-- Journal of Tax Research --
Volume 33, Issue 67, Autumn 2025, 7-33
taxjournal.ir
DOI:/10.61882/taxjournal.33.67.1

Iranian National Tax Administration

Challenges of Tax Collection of the Digital Economy in Iran[1]

Nafiseh Salehnia* Ph.D. in Economics, Tabriat Modares, Tehran, Iran.

Sajedeh Salehnia Master of Public Administration, Payam Noor University, Tehran, Iran.

Mohammadmahdi Nasr Harandi Director of Ethics Studies Department, Cyberspace Research Institute, Tehran, Iran.

Abstract

In recent years, digital technologies have developed rapidly, which have brought challenges to economic policies, especially in the field of tax policies. Considering the growth of the digital economy in the country and the high speed of its development, it seems necessary to pay attention to the revenues of this area as a new tax base. Therefore, the aim of the article is to identify the challenges of provincial taxation of the digital economy in Iran. The data was collected using interviews with 16 experts and analyzed by thematic analysis method. After analysis and coding, challenges were classified in 4 main areas: administrative and executive challenges (the challenge of identification, training and expertise, registration of digital economy activities, etc.), legal challenges (lack of specific laws for digital economy, weakness of existing laws, lack of coordination and contradiction in laws, etc.) policy challenges (sanctions, filtering, lack of international data access agreements, etc.) and socio-cultural challenges (lack of tax culture, lack of tax awareness among taxpayers, perception of tax injustice by taxpayers, etc.). Currently, it is necessary to accelerate the legislative process and pay attention to emerging issues in the light of the rapid development of the digital economy in the country.

1. This article is derived from a research project entitled "Identifying the Challenges and Methods of Taxation of the Digital Economy and Estimating Its Tax Capacity in Iran," supported by the Iranian National Tax Administration (INTA).

* Corresponding Author: N.salehnia@modares.ac.ir

How to Cite: Salehnia, N., Salehnia, S., & Nasr Harandi, M. M. (2025). Challenges of Taxation of the Digital Economy in Iran. *Journal of Tax Research, 33*(67), 7-33.

Original Research
Accepted: 21/04/2025
Received: 27/10/2024
e-ISSN: 2717-1817 p-ISSN: 2251-64-84

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]
[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

Introduction

In recent years, digital technologies have developed rapidly and transformed traditional business methods and created new jobs. These changes have faced economic policies with challenges. One of the areas that have faced many challenges is the area of tax policies. Since tax revenues are the most important source of government revenue in all countries of the world, and considering the growth of the digital economy in Iran and its high speed of development, it seems necessary to pay attention to the revenues of this area as a new tax base. In Iran, tax revenues are in the second place after oil revenues, and considering the general policies of the resistance economy announced by the Supreme Leader to reform the government's revenue system and reduce reliance on oil revenues, it is important to pay attention to tax revenues in the digital economy. Therefore, addressing this issue and spending time and money to use this income opportunity and solve problems is a necessary matter for both the researchers and the officials of the country. The first step to formulate laws and deal with this issue is to identify the existing challenges and find solutions to solve these challenges. Therefore, the current research was conducted with the aim of identifying the challenges of taxation of the digital economy in Iran.

Research Question(s):

What are the challenges of taxing the digital economy in Iran?

Methods and Material

This article is an analytical-descriptive research. In order to collect data, semi-structured interviews were conducted with 16 experts of the Tax Administration and its affiliated organizations. The selection of experts was done using the purposeful sampling method and continued until saturation was reached. The analysis of the interview text was done with the six-step thematic analysis method of Braun and Clarke.

Results and Discussion

In this article, the challenges related to the taxation of the digital economy in the country were identified. After analysis and coding, these challenges were identified in 4 main areas: a) administrative and executive challenges, including the subsections of the challenges of identification, training and expertise, registration of digital economy activities, cooperation and coordination between related executive and legislative bodies, management and implementation costs, total collection, access and verification of information and data, incompatibility of the current tax system, b) Legal challenges include the subsections of the lack of laws specific to the digital economy, the weakness of existing laws, the challenge of monitoring and evaluation, the lack of up-to-date laws, the lack of awareness of the law by taxpayers, the lack of coordination and contradictions in

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

the laws, the lack of coordination of legislation and implementation, the lack of executive guarantees for laws, Multiplicity of laws, failure to identify and deal with illegal activities, complexity and instability of laws, lack of transparency and ambiguity in laws, lack of mastery of employees on laws, difficulty in handling international tax claims, c) policy challenges including sanctions, filtering, lack of international data access agreements, challenges related to the cancellation of temporary tax policies, lack of appropriate policies, structural-administrative barriers related to the organization implementing policies, economic factors affecting policies, factors related to the nature and the weak content of policies, factors related to improper formulation of policies, lack of proper use of policy feedback, and d) Socio-cultural challenges include the tendency to evade the law at the community level, lack of public trust towards government organizations to provide information, lack of tax culture in society, lack of tax awareness among taxpayers, perception of tax injustice by taxpayers, lack of education about Tax policies, negligence of company managers, lack of transparency in the field of tax expenditures, individual dissatisfaction with the tax system.

Conclusion

The results show that, in addition to the general challenges of taxation on the digital economy, such as the lack of a clear definition, the intangibility of goods, the specific characteristics of the digital economy, etc., which are relevant to all policy makers worldwide, some other challenges are related to the tax system and existing laws in it is a country that should be given special attention. The present research describes and identifies the problem and providing a solution can be done in future researches. However, based on the results of the research, some general recommendations such as capacity building and sending employees to other countries to improve the expertise and knowledge of tax employees, more participation of developing countries and Iran in the formulation of international laws to achieve fair taxation and global consensus, Adopting a multilateral approach and international coordination to avoid conflict in policies and avoid double taxation and discrimination and tax fraud, drafting, amending and updating laws according to new conditions and including emerging issues such as digital currency, establishing a fully aligned partnership with complete unity between the executive bodies to provide information and so on can be provided. Currently, it is necessary to accelerate the legislative process in the light of the rapid development of the digital economy in the country.

Acknowledgments

This article is derived from a research project titled “Identifying challenges and tax methods of the digital economy and estimating its tax capacity in Iran”

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

which was carried out with the financial support of the Iranian National Tax Administration and under the supervision of the Education and Research Center of this organization.

Keywords: Taxation, Digital Economy, Policy Making, Iran.

JEL Classification: H2, O3, E6.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

-- مجله علمی، پژوهشنامه مالیات --
شماره۶۷، دوره ۳۳، پاییز ۱۴۰۴، ۳۳-۷
taxjournal.ir
DOI:/10.61882/taxjournal.33.67.1

مقاله پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۶
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱
p-ISSN: ۲۲۵۱-۶۴-۸۴
e-ISSN: ۲۷۱۷-۱۸۱۷

چالش‌های مالیات ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران[1]

نفیسه صالح‌نیا * دکتری اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

ساجده صالح‌نیا کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

محمدمهدی نصرهرندی مدیر گروه مطالعات اخلاقی، پژوهشگاه فضای مجازی، تهران، ایران.

چکیده

در سال‌های اخیر فناوری‌های دیجیتال به‌سرعت توسعه‌یافته و شیوه کسب‌وکار سنتی را متحول و مشاغل جدیدی را ایجاد نموده که این تحولات سیاست‌های اقتصادی به‌ویژه حوزه سیاست‌های مالیاتی را با چالش‌هایی روبرو کرده است. با توجه به رشد اقتصاد دیجیتال در کشور و سرعت بالای توسعه آن، توجه به درآمدهای این حوزه به‌عنوان یک پایه مالیاتی جدید ضروری به نظر می‌رسد. ازاین‌رو پژوهش حاضر باهدف شناسایی چالش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران انجام شد. داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۶ نفر از خبرگان سازمان امور مالیاتی کشور جمع‌آوری و با روش تحلیل مضمون کدگذاری شد. پس از تحلیل و کدگذاری، چالش‌ها در ۴ حوزه اصلی: چالش‌های اداری و اجرایی (شامل چالش شناسایی، آموزش و تخصص، ثبت فعالیت‌های اقتصاد دیجیتال و غیره)، چالش‌های قانونی (شامل نبود قوانین مخصوص اقتصاد دیجیتال، ضعف قوانین موجود، عدم هماهنگی وتناقض در قوانین و غیره) چالش‌های سیاست‌گذاری (شامل تحریم، فیلترینگ، نبود قراردادهای بین‌المللی دسترسی به داده و غیره) و چالش‌های فرهنگی-اجتماعی (شامل فقدان فرهنگ مالیاتی در جامعه، فقدان آگاهی مالیاتی در مؤدیان، درک بی‌عدالتی مالیاتی توسط مؤدیان و غیره) طبقه‌بندی شد. در حال حاضر تسریع روند قانون‌گذاری و توجه به مسائل نوظهور در پرتو توسعه سریع اقتصاد دیجیتال در کشور ضروری است.

کلید واژه‌ها: مالیات، اقتصاد دیجیتال، ایران، سیاست‌گذاری

طبقه‌بندی JEL: H2, O3, E6 .

۱. مقاله حاضر برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان «شناسایی چالش‌ها و روش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال و برآورد ظرفیت مالیاتی آن در ایران» با حمایت سازمان امور مالیاتی کشور است.

* نویسنده مسئول: N.salehnia@modares.ac.ir

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

مقدمه

مالیات نوعی هزینه اجتماعی است که شهروندان می‌پردازند تا دولت‌ها بتوانند به وظایف قانونی خود برای توسعه اجتماعی و اقتصادی عمل کنند. معمولاً مالیات مهم‌ترین منبع درآمد دولت و یکی از کارآمدترین ابزارهای سیاست‌گذاری مالی دولت برای انجام هزینه‌های عمومی و ارائه خدمات اجتماعی و رفاهی به مردم است (بخردی نسب و همکاران، ۲۰۲۲). مالیات درواقع انتقال بخشی از درآمدهای جامعه به دولت و یا بخشی از سود فعالیت‌های اقتصادی به دولت است و دلیل این انتقال فراهم نمودن ابزار و امکانات دستیابی به این درآمد و سودها توسط دولت است (طاهری بروجنی و حسینی، ۱۳۹۹).

برای تعیین مالیات لازم است مؤدیان مالیاتی و عناصر مالیاتی شامل موضوع مالیات، پایه مالیاتی، دوره مالیاتی، نرخ مالیات، روش محاسبه مالیات، رویه و شرایط پرداخت مالیات شناسایی شده باشند (Tsindeliani et al, 2019). در حال حاضر اقتصاد دیجیتال با سرعت فوق‌العاده‌ای در حال گسترش است. این امر ویژگی‌های مشاغل سنتی را تغییر داده و برخی از مدل‌های کسب‌وکار با ماهیت جدید را به وجود آورده است. ویژگی‌های نوظهور و ماهیت خاص اقتصاد دیجیتال، مالیات‌ستانی در این حوزه را پیچیده می‌کند. ازاین‌رو شناسایی مؤدیان مالیاتی و عناصر مالیاتی با چالش‌هایی همراه شده است. کالاهای دیجیتال بسیار متحرک و اغلب ناملموس هستند، اتکا بر دارایی‌های نامشهود در کنار استفاده گسترده از داده‌ها (به‌ویژه داده‌های شخصی)، پذیرش گسترده مدل‌های تجاری چندوجهی، ناشناس بودن، دشواری در تعیین میزان مالیات، عدم امکان ردیابی کاغذی، پناهگاه‌های مالیاتی و غیره چالش‌هایی را برای سازمان‌های مالیاتی ایجاد کرده است. شرکت‌ها اغلب برای فعالیت در بازار یک کشور، نیاز به حضور فیزیکی ندارند، مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال جدید (مدل‌های اشتراکی، دسترسی یا تبلیغات) و فناوری‌های جدید مانند روباتیک یا چاپ سه‌بعدی محدود به مرزهای ملی نیستند و می‌توانند به‌راحتی از بدهی‌های مالیاتی خود فرار کنند و پرداخت‌های خود را به سمت بهشت مالیاتی تغییر دهند (Hadzhieva, 2019). تمامی این ویژگی‌های اقتصاد دیجیتال باعث افزایش چالش‌های مالیاتی شده و مشکلات قانونی و اجرایی به وجود آورده است (Bekhradi Nasab et al., 2022).

درآمدهای مالیاتی، در همه کشورهای جهان مهم‌ترین منبع درآمد دولت است، بنابراین با توجه به رشد اقتصاد دیجیتال و سرعت بالای توسعه آن، توجه به درآمدهای این حوزه به‌عنوان

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

یک پایه مالیاتی جدید ضروری به نظر می‌رسد. در ایران نیز این درآمدها، پس از درآمدهای نفتی در جایگاه دوم قرار دارد. با توجه به سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی توسط مقام معظم رهبری مبنی بر اصلاح نظام درآمدی دولت و کاهش اتکا به درآمدهای نفتی، توجه به درآمدهای مالیاتی در اقتصاد دیجیتال از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (طاهری بروجنی و حسینی، ۱۳۹۹). بنابراین اخذ مالیات از اقتصاد دیجیتال امری ضروری است و با توجه به‌سرعت بالای گسترش این فعالیت‌ها در سطح جهان نسبت به فعالیت‌های سنتی، اجتناب مسئولین و متفکران از پرداختن به این مسئله، ضرر مالیاتی فراوانی را برای کشورها در پی دارد. لذا پرداختن به این موضوع و صرف زمان و هزینه برای یافتن راه‌حل و رفع مشکلات، امری ضروری هم برای محققین و هم برای مسئولین کشور است (طیب‌نیا و سیاوشی، ۱۳۸۸). اولین گام جهت تدوین قوانین و پرداختن به این موضوع، شناسایی چالش‌های موجود و یافتن راه‌حل‌هایی جهت رفع این چالش‌ها است. ازاین‌رو مقاله پیش رو با هدف شناسایی چالش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران انجام شده است. لازم به ذکر است بخش زیادی از چالش‌های شناسایی‌شده، بر اساس تحلیل محتوای ۱۶ مصاحبه انجام‌شده با خبرگان مالیاتی مشغول به کار در سازمان امور مالیاتی کشور استخراج شده و بخشی دیگر حاصل تحلیل محتوای منابع کتابخانه‌ای موجود در این حوزه است. پس از تحلیل و کدگذاری این منابع و متون مصاحبه، درنهایت چالش‌های اصلی در ۴ دسته اصلی چالش‌های اداری- اجرایی، چالش‌های قانونی، چالش‌های سیاست‌گذاری و چالش‌های فرهنگی و اجتماعی طبقه‌بندی شد. این چالش‌ها در کنار چالش‌های عمومی مشترک میان همه کشورهای جهان و چالش‌های مربوط به اخذ مالیات از فعالیت‌های فرامرزی مشکلاتی را برای سازمان امور مالیاتی جهت دریافت درآمدهای مالیاتی از اقتصاد دیجیتال ایجاد کرده است.

پیشینه پژوهش

در زمینه اخذ مالیات از اقتصاد دیجیتال در داخل کشور مطالعات زیادی انجام نشده و مطالعات انجام‌شده تنها بر تجارت الکترونیک متمرکز بوده است. به‌عنوان‌مثال محمودزاده و حسن‌زاده (۱۳۸۵) به بررسی مالیات بر تجارت الکترونیکی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که تجارت الکترونیکی تأثیر اندکی بر مالیات بر ثروت و بیشترین تأثیر را بر مالیات بر فروش دارد. در این راستا انجام اقداماتی از سوی دولت جهت شناسایی شرکت‌ها، مشاغل، ثبت فروشگاه‌های

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

اینترنتی و استفاده از ابزارهای الکترونیکی در جمع‌آوری مالیات‌ها و قوانین بین‌المللی سبب افزایش درآمدها و گسترش تجارت می‌شود.

طیب‌نیا و سیاوشی (۱۳۸۸) به ارائه یک الگوی پیشنهادی برای اخذ مالیات از تجارت الکترونیک پرداخته‌اند. الگوی پیشنهادشده توسط این نویسندگان، صرفا برای اعمال و اخذ مالیات از تجارت الکترونیک بر مبنای استفاده از یک پایگاه الکترونیکی امن مبادلاتی است که در آن، دولت ضمن ارائه امنیت به کاربران و مبادله‌کنندگان، از آنان مالیات اخذ می‌کند. در این مقاله، با استفاده از روش دلفی و آزمون‌های ناپارامتری علامت و فریدمن، به ارزیابی این الگو پرداخته شده است.

طاهری بروجنی و حسینی (۱۳۹۹) در پژوهشی با هدف بررسی چالش‌های فراروی اخذ مالیات بر تجارت الکترونیک، با انجام مصاحبه عمیق با نخبگان مالیاتی، فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک و استفاده از شیوه دلفی اهم چالش‌های اخذ مالیات از تجارت الکترونیک در ایران را در سه بعد: سیاست‌گذاری، قوانین و مقررات و فرآیندهای اجرایی احصاء نمودند.

در سال‌های اخیر در سطح بین‌المللی مطالعات مختلفی در زمینه مالیات بر اقتصاد دیجیتال انجام شده که بخشی از آن توسط سازمان‌های بین‌المللی و بخشی توسط محققان انجام گرفته است. یکی از سازمان‌های فعال در این زمینه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی[1] بوده که در گزارش‌های مختلف به بررسی مدل‌های جدید کسب‌وکار در اقتصاد دیجیتال، چالش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال، معرفی انواع مالیات دیجیتال و ارائه توصیه‌ها و طراحی مدل‌های مالیات‌ستانی اقتصاد دیجیتال پرداخته است.

صندوق بین‌المللی پول نیز گزارش‌هایی در زمینه مالیات بر اقتصاد دیجیتال تدوین کرده است. در یکی از این گزارش‌ها که در سال ۲۰۲۰ منتشر شده تأکید شده است که دیجیتالی شدن روزافزون کسب‌وکارها، نیاز به رسیدگی به کاستی‌ها و مسائلِ حل‌نشده فراوان در سیستم بین‌المللی مالیات بر درآمد شرکت‌ها را تسریع کرده است. در این گزارش تأکید شده برای این‌که اقدامات مالیاتی مبتنی بر کاربر به واقعیت تبدیل شود، باید مسائل مهمی ازجمله توافق بین کشورها در مورد این‌که آیا ارزش کاربری تخصیص مجدد حقوق مالیاتی را توجیه می‌کند یا خیر، ایجاد حق قانونی بر درآمد مالیاتی حاصل از ارزش کاربری، تدوین معیار مناسب برای ارزش‌گذاری داده‌های تولیدشده توسط کاربر و غیره حل شود (Aslam & Shah, 2020).

1. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

اتحادیه اروپا یک بسته قانونی در مورد مالیات عادلانه اقتصاد دیجیتال معرفی کرد. این بسته شامل پیشنهادهایی برای مالیات دیجیتال موقت و بلندمدت بود. قوانین جدید نیز بحث‌هایی را برانگیخته است، به‌ویژه در مورد تأثیر آن‌ها بر کشورهای در حال توسعه، پیچیدگی آن‌ها و انعطاف‌پذیری آن‌ها در برابر دور زدن احتمالی قوانین. این مسائل در یکی از گزارش‌های اتحادیه اروپا با عنوان «مالیات بر اقتصاد دیجیتال تحولات جدید و راه پیش رو[1]» بررسی شده است. در گزارش دیگری نیز مسائل و چالش‌های مربوط به دیجیتالی شدن اقتصاد و مالیات بر اقتصاد دیجیتال[2] مورد بررسی قرار گرفته است.

بان و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با تأکید بر این که دیجیتالی شدن اقتصاد یکی از محورهای اصلی بحث‌های مالیاتی در سال‌های اخیر بوده است، به بررسی بسیاری از سیاست‌های مالیاتی دیجیتال در سراسر جهان پرداخته و به معایب و مزایای مختلف مرتبط با مجموعه گسترده پیشنهادها اشاره می‌کنند. نویسندگان معتقدند باید از ایجاد سیاست‌های مالیاتی تحریف‌کننده جدید که توسط برنامه‌های سیاسی هدایت می‌شود، اجتناب شود (Bunn et al., 2020).

امپفیو (۲۰۲۲) در مقاله خود اظهار می‌دارد که دیجیتالی شدن، جهانی‌شدن و تعامل اقتصادی بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را تشدید کرده و پیچیدگی و عدم شفافیت در فعالیت‌های اقتصادی را افزایش داده است. افزایش تراکنش‌های دیجیتال چالش قابل توجهی برای مقامات مالیاتی ایجاد می‌کند، اما به‌هرروی اقتصاد دیجیتال به‌آرامی جایگزین تجاری‌سازی و تراکنش‌های سنتی می‌شود. قوانین مالیاتی بین‌المللی متعارف با رشد و پیچیدگی اقتصاد دیجیتال و چالش‌های همراه آن در رابطه با مالیات همگام نیست. وی در این مقاله از طریق بررسی انتقادی ادبیات، مالیات مستقیم خدمات دیجیتال در آفریقا را ارزیابی می‌کند. نتایج نشان داد درحالی‌که امکان به حداکثر رساندن درآمد مالیاتی و بهبود رشد اقتصادی قانع‌کننده است، استدلال‌هایی نیز برای تأیید اثرات خارجیِ منفی ناشی از طراحی سیاست مالیاتیِ خدمات دیجیتالِ ضعیف وجود دارد (Mpofu, 2022).

روسو (۲۰۱۹) بر این عقیده است کشورهایی که به دنبال رسیدگی به چالش‌های مالیات در اقتصاد دیجیتال هستند، به‌جای مالیات بر درآمد، مالیات غیر مستقیم خدمات دیجیتال[3] را برای جلوگیری از نقض تعهدات معاهده مالیات بر درآمد بین‌المللی پیشنهاد یا وضع کرده‌اند. این

1. European Parliamentary Research Service (2021), Taxing the digital economy New developments and the way forward
2. European Commission (2019), Tax Issues related to the Digitalization of the Economy
3. Digital service tax (DST)

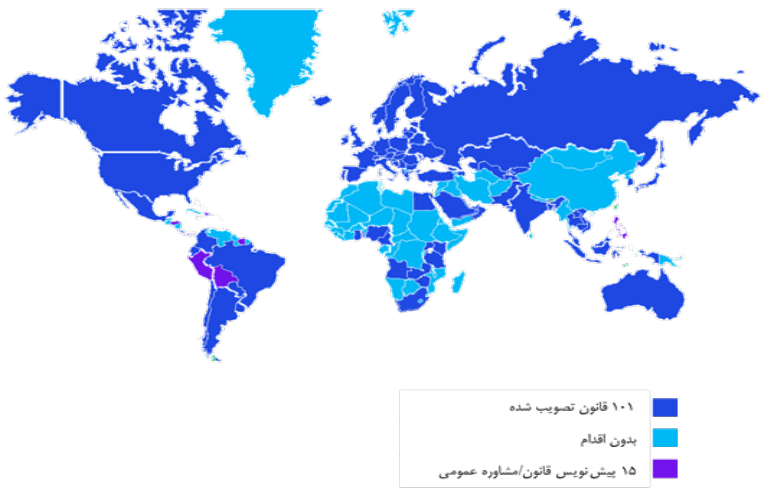
[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]
[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

مالیات احتمالاً در افزایش قیمت‌ها برای مصرف‌کنندگان نهایی، مشابه مالیات بر ارزش‌افزوده است. با این حال، مالیات بر ارزش‌افزوده عمومی از نظر کارآیی نسبت به مالیات‌های گردش مالی هدفمند (به عنوان مثال، مالیات بر درآمد ناخالص) برتری دارد (Russo, 2019).

مروری بر تجربه کشورها

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) اصلی‌ترین مؤسسه چندجانبه است که مذاکره در مورد مالیات دیجیتال جهانی را با هدف استقرار یک سیستم مالیاتی بین‌المللی عادلانه، پایدار و مدرن، ترویج می‌کند. با این حال، به دلیل منافع متفاوت کشورها و مشکلات فنی، OECD هنوز در مورد این پیشنهاد به اجماع نرسیده است. از این رو، ناکارآمدی بحث و گفتگوهای مداوم، سیاست‌گذاران را بر آن داشت تا اقدامات ملی را که عمدتاً با هدف تساوی بازی و گرفتن سهم عادلانه آن‌ها از درآمد مالیاتی انجام می‌شود، به‌صورت یک‌جانبه معرفی کنند. همان‌طور که در شکل (۱) و (۲) نشان داده شده، در حال حاضر (سال ۲۰۲۴) ۱۰۱ کشور در زمینه مالیات غیر مستقیم و ۳۳ کشور در زمینه مالیات مستقیم بر اقتصاد دیجیتال قوانین مصوب دارند.

شکل ۱. مالیات‌های غیر مستقیم وضع‌شده بر اقتصاد دیجیتال در جهان

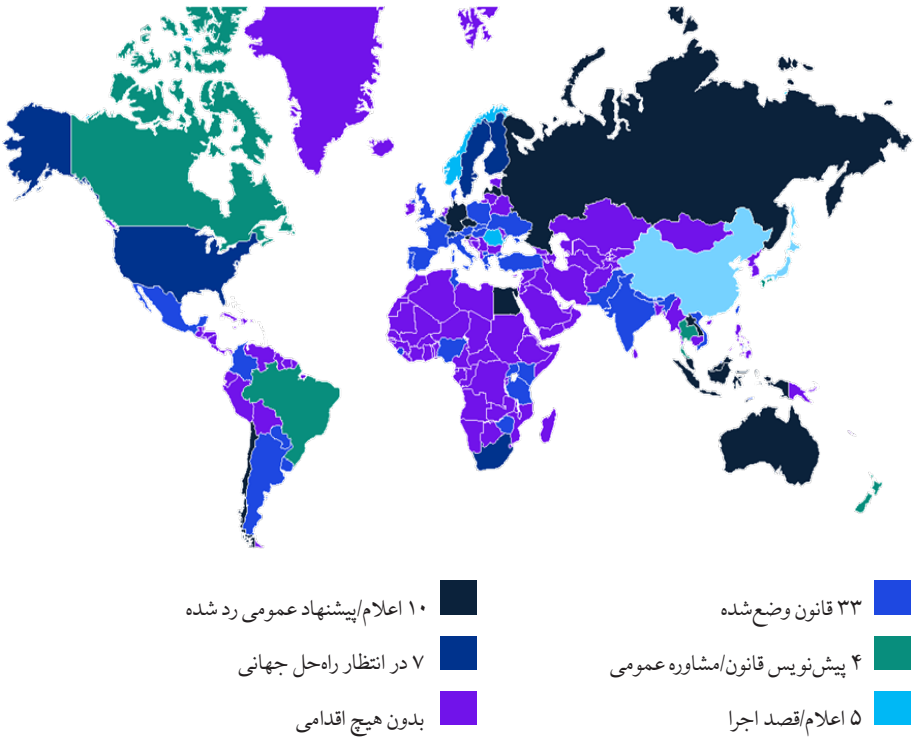


منبع: kpmg.com, 2024

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

شکل ۲. مالیات‌های مستقیم وضع‌شده بر اقتصاد دیجیتال در جهان



منبع: kpmg.com, 2024

لازم به ذکر است که بیشتر کشورهای جهان در انتظار نهایی شدن گزارش OECD بوده و به دنبال دستیابی به توافق جهانی در زمینه مالیات بر اقتصاد دیجیتال هستند و اقدامات یک‌جانبه به‌طور موقت انجام شده است. یکی از مهم‌ترین مالیات‌های معرفی شده در این زمینه مالیات خدمات دیجیتال است. سه پیشنهاد مالیاتی خدمات دیجیتال موجود در عرصه بین‌المللی به شرح زیر است:

اولین منطق تنظیم عمدتاً توسط اقتصادهای اروپایی توسعه‌یافته مانند بریتانیا، فرانسه، ایتالیا، اتریش و جمهوری چک اتخاذ می‌شود که دارای یکپارچگی زنجیره صنعت داخلی پایین، سطح فنّاوری دیجیتال غالب، ظرفیت ناکافی برای ارائه زیرساخت‌های دیجیتال و مقیاس اقتصاد دیجیتال بیشتر در سطح متوسط در جهان هستند، بنابراین آن‌ها عمدتاً اقتصاد دیجیتال را در پایین‌دست زنجیره ارزش، یعنی عمدتاً به‌عنوان مصرف‌کنندگان محصولات و خدمات دیجیتال

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]
[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

قرار می‌دهند. آن‌ها اراده قوی برای حمایت از توسعه اقتصاد دیجیتال ندارند و اغلب امیدوارند که پیشنهاد مالیات دیجیتال اتحادیه اروپا را دنبال کنند تا ضمن مبارزه با توسعه اقتصاد دیجیتال در سایر کشورها، ضررهای مالیاتی خود را جبران کنند و موقعیت دیجیتال رهبری در سطح بین‌المللی خود را ارتقا دهند. علاوه بر این، اگرچه قانون همه آن‌ها تحت چارچوب مالیات دیجیتال اتحادیه اروپا وضع می‌شود، یک منطق ضمنی در تنظیم نرخ‌های مالیاتی و نقاط شروع داخلی در این کشورها وجود دارد، مالیات‌ها با توجه به مقیاس اقتصاد دیجیتال و درجه توسعه اقتصادی آن‌ها تعیین می‌شود، هر چه مقیاس اقتصاد دیجیتال بزرگ‌تر باشد، نرخ مالیات دیجیتال کمتر و هرچه اقتصاد آن‌ها توسعه‌یافته‌تر باشد، نقاط آستانه بالاتر است. این مطلب در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱. گزینه اول طرح مالیات دیجیتال یک‌جانبه برای اقتصادهای بزرگ

	رتبه‌دیجیتال	GDP سرانه	نوع مالیات	پایه‌مالیات	نرخ مالیات	آستانه‌مالیات
اتحادیه اروپا	بالای ۱۶	۲۲.۸	DST	تبلیغات هدفمند، رابط دیجیتال و فروش درآمدهای داده‌های کاربر	۳ درصد	درآمد جهانی ۷۵۰ میلیون، ۴۰ یورو در سراسر اتحادیه اروپا
فرانسه	بالای ۱۶	۲۷.۱	DST	رابط دیجیتال، تبلیغات هدفمند، و درآمدهای خدمات انتقال داده مشترکین	۳ درصد	درآمد جهانی ۷۵۰ میلیون، ۲۵ میلیون یورو در داخل کشور
ایتالیا	بالای ۱۶	۲۲	DST	تبلیغات هدفمند، رابط دیجیتال و درآمدهای انتقال داده مشترک	۳ درصد	درآمد جهانی ۷۵۰ میلیون، ۵/۵ میلیون یورو در داخل کشور
اسپانیا	بالای ۱۶	۲۰.۱	DST	تبلیغات هدفمند، رابط‌های دیجیتال چند ترمینال، و انتقال درآمدهای داده‌های کاربر	۳ درصد	درآمد جهانی ۷۵۰ میلیون، ۳ میلیون یورو در داخل کشور
اتریش	۱۶-۳۲	۳۳.۷	DST	کسب‌وکار تبلیغات آنلاین در درآمد حالت B2B	۵ درصد	درآمد جهانی ۷۵۰ میلیون، ۲۵ میلیون یورو در داخل کشور
چک	۱۶-۳۲	۱۵.۹	DST	تبلیغات هدفمند، انتقال داده مشترکین و درآمدهای رابط دیجیتال چند ترمینال	۵ درصد	درآمد جهانی ۷۵۰ میلیون، ۱۰۰ میلیون کرون در داخل کشور و بیش از ۲۰۰۰۰۰ کاربر
لهستان	۱۶-۳۲	۱۰.۸	DST	درآمد تبلیغات آنلاین	۵ درصد	۷۵۰ میلیون یورو در سراسر جهان، ۵ میلیون یورو در داخل
ترکیه	۱۶-۳۲	۶	DST	درآمدهای هدفمند از تبلیغات، رسانه‌های اجتماعی و خدمات رابط دیجیتال	۷/۵ درصد	۷۵۰ میلیون یورو در سراسر جهان، ۲۰ میلیون لیر ترکیه در داخل

منبع: Guo et al., 2022

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

دومین گزینه اصلاح مالیات اصلی برای اخذ مالیات خدمات دیجیتال به‌گونه‌ای است که شکل‌های اصلیِ ارائه خدمات دیجیتال داخلی را در محدوده مالیات اصلی قرار دهد. کشورهای نماینده این طرحِ کشورهای آسیایی مانند ژاپن و کره جنوبی هستند که زنجیره صنعت داخلی در آن‌ها کامل‌تر است، مقیاس فناوری دیجیتال و اقتصاد دیجیتال در خط مقدم جهان قرار دارد و کشور به‌شدت از تحقیق و توسعه فناوری دیجیتال و ساخت‌وساز زیرساخت‌ها حمایت می‌کند، بنابراین معرفی مالیات خدمات دیجیتال بسیار محتاطانه است و ترجیح می‌دهد مالیات خدمات دیجیتال را در قالب مالیات‌های موجود بررسی کند و از سیاست‌های مالیاتی برای کمک بهتر به صنایع سنتی در دوره انتقال آن‌ها به دیجیتالی شدن استفاده کند. در دوره گذار صنایع سنتی می‌توان از سیاست‌های مالیاتی برای حمایت بهتر از کارایی زنجیره صنعت و دستیابی به اهداف رشد اقتصادی استفاده کرد. همان‌طور که در جدول (۲) نشان داده شده است، پوشش مالیات خدمات دیجیتال در این کشورها در این مرحله نسبتاً محدود است و حداقل نرخ مالیات، در محدوده مالیات‌های موجود تعیین می‌شود.

جدول ۲. طرح مالیات دیجیتال برای اقتصادهای بزرگ در سناریوی دوم

	نوع مالیات	پایه مالیات	نرخ مالیات	آستانه مالیات
ژاپن	مالیات مصرف	شرکت‌های دیجیتالی که فروش دیجیتال را وارد می‌کنند	۸ درصد	سالانه ۱۰ میلیون ین
کره جنوبی	VAT	خدمات دیجیتال B2C ارزش‌افزوده شرکت‌های خارجی مانند تبلیغات آنلاین و رایانش ابری	۱۰ درصد	آستانه مالیات بر ارزش‌افزوده کره
تایلند	VAT	تجارت الکترونیک خارجی با ارزش‌افزوده، تبلیغات آنلاین و پلتفرم‌های دیجیتال	۷ درصد	بیش از ۱/۸ میلیون بات در داخل کشور
اندونزی	VAT	ارزش‌افزوده از خدمات پخش جریانی، برنامه‌ها و بازی‌های دیجیتال	۱۰ درصد	۶۰۰ میلیون Rp در داخل کشور یا ۱۲۰۰۰ کاربر سالانه

منبع: Guo et al., 2022

در حالت سوم که در جدول (۳) نشان داده شده، مالیات اولیه به شکل یک مالیات از قبل موجود است، که سپس به عنوان مالیات جدید اصلاح می‌شود. هند نماینده چنین طرحی است. اولین مالیات برابری آن بر اساس رویه کشورهای آسیایی برای بررسی مالیات تبلیغات آنلاین با نرخ ۶٪ بود. بعدها، زمانی که هند با تأثیر کووید-۱۹ مواجه شد و برای کمک به بهبود اقتصاد خود نیاز مبرمی به درآمد مالیاتی داشت، ترجیح داد مالیات دیجیتال خود را تحت چارچوب اروپا بهبود بخشد.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

جدول ۳. سناریوی سوم سناریوی مالیات دیجیتال برای اقتصادهای بزرگ

	رتبه‌دیجیتال	نوع مالیات	پایه‌مالیات	نرخ مالیات	آستانه
اولین مالیات برابری‌هند	متوسط	مالیات‌فروش	تبلیغات آنلاین خارجی	۶ درصد	خیلی کم
دومین مالیات برابری‌هند		مالیات‌فروش و خدمات	تبلیغات آنلاین، تجارت الکترونیک و فروش درآمدهای داده‌های کاربران ارائه شده توسط شرکت‌های خارجی	۲ درصد	۲۰ میلیون روپیه در داخل کشور

منبع: Guo et al., 2022

با خلاصه کردن سه گزینه فوق، می‌توان سه بعد را برای بررسی مالیات دیجیتال در نظر گرفت: اندازه بازار مصرف دیجیتال، تحقیق و توسعه فناوری دیجیتال و ظرفیت سرمایه‌گذاری، و طرح زنجیره ارزش. کشورهایی که گزینه اول را برای اخذ مالیات بر خدمات دیجیتال انتخاب می‌کنند ترجیح می‌دهند اقتصاد دیجیتال را در پایین‌دست زنجیره ارزش با ویژگی‌های اقتصادی خود قرار دهند و کشورهایی که گزینه دوم را انتخاب می‌کنند ترجیح می‌دهند اقتصاد دیجیتال را در بالادست صنعت قرار دهند. در حالی که هند ترجیح می‌دهد اقتصاد دیجیتال را از پایین‌دست زنجیره ارزش به بالادست زنجیره ارزش ارتقا دهد.

روش

این مطالعه بر اساس هدف، کاربردی، از نظر تجزیه‌وتحلیل داده‌ها پژوهشی تحلیلی- توصیفی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات، پیمایشی (میدانی) است. به‌منظور شناسایی مهم‌ترین چالش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور انجام شده است. جامعه آماری پژوهش کلیه متخصصین و کارشناسان مالیاتی فعال و دارای دانش و تجربه در زمینه مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال هستند. انتخاب نمونه در این مرحله تا رسیدن به حد اشباع ادامه یافت. اشباع داده یا اشباع نظری رویکردی است که در پژوهش‌های کیفی، محقق بر مبنای آن تصمیم می‌گیرد که از جمع‌آوری اطلاعات بیشتر صرف‌نظر کند، زیرا اطلاعات جدیدی وارد تحقیق نمی‌شود (رنجبر و همکاران، ۲۰۱۲). در این مقاله پس از انجام ۱۶ مصاحبه اشباع نظری حاصل و نمونه‌گیری متوقف شد. نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

جهت تجزیه‌وتحلیل متن مصاحبه از روش تحلیل مضمون و نرم‌افزار مکس‌کیودا[1] نسخه ۲۰۲۰ استفاده شد. مضمون بیانگر اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و پرسش‌های پژوهش است و تا حدی معنی و مفهوم الگوی موضوع در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد (Clarke & Braun, 2006). جهت تحلیل مضمون از روش شش مرحله‌ای براون و کلارک استفاده شده است. این مراحل در شکل (۳) قابل مشاهده است:

شکل ۳. مراحل تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۱۳)

منبع: سیف‌اللهی و اکبری آرباطان، ۱۴۰۲

یافته‌ها

با توجه به کدگذاری و طبقه‌بندی انجام‌شده درنهایت چالش‌های مالیات ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران در ۴ دسته اصلی شامل چالش‌های اداری و اجرایی، چالش‌های قانونی، چالش‌های سیاست‌گذاری و چالش‌های فرهنگی - اجتماعی شناسایی شد.

1. MAXQDA

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]
[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

۱. چالش‌های اداری و اجرایی

این دسته از چالش‌ها به مشکلات مربوط به فرآیندهای اجرایی، ضعف در شناسایی مودیان مالیاتی، عدم دسترسی به اطلاعات مالی و نقص در همکاری بین سازمان‌های مربوطه اشاره دارد. جدول (۴) برخی از مهم‌ترین موانع اداری و اجرایی مالیات را نشان می‌دهد:

جدول ۴. نمونه چالش‌های اداری - اجرایی

چالش	شرح
شناسایی مودیان مالیاتی	بسیاری از کسب‌وکارهای دیجیتال بدون ثبت رسمی فعالیت می‌کنند و به‌راحتی قابل شناسایی نیستند.
عدم همکاری سازمان‌ها	عدم تبادل اطلاعات میان سازمان امور مالیاتی، بانک مرکزی و سایر نهادهای نظارتی مانع اجرای صحیح مالیات‌ستانی می‌شود.
فقدان نیروی متخصص	کارشناسان مالیاتی آشنایی کافی با مدل‌های جدید کسب‌وکارهای دیجیتال و نحوه ارزیابی مالی آن‌ها ندارند.
نقص در سیستم‌های نظارتی	نبود سامانه‌های یکپارچه برای ردیابی تراکنش‌های مالی مرتبط با اقتصاد دیجیتال، چالش مهمی در تشخیص مالیات است.

منبع: یافته‌های تحقیق

نمونه‌های از مصاحبه با مدیران مالیاتی حوزه اقتصاد دیجیتال:

«در اقتصاد دیجیتال پرونده‌ها و اسناد کاغذی زیادی وجود ندارد و بیشتر ثبت‌ها بر روی کاغذ منعکس نمی‌شود. بنابراین دسترسی به اطلاعات مربوط به مبادلات اینترنتی برای مسئولان مالیاتی دشوار است ...»

«بحث اول مالیات‌ستانی بحث شناسایی است یعنی تا زمانی که این‌ها را نشناسیم و پیدایشان نکنیم به‌نوعی ثبت‌نام و تشکیل پرونده انجام نشود مالیات‌ستانی اصلاً مفهومی ندارد شناسایی این‌ها کار راحتی نیست ...»

۲. چالش‌های قانونی

مشکلات حقوقی و قانونی یکی از مهم‌ترین موانع در فرآیند مالیات‌ستانی از کسب‌وکارهای دیجیتال است. نبود قوانین شفاف، عدم هماهنگی در اجرای مقررات، و ضعف در ضمانت‌های اجرایی از جمله مهم‌ترین چالش‌ها در این زمینه هستند. مهم‌ترین چالش‌های این حوزه در جدول (۵) نشان داده شده است.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

جدول ۵. نمونه چالش‌های قانونی

چالش	شرح
نبود تعریف قانونی مشخص	هنوز تعریفی جامع از فعالیت اقتصادی دیجیتال در قوانین مالیاتی وجود ندارد.
ضعف در ضمانت‌های اجرایی	بسیاری از فعالان دیجیتال، به دلیل نبود سازوکارهای الزام‌آور، از ثبت‌نام مالیاتی خودداری می‌کنند.
عدم هماهنگی بین قوانین	برخی قوانین مالیاتی متناقض هستند و در مواردی اجرای آن‌ها با مشکل مواجه می‌شود.
پیچیدگی و عدم ثبات در قوانین	برخی از قوانین حوزه مالیات دیجیتال پیچیده بوده و درک و یادگیری آن برای کارمندان مالیاتی و مؤدیان نیز دشوار است.

منبع: یافته‌های تحقیق

نمونه‌های از مصاحبه با مدیران مالیاتی حوزه اقتصاد دیجیتال:

«اقتصاد دیجیتال در ایران نو هست و قانون متناسب با آن وجود ندارد بنابراین پیگیری آن هم کار ساده‌ای نیست»

«ما در همین رسیدگی شرکت‌ها هم خیلی با چالش مواجهیم. بخشنامه پشت بخشنامه قانون پشت قانون باید قانون ساده و در دسترس باشد دوم اینکه فضای اقتصادی ماهم باید با فضای اقتصادی پیش رویم ... مثلاً در مورد بلاگرها سال ۱۴۰۰ مالیات نوشتیم الان بلاگرها همه مراجعه می‌کنند و می‌گوید شما بهتر از من می‌دانید سال ۱۴۰۱ منی که در اینستاگرام فعالیت می‌کنم اینستا باید با VPN وارد شوید قفل است من چه شکلی کار کرده‌ام من کاری نمی‌توانم انجام دهم باید نهاد نظارتی باشد.»

۳. چالش‌های سیاست‌گذاری

در زمینه سیاست‌گذاری مربوط به مالیات بر اقتصاد دیجیتال نیز چالش‌هایی وجود دارد به عنوان مثال ایده سیاست‌گذاران، دستور کار، قانونی شدن، نظارت بر شکل‌گیری سیاست‌ها، محیط سیاست‌گذاری شامل شرایط سیاسی، شرایط اجتماعی و فرهنگی، شرایط اقتصادی، شرایط اداری، نحوه اجرای سیاست‌ها: اهمال، تفسیر شخصی، اجرای ناقص، اجرا با اکراه، ضعف در سیاست‌ها: منسجم نبودن، مبهم بودن وظایف مجریان، مبانی نظری، اهداف مبهم یا متناقض و غیره، این عوامل بر نحوه مالیات‌ستانی بر اقتصاد دیجیتال مؤثر بوده و می‌تواند پیامدهایی نظیر شکست در اهداف قانون‌گذار، کاهش اعتماد جامعه به نظام مالیاتی، آسیب به فرآیندهای مالیات‌ستانی و غیره به همراه داشته باشد (طاهری بروجنی و حسینی،

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

۱۳۹۹). سیاست‌گذاری‌های کلان در حوزه مالیات بر کسب‌وکارهای دیجیتال در ایران فاقد یکپارچگی و استراتژی مشخص است. برخی از چالش‌های این حوزه در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول ۶. نمونه چالش‌های سیاست‌گذاری

چالش	شرح
نبود راهبرد ملی و فقدان سیاست‌گذاری مناسب	تاکنون استراتژی جامع و هماهنگی برای مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال تدوین نشده است.
عدم همکاری بین‌المللی	به دلیل ضعف سیاست‌های خارجی و عدم همکاری بین‌المللی امکان دسترسی به اطلاعات و اخذ مالیات از بسیاری از شرکت‌های خارجی وجود ندارد.
مشکلات مربوط به تحریم و فیلترینگ	فیلتر بودن و تحریم برخی از سکوهای کسب درآمد باعث شده مالیات از این سکوها قابل دریافت نباشد.
نبود هماهنگی بین دستگاه‌ها	سیاست‌گذاری‌های پراکنده توسط نهادهای مختلف باعث تداخل در اجرای قوانین مالیاتی شده است.

منبع: یافته‌های تحقیق

نمونه‌های از مصاحبه با مدیران مالیاتی حوزه اقتصاد دیجیتال:

«ببینید اگر ما در حالت تحریم باشیم آن‌ها هیچ تعهدی نسبت به ما ندارند نه به ما اطلاعات می‌دهند چون ما در زمینه اینفلوئنسر سال ۱۴۰۰ در قانون بودجه داشتیم که کاربرانی که بالای ۵۰۰ هزار تا دنبال کننده دارند و از محل تبلیغات درآمد دارند باید مالیات بدهند و بسترهایی که ما در نظر گرفتیم یک بستر اصلی همین اینستاگرام است ولی اینستاگرام به ما اطلاعات کاربران را نداد چرا؟ چون ما تحریم بودیم... در کشور ما به دلیل عدم شفافیت در پرداخت‌ها این چالش بسیار زیاد است متأسفانه تحریم‌ها باعث شده که بازم این عدم شفافیت باهاش برخورد داریم بسیاری از پرونده‌های پول‌شویی که مؤدیان گرفتارش شده‌اند بابت این تحریم‌ها بوده و این در کشور ما خیلی نمود دارد»

۴. چالش‌های فرهنگی و اجتماعی

برخی از مشکلات موجود در مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال ناشی از نگرش‌های اجتماعی، سطح آگاهی مالیاتی و مقاومت عمومی در برابر پرداخت مالیات است. این چالش‌ها در جدول (۷) قابل مشاهده است.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

جدول ۷. نمونه چالش‌های فرهنگی - اجتماعی

چالش	شرح
فرهنگ فرار مالیاتی	برخی فعالان دیجیتال پرداخت مالیات را یک هزینه اضافی تلقی می‌کنند و از آن فرار می‌کنند.
عدم اعتماد به نظام مالیاتی	برخی افراد معتقدند که درآمدهای مالیاتی به‌درستی در کشور هزینه نمی‌شود، بنابراین تمایلی به پرداخت مالیات ندارند.
سطح پایین سواد مالیاتی	بسیاری از فعالان کسب‌وکارهای دیجیتال از قوانین و الزامات مالیاتی اطلاع کافی ندارند.
عدم آموزش عمومی درباره مالیات دیجیتال	برنامه‌های آموزشی کافی برای آگاهی‌بخشی در مورد مالیات اقتصاد دیجیتال وجود ندارد.

منبع: یافته‌های تحقیق

نمونه‌های از مصاحبه با مدیران مالیاتی حوزه اقتصاد دیجیتال:

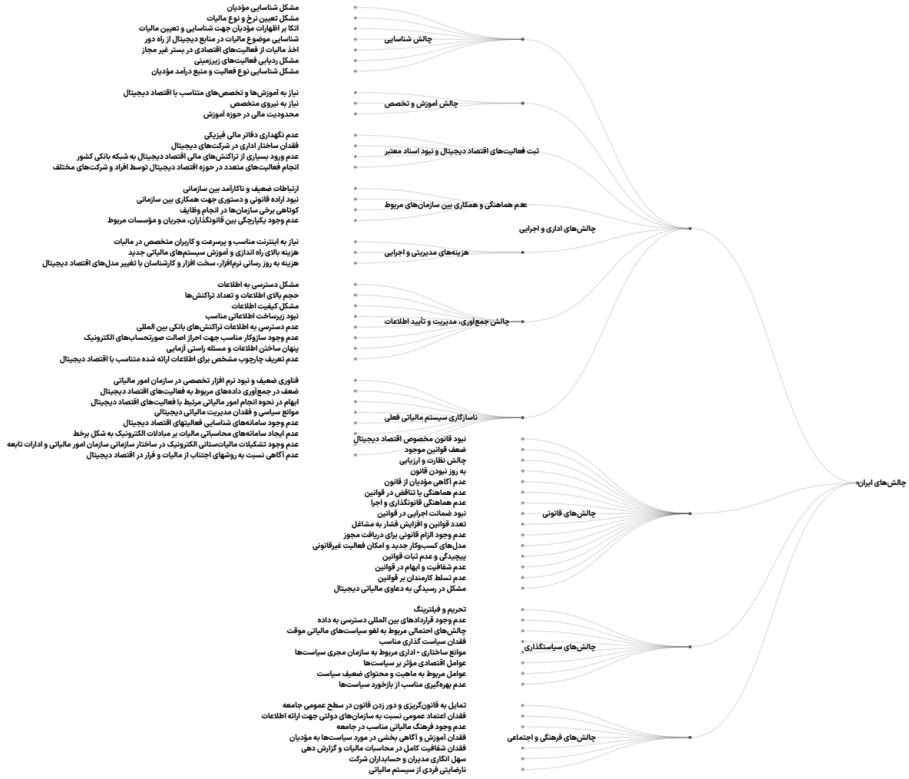
«... باید خیلی کار کرد به همین سادگی نیست اطلاعات بانکی باید در اختیار ما قرار بگیرد... مؤدیان می‌ترسند به خاطر بعضی اوقات تندروی ما مالیاتی‌ها است به خاطر این‌که ما بد برخورد کرده‌ایم فرهنگ‌سازی نکرده‌ایم طرف می‌گوید اگه اطلاعات بانکی‌ام را به دست مالیات بدهم فلان می‌شود به خدا این شکلی نیست چون اطلاعات نمی‌دهد من مجبورم سرجمع بزنم مالیاتی که بر فرض مثال باید ۱۰۰ تومن باشه با این حساب بانکی برایش ۱۰۰۰ تومان می‌نویسم...»

شکل (۴) تمامی چالش‌های مالیاتی شناسایی شده در اقتصاد دیجیتال ایران را نشان می‌دهد:

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

شکل ۴. چالش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران



منبع: یافته‌های تحقیق

با بررسی چالش‌های فوق، مشخص شد که **مشکلات مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران یک مسأله چندوجهی است که تنها از طریق اصلاحات ساختاری و سیاست‌گذاری‌های هماهنگ قابل حل است.**

بحث و نتیجه‌گیری

اقتصاد دیجیتال به‌طور چشمگیری در سراسر جهان رشد کرده است که منجر به ظهور معاملات تجاری جدید و رشد تجارت الکترونیک و معاملات آنلاین شده است. دیجیتال‌سازی اقتصاد به‌عنوان پیشرانی برای رشد، نوآوری و همچنین تغییر و اتصال اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. علی‌رغم مزایای بیشمار توسعه اقتصاد دیجیتال، چالش‌هایی نیز برای سیاست‌گذاران به وجود

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

آمده است. یکی از چالش‌های اصلی در این زمینه، مربوط به اخذ مالیات از فعالیت‌های تجاری اقتصاد دیجیتال است. مالیات نه‌تنها یک مسئله در حوزه تولید درآمد برای دولت‌ها، بلکه یک موضوع مربوط به توسعه اقتصادی و اجتماعی، یک موضوع در حوزه مقررات‌گذاری، یک نگرانی مالی و موضوعی است که بر تحقق اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد تأثیر می‌گذارد.

ظهور مدل‌های تجاری از جمله شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی، بازارهای تجارت الکترونیکی، خدمات ابری و بسترهای خدمات مبتنی بر وب، همه ضرورت تغییر سیاست‌های مالیاتی را نشان می‌دهد. در برخی موارد، نیاز به گسترش قوانین قدیمی به بازیکنان جدید است، درحالی‌که در موارد دیگر، نیاز به تدوین سیاست‌های مالیاتی ویژه‌ای است که به‌طور خاص به یک کسب‌وکار یا سیستم‌عامل مربوط می‌شود. نامرئی بودن و ویژگی بدون مرز تراکنش‌های دیجیتال، اخذ و جمع‌آوری مالیات از آن را برای همه اقتصادها (اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه) و بیشتر کشورهایی با ظرفیت اجرایی و قانونی ضعیف، فناوری‌های توسعه‌نیافته، محدودیت دانش و منابع دشوار کرده است. شناسایی کسب‌وکارهای دیجیتال، تعیین دامنه فعالیت‌های آن‌ها، ردیابی درآمدهای آن‌ها، جمع‌آوری و تأیید اطلاعاتی که منجر به تعیین بدهی مالیاتی می‌شود، ازجمله چالش‌های اصلی پیش روی کشورها در زمینه مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال است. در این مقاله، به شناسایی چالش‌های مربوط به مالیات ستانی از اقتصاد دیجیتال در کشور پرداخته شد. این چالش‌ها در ۴ حوزه اصلی چالش‌های اداری و اجرایی، چالش‌های قانونی و چالش‌های سیاستی و چالش‌های فرهنگی اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. برای تحلیل بیشتر و ارائه راهکارهای سیاستی مناسب یافته‌های تحقیق بر اساس ماتریس اولویت‌بندی و معیارهایی مانند میزان تأثیرگذاری و قابلیت حل در کوتاه‌مدت در جدول (۸) تحلیل شده است.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

جدول ۸. اولویت‌بندی چالش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال

نوع چالش	چالش‌های دارای تأثیر بالا و قابلیت اصلاح کوتاه‌مدت (اولویت بالا)	چالش‌های دارای تأثیر بالا اما نیازمند اصلاحات بلندمدت	چالش‌های با تأثیر متوسط و قابلیت اصلاح کوتاه مدت	چالش‌های با تأثیر متوسط و نیازمند اصلاحات بلندمدت
اداری و اجرایی	- مشکل شناسایی مؤدیان و درآمدها - عدم هماهنگی بین سازمان‌ها - ناسازگاری سیستم مالیاتی فعلی	- چالش جمع‌آوری و مدیریت داده‌ها - هزینه‌های مدیریتی و اجرایی بالا	- چالش آموزش و تخصص - ثبت فعالیت‌های اقتصاد دیجیتال و نبود اسناد معتبر	
قانونی	- پیچیدگی و عدم ثبات قوانین - نبود قوانین مخصوص اقتصاد دیجیتال - چالش نظارت و ارزیابی	- عدم هماهنگی و تناقض در قوانین - ضعف قوانین موجود - مشکل در رسیدگی به دعاوی مالیاتی	- عدم آگاهی مؤدیان از قوانین	- نبود ضمانت اجرایی قوانین - مدل‌های کسب‌وکار جدید و افزایش فعالیت‌های غیر قانونی
سیاست‌گذاری	- فقدان راهبرد ملی و سیاست‌گذاری مناسب - موانع اداری در اجرای سیاست‌ها	- تحریم و فیلترینگ - عدم وجود قراردادهای بین‌المللی داده	- عدم بهره‌گیری مناسب از بازخورد سیاست‌ها	
فرهنگی	- تمایل به دور زدن قانون - عدم اعتماد عمومی به دولت	- فقدان شفافیت در محاسبات مالیاتی	- عدم آگاهی عمومی از سیاست‌های مالیاتی - سهل‌انگاری مدیران و حسابداران	

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس جدول فوق می‌توان چالش‌های مالیات ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران را به چهار گروه تقسیم کرد:

- چالش‌های مهم با قابلیت اصلاح کوتاه‌مدت که باید فوراً در اولویت اصلاح قرار گیرند.
- چالش‌های مهم ولی نیازمند اصلاحات ساختاری بلندمدت.
- چالش‌هایی با تأثیر متوسط که می‌توان با اصلاحات جزئی آن‌ها را مدیریت کرد.
- چالش‌هایی که تأثیر محدودی دارند یا در بلندمدت باید اصلاح شوند.

بر اساس این طبقه‌بندی می‌توان راهبردهای سیاستی مناسب تدوین نمود. ارائه راهکار جهت مواجهه با چالش‌های مالیات اقتصاد دیجیتال، در هر گروه نیازمند مطالعات گسترده و

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

به‌کارگیری نظرات خبرگان و متخصص حوزه‌های مختلف است. پژوهش حاضر به توصیف و شناسایی مسئله پرداخته و ارائه راهکار می‌تواند در پژوهش‌های بعدی انجام شود. با این حال بر اساس نتایج حاصل از پژوهش برخی از توصیه‌های کلی قابل ارائه است. اصلاحات باید از **مشکلات فوری و اجرایی** شروع شده و سپس به سمت **اصلاحات ساختاری و فرهنگی بلندمدت** حرکت کند.

- با توجه به اینکه حوزه مالیات بر اقتصاد دیجیتال یک حوزه جدید است، باید شکاف دانش و آگاهی را از طریق انتشار اطلاعات، خلاصه سیاست‌ها و کارگاه‌های آموزشی پر کرد. بخشی از فقدان دانش و تخصص نیز می‌تواند از طریق ظرفیت‌سازی و اعزام کارکنان به کشورهای دیگر بهبود یابد.
- نتیجه بحث‌های مطرح‌شده در سازمان‌های بین‌المللی احتمالاً مالیات داخلی و بین‌المللی را برای دهه‌های آینده شکل خواهد داد. قوانین مالیاتی تاکنون توسط کشورهای با درآمد بالا تدوین می‌شد، با تغییر شرایط جهت دستیابی به مالیات عادلانه و اجماع جهانی، کشورهای در حال توسعه و ایران نیز باید در تدوین قوانین بین‌المللی مشارکت داشته باشند.
- تدوین و اصلاح قوانین و به‌روزرسانی قوانین متناسب با شرایط جدید و گنجاندن مسائل نوظهور نظیر ارز دیجیتال یکی از اقدامات ضروری در راستای رفع چالش‌های پیش روی سازمان امور مالیاتی است که باید در اولویت سازمان‌های قانون‌گذار و سیاست‌گذار قرار گیرد.
- بخش زیادی از چالش‌ها مربوط به عدم هماهنگی و همکاری میان سازمان‌های دولتی و غیر دولتی بود، بنابراین در وهله اول نیاز است یک مشارکت کاملاً همسو با وحدت کامل بین دستگاه‌های اجرایی تدوین شود.
- از سوی دیگر استانداردسازی مجموعه‌های مالیاتی در انواع مختلف مشاغل دیجیتال و افزایش آگاهی عمومی نسبت به قوانین مالیاتی این حوزه اهمیت دارد.
- ایجاد توافقنامه‌های منطقه‌ای و مشارکت سازمان امور مالیاتی در معاهدات بین‌المللی و تلاش‌های مربوط به قوانین مالیات دیجیتال می‌تواند بخشی از موانع را برطرف نماید.
- از آنجا که بخش زیادی از مالیات متکی بر خود اظهاری مؤدیان است و به دلیل ویژگی‌های خاص اقتصاد دیجیتال امکان اجتناب یا فرار مالیاتی افزایش یافته، نیاز به مکانیسم‌های نظارتی و ایجاد جریمه‌هایی برای مقابله با تقلب مالیاتی وجود دارد.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

- بخشی از سهل‌انگاری و عدم تمایل کسب‌وکارهای دیجیتال به پرداخت مالیات و خود اظهاری به دلیل مشکلات موجود و نامناسب بودن سیستم مالیاتی فعلی برای مشاغل دیجیتال است. بنابراین لازم است تغییراتی در سیستم ایجاد شود که همسو با تغییرات جدید فضای کسب‌وکار باشد.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

سپاسگزاری

مقاله حاضر، مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «شناسایی چالش‌ها و روش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال و برآورد ظرفیت مالیاتی آن در ایران» است که با حمایت مالی سازمان امور مالیاتی کشور و با نظارت مرکز آموزش و پژوهش این سازمان انجام شده است. ازاین‌رو از زحمات و حمایت‌های مالی و علمی این سازمان به‌خصوص جناب آقای دکتر برزگری رئیس محترم وقت و سرکار خانم سِیَر کارشناس محترم این مرکز در راستای انجام پروژه قدردانی می‌شود.

ORCID

Nafiseh Salehnia* https://orcid.org/0000-0001-7884-3735
Sajedeh Salehnia https://orcid.org/0000-0001-7884-3735
Mohammadmahdi Nasrharandi https://orcid.org/0000-0002-8499-764X

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

منابع

۱. طاهری بروجنی، رضا.، و حسینی، رضا. (۱۳۹۹). بررسی چالش‌های فراروی اخذ مالیات بر تجارت الکترونیک. پژوهشنامه مالیات، ۹۴، ۱۵۳-۱۲۹.

۲. طیب‌نیا، علی.، و سیاوشی، سمیه. (۱۳۸۸). مالیات‌ستانی از تجارت الکترونیکی در ایران. فصلنامه تخصصی مالیات، ۷(۵۵)، ۴۳-۹.

۳. محمودزاده، محمود.، و حسن‌زاده، محمد. (۱۳۸۵). مالیات بر تجارت الکترونیکی: مقدمه‌ای بر تدوین قانون مالیات بر تجارت الکترونیکی در ایران. فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۱۴(۳۷-۳۸)، ۱۱۷-۸۵.

۴. سیف‌اللهی، ناصر.، و اکبری آرباطان، گلثوم. (۱۴۰۲). شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های اقتصاد دیجیتال در توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی. زن در توسعه و سیاست، ۲۱(۳)، ۸۰۶-۷۸۱.

۵. رنجبر، هادی.، حق‌دوست، علی‌اکبر.، صلصالی، مهوش.، خوشدل، علیرضا.، سلیمانی، محمدعلی.، و بهرامی، نسیم. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش کیفی: راهنمایی برای شروع. نشریه پژوهش‌های علمی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، ۳(۱۰)، ۲۵۰-۲۳۸.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

References

1. Aslam, A., & Shah, A. (2020). *Tec(h)tonic Shifts: Taxing the Digital Economy* (IMF Working Paper No. WP/20/76). International Monetary Fund.
2. Bekhradi Nasab, V., Bazrafakn, A., & Khoshdel, A. (2022). Examining the Challenges and Methods of Receiving Taxes of the Digital Economy in Isfahan Province. *International Journal of Finance, Accounting and Economics Studies*, 3(2), 15–34.
3. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa.
4. Bunn, D., Asen, E., & Enache, C. (2020). *Digital Taxation around the World*, Tax Foundation.
5. European Parliamentary Research Service. (2021, October 26). *Taxing the Digital Economy: New Developments and the Way Forward* (Briefing). European Parliament.
6. Guo, Y., Zou, T., & Shan, Z. (2022). Taxation Strategies for the Governance of Digital Business Model—An Example of China. *Frontiers in Psychology*, 13, 1013228.
7. Hadzhieva, E. (2016). *Tax Challenges in the Digital Economy* (Printed Report). European Parliament.
8. KPMG. (2024). *Taxation of the Digitalized Economy* (Printed Report). kpmg.com/us
9. Mahmoudzadeh, M., & Hasanzadeh, M. (2005). E-commerce Taxes: An Introduction to the Formulation of the E-Commerce Tax Law in Iran. *Economic Research and Policy Quarterly*, 14(37–38), 117–85. [In Persian]
10. Mpofu, F. Y. (2022a). Taxing the Digital Economy through Consumption Taxes. *International Journal of Financial Studies*, 10(3), 65. https://doi.org/10.3390/ijfs10030065.
11. Mpofu, F. Y. (2022b). Taxation of the Digital Economy and Direct Digital Service Taxes: Opportunities, Challenges, and Implications for African Countries. *Economies*, 10(9), 219–247. https://doi.org/10.3390/economies10090219.
12. OECD. (2015). *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*. https://doi.org/10.1787/9789264241046-en.
13. OECD. (2017). *Mechanisms for the Effective Collection of VAT/GST*. Organization for Economic Co-operation and Development.
14. OECD. (2018). *Tax Challenges Arising from Digitalization*. Organization for Economic Co-operation and Development.
15. OECD. (2020). *Statement by the OECD/G20 Inclusive Framework on BEPS on the two-pillar approach to address the tax challenges arising from the digitalisation of the economy*. Organization for Economic Co-operation and Development.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]

16. Ranjbar, H., Haqdoost, A. A., Salasali, M., Khoshdel, A., Soleimani, M. A., & Bahrami, N. (2012). Sampling in Qualitative Research: A Guide to Getting Started. *Scientific Research Journal of the University of Medical Sciences of the Islamic Republic of Iran Army*, 3(10), 238–250. [In Persian]
17. Rukundo, S. (2020). *Addressing the Challenges of Taxation of the Digital Economy: Lessons for African Countries* (ICTD Working Paper No. 52). International Centre for Tax and Development.
18. Seifollahi, N., & Akbari Arbatan, G. (1402). Identifying the Challenges and Opportunities of the Digital Economy in the Development of Rural Women's Home Businesses. *Women in Development and Politics*, 21(3), 781–806. [In Persian]
19. Subcommittee on Tax Challenges Related to the Digitalisation of the Economy. (2019). *Tax Issues Related to the Digitalization of the Economy* (UN-ESCAP Report). United Nations.
20. Taheri Borujeni, R., & Hosseini, R. (2019). Examination of the challenges of e-commerce tax collection. *Research Journal of Taxation*, 94, 129–153. [In Persian]
21. Tayebnia, A., & Siavashi, S. (2010). Taxation of e-commerce in Iran. *Specialized Tax Quarterly*, 7(55), 43–9. [In Persian]
22. Tsindeliani, I. A., Burova, A. S., Migacheva, E. V., Anisina, K. T., Kopina, A. A., & Rodygina, V. E. (2019). Main elements of taxation in the conditions of the development of digital economy. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(5), 129–137.

استناد به این مقاله: صالح‌نیا، نفیسه. صالح نیا، ساجده و نصرهرندی، محمدمهدی. (۱۴۰۴). چالش‌های مالیات‌ستانی از اقتصاد دیجیتال در ایران. پژوهشنامه مالیات، ۳۳(۶۷)، ۷-۳۳.

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

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-17]

[DOI: 10.61882/taxjournal.33.67.1]