مختلف مشغول فعالیت بوده‌اند، بالغ بر ۹۵ شرکت در دوره زمانی شش ساله (۱۳۹۳-۱۳۹۸) بررسی شدند. این پژوهش با استفاده از تحلیل رگرسیون چندمتغیره در نرم‌افزار Eviews آزمون فرضیات تحقیق انجام گرفته است. به طور کلی نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین تجارت الکترونیکی و اجتناب مالیاتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بدین معنا که افزایش تجارت الکترونیکی موجب گردیده تا اجتناب مالیاتی نیز افزایش یابد. در واقع تجارت الکترونیکی امر مشاهده اطلاعات و اجرای مالیات را برای متصدیان مالیاتی سخت و یا نشدنی کرده است.

رضایی نژاد و همکاران (۱۴۰۰)، مطالعه‌ای با عنوان «ارائه مدل مفهومی ظرفیت مالیات بر تجارت الکترونیک و مالیات فروش‌های اینترنتی در شناسایی، اندازه‌گیری و جلوگیری از اجتناب مالیاتی: مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی شهر و استان تهران» انجام دادند. در مطالعه از روش مدلسازی ساختاری- تفسیری استفاده شد و تحلیل داده‌های کیفی با روش تحلیل تم انجام شده است. براساس بار عاملی استاندارد، عوامل اقتصادی بر عوامل اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. عوامل اقتصادی بر روابط و تعاملات تأثیر مثبت و معناداری دارد. عوامل اجتماعی بر انگیزه‌های فردی تأثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین انگیزه‌های فردی بر عامل قانونی تأثیر مثبت دارد.

طاهری بروجنی و حسینی (۱۳۹۹)، به پژوهشی با عنوان «بررسی چالش‌های فراروی اخذ مالیات بر تجارت الکترونیک» پرداختند و با انجام مصاحبه عمیق با نخبگان مالیاتی، فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک و استفاده از روش و شیوه دلفی به منظور جمع آوری آراء و همسو نمودن نظرات خبرگان این حوزه‌ها و حصول اجماع، اهم چالش‌های اخذ مالیات از تجارت الکترونیک در کشورمان در سه بعد: سیاست‌گذاری، قوانین و مقررات و فرآیندهای اجرایی و در ۲۰ مولفه احصاء گردید، سپس به منظور مشخص نمودن مهم‌ترین چالش‌ها و ارزیابی نتایج مراحل قبلی و با بهره‌گیری از تکنیک دلفی فازی که در این پژوهش از عدد فازی مثلثی استفاده شده است، پرسشنامه‌ای از چالش‌های به دست آمده تهیه و در اختیار خبرگان قرار گرفت و پس از سه بار ارزیابی، اولویت‌بندی چالش‌ها انجام شد. از میان چالش‌های ۲۰ گانه رتبه‌بندی شده «عدم وجود سامانه‌های شناسایی فعالیت‌های تجاری الکترونیک»، «عدم وجود ضرایب و نرخ‌گذاری مالیات اعمالی بر درآمد مشمول مالیات تجارت الکترونیک و پایه‌های جدید مالیاتی در تجارت الکترونیک» و «نبود قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به شناسایی، رسیدگی و تشخیص وصول مالیات بر درآمد کسب و کارها و مبادلات الکترونیک» با امتیاز ۹۷ اصل‌ترین چالش‌ها شناسایی شدند.

نبی‌زاده (۱۳۹۸)، به پژوهشی با عنوان «بررسی میزان تأثیر آموزش روش‌های الکترونیکی) روش‌های مجازی- مالیات الکترونیک- تجارت الکترونیک) بر مودیان در پیشبرد اهداف سازمان امور مالیاتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی جنوب استان تهران)» پرداختند. روش این پژوهش از نوع تحقیق آزمایشی می‌باشد و براساس ماهیت و روش گردآوری داده‌ها، یک پژوهش توصیفی-پیمایشی است. نتایج این مطالعه نشان داد استفاده از روش‌های الکترونیکی

در پیشبرد فرآیندهای مالیاتی، سبب کاهش چشمگیر هزینه‌ها و افزایش بازدهی و ارتقاء کیفیت و حداقل رساندن مخاطرات است.

غیرتمند و ملاحسینی (۱۳۹۷)، در پژوهش خود به «بررسی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر شکوفایی تجارت الکترونیکی» پرداخته‌اند. بدین منظور با در نظر گرفتن شرکت مهاجرتی ویستا به عنوان جامعه پژوهش، به بررسی اهمیت و عوامل موفقیت تجارت الکترونیکی پرداخته شده است. بدین منظور با استخراج ۶ معیار اصلی و ۲۲ زیرمعیار و طراحی پرسشنامه مقیاسات زوجی به بررسی این عوامل پرداخته شده است. سپس با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده است. در این مطالعه شرکت جهانگردی ویستا را به عنوان مطالعه موردی در نظر گرفته شده است. متغیرهای اصلی ارزیابی استراتژی الکترونیکی، ارزیابی آموزشی، ارزیابی زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، ارزیابی عوامل فرهنگی و اجتماعی، ارزیابی سیستم اطلاعاتی، ارزیابی سیاست‌های دولتی بوده‌اند. با توجه به نتایج پژوهش، مولفه استراتژی الکترونیکی از اولویت بیشتری برخوردار می‌باشد.

پیشینه خارجی

یانگ (۲۰۲۳)، در پژوهشی با عنوان «استراتژی‌های انتخاب حالت فروش سرمایه‌گذاری سبز و تجارت الکترونیک با تنظیم سقف و تجارت» به طور نظری استراتژی سرمایه‌گذاری سبز شرکت تجارت الکترونیک و تعامل بین این استراتژی و استراتژی انتخاب حالت فروش تجارت الکترونیکی اعضای زنجیره تأمین را از منظر حدکثرسازی سود را بررسی کرده است. نتایج نشان می‌دهد که مشارکت شرکت تجارت الکترونیک در سرمایه‌گذاری برای سود کلی زنجیره تأمین مفیدتر و سازگارتر با محیط زیست است. همچنین نتایج نشان می‌دهد در حالت فروش خودگردان، مشارکت شرکت تجارت الکترونیک در سرمایه‌گذاری سبز هم برای سود و هم برای محیط‌زیست مفیدتر است [در حالی که رفتار سرمایه‌گذاری شرکت تجارت الکترونیک همیشه برای تولیدکننده مفید نیست.

جعفرسیدیک (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان «آیا مالیات نقش مهمی در بین مشاغل تجارت الکترونیک در مالزی دارد؟» انجام داد. هدف اصلی این پژوهش این است که آیا مشاغلی که در زمینه تجارت الکترونیک در مالزی فعالیت دارند قصد انجام برنامه‌ریزی مالیاتی را دارند یا

1. yang

2. Jaafar Sidik

خیر؟ در این راستا مصاحبه‌هایی با مدیران کسب و کار تجارت الکترونیک انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که مسائل مالیاتی انگیزه اصلی شرکت‌ها برای انجام تجارت الکترونیکی نیست. این نشان می‌دهد که عوامل دیگری برای کسب و کارهای تجارت الکترونیک مهم‌تر است که در مرحله برنامه‌ریزی خود در نظر بگیرند. همچنین اکثر مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که سرویس‌های آنها یا در مالزی یا در بریتانیا قرار دارد. در نتیجه هیچ موضوعی از احتمال فرار مالیاتی توسط شرکت‌های فعال در تجارت الکترونیک وجود ندارد.

جان بیلو^۱ (۲۰۲۱)، به پژوهش با عنوان "ارزیابی حقوقی مالیات تجارت الکترونیک در نیجریه" پرداختند. در این مطالعه روش جمع‌آوری داده‌ها با رویکرد تحلیلی در بررسی قوانین مالیاتی، قوانین موردی، نظرات حقوقی کارشناسان در کتب درسی و مقالات مرتبط با موضوع معاملات الکترونیکی اتخاذ شده است. این کار نشان داد که قوانین مالیاتی موجود به طور کلی برای هر نوع تراکنش، چه در داخل و چه در خارج، پیش‌بینی شده‌اند، در نتیجه نیجریه را به یکی از کشورهای تبدیلی می‌کند که مالیات را بر اساس اقتصاد دیجیتال نیز در نظر می‌گیرد. مقامات مالیاتی به سمت مهار بازده مالیاتی از تجارت الکترونیک گام برداشته‌اند. با این حال، به منظور ردیابی سریع این مکانیسم‌های در حال استفاده، اصلاحاتی باید در قوانین مالیاتی موجود ایجاد شود تا مسائلی را که سیستم مالیاتی را برای شفاف‌سازی مفاد برای مودیان و مدیران مالیاتی و چالش‌های نفوذ به هوش مصنوعی آزار می‌دهد، اصلاح شود.

پانل و اوکبارا^۲ (۲۰۲۱)، تحقیقی با عنوان «سیاست مالیاتی نیجریه در مورد تجارت الکترونیک در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه‌ای در مورد بخش غیررسمی الکترونیکی» انجام داد. هدف از پژوهش خود را بررسی تأثیر پذیرش مالیات الکترونیکی بر درآمدزایی در نیجریه بر شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی فعال در حوزه اینترنت نیجریه عنوان کردند. داده‌های اولیه از طریق پرسشنامه‌های ساختاریافته با روش‌های پنج لیکرت جمع‌آوری شد که بین FIRS، بانک‌ها و مؤسسه‌های عالی توزیع شد. داده‌های ثانویه برای مطالعه و استفاده از درآمد داخلی فدرال جمع‌آوری شد. این مطالعه نشان داد که یک عنصر تغییر در مقررات استاندارد در بین مقامات مالیاتی برای حدود ۵/۲۲۱، راه را برای مزایای تولید درآمد در شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی فعال در حوزه اینترنت نیجریه فراهم می‌کند، که توضیح می‌دهد که مقررات استاندارد در بین مقامات مالیاتی با چالش‌هایی در زمینه روش‌های کار مواجه است. همچنین آنها می‌توانند با اجرای

1. John Bielu
2. Panle & Okpara

سیاست‌های هماهنگ با شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی در نیجریه کارهای بیشتری انجام دهند. این مطالعه نتیجه‌گیری می‌کند که چالش عمده تجارت الکترونیک کشور در ارتباط با سیستم مالیاتی آن این است که قوانین حاکم بر مالیات‌های مستقیم در حال حاضر ناکافی و قدیمی هستند. آنها بر مفهوم استقرار دائمی که در معاهدات مالیات مضاعف تعریف شده است، پیشنهاد می‌کنند و توصیه می‌کنند که باید تلاش‌هایی برای ایجاد یک نهاد واسطه‌گری مالیاتی صورت گیرد. این نهاد باید برای دنیای دیجیتال مرتبط باشد و از ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی به عنوان یک مرجع مسئول برای جمع‌آوری، محاسبه و پرداخت مالیات الکترونیکی استفاده کند.

ارگلیس-بوچ و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، مطالعه‌ای با عنوان "تجارت الکترونیک و اجتناب از مالیات کار" انجام دادند. آنها اثرات نامطلوب تجارت الکترونیک را بر اجتناب از مالیات کار و به‌طور دقیق‌تر از دست دادن سهم تأمین اجتماعی با استفاده از نمونه‌ای از تجارت الکترونیک فرانسه و شرکت‌های خرده‌فروشی سنتی بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که اجتناب از مالیات کار در تجارت الکترونیکی به‌طور قابل توجهی بیشتر از شرکت‌های خرده‌فروشی سنتی است.

آچامپونگ^۲ (۲۰۲۱)، به پژوهشی با عنوان «مالیات بر تجارت الکترونیک در میان همه‌گیری کووید-۱۹ و فراتر از آن» پرداخت. او خود ادبیات نادری را در مورد تجارت الکترونیکی و مسائل مهم کووید-۱۹ ارائه می‌کند. همچنین وی به بررسی مالیات تجارت الکترونیک می‌پردازد و از تقسیم درآمد فرمول‌بندی، توسعه نرم‌افزارهای مالیاتی و صورت‌حساب الکترونیکی فرامرزی به عنوان اقدامات مناسب برای بهبود تجارت الکترونیک حمایت می‌کند.

پرسش پژوهش

بررسی پیشینه‌ی موضوع این پژوهش نشان می‌دهد هیچ‌کدام از مطالعات موجود به بررسی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه‌گذاری در تجارت نپرداخته‌اند، لذا با توجه به مطالب مطرح شده در مبانی نظری این مطالعه در پی پاسخ به این پرسش است که:

- آیا می‌توان مدلی به‌منظور شناسایی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه‌گذاری در تجارت الکترونیکی ایران ارائه داد یا خیر؟

1. Argilés-Bosch & et al

2. Acheampong

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش به سه دسته اصلی تقسیم می‌شود. ابتدا در بخش کیفی، از دیدگاه ۶۶ نفر که ۲۵ نفر آن اعضای شورای عالی مالیاتی کشور، ۳۱ نفر مدیران اداره کل امور مالیاتی استان‌ها و ۱۰ نفر آن معاونین و مدیران ستادی مرکزی سازمان امور مالیاتی کل کشور استفاده شده است.

روش پژوهش^۱

از میان ۶۶ پرسشنامه توزیع شده، ۶ پرسشنامه ناقص و ۸ پرسشنامه برگشت نخورده است، لذا برای انجام پژوهش ۵۲ پرسشنامه تکمیل شده در اختیار محقق قرار دارد. جهت برازش مدل ابتدا با توجه به اینکه متغیر مالیاتی ستانی به صورت شرطی می‌باشد ابتدا از روش رگرسیون لاجیت به بررسی عوامل موثر در شناسایی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه‌گذاری در تجارت الکترونیکی پرداخته می‌شود و همچنین جهت اولویت‌بندی عوامل موثر بر مالیات ستانی از روش آنالیز مولفه‌های اصلی شاخص ترکیبی استفاده شده و در نهایت به وسیله معادلات ساختاری به بررسی تاثیر هر کدام از مولفه بر میزان مالیات ناشی از سرمایه‌گذاری تجارت الکترونیکی پرداخته شد.

روش پژوهش^۲

از میان ۶۶ پرسشنامه توزیع شده، ۶ پرسشنامه ناقص و ۸ پرسشنامه برگشت نخورده است، لذا برای انجام پژوهش ۵۲ پرسشنامه تکمیل شده در اختیار محقق قرار دارد. جهت برازش مدل ابتدا با توجه به اینکه متغیر مالیاتی ستانی به صورت شرطی می‌باشد ابتدا از روش رگرسیون لاجیت به بررسی عوامل موثر در شناسایی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه‌گذاری در تجارت الکترونیکی پرداخته می‌شود و همچنین جهت اولویت‌بندی عوامل موثر بر مالیات ستانی از روش آنالیز مولفه‌های اصلی شاخص ترکیبی استفاده شده و در نهایت به وسیله معادلات ساختاری به بررسی تاثیر هر کدام از مولفه بر میزان مالیات ناشی از سرمایه‌گذاری تجارت الکترونیکی پرداخته شد.

1. method

2. method

معرفی مدل

فرم تبعی مدل بر اساس مطالعات تجربی و همچنین انتظارات عقلایی خبرگان مالیاتی بصورت زیر تصریح شده استفاده می‌شود:

$$pr_{ec} = \gamma_1 + \gamma_2 Technical\ and\ infrastructure_t + \gamma_3 Structural_t + \gamma_4 Cultural_t + \gamma_5 requirements_t + \gamma_6 Economic_t + \gamma_7 social_t + \gamma_8 Political_t + \varepsilon_t \quad \text{رابطه (۱)}$$

در رابطه (۱)، در سمت چپ معادله مالیات ستانی حاصل از تجارت الکترونیک نشان دهنده متغیر وابسته می‌باشد و همچنین متغیرهای مستقل شامل مولفه‌های فنی و زیرساختی، ساختاری، فرهنگی، الزامات، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و مالیات ستانی به صورت شرطی و ۱ تعریف شده است. ابتدا و پیش از تخمین مدل می‌بایست روایی و پایایی متغیرها مورد بررسی قرار گیرد. لذا، به منظور تعیین ضریب اعتبار و پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید و در مرحله اول با توزیع ۲۲ پرسشنامه رقم آن ۰/۸۹۳ سپس تمام پرسشنامه‌ها مورد آزمون قرار گرفت که رقم آن ۰/۹۵۸ بدست آمد که این ارقام بیانگر مطلوب بودن ضرایب اعتبار پرسشنامه است. از این رو بیان می‌شود که پرسشنامه دارای ضرایب اعتبار مناسبی است و تمام سؤالات پرسشنامه دارای تجانس درونی هستند.

از آنجایی که در بحث اخذ مالیات از تجارت الکترونیک و انجام معاملات الکترونیک نیازمند زیرساخت‌های الکترونیکی برای درگاه‌های مالیاتی دولت می‌باشیم لذا مولفه‌های فنی و زیر ساختی اطلاعاتی و فناوری مورد نیاز می‌باشد از این رو این مولفه‌ها با توجه به شرایط موجود در مقاله طراحی و در پرسشنامه برای پاسخ دهندگان ارائه شده است. همچنین مولفه‌ها ساختاری طراحی شده در این پژوهش به منظور سنجش شرایط مالیاتی به ویژه شرایط مالیاتی در تجارت الکترونیک در کشور ارائه شده است.

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ

متغیرهای پژوهش	آلفای کرونباخ کل	آلفای کرونباخ جز	آماره آزمون دیکی فولر
مؤلفه‌های فنی و زیرساختی	۰/۹۳	۰/۴۵	۸/۰۳۷-
مؤلفه‌های ساختاری	۰/۸۲	۰/۳۷	۷/۲۹-
مؤلفه‌های فرهنگی	۰/۸۳	۰/۴۸	۷/۴۳-
مؤلفه‌های الزامات	۰/۷۸	۰/۴۳	۷/۰۳-
مؤلفه‌های اقتصادی	۰/۸۶	۰/۵۶	۷/۲۴-
مؤلفه‌های اجتماعی	۰/۹۳	۰/۶۴	۷/۷۳-
مؤلفه‌های سیاسی	۰/۹۱	۰/۷۴	۱۰/۲۰-
کل پرسشنامه	۰/۹۵۸	۰/۸۹۳	۷/۵۳-

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه کار و پس از تایید روایی و پایایی پرسشنامه می‌بایست مدل برازش شود. نتایج تخمین مدل به روش لاجیت در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. نتایج برازش مدل رگرسیونی

اثرات نهایی	متغیر پاسخ = تمایل به پرداخت				متغیرهای مستقل
	احتمال	ضرب	آماره t	ضرایب رگرسیونی	
ثابت معادله تعدیل شده (α)	۰/۰۰۱۹	۳/۱	۴/۸	۱۵/۱۷	****
مؤلفه‌های اجتماعی	۰/۰۱۸۷	۲/۳۵	۵/۱۲	۱۲/۵۹	۰/۰۹۱
مؤلفه‌های ساختاری	۰/۰۶۰۶	۱/۸۷	۳/۳۷	۶/۳۳	۰/۰۰۸
مؤلفه‌های فنی و زیرساختی	۰/۰۱۰۴	۲/۵۶	۲/۷۰	۶/۹۲	۰/۰۷۰
مؤلفه‌های سیاسی	۰/۰۲۲۹	۲/۲۷	۱/۴۸	۳/۳۷	۰/۰۵۲
مؤلفه‌های اقتصادی	۰/۰۲۸۷	۲/۱۸	۴/۲۲	۹/۲۳	۰/۰۳۳
الزامات	۰/۰۲۵۷	۲/۲۳	۱/۹۳	۴/۳۲	۰/۰۴۸
مؤلفه‌های فرهنگی	۰/۰۰۱۲	۲/۲۲	۴۸.	۱/۰۷	۰/۰۲۶

آماره آزمون LR: ۱۹/۶۰
ضرب تعیین مک فادن: ۰/۶۱
سطح معناداری: ۰/۰۰۰
آماره حداکثر راستنمایی: ۱۶/۲۷
درصد صحت پیش‌بینی: ۳۲/۰۵۴

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس ضرایب نهایی جدول فوق نتایج حاکی از آن است که تمامی مولفه‌های تعریف شده بر مالیات ستانی حاصل از تجارت الکترونیک می‌توانند بر میزان مالیات ستانی اثر مثبت و معناداری داشته و همچنین بر اساس سطح معناداری و ضریب تعیین مک فادن کلیت مدل تایید می‌شود. همچنین بر اساس ضرایب نتایج حاصل از آنالیز مولفه اصلی در جدول (۳) مولفه اجتماعی در اولویت اول و مولفه فرهنگی در الویت هفتم قرار دارد.

جدول ۳. ضرایب آنالیز مولفه اصلی جهت اولویت‌بندی

اولویت‌بندی	ضریب آنالیز	مولفه پژوهش	ردیف
اول	۴/۳۷	مولفه‌های اجتماعی	۱
دوم	۰/۹۰	مولفه‌های ساختاری	۲
سوم	۰/۵۱	مولفه‌های فنی و زیرساختی	۳
چهارم	۰/۳۶	مولفه‌های سیاسی	۴
پنجم	۰/۲۲	مولفه‌های اقتصادی	۵
ششم	۰/۱۵	الزامات	۶
هفتم	۰/۱۴	مولفه‌های فرهنگی	۷

منبع: یافته‌های پژوهش

برآورد مدل

به منظور تحلیل داده‌های پژوهش از روش‌های تحلیلی گوناگونی استفاده گردیده است. ابتدا برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد. پس از آن ضریب همبستگی پیرسون برای مشخص شدن وجود یا عدم وجود رابطه میان هریک متغیرهای پژوهش به کار گرفته شد و فن تحلیل مسیر و مدل اندازه‌گیری جهت بررسی فرضیات پژوهش استفاده شده است.

نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش

به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد. فرض صفر را به این صورت انتخاب می‌کنیم که داده‌ها نرمال باشند و از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف در سطح معنی‌داری ۵ درصد استفاده کرده که نتایج این تحلیل در جدول ۴ ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود برای کلیه متغیرهای پژوهش، سطح مقدار احتمال بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشد که فرض نرمال بودن داده‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۴. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای متغیرهای پژوهش

متغیر	شاخص‌های آماری	
	Z آماره کولموگروف اسمیرنوف	سطح معناداری
عوامل فنی و زیرساختی	۱/۲۲	۰/۰۹۷
عوامل ساختاری	۱/۵۱	۰/۲۰۰
عوامل فرهنگی	۰/۹۰۳	۰/۳۸۹
الزامات	۱/۱۷	۰/۱۲۷
عوامل اقتصادی	۱/۴۰	۰/۹۳۰
عوامل سیاسی	۰/۹۲۲	۰/۳۶۳
عوامل اجتماعی	۱/۶۶	۰/۰۸۰
مالیات‌ستانی	۰/۸۱۷	۰/۵۱۷
کسب و کارهای اینترنتی	۰/۹۳۳	۰/۳۶۴

آزمون فرضیه‌های پژوهش

تحلیل عاملی تاییدی مدل‌های اندازه‌گیری

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات لازم است از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش اطمینان حاصل کنیم. لذا در ادامه مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش به ترتیب آورده می‌شود. در این پژوهش تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از تحلیل مسیر، در مورد عامل‌های شناخته شده صورت گرفته است. این تحلیل توسط مدل معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار آماری لیزرل انجام شده است. در بررسی هر کدام از مدل‌ها سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه‌گیری مناسب است؟ که برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد. بدین صورت که مدلی مناسب است که دارای حالت‌های بهینه ذیل باشد آزمون χ^2 هر چه کمتر باشد بهتر است، زیرا این آزمون اختلاف بین داده و مدل را نشان می‌دهد. شاخص‌های GFI و NFI، AGFI، NNFI و CFI نیز از ۹۰٪ بایستی بیشتر باشد. آزمون RMSEA هر چه کمتر باشد بهتر است؛ زیرا این آزمون يك معیار برای میانگین اختلاف بین داده‌های مشاهده شده و داده‌های مدل

است. در این قسمت نتایج حاصل از اجرای مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای (عوامل فنی و زیر ساختی، عوامل ساختاری، عوامل فرهنگی، الزامات، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی، مالیات ستانی، کسب و کارهای اینترنتی) و تحلیل عاملی تاییدی با کمک نرم افزار آماری لیزرل ارائه می‌شود.

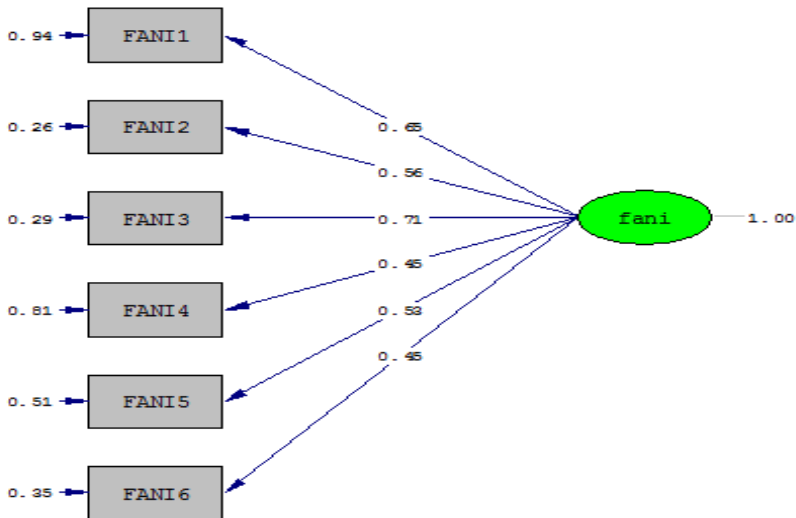
تحلیل عاملی تاییدی مدل اندازه‌گیری عوامل فنی و زیرساختی

نمودار زیر اولین مدل اندازه‌گیری بعد عوامل فنی و زیر ساختی را در حالت تخمین استاندارد به همراه شاخص‌های مناسب بودن آن نشان می‌دهد. نتایج تخمین حاکی از مناسب بودن مدل است. سایر شاخص‌های برازش مدل نیز به شرح ذیل است:

$$\begin{aligned}\text{Normed Fit Index (NFI)} &= 0.91 \\ \text{Non-Normed Fit Index (NNFI)} &= 0.90 \\ \text{Comparative Fit Index (CFI)} &= 0.94 \\ \text{Goodness of Fit Index (GFI)} &= 0.90 \\ \text{Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)} &= 0.91\end{aligned}$$

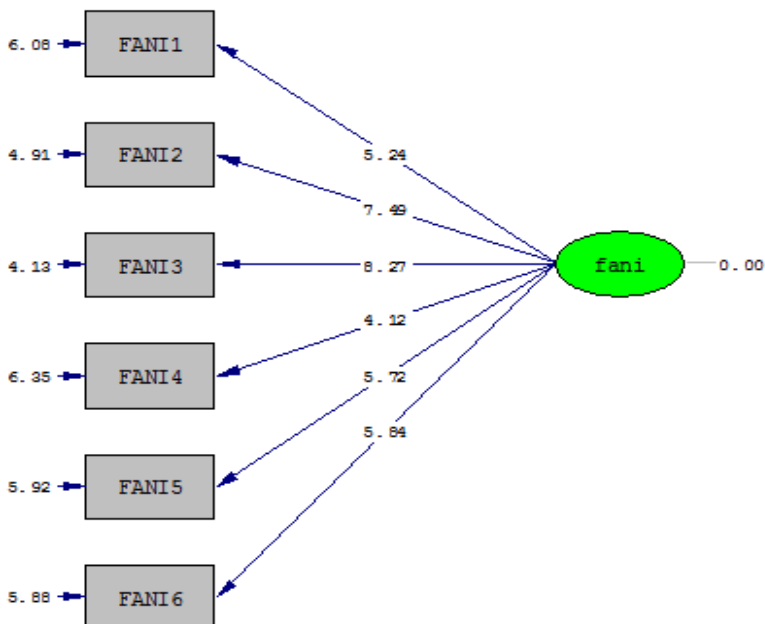
همان‌طور که مشاهده می‌شود شاخص‌های مدل حاکی از برازش نسبی مدل است. مقدار χ^2 میزان پایین و نسبتاً مناسبی است (چنانچه نسبت χ^2 به df کوچکتر از ۳ باشد، میزان χ^2 مقدار مناسب و پایینی است و مدل از تناسب نسبی برخوردار است. هر قدر که میزان χ^2 کمتر باشد و به عبارت دیگر نسبت χ^2 به df پایین‌تر باشد مدل از برازش بهتری برخوردار است و مناسب‌تر است. در این مدل این نسبت در حدود ۲/۹۴ می‌باشد. همچنین میزان RMSEA (برابر با ۰/۰۶۳) و شاخص‌های GFI (برابر با ۰/۹۰)، AGFI (برابر با ۰/۹۱)، NFI (برابر با ۰/۹۱)، NNFI (برابر با ۰/۹۰) و CFI (برابر با ۰/۹۴) نشان‌دهنده مناسب بودن مدل است. به عبارت دیگر مدل مفهومی پژوهش تا میزان زیادی منطبق بر داده‌های مشاهده شده است.

نمودار ۱- مدل اول اندازه گیری عوامل فنی و زیرساختی در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۲ قسمت معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری عوامل فنی و زیرساختی را نشان می دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شده اند. زیرا مقدار آزمون معناداری t آنها از عدد $1/96$ بزرگتر و از عدد $1/96$ - کوچکتر است.

نمودار ۲- اعداد معناداری ضرایب اولین مدل اندازه گیری عوامل فنی و زیر ساختی



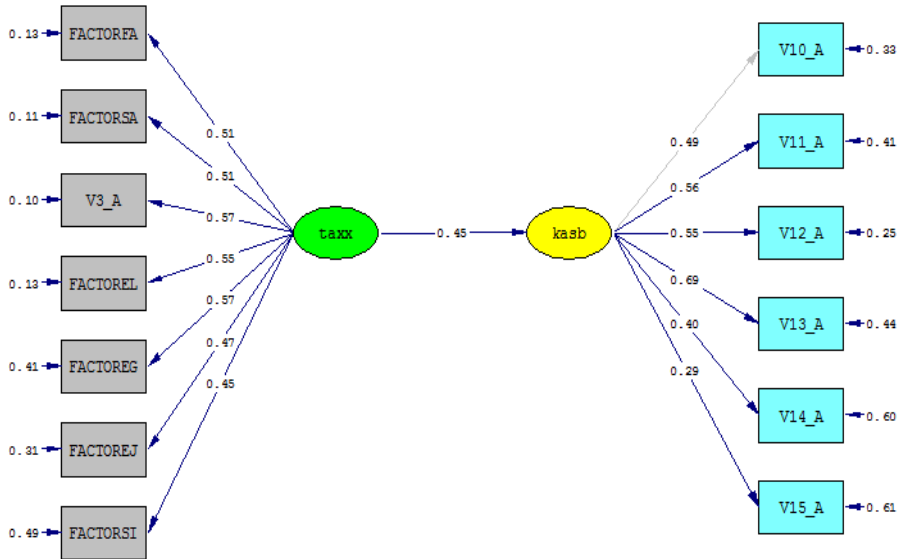
همچنین تحلیل عاملی تاییدی مدل اندازه گیری عوامل ساختاری و مدل اندازه گیری عوامل فرهنگی نشان دهنده مناسب بودن مدل است. به عبارت دیگر مدل مفهومی پژوهش تا میزان زیادی منطبق بر داده‌های مشاهده شده است. همچنین بر اساس پارامترهای نمودار برآوردی معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری عوامل ساختاری را نشان می‌دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شد اند.

همچنین تحلیل عاملی تاییدی مدل اندازه گیری الزامات در حالت تخمین استاندارد به همراه شاخص‌های مناسب بودن آن نشان دهنده از مناسب بودن مدل است. به عبارت دیگر مدل مفهومی پژوهش تا میزان زیادی منطبق بر داده‌های مشاهده شده است و ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری الزامات نشان می‌دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شده‌اند. زیرا مقدار آزمون معناداری χ^2 آنها از عدد ۱/۹۶ بزرگتر و از عدد ۱/۹۶- کوچکتر است.

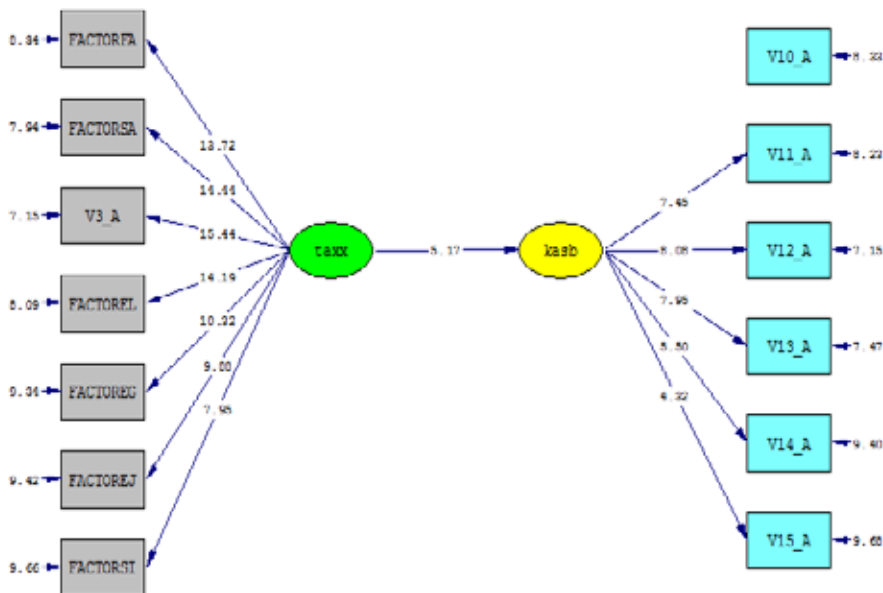
همچنین تحلیل عاملی تاییدی مدل اندازه گیری عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی مدل اندازه گیری شاخص‌های عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی را در حالت تخمین استاندارد به همراه شاخص‌های مناسب بودن آن نشان می‌دهد که مدل مفهومی پژوهش تا میزان زیادی منطبق بر داده‌های مشاهده شده است و قسمت معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری شاخص‌های عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی نشان می‌دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شد اند.

در اجرای مدل معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، نتایج نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش یافته است ($RMSEA = 0.000$ ؛ $df2\chi^2 = 0.000$). به عبارت دیگر، بر اساس نمودار ۳ داده‌های مشاهده شده تا میزان زیادی منطبق بر مدل مفهومی پژوهش است.

نمودار ۳. مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین استاندارد



نمودار ۴. اعداد معناداری ضرایب مدل ساختاری پژوهش



جدول ۵. تأثیر عوامل فنی و زیر ساختی، عوامل ساختاری، عوامل فرهنگی، الزامات، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی، مالیات ستانی، بر کسب و کارهای اینترنتی

مسیر مستقیم	B	T	نتیجه
عوامل فنی و زیر ساختی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۵۱	۱۲/۷۲	تایید
عوامل ساختاری - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۵۱	۱۴/۴۴	تایید
عوامل فرهنگی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۵۷	۱۵/۴۴	تایید
الزامات - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۵۵	۱۴/۱۹	تایید
عوامل اقتصادی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۵۷	۱۰/۳۲	تایید
عوامل اجتماعی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۴۷	۹/۸۸	تایید
عوامل سیاسی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۴۵	۷/۹۵	تایید
مالیات ستانی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۴۵	۵/۱۷	تایید

آن گونه که در نمودارهای ۴ و ۵ و جدول ۵ مشاهده می شود نتایج به دست آمده از نمودار تحلیل مسیر نشان می دهد که مقدار t در سطح معناداری آزمون برای مسیر عوامل فنی و زیر ساختی، عوامل ساختاری، عوامل فرهنگی، الزامات، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی بر مالیات ستانی، کسب و کارهای اینترنتی معنادار بوده یعنی از t جدول ۱/۹۶ بزرگتر است. پس می توان گفت: عوامل فنی و زیر ساختی، عوامل ساختاری، عوامل فرهنگی، الزامات، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی، مالیات ستانی، بر کسب و کارهای اینترنتی تأثیر دارد. در نتیجه با اطمینان ۰/۹۵ این فرضیه تایید و نقیض ادعا رد می گردد.

بر اساس نتایج حاصل از معادلات ساختاری جهت بررسی فروض فرعی نتایج حاکی از آن است که مولفه فنی و زیر ساختی با ضریب مسیر ۰/۵۱ دارای اثر مثبت بر شناسایی درآمد مشمول حاصل از تجارت الکترونیک دارد و تأثیر مثبت به این دلیل که یک زیرساخت خوب می تواند تراکنش های تجاری را در یک اقتصاد ترویج و افزایش دهد. به عنوان مثال، در دسترس بودن منابع، شبکه جاده ای خوب و سیستم ارتباطی کارآمد می توانند سهولت انجام تجارت را افزایش دهد و تولید کالا و خدمات را تقویت کند که در نهایت واحدهای تولیدی و تقاضا کنندگان کالا و خدمات توسط دولت شناسایی می شوند و بر درآمدهای آنها مالیات برقرار می

شود. ۱. بر اساس نتایج حاصله مولفه ساختاری و ضریب مسیر ۰/۵۱ نشان دهنده دارای اثر مثبت بر شناسایی درآمد مشمول حاصل از تجارت الکترونیک دارد و تاثیر مثبت به این دلیل که تحول ساختاری با سطح بالاتر درآمد سرانه و توسعه نهادی بیشتر همراه است که منجر به بهبود در شناسایی و جمع آوری درآمدهای مالیاتی می شود.^۱

ضریب مسیر مولفه‌های فرهنگی برابر با ۰/۵۷ بوده که نماینگر اثر مثبت این مولفه بر شناسایی درآمد مشمول ناشی از تجارت الکترونیک خواهد بود این اثر مثبت ناشی از تلاش برای ایجاد فرهنگ مالیاتی پیشرو و قوی در کشور می تواند تاثیر بسزایی در کاهش هزینه‌ها، افزایش درآمدهای دولت و ایجاد کنترل‌های موثر که موجب افزایش عدالت و رفاه اجتماعی می شود، داشته باشد. فرهنگ مشترک قابلیت پیش بینی و تکامل منظم نهادهای متناظر را ایجاد می کند، زیرا ارزش‌های مشترک به عنوان فیلتر و «استحکام قوانین درونی در حال تکامل جامعه» عمل می کنند. بنابراین، انتقال فرهنگ ممکن است مشکل همکاری را با ایجاد مکانیسمی مشابه سازگاری برای حفظ رفتار مشترک و در نتیجه همکاری حل کند. از سوی دیگر، مجموعه‌های انتخاب را نیز محدود می کند. این تاثیر محدودکننده فرهنگ بر مجموعه‌های احتمالات فردی به این معنی است که ممکن است بر روحیه مالیاتی نیز تاثیر بگذارد و شناسایی درآمد مشمول مودیان که به تجارت الکترونیکی فعالیت می کنند تسهیل گردد.^۲

ضریب مسیر الزامات برابر با ۰/۵۵ بوده که نماینگر اثر مثبت این مولفه بر شناسایی درآمد مشمول ناشی از تجارت الکترونیک خواهد بود چرا که پیچیده بودن الزامات، مقررات و قوانین در سطح جامعه منجر به افزایش حجم اقتصاد زیرزمینی می گردد؛ زیرا این مسئله علاوه بر اینکه آزادی و اختیار افراد برای حضور در اقتصاد رسمی را کاهش می دهد، امکان اجتناب از پرداخت مالیات را نیز برای آنها فراهم می نماید. در مقابل، ساده سازی قوانین، درک آن را برای مؤدیان بسیار آسان نموده و می تواند تاثیر بسزایی در کاهش فرار مالیاتی و در نتیجه افزایش اثربخشی و کارایی دستگاه مالیاتی در شناسایی درآمد مشمول را داشته باشد.^۳

ضریب مسیر مولفه‌های اقتصادی برابر با ۰/۵۷ بوده که نماینگر اثر مثبت این مولفه بر شناسایی درآمد مشمول ناشی از تجارت الکترونیک خواهد بود این اثر مثبت ناشی این است که در هر جامعه‌ای عوامل اقتصادی بر روند و اهداف آن جامعه تاثیرگذار است که باید مورد

1. Castañeda Rodríguez (2018)

2. Korostelkina et al (2020)

3. Richardeston (2006)

توجه سیاست‌گذاران و دولتمردان قرار گیرد. با افزایش بسیاری از عوامل همچون ضریب جینی، تعرفه‌ها، درآمدهای نفتی و... رفتار اقتصادی افراد جامعه و دولتمردان به سمتی حرکت می‌کند که یا بتوانند با به وجود آمدن شرایط نابسامان، رانتی به دست آورند یا به دلیل شرایط بد مالی از طریق فعالیت‌های کاذب درآمد کسب نمایند که با افزایش هرچه بیشتر فعالیت‌های کاذب فرار مالیاتی در جامعه گسترش می‌یابد و در مقابل بهبود شرایط اقتصادی فرار مالیاتی را کاهش می‌دهد. به عنوان مثال توسعه اقتصادی بالاتر نشان‌دهنده مقاومت کمتر شهروندان برای پرداخت مالیات است، به دلیل سودمندی حاشیه‌ای پول پایین‌تر و نسبت بیشتری از آنها که از سطح درآمد معاف فراتر می‌روند. علاوه بر این، نرخ بالای رشد اقتصادی و تولید ناخالص داخلی قابل توجه به ظرفیت دولت برای به شناسایی درآمد مشمول و جمع‌آوری مالیات کمک می‌کند و به پایه‌های مالیاتی بیشتر (مانند مصرف و درآمد) مرتبط است.^۱

ضریب مسیر مولفه‌های اجتماعی برابر با ۰/۴۷ بوده که نماینگر اثر مثبت این مولفه بر شناسایی درآمد مشمول ناشی از تجارت الکترونیک خواهد بود این اثر مثبت ناشی این است که یکی از فاکتورهایی که باعث روی آوردن به مشاغل کاذب و فرار مالیاتی می‌شود، عوامل اجتماعی درون آن جامعه است. هرچه در جوامع امنیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی بیشتر باشد، افراد به حکومت و دولت اعتماد بیشتری دارند و از قوانین و مقررات بیشتر پیروی می‌کنند مثل قوانین مالیات. زیرا مردم بر این باورند که پرداخت مالیات برای پیشرفت و توسعه جامعه خود به کار برده می‌شود. ولی هرچقدر فساد در جامعه افزایش یابد، اعتماد مردم بر دولت و سیاست‌گذاران کمتر می‌شود و پیروی از قوانین کاهش می‌یابد و افراد بیشتری به گریز از مالیات روی می‌آورند و شناسایی درآمد مشمول سخت‌تر می‌شود.^۲

ضریب مسیر مولفه‌های سیاسی برابر با ۰/۴۵ بوده که نماینگر اثر مثبت این مولفه بر شناسایی درآمد مشمول ناشی از تجارت الکترونیک خواهد بود این اثر مثبت ناشی این است که مشارکت سیاسی مستقیم مالیات دهندگان نیز برای تمایل به پرداخت مالیات اهمیت زیادی دارد، مشارکت سیاسی مستقیم منجر به فرار مالیاتی کمتر و انگیزه داخلی بالاتر برای پرداخت مالیات می‌شود. عدم خشونت، کارآیی دولت، کیفیت مقررات، حاکمیت قانون و مدیریت سطح فساد نیز تأثیر زیادی بر شناسایی درآمدهای مشمول، اخلاق مالیاتی و پرداخت مالیات دارند.^۳

1. Ehrhart (2012)

2. Benczúr et al (2018)

3. Frey and Torgler (2006)

شاخص‌های برازندگی مدل

برای ارزیابی مدل‌ها در معادلات ساختاری چندین شاخص برازندگی وجود دارد که موارد استفاده شده در این پژوهش عبارتند از: ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب، شاخص نیکویی برازش، شاخص نیکویی برازش تعدیل شده. نتایج شاخص‌های فوق در جدول ۶ آمده است. شاخص ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب برای مدل‌های خوب برابر ۰/۰۵ یا کمتر است. مدل‌هایی که این شاخص برای آنها ۰/۱ یا بیشتر باشد برازش ضعیفی دارند. برای این شاخص می‌توان فاصله اعتماد محاسبه نمود. ایده آل آن است که حد پایین فاصله اعتماد خیلی نزدیک به صفر باشد و حد بالایی آن خیلی بزرگ نباشد. همانطور که مشاهده می‌شود RMSEA در این مدل ۰/۰۰۰ است که می‌توان گفت در وضعیت مناسبی قرار دارد. هرچه GFI و AGF به یک نزدیک‌تر باشند مدل با داده‌ها برازش بهتری دارد. در این مدل دو شاخص به ترتیب برابر ۰/۹۰ و ۰/۹۴ هستند که نشان‌دهنده برازش خوب مدل است.

جدول ۶. شاخص‌های نیکویی برازندگی مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه‌گیری
χ^2/df	حدود ۲	۰/۰۰۰	برازش مدل مناسب است
P_Value	بیشتر از ۰/۰۵	۰۰/۱	برازش مدل مناسب است
GFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰	برازش مدل مناسب است
AGFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴	برازش مدل مناسب است
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰۰۰/۰	برازش مدل مناسب است
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰	برازش مدل مناسب است
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۶	برازش مدل مناسب است

نتایج آزمون همبستگی پیرسون

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون بین عوامل فنی و زیرساختی، عوامل ساختاری، عوامل فرهنگی، الزامات، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی، مالیات ستانی، کسب و کارهای اینترنتی در جدول ۷، از خروجی نرم افزار آماری SPSS، ارائه گردیده است. به منظور آزمون فرضیه‌های بالا از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرده و فرض صفر آزمون

را به صورت عدم وجود رابطه خطی معنادار بین متغیرهای فوق در نظر می‌گیریم (P ضریب همبستگی جامعه است) که به صورت زیر نمایش داده‌ایم. با انجام آزمون در سطح ۰/۰۵. نتایج به شکل زیر محاسبه شده‌اند.

جدول ۷- آزمون ضریب همبستگی پیرسون

مولفه	ضریب همبستگی پیرسون	مقدار احتمال	تعداد نمونه
عوامل فنی و زیر ساختی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۷۵۳	۰/۰۰۰	۵۲
عوامل ساختاری - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۴۱۸	۰/۰۰۰	۵۲
عوامل فرهنگی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۴۶۴	۰/۰۰۰	۵۲
الزامات - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۴۸۰	۰/۰۰۰	۵۲
عوامل اقتصادی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۵۷۹	۰/۰۰۰	۵۲
عوامل اجتماعی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۵۰۹	۰/۰۰۰	۵۲
عوامل سیاسی - کسب و کارهای اینترنتی	۰/۹۹۵	۰/۰۰۰	۵۲

با توجه به جدول (۸) مشاهده می‌شود که مقدار ضریب همبستگی نمونه برای عوامل فنی و زیر ساختی ۰/۷۵۳، عوامل ساختاری ۰/۴۱۸، عوامل فرهنگی ۰/۴۶۴، الزامات ۰/۴۸۰، عوامل اقتصادی ۰/۵۷۹، عوامل اجتماعی ۰/۵۰۹، عوامل سیاسی ۰/۹۹۵، با کسب و کارهای اینترنتی و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ شده است که این مقدار کمتر از سطح معناداری آزمون (۰/۰۵) می‌باشد، بنابراین فرض صفر آزمون را رد کرده و نتیجه می‌گیریم که آزمون معنادار بوده و رابطه خطی معناداری بین متغیرهای ذکر شده با کسب و کارهای اینترنتی ذکر شده وجود دارد. همچنین مشاهده می‌کنیم که مقدار ضریب همبستگی نمونه مثبت شده است که این نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیرهای مذکور می‌باشد. به منظور آزمون فرضیه‌های بالا از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرده و فرض صفر آزمون را به صورت عدم وجود رابطه خطی معنادار بین متغیرهای فوق در نظر می‌گیریم (P ضریب همبستگی جامعه است) که به صورت

زیر نمایش داده شده است. با انجام آزمون در سطح ۰/۰۵، نتایج به شکل زیر محاسبه شده‌اند.

$$\begin{cases} H_0 : \rho=0 \\ H_1 : \rho \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۸. آزمون ضریب همبستگی پیرسون

ضریب همبستگی پیرسون	مقدار احتمال	تعداد نمونه
عوامل فنی و زیر ساختی - مالیات ستانی	۰/۶۱۱	۹۰
عوامل ساختاری - مالیات ستانی	۰/۶۹۴	۹۰
عوامل فرهنگی - مالیات ستانی	۰/۶۶۹	۹۰
الزامات - مالیات ستانی	۰/۷۱۹	۹۰
عوامل اقتصادی - مالیات ستانی	۰/۶۲۷	۹۰
عوامل اجتماعی - مالیات ستانی	۰/۹۶۶	۹۰
عوامل سیاسی - مالیات ستانی	۰/۶۰۷	۹۰

با توجه به جدول (۸) مشاهده می‌شود که مقدار ضریب همبستگی نمونه برای عوامل فنی و زیر ساختی ۰/۶۱۱، عوامل ساختاری ۰/۶۹۴، عوامل فرهنگی ۰/۶۶۹، الزامات ۰/۷۱۹، عوامل اقتصادی ۰/۶۲۷، عوامل اجتماعی ۰/۹۶۶، عوامل سیاسی ۰/۶۰۷، با کسب و کارهای اینترنتی و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ شده است که این مقدار کمتر از سطح معناداری آزمون (۰/۰۵) می‌باشد، بنابراین فرض صفر آزمون را رد کرده و نتیجه می‌گیریم که آزمون معنادار بوده و رابطه خطی معناداری بین متغیرهای ذکر شده با مالیات ستانی ذکر شده وجود دارد. همچنین مشاهده می‌شود که مقدار ضریب همبستگی نمونه مثبت شده است که این نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیرهای مذکور می‌باشد.

نتایج آزمون فریدمن

با استفاده از آزمون فریدمن بر اساس جدول (۹) به دسته بندی محتوایی عوامل موثر در شناسایی درآمدهای مشمول مالیات حاصل از سرمایه گذاری در تجارت الکترونیکی پرداخته می‌شود.

جدول ۹. آزمون فریدمن

سطح معناداری	آماره فریدمن	شاخص‌های آماری
		متغیر
۰/۰۰	۳/۷	عوامل فنی و زیر ساختی
۰/۰۰	۲/۸۸	عوامل ساختاری
۰/۰۰	۴/۰۱	عوامل فرهنگی
۰/۰۰	۴/۲۹	الزامات
۰/۰۰	۵/۳۹	عوامل اقتصادی
۰/۰۰	۴/۸۶	عوامل سیاسی
۰/۰۰	۳/۴۹	عوامل اجتماعی
۰/۰۰	۱۰۴/۵۱	آماره خی دو

نتایج دسته‌بندی ناشی از ترتیب عامل اقتصادی، عوامل سیاسی، الزامات، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی، عوامل فنی و عوامل ساختاری خواهد بود.

نتیجه‌گیری

تجارت الکترونیکی، تجارت یا تسهیل تجارت محصولات یا خدمات با استفاده از شبکه‌های کامپیوتری مانند اینترنت یا شبکه‌های اجتماعی آنلاین است. در سال‌های اخیر معمولاً به دلیل تصمیمات استراتژیک تجاری و مزایای درک شده آن نسبت به تجارت سنتی از نظر عواملی مانند کارایی اقتصادی و اطلاعاتی، هماهنگی و تأثیر بازار، به طور چشمگیری افزایش یافته است. در این پژوهش به الویت‌بندی و بررسی تأثیر مولفه‌های موثر بر مالیات ستانی بر مشاغل ناشی از تجارت الکترونیک در ایران پرداخته شد و با توجه به نتایج پیشنهاد می‌شود دولت با استفاده مؤثر از درآمدهای مالیاتی در تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز و با کیفیت برای شهروندان، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی مالی را بپذیرد. این امر در افزایش انطباق داوطلبانه شهروندان با قوانین مالیاتی بسیار موثر است و درآمد مالیاتی دولت را بهبود می‌بخشد، توسعه زیرساخت‌ها را ارتقا می‌دهد و رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد. همچنین، توسعه زیرساخت می‌تواند فعالیت‌های تجاری را تحریک کرده و اشتغال ایجاد کند. علاوه بر این، شرکت‌های

کوچک و متوسط می‌توانند فروشگاه‌های جدیدی را باز کنند و فروش را افزایش دهند. اگر بتوان تایید کرد که افزایش درآمد مالیاتی ناشی از اثرات سرریز زیرساخت‌ها است، ممکن است بتوان افزایش درآمد مالیاتی را به سرمایه‌گذاران خصوصی و بخش دولتی بازگرداند. با انجام این کار، نرخ بازدهی سرمایه‌گذاران خصوصی افزایش می‌یابد و در نتیجه امکان جذب سرمایه‌های خصوصی به پروژه‌های زیربنایی مختلف فراهم می‌شود که ادامه این چرخه سبب افزایش مالیات ستانی می‌شود. به عبارتی، افزایش درآمدهای مالیاتی ناشی از اثرات سرریز توسعه زیرساخت‌ها، مانند افزایش درآمد حاصل از مالیات شرکت‌ها، درآمد، فروش و دارایی‌ها، نرخ بازدهی را بیش از آنچه که می‌توان از هزینه‌های کاربر به دست آورد، افزایش می‌دهد. سرمایه‌گذاران بلندمدت مانند صندوق‌های بازنشستگی و شرکت‌های بیمه در کشورهای آسیایی در حال رشد هستند. پروژه‌های سرمایه‌گذاری زیرساختی نیازمند سرمایه‌گذاران بلندمدت و صبورانه هستند. اگر نرخ بازده زیرساخت‌ها با تزریق درآمدهای مالیاتی سرریز تولید شده در مناطق اطراف سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی افزایش یابد، سرمایه‌های خصوصی بلندمدت بیشتری برای سرمایه‌گذاری زیرساخت‌ها در انتظار خواهند بود. مشوق‌هایی برای بهبود زیرساخت‌ها ایجاد خواهد شد که باعث افزایش فعالیت‌های اقتصادی منطقه می‌شود. اثرات سرریز بیشتر نرخ بازده را برای سرمایه‌گذاران خصوصی افزایش می‌دهد. هر چه نرخ بازده مورد انتظار بالاتر باشد، سرمایه‌های خصوصی بیشتری جذب می‌شود.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

سپاسگزاری

در پایان نویسندگان محترم لازم می‌دانند که از داوران بزرگوار و اعضای نشریه برای نظرات سازنده با هدف بهبود و رونق بخشیدن به ارزش علمی پژوهش قدردانی کنند

ORCID

Fardin Safarian 	https://orcid.org/0009-0004-1126-3356
Hossein Karbasi Yazdi 	https://orcid.org/0009-0008-5935-044x
Majid Zanjedar 	https://orcid.org/0000-0002-0190-2837
Ali Lal Bar 	https://orcid.org/0000-0002-8997-3575

منابع

۱. رضایی نژاد، فرشاد، صالحی، مهدی، همت فر، محمود و جنانی، محمدحسن (۱۴۰۰). ارائه مدل مفهومی ظرفیت مالیات بر تجارت الکترونیک و مالیات فروش های اینترنتی در شناسایی، اندازه گیری و جلوگیری از اجتناب مالیاتی: مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی شهر و استان تهران. پژوهشنامه مالیات (۹۸)، ۸۷-۱۱۳.
۲. شکاری، محمدمهدی؛ برزگری خانقاه، جمال. (۱۳۹۵). شناسایی و رتبه بندی موانع وصول مالیات بر تجارت الکترونیک. وزارت علوم، پژوهشات، و فناوری - دانشگاه یزد - دانشکده مدیریت و حسابداری - ۱۳۹۵
۳. طاهری بروجنی، ر.، و حسینی، ر. (۱۳۹۹). بررسی چالش های فراروی اخذ مالیات بر تجارت الکترونیک. پژوهشنامه مالیات، ۲۸ (۴۶) (۹۴ مسلسل)، ۱۲۹-۱۵۴. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=۵۶۹۸۹۷>
۴. طیب نیا، ع.، و سیاوشی، س. (۱۳۸۸). مالیات ستانی از تجارت الکترونیک در ایران. پژوهشنامه مالیات، دوره جدید - ۱۷ (۷) (مسلسل ۵۵)، ۹.
۵. عبدلی مریم، فلاح نژاد فرهاد، و قجر بیگی مهسا. ۱۴۰۰. "بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر اجتناب مالیاتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری ۵ (۱۷)، ۹۹-۱۱۸. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view.۹۱۵>
۶. غیرتمند، ستار؛ ملاحسینی، علی (۱۳۹۷). بررسی و رتبه بندی عوامل موثر بر شکوفایی تجارت الکترونیک. نشریه پارس مدیر « سال ۱۳۹۷ - شماره پارس مدیر دوره چهارم زمستان ۱۳۹۷ شماره ۱۳
۷. محمودزاده و حسن زاده (۱۳۸۵). مالیات بر تجارت الکترونیک: مقدمه ای بر تدوین قانون مالیات بر تجارت الکترونیک در ایران. فصلنامه پژوهش ها و سیاست های اقتصادی (۳۷، ۳۸)، ۸۵-۱۱۷.
۸. نبی زاده، زهرا (۱۳۹۸). بررسی میزان تأثیر آموزش روش های الکترونیک (روش های مجازی - مالیات الکترونیک - تجارت الکترونیک) بر مودیان در پیشبرد اهداف سازمان امور مالیاتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی جنوب استان تهران). فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال سوم (۱۱)، ص ۲۰-۲۸.

References

1. Acheampong. Emmanuel.(2021) E-commerce Taxation Amidst the Covid-19 Pandemic and Beyond. *International Journal of Business and Risk Management*. 2021; 4(1):9-18. doi: 10.12691/ijbrm-4-1-2
2. Agbo, E. I. and Nwadiolor, E. O. (2020). Increasing Tax-to-GDP ratios of sub - Sahara African Countries: Lessons from advanced economies. *International Journal of Research in Management Fields*, 4(1): 17-38.
3. Argilés-Bosch, j, m., ravenda, d., & Garcia-Blandón, j,. (2021). E-commerce and labour tax avoidance. *Critical perspectives on accounting*(81).
4. Arinze, C. U., Ebem, D. U., Eneh, A. and Ezugwu, O. A. (2018). E-Commerce and electronic taxation in Nigeria. The association of information professionals of Nigeria. *African Journals Online*, 15(1)
5. Ayeni, Oluwasegun David and Afolabi, Olarewaju Joseph.(2020). Tax Revenue, Infrastructural Development and Economic Growth In Nigeria. <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/99464/> MPRA Paper No. 99464, posted 20 May 2020 20:41 UTC
6. Benczúr et al(2018). Assessing the economic and social impact of tax and benefit reforms: A general-equilibrium microsimulation approach applied to Hungary. *Economic Modelling*. Volume 75, November 2018, Pages 441-457. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.06.016>
7. Castañeda Rodríguez, V. M. (2018). Tax determinants revisited. An unbalanced data panel analysis. *Journal of Applied Economics*, 21(1), 1–24.
8. Deloitte & Touche.: Doernberg, R. L., Hinnekens, L., Hellerstein, W. and Li, J. (2001). *Electronic Commerce and Multijurisdictional Taxation*. The Hague: Kluwer Law International.
9. Deloitte and Touche (1997). *Tax in the Network Economy*. London
10. Duke, J., Efiok, S., Kankpang, K. and Emenyi, E. (2013). Impediments of electronic commerce as a tax revenue facilitator in Nigeria. *International Business Research*, 6(6): 152-61.
11. Ehrhart, H. (2012). Assessing the relationship between democracy and domestic taxes in developing countries. *Economics Bulletin*, 32(1), 551–566.
12. Frey, B.S., & Torgler, B. (2006). TaxMoral and Conditional Cooperation. *Journal of Comparative Economics*, 35 (1), 136-159
13. Jaafar Sidik, Morni Hayati.(2021). Does Tax Plays an Important Role among E-commerce Businesses in Malaysia?. *Journal of Information Technology Management*, 2021, Vol.13, No.3
14. John Bielu, Kachidobelu.(2021). A legal appraisal of taxation of electronic commerce in Nigeria. *AFRICAN JOURNALS ONLINE (AJOL)*. Vol. 12 No. 2 (2021).
15. Korostelkina, Irina & Elena Dedkova, Natalia Varaksa and Mikhail Korostelkin. improving the tax culture and discipline of taxpayers in the

- interests of sustainable development. E3S Web Conf., 159 (2020) 06014. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015906014>
16. Opara, L. C. (2014). Tax challenges of E-commerce in Nigeria: The panacea for legal jurisprudence. *Global Journal of Policies and law Research*, 2(4): 1-5.
 17. Panle, R. A., & Okpara, A. J. (2021). The Nigerian Tax Policy on E-Commerce on Social Media: A Study of E-Informal Sector. *Open Journal of Business and Management*, 9, 2223-2239. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2021.95119>
 18. Richardeston(2006). Determinants of tax evasion: A cross-country investigation. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*. Volume 15, Issue 2, 2006, Pages 150-169. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2006.08.005>
 19. Rosenberg, G. (2008). Direct taxation of e-commerce transactions in Israel.
 20. Tanzi, V. (1998). The Impact of Economic Globalization on Taxation. *International Bureau of Fiscal Documentation Bulletin*, August/September, 338-43.
 21. Wheelen, T. L. and Hunger, J. D. (2012). Strategic management and business policy – Toward lobal sustainability (13th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. www.toppr.com (2020). Electronic Commerce <https://www.toppr.com/guides/businessenvironment/emerging-trends-in-business/electronic-commerce/> (Accessed April 17,2020).
 22. Yang,m(2023). Green investment and e-commerce sales mode selection strategies with cap-and-trade regulation. *Computers & industrial engineering* (177).
 23. Zulma ,Gandy Wahyu Maulana & Hizazi, Achmad (2020). The Relevance of E-Commerce Tax Application in Indonesia: Based on the Perspective of Taxation Expert. *Vol 3, No 2 (2020)*. <http://ejournal.winayamukti.ac.id/index.php/Organum/article/view/103>

استناد به این مقاله:



Name of Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial4.0 International License.

-- Scientific Journal, Tax Research --
Volume 32, Issue 64, Winter 2025, 233-268
taxjournal.ir
DOI: /



Iranian National Tax Administration

Article Title Presenting a model to identify taxable income from investment in Iran's e-commerce

Fardin Safarian 

Hossein Karbasi Yazdi 

Majid Zanjedar 

Ali Lal Bar 

Abstract

Original Research

Accepted:

Received:

e-ISSN: 2717-1817 p-ISSN: 2251-64-84

* Corresponding Author:

How to Cite: