



فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه

دوره پانزدهم، شماره پنجاه و هشتم، تابستان ۱۴۰۲

نوع مقاله: علمی پژوهشی

صفحات: ۲۱۷-۲۰۰

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران

علیرضا مهرپویان^۱

مرتضی بکی حسکویی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۳/۲۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۰۲

چکیده

این پژوهش با هدف ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران صورت پذیرفته است. پژوهش از نوع کیفی و اکتشافی بوده و روش پژوهش تحلیل مضمون می‌باشد. ابزار استفاده شده برای گردآوری داده‌ها، مصاحبه بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان ارشد امور مالیاتی آشنا به تجارت الکترونیک بوده‌اند که حداقل دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و حداقل ۵ سال سابقه کاری مرتبط دارند. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شده و در مجموع ۱۴ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه نشان داد که مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دارای سه تم (تم ساختاری، تم شناختی و تم عملکردی) و ۶ مقوله و ۲۱ مفهوم می‌باشند که در مجموع شبکه مضامین حاصل از استخراج عوامل در مصاحبه‌های صورت گرفته شده ارائه گردید. طبق یافته‌ها تم ساختاری ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دارای مقوله‌های زیرساخت‌های مالیاتی و اصلاحات ساختاری و تم شناختی دارای دو مقوله بینش مودیان مالیاتی و سیستم اطلاعات مالیاتی و تم عملکردی دارای دو مقوله صحت و شایستگی مالیاتی و عملکرد نظام مالیاتی بوده است.

کلمات کلیدی

ظرفیت مالیاتی، تجارت الکترونیک، ایران

۱- گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. mehrpooyan2022@gmail.com

۲- گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) m.baky@isu.ac.ir

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

مقدمه

تجارت الکترونیک با افزایش تعداد واحدهای تجاری به سرعت رشد کرده است. با این حال، گسترش مشاغل تجارت الکترونیکی چالش‌هایی را برای مقامات مالیاتی در سراسر جهان ایجاد کرده است. با توجه به شیوه‌ای که تجارت الکترونیک در حال انجام است، ممکن است فرصت‌های برنامه‌ریزی مالیاتی را فراهم کند (جعفر سیدیک^۱، ۲۰۲۱، ص ۳۳). برآورد درآمد بالقوه مالیات می‌تواند به تعیین ذخایر رشد درآمد مالیات کمک کند. بنابراین، منطق ارزیابی و پیش‌بینی دقیق ظرفیت مالیاتی، اولین و مهمترین گام در توسعه برنامه‌های اجتماعی و اقتصادی هر منطقه است (ایبراگیمووا^۲، ۲۰۱۸، ص ۱).

واقعیت این است که در تجارت الکترونیکی فروشندگان کالا ممکن است از نظر فیزیکی فقط در یک مکان مستقر باشند اما در کل جهان به فروش کالا و خدمات اقدام کنند. در این صورت با وجود این که صدها مکان فروش برای یک بنگاه وجود دارد اما فقط یک مکان برای پرداخت مالیات وجود خواهد داشت. بعضی از کارشناسان معتقدند که به این ترتیب تعداد مکان‌های پرداخت‌کننده مالیات در مقایسه با تعداد مکان‌های فروش بسیار کمتر بوده و در نتیجه درآمد مالیاتی دولت در مقایسه با حجم تجارت الکترونیکی بسیار اندک است (عبدلی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۲). معاملات تجاری الکترونیکی به سرعت در حال رشد است و در نتیجه باعث ناراحتی معامله‌گران می‌شود که معتقدند سیستم مالیات به دلیل وجود خلأهایی که باعث می‌شود معامله‌گران تجارت الکترونیک از مالیات اجتناب کنند، ناعادلانه است. دیدگاه دولت این است که معامله‌گران الکترونیکی باعث کاهش مالیات می‌شوند که در غیر این صورت می‌تواند درآمد کشور را افزایش داده و سیستم مالیاتی را بین همه معامله‌گران اعم از تجارت الکترونیکی یا معمولی هماهنگ کند. نظرات مختلفی در مورد پیامدهای تجارت الکترونیکی بیان شده است. برخی استدلال می‌کنند که تجارت الکترونیکی سیستم مالیاتی را بهبود می‌بخشد، در حالی که برخی دیگر معتقدند که سیستم مالیاتی قبل از ظهور تجارت الکترونیکی طراحی شده است، در نتیجه مشکلاتی را ایجاد می‌کند (پالبل و همکاران^۳، ۲۰۲۰، ص ۱۷۹).

آرماع-اتوح و آوال^۴ (۲۰۱۳) نشان دادند که ظرفیت یک کشور برای فراهم کردن رفاه و امنیت شهروندان، علاوه بر توسعه و تقویت دموکراسی به توانایی دولت‌ها برای جمع‌آوری مناسب مالیات نیز بستگی دارد. همچنین بیان می‌کند که جمع‌آوری مناسب درآمد مالیاتی، بیشتر از سایر عوامل اقتصادی، میزان خدمات عمومی را افزایش می‌دهد و توسعه و دستیابی به اهداف را در کشورهای در حال توسعه، تسهیل می‌کند. نیاز به تمکین مالیاتی، در حال حاضر بیش از پیش افزایش یافته است، ریتساتو^۵ (۲۰۱۴) نشان داد که اهمیت به تمکین مالیاتی و شناسایی مؤدیان جدید به‌طور چشمگیری با توجه به بحران

حاکم در محیط اقتصادی، افزایش یافته است. این بدان معنی است که تمام مقامات دولتی (با دولت‌ها) در سراسر جهان، باید تلاش کنند که به نتیجه مطلوب برای برآورده شدن میزان درآمد مالیاتی، دست یابند. این به معنای به حداکثر رساندن تمکین مالیاتی از سوی مؤدیان مالیاتی است. از این رو از مهمترین مسائل پیش‌روی دولت ایران، شیوه دریافت مالیات بر تجارت الکترونیک از سوی فروش کالاهای مجازی و حقیقی، خدمات واسطه‌گری، تبلیغات و کالاهای وارداتی اعم از مجازی و حقیقی می‌باشد. در کسب و کار الکترونیکی در زمینه خرید و فروش کالاهای دیگر دفاتر رسمی سنتی رنگ خود را می‌بازند و ثبت اطلاعات میزان، قیمت و ... خرید و فروش در دنیای مجازی و شیوه پرداخت از طریق پول الکترونیکی و حساب‌های الکترونیکی صورت می‌گیرد. افزایش تاکیدات بر تجارت الکترونیک از یک سو و ضرورت استفاده اثربخش از ظرفیت‌های مالیاتی وجود در جامعه از سوی دیگر، در اسناد بالادستی کشور و سیاست‌های اقتصادی می‌توان بیان داشت شناسایی و تحلیل صحیح ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک از شکاف‌های مطالعاتی موجود در امور مالیاتی کشور بوده و بنابراین سعی بر آن است که مدل ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران با کنکاشی علمی ارائه گردد.

ادبیات تحقیق

تجارت الکترونیکی یک راه جدید انجام تجارت که به شکل انقلابی نحوه کسب‌وکار در سراسر دنیا را متحول نموده، می‌باشد. در این نوع تجارت، حضور فیزیکی و تحویل فیزیکی کالا و خدمات ضروری نمی‌باشد. این تکنولوژی جدید تولید محصولات و خدمات، تبدیل و بازاریابی کالا/ خدمات، فرآیندهای کسب‌وکار، ساختار سازمانی سرمایه‌گذاری و سایر زمینه‌های کاربردی تجارت را متحول می‌نماید. مالیات بر تجارت الکترونیک یعنی اخذ مالیات از کله مبادلات و فعالیت‌های اقتصادی و درآمدهای صورت گرفته در فضای مجازی و به‌صورت الکترونیکی. مالیات بر تجارت الکترونیکی مرحله تکمیلی و گسترده‌تری از اخذ مالیات الکترونیکی می‌باشد (طاهری بروجنی و حسینی، ۱۳۹۹، ص ۱۳۳).

امروزه در دنیای تجارت کار با سیستم‌های پرداخت الکترونیکی خیلی حساس بوده و باعث ارتقاء سطح خدمت‌رسانی سازمانی می‌شود و هم برای سازمان و هم برای کاربر و هم برای جامعه تبعات مفیدی را به دنبال دارد اما شرط استفاده کاربران از سیستم‌های الکترونیکی مخصوصاً بخش پرداخت‌های الکترونیکی، منوط به گرایش و نگرش مثبت آن‌ها در قبال این سیستم‌ها است (نوربخش و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۰۹۳). امروزه دولت از فناوری اطلاعات به روش‌های زیادی منفعت به‌دست می‌آورد. اهمیت درک و نفوذ پذیرش شهروندان از خدمات دولت الکترونیکی حیاتی است (فو و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۱۰۹). فناوری مورد استفاده در تجارت الکترونیکی، فرصت‌هایی را در اختیار مقامات مالیاتی کشورها قرار

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

می‌دهد تا از طریق آن به بهبود کارایی اداره مالیات خود و ارتقای کیفیت خدمات به مودیان اقدام نمایند. به عنوان مثال، فناوری اینترنت این توانایی را دارد تا به بهبود ارتباط بین مقامات مالیاتی و مودیان منجر شده و از طریق آن، موجب تسهیل دسترسی مقامات مالیاتی به اطلاعات شده و بدین ترتیب مودیان را به پرداخت تعهدات مالیاتی خود به صورت داوطلبانه ترغیب نماید. علاوه بر آن، اینترنت، فرآیند جمع‌آوری مالیات‌ها را تسهیل می‌نماید (نوریخس و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۰۹۴).

بر حسب ظرفیت مالیاتی، توانایی دولت برای افزایش درآمد، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه ضعیف است. کشورهای کم درآمد درآمد مالیاتی بسیار کمتری را به عنوان سهم تولید ناخالص داخلی در مقایسه با کشورهای با درآمد بالا جمع‌آوری می‌کنند (اوکونگه و پولیگوئن^۷، ۲۰۱۸، ص ۲). شناسایی عوامل تاثیرگذار بر درآمدهای مالیاتی که مبتنی بر ظرفیت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و در نتیجه توان بالقوه مالیات‌ستانی هست، در ادبیات اقتصاد کلان از اهمیت زیادی برخوردار است. مالیات به عنوان یکی از مهم‌ترین راه‌های تامین مالی دولت‌ها، همیشه مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی بوده است و بحث مالیات‌ها از دیدگاه اقتصاد کلان و خرد دارای اهمیت فراوانی است (پناهی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۸۱).

مطرح شدن تجارت الکترونیکی سوالات جدیدی را برای ادارات مالیاتی و سیاست‌های مربوط آن ایجاد نموده است و گسترش تجارت الکترونیکی نظام مالیاتی کشورهای مختلف را با چالشی جدید روبرو ساخته است. ویژگی‌های حاکم بر نحوه تبادل کالا و خدمات در محیط مجازی، حساس‌رسان مالیاتی را در شناسایی، برآورد درآمد مشمول مالیات و وصول مالیات کسب‌وکارهای الکترونیکی با مشکل روبرو ساخته است. این در حالی است که استقبال عمومی از پیشبرد فعالیت‌های تجاری و اقتصادی خود از طریق ابزار الکترونیکی (شبکه‌های رایانه‌ای و اینترنت) موجب رشد روزافزون تعداد معاملات اینترنتی مشمول مالیات گردیده است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۱۲۵). مطالعه سیمبالیوک و همکاران^۸ (۲۰۱۸) نشان داد که اینترنت یکی از چشمگیرترین فعالیت‌ها بوده و می‌تواند به عنوان یک منبع مهم پرکردن بودجه تبدیل شود (سیمبالیوک و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۳۳۶).

در خصوص ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک تاکنون مطالعات اندکی صورت پذیرفته شده است. توجه به این مطالعات نشان می‌دهد که پرداختن به ظرفیت‌های مالیاتی موجود در تجارت الکترونیک جهت بهبود درآمدهای مالیاتی دولتی و ایجاد عدالت مالیاتی در جامعه طی سال‌های اخیر اهمیت بیشتری در جامعه پیدا کرده و مهمتر هم می‌شود. نتایج پژوهش طیب‌نیا و سیاوشی (۱۳۸۸) نشان داد بهترین نوع مالیات برای تجارت الکترونیکی، مالیات بر ارزش افزوده است اما این قوانین در کشور ما نیاز به تغییر

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۸ / تابستان ۱۴۰۲

دارند. نتایج مشکی و همکاران (۱۳۹۱) نشان داد، عواملی که در تمایل به استفاده از این خدمت تاثیر دارند به ترتیب: انتظار تلاش، تاثیر اجتماعی و انتظار کارایی می‌باشند. همچنین، عامل مباحث فنی- زیرساختی بر عوامل انتظار تلاش و انتظار کارایی تاثیر مثبت و معنی‌دار دارد. شکاری (۱۳۹۵) مهم‌ترین موانع شناسایی و رتبه‌بندی موانع وصول مالیات بر تجارت الکترونیکی از میان ۳۳ مانع شناسایی شده به ترتیب فرهنگ ضعیف مالیاتی به‌طور عام، وجود پنهان‌کاری و فعالیت‌های غیرشفاف در فضای وب و روابط بین‌المللی ضعیف و تحریم‌ها نشان دادند. چالش‌های فراروی اخذ مالیات بر تجارت الکترونیک از نظر طاهری بروجنی و حسینی (۱۳۹۹) در سه حوزه قوانین و مقررات، سیاست‌گذاری و فرآیندهای اجرایی می‌باشد. نتایج عبدلی و همکاران (۱۴۰۰) حاکی است که بین تجارت الکترونیکی و اجتناب مالیاتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بدین معنا که افزایش تجارت الکترونیکی موجب شده تا اجتناب مالیاتی افزایش یابد. در واقع تجارت الکترونیکی امر مشاهده اطلاعات و اجرای مالیات را برای متصدیان مالیاتی سخت و یا نشدنی کرده است.

در مطالعه آگراوال و فاکس^۹ (۲۰۱۵) رویکردهای مختلفی برای بکارگیری مقصد اصلی در خرید آنلاین بررسی شده و به کشورهای که از مالیات بر ارزش افزوده استفاده می‌کنند ارتباط داده شد. طبق یافته‌های سیمبالیوک و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۸) نقض عمده در مالیات فعالیت اینترنت را شناسایی کرده و جهت اصلی برای بهبود درآمد مالیاتی را به عنوان یکی از عناصر تضمین امنیت مالیاتی دولت (تعیین برجسب اعتماد برای شناسایی وب‌ها و فعالیت‌های اینترنتی) تعیین کرده‌اند. مطالعه پالیل و همکاران (۲۰۲۰) مشکلات ناشی از تجارت الکترونیکی، به ویژه در شناسایی چالش‌های مالیات را بررسی می‌کند. بر اساس ادبیات موجود، ۶ چالش عمده شناسایی شده است که شامل ۲۲ مورد در اجرای مالیات برای تجارت الکترونیکی در مالزی است. این مطالعه برای طرف‌های درگیر (در امور مالیات)، به ویژه هیات درآمد داخلی، در طراحی قوانین و دستورالعمل‌های مالیاتی کارآمد و سیستماتیک در تجارت الکترونیک مفید است، به طوری که چگونه منابع مالیاتی احتمالی شناسایی و ضررها را کاهش دهند. در مطالعه مرکس^{۱۱} (۲۰۲۰) طرح مالیات بر ارزش افزوده برای تجارت الکترونیکی مطرح شده که طبق بررسی صورت گرفته، برای معامله‌گران جذاب است. پیامدهای سیستم مذکور در این مطالعه بررسی شده است. نتایج جعفر سیدیک^{۱۲} (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که مسائل مالیاتی انگیزه اصلی شرکت‌ها برای انجام تجارت الکترونیکی نیست. این نشان می‌دهد که سایر عوامل برای مشاغل تجارت الکترونیکی در مرحله برنامه‌ریزی اهمیت بیشتری دارند. نتایج مطالعه سورمین^{۱۳} (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که متغیرهای اجتماعی شدن مالیات و استفاده از استانداردهای حسابداری بر رعایت مالیات‌دهندگان تأثیر می‌گذارد، در

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

حالی که تجارت الکترونیکی بر انطباق مالیات‌دهندگان کسب و کارهای کوچک و متوسط در جاکارتا تأثیر نمی‌گذارد. طبق بررسی آچمپانگ^{۱۴} (۲۰۲۱)، در مواجهه با Covid-19، عملیات تجارت الکترونیکی به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است، اما دولت‌های سراسر جهان هنوز از نظر درآمد حاصل از مالیات، پول زیادی را برای عملیات تجارت الکترونیک از دست می‌دهند. این به دلیل نظام مالیاتی نامتعارف است که برای مالیات تجارت الکترونیکی استفاده می‌شود. این امر سیاستگذاران را مجبور کرده است که مقررات مالیاتی موجود را زیر سال ببرند و چاره‌ای برای آن‌ها باقی نگذاشته است تا روش‌های جدیدی را برای مالیات دادن به عملیات تجارت الکترونیکی در نظر بگیرند.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش از نوع کیفی و اکتشافی است. روش مورد استفاده کیفی روش (تحلیل مضمون^{۱۵}) می‌باشد. تحلیل مضمون به‌عنوان یک روش اساسی در تحلیل کیفی در نظر گرفته می‌شود. تحلیل مضمون، نخستین روش تحلیل کیفی است که پژوهشگران باید فرا بگیرند، زیرا این روش، مهارت‌های اصلی که برای اجرای بسیاری از روش‌های دیگر تحلیل کیفی لازم است را فراهم می‌آورد. تحلیل مضمون روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای (مضامین) موجود درون داده‌ها است. این روش در حداقل خود داده‌ها را سازماندهی و در قالب جزئیات توصیف می‌کند. اما می‌تواند از این فراتر رفته و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را تفسیر کند (کمالی، ۱۳۹۷، ص ۱۹۱). در قسمت کیفی پژوهش برای تحلیل دقیق و صحیح ابعاد مساله مورد بررسی جهت ارائه مدل مفهومی پژوهش، نیاز به انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با افرادی است که با ظرفیت مالیاتی و تجارت الکترونیک آشنایی داشته و تجربیات لازم را نیز در این زمین کسب کرده باشند. از این‌رو جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان ارشد امور مالیاتی که آشنایی لازم با تجارت الکترونیکی دارند و داشته و حداقل دارای سطح تحصیلی کارشناسی ارشد و حداقل پنج سال سابقه کاری مرتبط دارند، تشکیل می‌دهند. در مجموع با ۱۴ نفر از افراد واجد شرایط فوق مصاحبه صورت پذیرفت. جهت مصاحبه تا حد اشباع نظری با این افراد ارتباط برقرار شد. در واقع نمونه‌گیری مورد استفاده در پژوهش کیفی نمونه‌گیری نظری بوده است.

روش‌های جمع‌آوری داده‌ها عبارتند از مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک علمی. پروتکل اصلی مصاحبه شامل ۹ سوال است که متناسب پاسخ‌ها، سوال‌های دیگری نیز به آن‌ها اضافه می‌گردید.

گوبا و لینکلن^{۱۶} (۱۹۹۴) مفهوم قابلیت اعتماد را به عنوان معیاری جایگزین برای روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مطرح کرده‌اند. این دو پژوهشگر قابلیت اعتماد را در چهار بعد (قابلیت اعتبار، قابلیت

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۸ / تابستان ۱۴۰۲

انتقال، قابلیت اتکا و قابلیت تایید) معرفی کردند (اخلاصی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۸۱). با توجه به ابعاد چهارگانه فوق تایید روایی و پایایی بخش کیفی پژوهش به صورت جدول ۱ صورت پذیرفت.

جدول ۱: بررسی روایی و پایایی در روش تحقیق کیفی

ردیف	بعد	عملیات پژوهش
۱	قابلیت اعتبار	چک شدن نتایج توسط مصاحبه‌شوندگان
۲	انتقال پذیری	توصیف حوزه مورد بررسی و شرکت کنندگان در پژوهش
۳	قابلیت اطمینان	مستندسازی داده‌های حاصل شده از مصاحبه‌ها
۴	تاییدپذیری	کدگذاری ثانوی

تجزیه و تحلیل اطلاعات در روش تحلیل مضمون بر فرآیند کدگذاری مبتنی است. مضمون یا تم، بیانگر مفهوم الگوی موجود در داده‌ها و مرتبط با پرسش‌های پژوهش است. این روش، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است که داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. شبکه مضامین بر اساس رویه‌ای، مشخص، طی چهار مرحله دیدن متن، برداشت و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتبط، تحلیل اطلاعات کیفی و در نهایت مشاهده نظام‌مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان یا فرهنگ مضامین زیر را نظام‌مند می‌کند (ابراهیمی و عین‌علی، ۱۳۹۷، ص ۴۱۱):

- مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی موجود در متن)
- مضامین سازمان‌دهنده (مقولات به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامیه پایه)
- مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل)

تحلیل داده‌ها

در این مطالعه بر اساس پروتکل تدوین شده پژوهش با ۱۴ نفر مصاحبه صورت پذیرفت. برای تحلیل و دسته‌بندی یافته‌های حاصل از مصاحبه در این مطالعه از روش تم استفاده گردید. ابتدا مصاحبه‌ها به صورت متن کتبی درآمد و سپس با توجه به نکات کلیدی و موارد حائز اهمیت، کدگذاری صورت پذیرفت. طبقات مشابه در دسته‌های انتزاعی به نام مفاهیم و مفاهیم مشابه در دسته‌های مقوله‌ای شبیه‌هم، تم‌ها را تشکیل دادند. یافته‌های حاصل از مصاحبه در قالب سه تم و ۶ مقوله و ۲۱ مفهوم می‌باشند که در مجموع شبکه مضامین حاصل از استخراج عوامل در مصاحبه‌های صورت گرفته شده ارائه گردید.

تم ساختاری کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک

کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک از ابعاد و جنبه‌های گوناگونی قابل توجه می‌باشد.

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

نگاه مختصر به ادبیات موضوع نیز بیانگر این مساله بوده و می‌توان با رویکردهای مختلف به مولفه‌های کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک اشاره و مورد دسته‌بندی و مدل‌سازی قرار داد. نخستین تم بدست آمد از تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته، تم ساختاری کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک می‌باشد که این تم از دو مقوله و ۷ دسته مفهومی تشکیل شده است که بر حسب ۸۸ کد (۲۷ عامل) حاصل گردیده است. دو مقوله مذکور عبارتند از زیرساخت‌های مالیاتی و اصلاحات ساختاری که در برگیرنده مقوله‌های گسترش تجارت الکترونیک، پشتیبانی‌های دولتی، زیر ساخت‌های فنی الکترونیکی، زیر ساخت‌های الکترونیکی مالیاتی، اصلاح نظام مالیاتی، اصلاح قوانین و ارزیابی نظام مالیاتی می‌باشند. جدول ۲ دسته‌های تشکیل‌دهنده تم ساختاری کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک را نشان می‌دهد.

جدول ۲- دسته‌های تشکیل‌دهنده تم ساختاری کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک

مقوله‌ها	مفاهیم	کدها
زیرساخت‌های مالیاتی	گسترش تجارت الکترونیک	1C24-2C23-4C21-5C19-5C20-6C20-6C21-7C18-7C19-8C17-9C17-11C18-12C17
	پشتیبانی‌های دولتی	1C11-2C12-4C9-5C11-6C8-7C10-7C11-10C10-11C9-12C9
	زیرساخت‌های فنی الکترونیکی	1C9-2C10-2C11-3C8-4C6-4C7-5C10-6C6-7C8-9C6-10C9-11C5-11C6-12C8-14C7
اصلاحات ساختاری	زیرساخت‌های الکترونیکی مالیاتی	1C10-3C9-4C8-6C7-7C9-8C7-9C7-11C7-11C8-13C7-13C8-14C8
	اصلاح نظام مالیاتی	1C12-2C13-3C10-3C11-4C10-4C11-6C9-8C8-9C8-10C11-12C10-14C9
	اصلاح قوانین	1C2-2C3-3C2-3C3-5C2-5C3-8C2-9C2-10C2-11C2-12C2-13C2
	ارزیابی نظام مالیاتی	1C13-1C14-2C14-2C15-3C12-5C12-6C10-8C9-8C10-9C9-10C12-12C11-14C10

اولین مقوله تم ساختاری، زیرساخت‌های مالیاتی می‌باشد. زیرساخت‌های مالیاتی بر اساس مبانی موجود نشان‌دهنده شرایط مقتضی و زمینه‌های لازم در راستای ایجاد امکان کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی در بخش تجارت الکترونیک می‌باشد. اولین دسته مفهومی از مقوله زیرساخت‌های مالیاتی نگاه به میزان گسترش تجارت الکترونیک می‌باشد که تعداد ۱۱ نفر و ۱۴ کد به گسترش تجارت الکترونیک اشاره داشتند. دومین دسته مفهومی مقوله زیرساخت‌های مالیاتی توجه به پشتیبانی‌های دولتی می‌باشد که تعداد ۹ نفر و ۱۰ کد به مفهوم پشتیبانی‌های دولتی اشاره داشتند. سومین دسته مفهومی مقوله

زیرساخت‌های مالیاتی، زیرساخت‌های فنی الکترونیکی است که تعداد ۱۲ نفر و ۱۵ کد به زیرساخت‌های فنی الکترونیکی پرداختند. چهارمین دسته مفهومی مقوله زیرساخت‌های مالیاتی تاکید بر زیرساخت‌های الکترونیکی مالیاتی است که تعداد ۱۰ نفر و ۱۲ کد به زیرساخت‌های الکترونیکی مالیاتی اشاره داشتند. دومین مقوله تم ساختاری، اصلاحات ساختاری است. اصلاحات ساختاری اشاره به تحولات و تغییرات لازم در نظام مالیاتی جهت ایجاد ساختاری کارآمد برای بهینه‌سازی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دارد. اجرای اصلاحات ساختاری عاملی است که از طریق آن می‌توان به وضعیت قابل پذیرش در سیستم‌های مالیاتی امیدوار شد. اولین دسته مفهومی مقوله اصلاحات ساختاری توجه به اصلاح نظام مالیاتی می‌باشد که تعداد ۱۰ نفر و ۱۲ کد به مفهوم اصلاح نظام مالیاتی اشاره کردند. دومین دسته مفهومی از مقوله اصلاحات ساختاری توجه به اصلاح قوانین است که تعداد ۱۰ نفر و ۱۲ کد به اصلاح قوانین اشاره داشتند. سومین دسته مفهومی از اصلاحات ساختاری نگاه به ارزیابی نظام مالیاتی می‌باشد که تعداد ۱۱ نفر و ۱۳ کد به ارزیابی نظام مالیاتی اشاره داشتند.

تم شناختی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک

کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک، علاوه بر جنبه‌های ساختاری به ابعاد و جنبه‌های شناختی نیز ارتباط دارد. مبانی اطلاعاتی و انعکاسی صحیح از شرایط و قابلیت‌های مطرح در زمینه مالیات تجارت الکترونیک را باید از اجزای اصلی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دانست. بنابراین تم شناختی بیانگر عواملی است که تصویر کارا و اثربخش از شرایط مقتضی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک داشته و در سیاست‌ها و برنامه‌های مالیاتی می‌بایست مورد توجه قرار گیرند. ضرورت توجه و تاکید بر این تم را می‌توان در افزایش سطح درک و شناخت صحیح نسبت به مسائل مالیاتی دانست که این مهم هم از سوی نظام مالیاتی و هم از سوی مودیان مالیاتی حائز اهمیت است. با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته تم شناختی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دارای دو مقوله سیستم اطلاعات مالیاتی و بینش مالیاتی مودیان بوده که با توجه به ۸۷ کد (۲۳ عامل) حاصل از مصاحبه‌های انجام شده، در ۷ دسته مفهومی قرار گرفتند. ۷ دسته مفهومی مذکور عبارتند از فرهنگ‌سازی مالیاتی، اعتمادسازی مودیان مالیاتی، شناخت مودیان مالیاتی، آگاهی مودیان مالیاتی، شناسایی مشاغل الکترونیکی، سامانه جامع اطلاعاتی مالیاتی و شناسایی مسیرهای فرار مالیاتی است. جدول ۳ دسته‌های تشکیل‌دهنده تم شناختی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک را نشان می‌دهد.

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

جدول ۳- دسته‌های تشکیل‌دهنده تم شناختی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک

مقوله‌ها	مفاهیم	کدها
بینش مالیاتی مودیان	فرهنگ‌سازی مالیاتی	1C17-1C18- 2C18-3C17-5C13-6C14-8C12-9C12-10C14-11C12-13C11
	شناخت مودیان مالیاتی	1C21-2C20-3C20-4C18-5C16-5C17-7C15-8C15-11C15-12C15-13C13-14C15
	اعتمادسازی مودیان مالیاتی	1C16-2C17-3C15-3C16-4C13-6C12-6C13-7C12-8C11- 9C11-10C13-11C11-13C10-14C12
	آگاهی مودیان مالیاتی از قوانین	1C22-2C21-3C21-4C19-6C17-7C16-9C15-10C17-11C16-13C14-13C15-14C16
سیستم اطلاعاتی مالیاتی	سامانه جامع اطلاعاتی مالیاتی	1C4-1C5-2C5-3C4-4C4-5C5-6C3-7C4-8C4-9C3-10C4- 10C5-12C4-13C4-14C3
	شناسایی مسیرهای فرار	1C8-2C9-3C7-5C9-6C5-7C7-9C5-10C7-10C8-12C7-14C6
مالیاتی	شناسایی مشاغل الکترونیکی	1C7-2C7-2C8-3C6-4C5-5C8-7C6-8C6-9C4-11C4-13C6-14C5

اولین مقوله تم شناختی، بینش مالیاتی مودیان است. بینش مالیاتی مودیان بیانگر سطح درک و پذیرش مسائل و ضوابط مرتبط با نظام مالیاتی از سوی مودیان مالیاتی می‌باشد. اولین دسته مفهومی از مقوله بینش مالیاتی مودیان توجه به فرهنگ‌سازی مالیاتی است که تعداد ۱۰ نفر و ۱۱ کد به ارزش‌ها اشاره داشتند. دومین دسته مفهومی مقوله بینش مالیاتی مودیان توجه به شناخت مودیان مالیاتی می‌باشد که تعداد ۱۱ نفر و ۱۲ کد به مفهوم شناخت مودیان مالیاتی اشاره داشتند. سومین دسته مفهومی از مقوله بینش مالیاتی مودیان توجه به اعتمادسازی مودیان مالیاتی می‌باشد که تعداد ۱۲ نفر و ۱۴ کد به اعتمادسازی مودیان مالیاتی اشاره داشتند. چهارمین دسته مفهومی مقوله بینش مالیاتی مودیان، آگاهی مودیان مالیاتی از قوانین است که تعداد ۱۱ نفر و ۱۲ کد به آگاهی مودیان مالیاتی از قوانین پرداخته‌اند. دومین مقوله تم شناختی، سیستم اطلاعات مالیاتی است. اصولاً در جامعه فعلی وجود اطلاعات شفاف لازم و کافی می‌تواند حلال بسیاری از مسائل باشد. سیستم اطلاعات مالیاتی به مجموعه‌ای از فرایندها و رویه‌های اطلاعاتی اشاره می‌کند که به جمع‌آوری، تحلیل و اشاعه اطلاعات مالیاتی برای مودیان، کارشناسان، مدیران و تصمیم‌گیرندگان مالیاتی می‌پردازند. نخستین دسته مفهومی مقوله سیستم اطلاعات مالیاتی تاکید بر سامانه جامع اطلاعاتی مالیاتی است که تعداد ۱۳ نفر و ۱۵ کد به سامانه جامع اطلاعاتی مالیاتی اشاره داشتند. دسته مفهومی بعدی مقوله سیستم اطلاعات مالیاتی تاکید بر شناسایی مسیرهای فرار مالیاتی است که تعداد ۱۰ نفر و ۱۱ کد به شناسایی مسیرهای فرار مالیاتی اشاره داشتند. دسته مفهومی دیگر مقوله سیستم اطلاعات مالیاتی تاکید بر شناسایی مشاغل الکترونیکی است که تعداد ۱۱ نفر و ۱۲ کد به شناسایی مشاغل الکترونیکی اشاره داشتند.

تم عملکردی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک

نظام مالیاتی دارای ابعاد عملکردی در جهت رسیدن به اهداف مالیاتی بوده و این مساله در دیدگاه‌های نظری مختلف مورد توجه هست. ایجاد درآمدهای مورد نیاز برای دولت در انجام وظایف ذاتی خود در کنار مسائلی همچون عدالت، کاهش اختلافات طبقاتی، توزیع عادلانه درآمدها و امثالهم از نکاتی هستند که نظام مالیاتی به دنبال کسب آن‌ها می‌باشد. هرچند تحقق اهداف نظام مالیاتی مستلزم تدوین، پیاده‌سازی و اجرای درست برنامه‌ها و سیاست‌های مالیاتی است ولی شاخصه‌های عملکردی در نظام مالیاتی به صورت‌های گوناگون مطرح می‌شود. مصاحبه‌شوندگان در طی انجام فرآیند مصاحبه‌ها بر ابعاد عملکردی نظام مالیاتی برای کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک تاکیدات خاصی داشتند و این مساله پس از تحلیل پاسخ‌های آنها و انجام کدگذاری داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها نمایان شده و یکی از تم‌های مدل کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک، تم عملکردی معرفی گردید. حال این تم دارای دو مقوله عملکرد نظام مالیاتی و صحت و شایستگی مالیاتی را شامل شده که خود برگرفته شده از ۲۶ عامل در ۹۷ کد هستند که درون ۶ دسته مفهومی قرار گرفتند. دسته‌های مفهومی مذکور عبارتند از برقراری عدالت مالیاتی، شفافیت مالیاتی، مالیات بر ارزش افزوده، سیستم پرداخت کارآمد، فرآیندهای الکترونیکی مالیاتی، عملکرد نظام مالیاتی الکترونیکی و رویه‌های اثربخش مالیاتی می‌باشند. جدول ۴ دسته‌های تشکیل‌دهنده تم عملکردی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک را نشان می‌دهد.

جدول ۴- دسته‌های تشکیل‌دهنده تم عملکردی کارآمدی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک

مقوله‌ها	مفاهیم	کدها
عملکرد نظام مالیاتی	سیستم پرداخت کارآمد	1C20-2C19-4C16-4C17-5C15-6C16-7C14-8C14-9C14-10C16-11C14-12C14-14C14
	فرآیندهای الکترونیکی تجارت	1C6-2C6-3C5-5C6-5C7-6C4-7C5-8C5-10C6-11C3-12C5-12C6-13C5-14C4
	عملکرد نظام مالیاتی الکترونیکی	1C23-2C22-2C22-3C23-4C20-5C18-6C18-6C19-7C17-8C16-9C16-10C18-11C17-12C16-13C16
صحت و شایستگی مالیاتی	رویه‌های اثربخش مالیاتی	1C3-2C4-4C2-4C3-5C4-6C2-7C3-8C3-10C3-12C3-13C3-14C2
	برقراری عدالت مالیاتی	1C15-2C16-3C13-3C14-4C12-6C11-9C10-11C10-12C12-13C9-14C11
	شفافیت مالیاتی	1C19-3C18-3C19-4C14-4C15-5C14-6C15-7C13-8C13-9C13-10C15-11C13-12C13-13C12-14C13
	مالیات بر ارزش افزوده	1C1-2C1-2C2-3C1-4C1-5C1-6C1-7C1-7C2-8C1-9C1-10C1-11C1-12C1-13C1-14C1

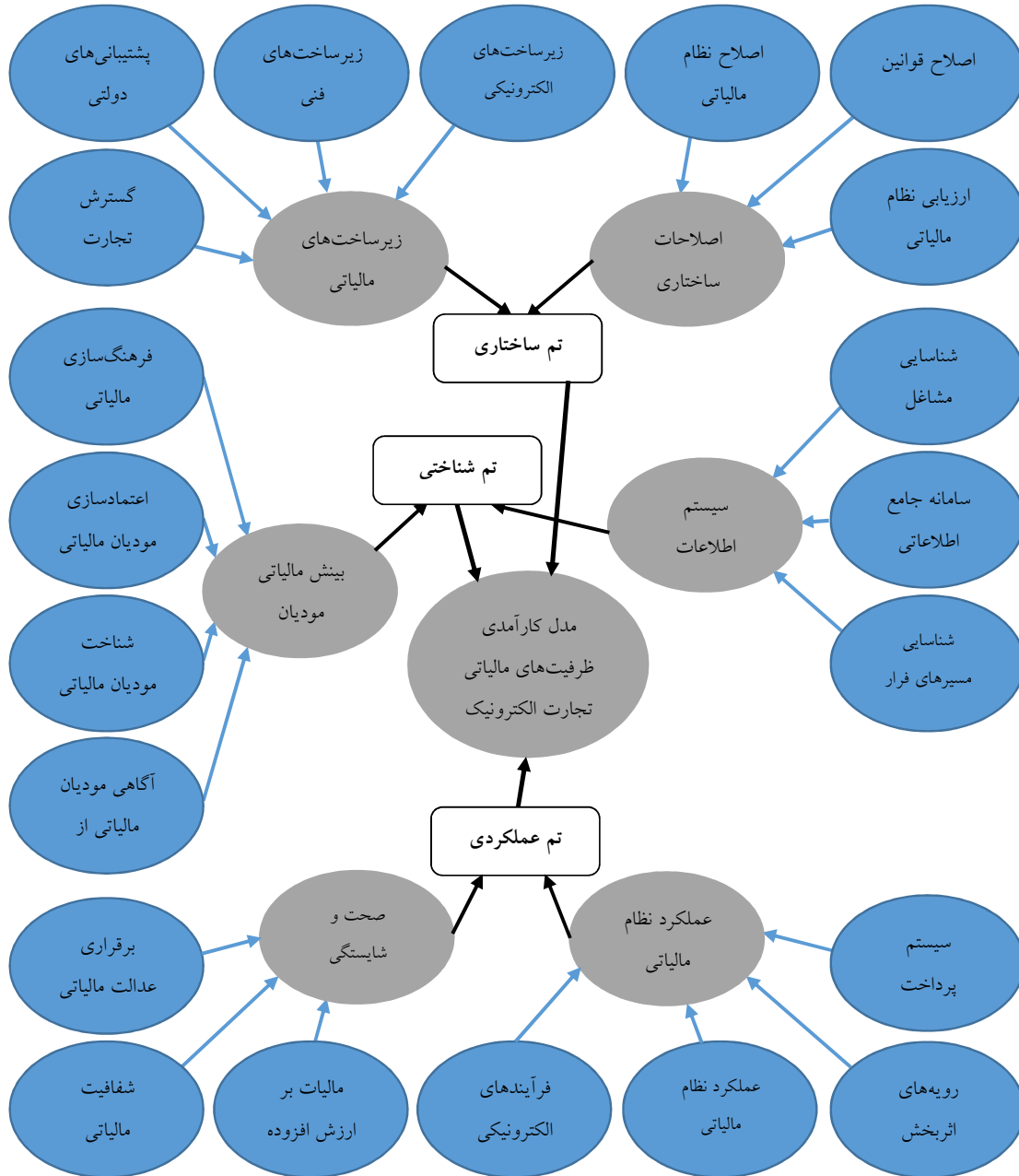
ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

نخستین مقوله تم عملکردی، عملکرد نظام مالیاتی است. عملکرد نظام مالیاتی، به مجموعه نتایج و ستانده‌های فرآیندهای درونی نظام مالیاتی اشاره داشته و سطح موفقیت نظام مالیاتی و دستیابی آن به اهداف مالیاتی در جامعه می‌باشد. نخستین دسته مفهومی مقوله عملکرد نظام مالیاتی تاکید بر سیستم پرداخت کارآمد می‌باشد که تعداد ۱۲ نفر و ۱۳ کد به سیستم پرداخت کارآمد اشاره داشته‌اند. دسته مفهومی دوم مقوله عملکرد نظام مالیاتی تاکید بر فرآیندهای الکترونیکی تجارت است که تعداد ۱۲ نفر و ۱۴ کد به فرآیندهای الکترونیکی تجارت اشاره داشتند. سومین دسته مفهومی مقوله عملکرد نظام مالیاتی تاکید بر عملکرد نظام مالیاتی الکترونیکی است که تعداد ۱۳ نفر و ۱۶ کد به عملکرد نظام مالیاتی الکترونیکی اشاره داشتند. دسته مفهومی بعدی مقوله عملکرد نظام مالیاتی تاکید بر رویه‌های اثربخش مالیاتی است که تعداد ۱۱ نفر و ۱۲ کد به رویه‌های اثربخش مالیاتی اشاره داشتند.

دومین مقوله تم عملکردی، صحت و شایستگی مالیاتی است. این مقوله نشان‌دهنده توان نظام مالیاتی در ایجاد و شکل‌گیری تعادل و تناسب صحیح و کارآمد در اجرای سیاست‌های مالیاتی بوده و می‌تواند نقطه عطفی در ارتقای شایستگی‌های ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک باشد. اولین دسته مفهومی مقوله صحت و شایستگی مالیاتی، برقراری عدالت مالیاتی است که تعداد ۱۰ نفر و ۱۱ کد به برقراری عدالت مالیاتی پرداخته‌اند. دسته مفهومی بعدی مقوله صحت و شایستگی مالیاتی مساله شفافیت مالیاتی است که تعداد ۱۳ نفر و ۱۵ کد به شفافیت مالیاتی اشاره داشتند. سومین دسته مفهومی از مقوله صحت و شایستگی مالیاتی، بر حسب کدگذاری‌های انجام شده، مالیات بر ارزش افزوده می‌باشد. در مصاحبه‌های انجام شده تعداد ۱۴ نفر و ۱۶ کد به دسته مفهومی فوق اشاره کردند.

مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران

با توجه به تحلیل یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های انجام شده در مجموع ۲۱ مفهوم استخراج شدند که در ۶ مقوله دسته‌بندی گردیدند.



نمودار ۱- مدل مفهومی پژوهش بر حسب شبکه مضامین مستخرج از مصاحبه‌ها

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

بنابراین مجموعاً می‌توان عوامل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران را عبارت از این موارد دانست: زیرساخت‌های مالیاتی (با مفاهیم گسترش تجارت الکترونیک، پشتیبانی‌های دولتی، زیرساخت‌های فنی الکترونیکی و زیرساخت‌های الکترونیکی مالیاتی)، اصلاحات ساختاری (با مفاهیم اصلاح نظام مالیاتی، اصلاح قوانین و ارزیابی نظام مالیاتی)، بینش مالیاتی مودیان (با مفاهیم فرهنگ‌سازی مالیاتی، شناخت مودیان مالیاتی، اعتمادسازی مودیان مالیاتی و آگاهی مودیان مالیاتی از قوانین)، سیستم اطلاعاتی مالیاتی (با مفاهیم سامانه جامع اطلاعاتی مالیاتی، شناسایی مسیرهای فرار مالیاتی و شناسایی مشاغل الکترونیکی)، عملکرد نظام مالیاتی (با مفاهیم سیستم پرداخت کارآمد، فرآیندهای الکترونیکی تجارت، عملکرد نظام مالیاتی الکترونیکی و رویه‌های اثربخش مالیاتی)، صحت و شایستگی مالیاتی (با مفاهیم برقراری عدالت مالیاتی، شفافیت مالیاتی و مالیات بر ارزش افزوده). با توجه به موارد فوق مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران به صورت نمودار ۱ ارائه شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه به تبیین و ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران پرداخته است. یافته‌های حاصل از مصاحبه در قالب سه تم (تم ساختاری، تم شناختی و تم عملکردی) قرار گرفتند. تم ساختاری ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دارای دو مقوله (زیرساخت‌های مالیاتی و اصلاحات ساختاری) و تم ابعاد شناختی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دارای دو مقوله (بینش مودیان مالیاتی و سیستم اطلاعات مالیاتی) و تم عملکردی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک دارای دو مقوله (صحت و شایستگی مالیاتی و عملکرد نظام مالیاتی) بوده است. در مجموع ۲۱ مفهوم در شبکه مضامین حاصل از استخراج عوامل در مصاحبه‌های صورت گرفته شده حاصل گردید. ۷ مفهوم تم ساختاری مدل ارائه شده عبارتند از گسترش تجارت الکترونیک، پشتیبانی‌های دولتی، زیرساخت‌های فنی، زیرساخت‌های الکترونیکی مالیاتی، اصلاح نظام مالیاتی، اصلاح قوانین و ارزیابی نظام مالیاتی هستند. همچنین ۷ دسته مفهومی تم شناختی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک عبارتند از فرهنگ‌سازی مالیاتی، اعتمادسازی مودیان مالیاتی، شناخت مودیان مالیاتی، آگاهی مودیان مالیاتی از قوانین، شناسایی مشاغل الکترونیکی، سامانه جامع اطلاعاتی مالیاتی و شناسایی مسیرهای فرار مالیاتی می‌باشند. ۷ دسته مفهومی تم عملکردی ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک نیز عبارتند از برقراری عدالت مالیاتی، شفافیت مالیاتی، مالیات بر ارزش افزوده، فرآیندهای الکترونیکی، عملکرد نظام مالیاتی الکترونیکی و رویه‌های اثربخش می‌باشند.

مجموعه عوامل و مفاهیم شناسایی شده در این مطالعه، نشان‌دهنده تعدد و تنوع عناصر مطرح در خصوص ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک است. در واقع صرفاً مسائل مطرح برای حل مشکلات

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۸ / تابستان ۱۴۰۲

توجه اندک به ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک را نمی‌توان به یک بخش یا عامل خاصی مرتبط کرد و در این رابطه نیاز به رویکردی جامع و همه‌جانبه در راستای توسعه گرایش‌ها و تمایلات نظام مالیاتی کشور به ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک می‌باشد. پیرامون مالیات تجارت الکترونیک مطالعات پیشین تأکیدات خاصی بر ارزش افزوده، اصلاح قوانین، اجتناب مالیاتی، دانش اجتماعی، گسترش بکارگیری فضای آنلاین و امثالهم شده است که با نگاهی مختصر به مدل می‌توان ابعاد و جنبه‌هایی خاصی از این عناصر را درون مدل ملاحظه نمود. همچنین مدل ارائه شده با توجه به داشتن سه تم ساختاری، شناختی و عملکردی نشان می‌دهد که برای رسیدن به کارآمدی مناسب در مالیات تجارت الکترونیک به این سه جنبه توجه شده و با ایجاد ساختار مناسب در نظام مالیاتی و ایجاد بینش و دانش مناسب نسبت به ظرفیت‌های مالیات تجارت الکترونیک به سمت عملکرد قابل قبول پیش رفت. پس بر حسب یافته‌ها توصیه می‌گردد در بدنه نظام مالیاتی ساختارهای دولتی، اجرایی و قانون اصلاح شده و بر شناسایی و فرهنگ‌سازی مالیات تجارت الکترونیک در جامعه و حتی توانمندسازی کارکنان و کارشناسان نظام مالیاتی تأکید گردد و شاخص‌های عملکردی مناسب پیرامون سطح عملکرد نظام مالیاتی در ارتباط با مالیات تجارت الکترونیک مورد استفاده قرار گیرد تا در طی زمان نواقص رفع و سطح دستیابی به اهداف بهبود یابد.

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

منابع

- ۱) ابراهیمی، سیدعلی. و عین‌علی، محسن. (۱۳۹۸). ارائه چارچوبی برای تبیین تسخیر خط‌مشی‌های عمومی با کاربست روش تحلیل مضمون و مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، مدیریت دولتی، ۱۱(۳)، صص ۴۰۳-۴۳۰.
- ۲) ابراهیمی، عبدالحمید؛ موسوی، سیدسیامک. و کاظمی مجدآبادی، منیره. (۱۳۸۸). شناسایی منابع بالقوه (ظرفیت‌های) مالیات بر تجارت الکترونیک، کنفرانس شهر الکترونیک، جهاد دانشگاهی، صص ۱۱۳۹-۱۱۲۵.
- ۳) اخلاصی، امیر؛ شفیع‌ی، رضا. و انصاری، فهیمه. (۱۳۹۵). ارائه مدل بومی برندسازی برای خرده‌فروشی‌های اینترنتی با استفاده از روش کیفی تئوری داده بنیاد، تحقیقات بازاریابی نوین، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۶۷-۱۸۷.
- ۴) پناهی، حسین؛ فلاحی، فیروز. و مردم‌دار، سجاد. (۱۳۹۶). مقایسه اثر حکمرانی خوب بر درآمدهای مالیاتی در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته، فصلنامه سیاست‌گذاری پیشرفت اقتصادی دانشگاه الزهرا (س)، سال پنجم، شماره اول، پیاپی ۱۴، صص ۸۱-۹۹.
- ۵) شکاری، محمدمهدی. (۱۳۹۵). شناسایی و رتبه‌بندی موانع وصول مالیات بر تجارت الکترونیکی، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد.
- ۶) طاهری بروجنی، رضا. و حسینی، رضا. (۱۳۹۹). بررسی چالش‌های فراروی اخذ مالیات بر تجارت الکترونیک، پژوهشنامه مالیات، دوره ۲۸، شماره ۴۶، صص ۱۳۰-۱۵۴.
- ۷) طیب‌نیا، علی. و سیاوشی، سمیه. (۱۳۸۸). مالیات ستانی از تجارت الکترونیکی در ایران، پژوهشنامه مالیاتی، جلد هفده، شماره هفتم، صص ۹-۴۳.
- ۸) کمالی، یحیی. (۱۳۹۷). روش‌شناسی تحلیل مضمون و کاربرد آن در مطالعات سیاست‌گذاری عمومی، فصلنامه علمی-پژوهشی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۱۸۹-۲۰۸.
- ۹) عبدلی، مریم؛ فلاح‌نژاد، فرهاد. و قجریبگی، مهسا. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر تجارت الکترونیکی بر اجتناب مالیاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال پنجم، شماره ۷۱، جلد دهم، صص ۹۹-۱۱۸.

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۸ / تابستان ۱۴۰۲

۱۰) مشکى، مهدى؛ مريمى يعقوبيان، مرتضى. و همتمى آسيابركى، مهدى.(۱۳۹۱). ارائه يك مدل ساختارى جهت اخذ ماليات الكترونيكى (مطالعه موردى استان فارس)، پژوهش‌هاى تجربى حسابدارى، سال دوم، شماره ۵، صص ۹۳-۱۱۲.

۱۱) نوربخش، سيدرضا؛ مروتى شريف آبادى، على. و گلشن، مريم.(۱۳۹۴). رتبه‌بندى عوامل موثر بر گرايش موديان مالياتى به استفاده از سيستم الكترونيكى پرداخت ماليات با استفاده از روش VIKOR (مطالعه موردى: اداره كل امور مالياتى استان يزد)، هشتمين همایش سياست‌هاى مالی و مالياتى ايران، صص ۱۰۹۳-۱۱۰۷.

12) Acheampong, E.(2021). E-commerce taxation amidst the Covid-19 pandemic and beyond, International Journal of Business and Risk Management, Vol. 4, No. 1, PP. 9-18.

13) Agrawal, D. R. & Fox, W. F.(2015). Sales taxes in an e-commerce generation, Working Paper, Available in californiacityfinance.com, PP. 1-48.

14) Armah-Attoh, D. & Awal, M.(2013). Tax administration in Ghana: perceived institutional challenges, Afrobarometer Briefing Paper, No. 124, PP. 1-9.

15) Jaafar Sidik, M. H.(2021). Does tax plays an important role among e-commerce businesses in Malaysia?, Journal of Information Technology Management, Vol. 13, No. 3, PP. 33-40.

16) Fu, J. R.; Farn, C. K. & Chao, W. P.(2006). Acceptance of electronic tax filing: a study of taxpayer intentions, Information & Management, 43, 1, PP. 109-126.

17) Merckx, M.(2020). New VAT rules for e-commerce: the final countdown has begun, EC Tax Review, Vol. 29, I. 4, PP. 197-205.

18) Okunogbe, O. & Pouliquen, V.(2018). Technology, taxation and corruption: experimental evidence from the introduction of electronic tax filing, Policy Research working paper, No. WPS8452, PP. 1-58.

19) Palil, M. R.; Amin, H. B. & Turmin, S. Z.(2020). Challenges in implementing taxes on e-commerce transaction in Malaysia, Journal Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 22, No. 2, PP. 179-200.

20) Ritsatos T. (2014). Tax evasion and compliance; from the neo-classical paradigm to behavioural economics, a Review, Journal for Accounting and Organizational Change, Vol. 10, I. 2, PP. 244-262.

21) Sormin, F.(2021). The effect of online taxation socialization, e-commerce, application of accounting standards on tax compliance of micro, small and medium

ارائه مدل کارآمد ظرفیت‌های مالیاتی تجارت الکترونیک در ایران/مهرپویان و بکی حسکویی

enterprises in Jakarta, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 11, No. 4, PP. 295-302.

22) Tsymbaliuk, I. O.; Shmatkovska, T. O. & Shulyk, Y. V.(2017). Tax alternatives to implement the tax capacity of internet activity in Ukraine, ResearchGate, 1(22), PP. 336-344.

23) Young, A.; Lei, L.; Wong, B. & Kwok, B. (2016). Individual tax compliance in China: A Review, International Journal of Law and Management, Vol. 58, I. 5, PP. 562-574.

یادداشت‌ها

- ۱ - Jaafar Sidik
- 2 - Ibragimova
- 3 - Palil & et al
- ۴ - Armah-Atttoh & Awal
- ۵ - Ritsatos T
- ۶ - Fu & et al
- ۷ - Okunogbe & Pouliquen
- ۸ - TSymbaliuk & et al
- ۹ - Agrawal & Fox
- ۱۰ - TSymbaliuk & et al
- ۱۱ - Merkx
- ۱۲ - Jaafar Sidik
- ۱۳ - Sormin
- ۱۴ - Acheampong
- ۱۵ - Thematic Analysis
- ۱۶ - Guba & Lincoln