

گزارش پرسون از یک طرح مالیاتی پر سر و صدا:

اما و اگرهای اجرایی شدن مالیات از اینفلوئنسرها!

وقتی نمایندگان مجلس طرح اخذ مالیات از اینفلوئنسرهای مجازی، را کلید زدند، سوالی در بین همه مردم مطرح شد و آن نحوه اجرایی شدن این طرح بوده است.

به گزارش سایت خبری پرسون، نمایندگان مجلس که در حال بررسی جزییات لایحه بودجه ۱۴۰۰ در بخش درآمدی بودند، بندی را به درآمدهای مالیاتی اضافه کردند که براساس آن کاربران دارای بیش از ۵۰۰ هزار دنبال کننده در رسانه های کاربر محور از محل تبلیغات، مشمول مالیات بر درآمد می شوند.

این مصوبه، سازمان امور مالیاتی را مکلف کرده است که طی دو ماه پس از لازم الاجرا شدن این بند، دستورالعمل اجرایی آن را تهیه و تأیید وزیر اقتصاد و امور دارایی را دریافت کند.

به گفته محمد حسین بحرینی که پیشنهاد دهنده این بند مالیاتی و عضو کمیسیون اقتصادی مجلس است، این قانون فقط برای صفحات و کانال هایی با بیش از ۵۰۰ هزار کاربر اجرایی می شود و شامل همه کسب و کارها در فضای مجازی نمی شود؛ درواقع هدف، دریافت مالیات از کانال ها و صفحاتی است که بستری برای گرفتن تبلیغات ایجاد کرده اند و درآمد زیادی دارند.

در این میان سر و صدای برخی اینفلوئنسرها در فضای مجازی به این مصوبه تازه مجلس، به خوبی حکایت از درآمدهای نجومیشان از فعالیت های تبلیغاتی و عدم تمایل آنها برای پرداخت مالیات دارد. اما غیر از اینفلوئنسرها و امور مالیاتی، مردم به این طرح بدبینی نگاه می کنند. آنها زمزمه میکنند که برای اخذ مالیات از افراد پردرآمد، سازمان های حکومتی کار خاصی انجام نداده و خود را درگیر پیچیدگی ها و دوندگیهای این طرح ها نکرده و فقط به صورت ظاهری، طرح را پیش می برند.

حال باید پرسید چرا چنین طرز فکر در سطوح جامعه پدید آمده است؟ خب روشن است. همین چند ماه قبل طرح مالیات از خانه های خالی، کلید خورد اما میئولانزیربط و ارگان های در ارتباط، با اعلام رقم ناچیزی موجب دلسردی در منتظران وعده نمایندگان، شدند.

آنها حتی در مصاحبه های رسانه ای شان مسئولیت ها را بر گردن هم نهاده و از زیر کار شانه خالی کردند و تا به امروز، عمل خاص و معناری در جهت رفاه جامعه، در قبال اخذ مالیات از خانه های خالی برداشتند.

*درآمد اینفلوئنسرها از تبلیغات

اگر سری به صفحات اینستاگرامی اینفلوئنسرها بزنید با ارقام عجیب و غریبی برای انجام تبلیغات توسط آنها مواجه می شوید، نگاهی به ارقام درج شده برای تبلیغات کاربران بالای ۵۰۰ هزار دنبال کننده نشان می دهد که آنها درآمدهای قابل توجهی از تبلیغات کسب می کنند.

مثلا یکی از همین اینفلوئنسرهای محبوب در فضای مجازی که حدود ۵۰۰هزار فالوور دارد برای قرار دادن هر تبلیغ در قالب استوری ۲۴ ساعته در پیجش، مبلغی حدود ۲ الی ۳ میلیون تومان درخواست می کند که اگر این تبلیغات در حوزه کاری او باشد، قیمت افزایش می یابد.

یا نرخ تبلیغاتی یکی از اینفلوئنسرها که حدود یک و نیم میلیون نفر مخاطب دارد به این ترتیب است که استوری ۲۴ ساعته حدود ۳.۵ میلیون تومان، استوری در لوکیشن شما ۵.۵ تا ۶.۵ میلیون تومان، یک کلیپ تبلیغاتی با ایده پردازی خود اینفلوئنسر هم حدود ۳۰ تا ۴۰ میلیون تومان.

با یک حساب سرانگشتی مشخص می شود که این فرد اگر به طور میانگین روزانه، پنج استوری ۲۴ ساعته در صفحه اش قرار دهد و هر هفته هم یک کلیپ تبلیغاتی داشته باشد، درآمد ماهانه او بالای ۶۶۵ میلیون تومان می شود.

درحالی که یک اینفلوئنسر با چنین درآمد نجومی، هیچ مالیاتی به دولت نمی پردازد، مالیات بر درآمد کارمندان و کارگران هر ماه از حقوق آنها کسر می شود.

*پرداخت مالیات توسط اینفلوئنسرها به دولت در سایر کشورها

بررسی ها نشان می دهد که افراد در نقاط مختلف دنیا بر اساس درآمدی که دارند به دولت مالیات می پردازند، اینفلوئنسرها هم از این قاعده مستثنی نیستند.

اینفلوئنسرها در سایر کشورها به عنوان یک پیمانکار مستقل برای تبلیغات شرکت ها کار می کنند، پیمانکاران مستقل هم در رده «خود اشتغالی» قرار می

گیرند، از این رو باید «مالیات خود اشتغالی» و «مالیات بر درآمد» پرداخت کنند، دریافت دو نوع مالیات از اینفلوئنسرهای سایر کشورها در شرایطی است که در ایران، کاربران پرترفدار هیچ گونه مالیاتی به دولت نمی پردازند.

*چرا تاکنون مالیاتی از اینفلوئنسرها دریافت نمی شد؟

با وجود این موضع گیری های تند، اقدام مثبتی در این زمینه انجام نشده است چون قانونی در این باره تعریف نشده بود و اگر هر یک از این اینفلوئنسرها قصد پرداخت مالیات داشت و به اداره مالیات مراجعه می کرد، اداره مالیات از او مالیات دریافت نمی کرد، چون قانون مالیات بر درآمد فضای مجازی تعریف نشده بود.

باوجود آنکه فعالیت های تجاری و تبلیغاتی در صفحات مجازی چند سالی است که داغ شده و اینفلوئنسرها، درآمدهای میلیونی به جیب می زنند اما چون قانونی برای دریافت مالیات از این کاربران پرترفدار فضای مجازی وجود نداشته، آنها درواقع معاف از مالیات بودند.

البته طی سال های گذشته موضع گیری هایی را از سوی مسوولان سازمان مالیاتی نسبت به این موضوع شاهد بودیم، مثلا در آبان ماه سال گذشته، معاون پولشویی و فرار مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور گفت: اگر فعالیتی مثل درآمدزایی از طریق فضای مجازی زیر زمینی باشد، قطعاً فرار مالیاتی است و اگر شناسایی شوند، برخورد سختی خواهد شد.

با وجود این موضع گیری های تند، اقدام مثبتی در این زمینه انجام نشده است چون قانونی در این باره تعریف نشده بود و اگر هر یک از این اینفلوئنسرها قصد پرداخت مالیات داشت و به اداره مالیات مراجعه می کرد، اداره مالیات از او مالیات دریافت نمی کرد، چون قانون مالیات بر درآمد فضای مجازی تعریف نشده بود.

امید می رود که از سال آینده و با اجرای مصوبه جدید مالیاتی مجلس، گردش های مالی نجومی که بخش عمده ای از فعالیت های اینستاگرام را به خود اختصاص داده و بدون هیچ نظارتی در حال گسترش است، کنترل شود.

با اجرای این مصوبه، می توان شاهد بهبود درآمدهای مالیاتی کشور در شرایطی باشیم که به دلیل کاهش چشمگیر درآمدهای نفتی نیاز به درآمدهای مالیاتی بیش از پیش احساس می شود.

ضمن اینکه دریافت مالیات از اینفلوئنسرها، مثل برخی مشاغل نیاز به بررسی های پیچیده ندارد چون تبلیغات آنها علنی انجام می شود و اگر سازمان امور مالیاتی روی حساب بانکی این افراد، نظارت دقیق داشته باشد به خوبی میزان تراکنش های انجام شده این حساب ها مشخص می شود.

فقط میزان مقاومت و تلاش مسئولان در اخذ مالیات اهمیت دارد که اگر به درستی و دقت انجام شود و هیچ کس نتواند از زیر مالیات دادن فرار کند، امید مردم را بر می گرداند.