



The Factors Affecting Tax Collection from E-Commerce Firms in Lao PDR

Chanphasouk VIDA VONG¹, Chanthaphone SILIPANYO², khamphoth SYPHANITH³

Institute for Industry, Commerce and Energy, Ministry of Industry and Commerce, Lao PDR

***Correspondence:** Chanphasouk
VIDA VONG, Institute for Industry,
Commerce and Energy, Ministry of
Industry and Commerce, Email:
vidavong2108@gmail.com;
Tel: 02059926299

Article Info:

Submitted: September 25, 2026

Revised: September 30, 2026

Accepted: October 9, 2026

Abstract

Fulfilling tax obligations to the government from e-commerce businesses constitutes a significant issue raised in academic discussions. Consequently, identifying the underlying causes and implementing appropriate measures are essential to promote the establishment of comprehensive systems and regulatory frameworks. These frameworks should effectively manage and promote domestic e-commerce while integrating trade regionally and internationally, thereby ensuring fair competition, protecting consumers, and generating state revenue efficiently. This study aims to examine the factors influencing revenue collection from e-commerce businesses in the Lao PDR. The study employs a Logit model analysis based on survey data from 79 e-commerce business entities in the country. The results identify two key factors: the provision of tax payment guidance to entrepreneurs and businesses' perceptions of public sector services (the entrepreneurs' trust in the state). These factors significantly influence revenue collection from e-commerce businesses in the Lao PDR. These findings are of considerable significance for refining policies and management measures pertaining to tax revenue collection. Furthermore, they are instrumental in addressing the problems and obstacles that e-commerce businesses encounter during the tax payment process.

Keywords: E-commerce, Tax Compliance, Tax Orientation, Public Service

1. ພາກສະໜີ

ຄວາມກ້າວໜ້າຂອງເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ໄດ້ມີບົດບາດສຳຄັນ ໃນການເຊື່ອມໂຍງ, ເຊື່ອມຈອດການບໍລິການໃໝ່ ທີ່ມີຄວາມປະຢັດ ແລະ ມີຄວາມອາດສາມາດໃນການແກ້ໄຂບັນຫາທີ່ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ, ຊັບຊ້ອນ ໃຫ້ງ່າຍຂຶ້ນ ແລະ ໂອກາດທາງທຸລະກິດທີ່ມີມູນຄ່າມະຫາສານ ຈາກທຸລະກຳທາງການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ, ກະຕຸ້ນການຄ້າຜ່ານແດນ, ສົ່ງເສີມການລົງທຶນ ແລະ ເປັນການຂັບເຄື່ອນທຸລະກິດອື່ນຂະຫຍາຍຕົວຄວບຄູ່ກັນໄປ (ລະບົບການຂົນສົ່ງ, ຄັງສິນຄ້າ, ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ, ລະບົບການຈ່າຍເງິນ ແລະ ໄທລະຄົມ). ພ້ອມທັງສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ຍົກລະດັບສີມືແຮງງານ, ການປະກອບສ່ວນຍົກລະດັບ MSMEs ແລະ ລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ (GDP). ລວມເຖິງການສົ່ງເສີມຄວາມສະເໝີພາບໃນການເຂົ້າເຖິງສິນຄ້າໄດ້ສະດວກສະບາຍຂຶ້ນ ແລະ ມີຫຼາຍທາງເລືອກ ທີ່ປຽບທຽບໄດ້ (UNCTAD, 2025).

ການສ້າງຖານລາຍຮັບໃໝ່ແມ່ນເປົ້າໝາຍລວມຂອງລັດຖະບານ (GoL, 2026) ມີຄວາມຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຊອກຫາລາຍຮັບໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ (ແນວທາງຂອງລັດຖະບານ) ຕາມທ່າວຽງຂອງການຂະຫຍາຍຕົວຂອງການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ (3/5 ຄົນ ສົ່ງເຄື່ອງຈາກອອນລາຍ, 60% ຈາກຜ່ານທາງເອເລັກໂຕຣນິກ), ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ສູງໃນການສ້າງລາຍຮັບໃໝ່ຂອງລັດຖະບານ ແລະ

ຫັນເຂົ້າສູ່ລະບຽບ. ຈາກຂໍ້ມູນມີພຽງ 151 ຫົວໜ່ວຍ ທີ່ຂຶ້ນທະບຽບວິສາຫະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ (ກົມການຄ້າພາຍໃນ, 2025). ຂະນະທີ່ຍັງມີວິສາຫະກິດທີ່ບໍ່ໄດ້ຂຶ້ນທະບຽນມີຈຳນວນຫຼາຍ.

ນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ການປະກອບພັນທະໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານຍັງເປັນຄຳຖາມທີ່ຕັ້ງຂຶ້ນຫຼາຍໃນສັງຄົມ. ເຮັດແນວໃດຈຶ່ງຈະສາມາດຊຸກຍູ້ ແລະ ການປະກອບສ່ວນພັນທະໃຫ້ລັດຖະບານໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ. ເນື່ອງຈາກການສ້າງລາຍຮັບພາຍໃນແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດເປັນຕົ້ນແມ່ນຈາກອາກອນ ໂດຍລັດຖະບານມີເປົ້າໝາຍຈະຍົກສູງສ່ວນແບ່ງຂອງອາກອນໃຫ້ບັນລຸ 20% ຂອງ GDP ໃນປີ 2030. ການຊອກຫາສາເຫດ ແລະ ມາດຕະການທີ່ເໝາະສົມ ເພື່ອຊ່ວຍຊຸກຍູ້ ການສ້າງລະບົບນິຕິກຳຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສົ່ງເສີມການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກໃນປະເທດ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງກັບພາກພື້ນ ເພື່ອຮັບປະກັນໄດ້ ການແຂ່ງຂັນທີ່ເປັນທຳ, ສາມາດປົກປ້ອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ພາກລັດໄດ້ (Jones & Basu, 2002).

ອີງໃສ່ວິໄສທັດການພັດທະນາເສດຖະກິດດິຈິຕອນແຫ່ງຊາດ 20 ປີ (2021-2040) ແລະ ຍຸດທະສາດການພັດທະນາເສດຖະກິດດິຈິຕອນແຫ່ງຊາດ 10 ປີ (2021-2030), ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດດິຈິຕອນແຫ່ງຊາດໄລຍະ 5 ປີ (2021-2025); ວິໄສທັດ ແລະ ຍຸດທະສາດພັດທະນາການເງິນແຫ່ງລັດ ເພື່ອກ້າວສູ່ລະບົບການເງິນແຫ່ງລັດທີ່ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ, ໂປ່ງໃສ, ຫັນສະໄໝ, ຍຸດຕິທຳ ໂດຍກຳນົດບຸລິມະສິດ

ການຍົກລະດັບລະບົບການ, ກົນໄກຄຸ້ມຄອງການກົນໄກຈັດເກັບ ແລະ ຂຸດຄົ້ນແຫຼ່ງລາຍຮັບໃໝ່ ທີ່ມີຄວາມຍືນຍົງ, ເພີ່ມຄວາມເຂັ້ມງວດອັດການຮົ່ວໄຫຼງົບປະມານ ແລະ ລາຍໄດ້ ຕາມທິດມີຄຸນນະພາບ, ໝັ້ນທ່ຽງ. ລັດຖະບານໄດ້ກຳນົດແຜນວຽກຈຸດສຸມ ແລະ ໄດ້ລົງທຶນໃນການພັດທະນາສູນຂໍ້ມູນແຫ່ງຊາດ, ຖານຂໍ້ມູນໃຫຍ່, ການສ້າງລັດຖະບານດິຈິຕອນ, ລະບົບການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ, ລະບົບການເງິນເອເລັກໂຕຣນິກ ເພື່ອເປັນຜູ້ຖານທີ່ເຂັ້ມແຂງເອື້ອອຳນວຍໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດ ແລະ ການພັດທະນາເສດຖະກິດໃນຕໍ່ໜ້າ (GoL, 2026).

ຈາກສະພາບທິດທາງລວມຂ້າງເທິງທີ່ລັດຖະບານຕ້ອງການຂັບເຄື່ອນ ເຊື່ອມໂຍງໃສ່ສະພາບຄວາມເປັນຈິງຂອງທຸລະກິດລາວ ທີ່ສ່ວນໃຫຍ່ເປັນຈຸນລະວິສາຫະກິດ, ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ, ເພື່ອເປັນການປັບຕົວເຂົ້າກັບສະພາບການພັດທະນາ ການຄ້າຮູບແບບໃໝ່. ຈາກບົດຮຽນຂອງຕ່າງປະເທດ ໃນການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດການຄ້າທາງເອເລັກໂຕຣນິກ ແມ່ນກ້າວກະໂດດ ແລະ ຍືນຍົງ. ການສ້າງຖານລາຍຮັບໃໝ່ໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານຈາກທຸລະກິດດັ່ງກ່າວ ມູນຄ່າມະຫາສານ. ຂໍ້ມູນທຸລະກິດທີ່ເຂົ້າລະບົບ TaxRIS ໃນ ສປປ ລາວ ທີ່ມີ 119,046 ຫົວໜ່ວຍ. ຈາກຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດໃນທົ່ວປະເທດ 135,789 ຫົວໜ່ວຍ. ເຊື່ອມໂຍງຂໍ້ມູນການພັດທະນາດິຈິຕອນ ໃນປີ 2025, ຈາກຂໍ້ມູນປະຊາກອນລາວ 7.90 ລ້ານຄົນ, ໃນນັ້ນ 85.2% ແມ່ນຜູ້ໃຊ້ອຸປະກອນໂທລະສັບມືຖື (ທຽບເທົ່າ 6.72 ລ້ານຄົນ), 63.6% ສາມາດເຂົ້າເຖິງອິນເຕີເນັດ (ທຽບເທົ່າ 5.03 ລ້ານຄົນ) ແລະ 58.2% ໄດ້ນຳໃຊ້ສື່ອອນລາຍ (ທຽບເທົ່າ 4.60 ລ້ານຄົນ) (Kepios, 2025).

ແຕ່ການສ້າງກົນໄກການເກັບລາຍຮັບຈາກທຸລະກິດອອນລາຍຢ່າງເປັນລະບົບຄົບຊຸດ ຖືເປັນວຽກໃໝ່ ແລະ ມີພົວພັນກັບຫຼາຍຂະແໜງການ, ມີການພົວພັນກັບຫຼາຍຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ມີທັງບໍລິສັດຂ້າມຊາດ ແລະ ທຸລະກິດພາຍໃນ. ໃນໄລຍະຜ່ານມາ ສປປ ລາວ ແມ່ນຍັງບໍ່ທັນມີລະບົບທັນສະໄໝ ມາຕິດຕາມ-ຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດທາງອອນລາຍຢ່າງຄົບຊຸດ.

ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ລັດມີລາຍຮັບຫຼາຍຂຶ້ນ ຕ້ອງໄດ້ຊອກວິທີການໃໝ່ທີ່ມີຄວາມທັນສະໄໝ ແລະ ນຳໃຊ້ໄດ້ສະດວກສະບາຍ ແນ່ໃສ່ຂະຫຍາຍຖານລາຍຮັບໃໝ່ ທີ່ເປັນໄປໄດ້ ພ້ອມທັງແກ້ໄຂຂໍ້ຈຳກັດຂອງພາກລັດ (ການຄຸ້ມຄອງທີ່ບໍ່ທົ່ວເຖິງ) ເພື່ອປະກອບສ່ວນແກ້ໄຂບັນຫາຂໍ້ຍຸ້ງຍາກທາງເສດຖະກິດ ແລະ ການເງິນ ທີ່ປະເທດກຳລັງພົບພໍ້. ແຕ່ການລິເລີ່ມດັ່ງກ່າວ ແມ່ນຍັງຢູ່ໃນໄລຍະເລີ່ມຕົ້ນ ແລະ ຍັງຂາດຂໍ້ມູນຫຼາຍໆຢ່າງ ໂດຍສະເພາະການຄ້າຊາຍແດນທີ່ຕິດພັນກັບ ປະເທດໄທ ທີ່ສື່ສານກັນງ່າຍ ເຂົ້າໃຈກັນ ແລະ ສປປ ຈີນ ຕາມແລວທາງລົດໄຟລາວ-ຈີນ ທີ່ການຂົນສົ່ງສະດວກ. ຂະນະທີ່ການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ພາຍໃນປະເທດໄດ້ ເຮັດໃຫ້ມີການແລກປ່ຽນສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການທີ່ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂຶ້ນ.

ໂດຍມີທຸລະກິດທີ່ໂດດເດັ່ນ: OneX, YesPls, Foodpanda, E-GetS, Loca, TaxiXanh, KOKKOK Move. ຄວາມກ້າວໜ້າທີ່ສຳຄັນອີກອັນໜຶ່ງ ແມ່ນການເປີດໂຕ ເວັບໄຊ www.laoproduct.com.la ໄດ້ເນັ້ນການສົ່ງເສີມການຂາຍສິນຄ້າ

ກະສິກຳຂອງລາວ. ເຊິ່ງການຊອກຄົ້ນຫາ ປັດໄຈທີ່ເປັນເຫດ ແລະ ຜົນ ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນ ແລະ ຈຳເປັນ.

ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ ຈຶ່ງມີຈຸດປະສົງ ສຶກສາປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ກັບການເກັບລາຍຮັບຈາກທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຢູ່ ສປປ ລາວ ເພື່ອປະກອບສ່ວນອົງຄວາມຮູ້ໃໝ່ ແລະ ຂໍ້ສະເໜີແນະທີ່ຕິດພັນ ເພີ່ມເຕີມ ແລະ ເຕີມເຕັມຊ່ອງຫວ່າງ ດ້ານວິຊາການ ແນ່ໃສ່ເພື່ອຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ ເຮັດໃຫ້ການຄຸ້ມຄອງ ມີປະສິດທິຜົນຫຼາຍຂຶ້ນກວ່າເກົ່າ ເພື່ອຮັບປະກັນຜົນປະໂຫຍດຮ່ວມ ຂອງຜູ້ຊື້, ຜູ້ຂາຍ, ລັດຖະບານ ໃນນິເວດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າ

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ແມ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ວິທີການສຶກສາແບບປະລິມານໂດຍນຳໃຊ້ແບບຈຳລອງທາງເສດຖະມະຕິ(ແບບຈຳລອງໂລຈິດ) ໃນການວິເຄາະ ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ກັບການເກັບລາຍຮັບຈາກທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຢູ່ ສປປ ລາວ ທີ່ເລີ່ມຈາກກຳນົດກຸ່ມເປົ້າໝາຍ, ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າ, ການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ແລະ ວິທີການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ດັ່ງລຸ່ມນີ້.

2.1 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ມີຄວາມສົນໃຈຈະລົງເລິກ ສະເພາະຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ໂດຍຈະມີສອງກຸ່ມປຽບທຽບຄື: ກຸ່ມທີ່ເສຍອາກອນອາກອນ ແລະ ກຸ່ມທີ່ບໍ່ໄດ້ເສຍອາກອນອາກອນ. ກຸ່ມທີ່ເສຍອາກອນອາກອນ ແມ່ນມາຈາກທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຈາກຖານຂໍ້ມູນຂອງກົມການຄ້າພາຍໃນ ຈາກຈຳນວນ 151 ຫົວໜ່ວຍ ທີ່ມາຂໍໃບອະນຸຍາດການດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ. ຂະນະທີ່ກຸ່ມທີ່ນຳມາສຶມທຽບ ແມ່ນກຸ່ມທຸລະກິດທີ່ບໍ່ໄດ້ເສຍອາກອນອາກອນ ຈຳນວນຫຼາຍ ທີ່ຍັງມີຂໍ້ມູນປະຊາກອນບໍ່ຈະແຈ້ງ (ຜູ້ຄ້າຂາຍສິນຄ້າອອນລາຍແບບບຸກຄົນ, ຜູ້ຂາຍທີ່ເປັນອາຊີບເສີມ ແລະ ຜູ້ຂາຍລາຍຍ່ອຍອື່ນໆ ທີ່ມີຍອດລາຍຮັບຍັງບໍ່ສູງ).

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າ

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບຂໍ້ມູນໃນຄັ້ງນີ້ ແມ່ນນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມ ປະກອບມີແບບສອບຖາມແບບປິດ ແລະ ແບບເປີດ ໂດຍໃຫ້ຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມສາມາດລາຍງານສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດ, ຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ສະເໜີຄຳແນະນຳຕໍ່ພາກລັດ. ໂດຍປະກອບດ້ວຍຄຳຖາມແບບປິດທີ່ມີຄຳຕອບໃຫ້ເລືອກເອົາຄຳຕອບດຽວທີ່ມີໃຫ້ເລືອກຢູ່ໃນແບບສອບຖາມ ເພື່ອສ້າງຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ ແລະ ຄຳຖາມແບບເປີດ ທີ່ຜູ້ຕອບສາມາດເລືອກໄດ້ຫຼາຍຄຳຕອບ, ສາມາດສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ສະເໜີແນະຢ່າງໄດ້ອິດສະຫຼະ ເພື່ອນຳມາເປັນຂໍ້ມູນໃນການຄົ້ນຄວ້າບັນຫາ ແລະ ປັບປຸງແກ້ໄຂເຮັດໃຫ້ວຽກງານການແຈ້ງມອບລາຍຮັບຜ່ານລະບົບເອເລັກໂຕຣນິກ ມີຮັບຮູ້ໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

ໂດຍແບບສອບຖາມປະກອບມີ 8 ພາກໃຫຍ່ຄື: ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປຂອງຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ທີ່ສອບຖາມຂໍ້ມູນເຈົ້າຂອງວິສາຫະກິດ ເຊັ່ນ: ເພດ, ອາຍຸ, ທີ່ຢູ່ຕິດຕໍ່; ຂໍ້ມູນຜູ້ຖານດ້ານການດຳເນີນທຸລະກິດ ເຊັ່ນ: ຊື່ວິສາຫະກິດ, ທີ່ຕັ້ງ, ປີສ້າງຕັ້ງ, ແມ່ນທຸລະກິດໃນລະບົບ ຫຼື ນອກ

ລະບົບ, ທຶນຈົດທະບຽນ, ຈຳນວນແຮງງານ, ສິນຄ້າທີ່ຈຳໜ່າຍ, ແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງສິນຄ້າ; ສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດໃນປັດຈຸບັນ ສອບຖາມເຖິງລາຍຮັບ, ລາຍຈ່າຍ, ທ່າອຽງການຂະຫຍາຍໂຕຂອງທຸລະກິດ; ການປະກອບພັນທະໃຫ້ລັດໃນໄລຍະຜ່ານມາ ເຊັ່ນໄດ້ເສຍອາກອນ ຫຼື ບໍ່, ໄດ້ເສຍອາກອນຫຍັງແດ່, ການອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການເສຍອາກອນເປັນແນວໃດ; ຄວາມຮູ້ດ້ານລະບຽບການຂອງທຸລະກິດ ເຊັ່ນ ວິສາຫະກິດມີຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບດຳລັດວ່າດ້ວຍການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກບໍ່ ແລະ ນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ; ທັດສະນະຕໍ່ປັດໄຈພາຍນອກທີ່ກະທົບຕໍ່ທຸລະກິດວ່າ ຢູ່ໃນລະດັບໃດ; ຄວາມຕ້ອງການຂອງທຸລະກິດໃນຕໍ່ໜ້າ ເຊັ່ນ: ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນ ແລະ ຊ່ອງທາງການຈຳໜ່າຍແບບໃໝ່, ແຫຼ່ງທຶນ, ການຝຶກອົບຮົມ; ຄຳຄິດເຫັນ ແລະ ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳພາກລັດ.

2.3 ການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ແມ່ນເລີ່ມໃນ 2 ເດືອນຕົ້ນປີ 2026 ໂດຍພັດທະນາ ແລະ ນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມ ນຳທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຈຳນວນ 79 ຫົວໜ່ວຍ ຈາກສອງກຸ່ມເພື່ອການປຽບທຽບຄື: ກຸ່ມທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ເສຍອາກອນອາກອນ ແລະ ກຸ່ມທີ່ບໍ່ໄດ້ເສຍອາກອນ ເຊິ່ງປະກອບມີຫົວໜ່ວຍ: ທຸລະກິດຊື້-ຂາຍອອນລາຍ, ການຂົນສົ່ງພັດສະດຸ, ບໍລິສັດ ນຳເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກ, ຜູ້ໃຫ້ບໍລິເວັບໄຊຊື້-ຂາຍ ອອນລາຍ, ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການແອບພິເຄຊັນ ແລະ ຜູ້ຄ້າຂາຍສິນຄ້າອອນລາຍແບບບຸກຄົນ, ຜູ້ຂາຍທີ່ເປັນອາຊີບເສີມ ແລະ ຜູ້ຂາຍລາຍຍ່ອຍອື່ນໆ ທີ່ຕັ້ງຢູ່ 3 ແຂວງ (ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ຈຳປາສັກ ແລະ ຫຼວງພະບາງ). ໄດ້ນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມ ທີ່ອອກແບບມາຢ່າງເປັນລະບົບ ທັງແບບອອນລາຍ ແລະ ອອບລາຍ ເປັນເຄື່ອງມືໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ. ສຳລັບວິທີການໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນແມ່ນນຳໃຊ້ 2 ວິທີ: ການສຳພາດແບບເຊິ່ງໜ້າ ແລະ ການຕອບແບບສອບຖາມ ຜ່ານອອນລາຍ (google form).

2.4 ວິທີການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ວິທີການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແມ່ນດຳເນີນການຕາມເຕັກນິກທາງເສດຖະມິຕິ. ຈາກໂດຍແບບຈຳລອງ Logit ມີຜົນຖານມາຈາກ ແບບຈຳລອງຄວາມນ່າຈະເປັນແບບເສັ້ນ (Linear Probability Model: LPM) ທີ່ມີຮູບແບບ ທີ່ມີຜົນຖານຂອງຮູບແບບການຖືກຖອຍໂລຈິດສະຕິກຫຼາຍຕົວ (ໂລຈິດ) ອະທິບາຍຕົວແປຜົນໄດ້ຮັບແບບໂບນາຣີ ໂດຍໃຊ້ຕົວແປເອກະລາດ ຫຼື ຕົວແປອະທິບາຍຫຼາຍຕົວ, ເພື່ອປຽນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃຫ້ເປັນອັດຕາສ່ວນຮ້ອຍ ໃນການເຊື່ອມໂຍງຝັງຊັ້ນ.

ໃຫ້ຂຽນຕຳລາຂອງແບບຈຳລອງ Logit, ຈາກນັ້ນຈິງປັບມາເປັນສົມຜົນເສັ້ນຊື່ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

$$\ln \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = \beta_0 + \sum \beta_k X_{ki} \text{ ຫຼື } P(Y_i = 1) = \frac{\Lambda(X_i \beta)}{1 + \Lambda(X_i \beta)}$$

ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ 4 ຂັ້ນຕອນຄື ວິເຄາະ ຄ່າສະຖິຕິຜົນຖານຂອງຕົວປຽນ (Summarize); ການກວດສອບ Correclation Matrix ເພື່ອປະເມີນຄວາມສຳພັນ ເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ ລະຫວ່າງຕົວປຽນອິດສະຫຼະ (Independent Variables); ຄາດປະມານແບບ (Multinomial Logit) ເພື່ອຫາຄ່າສຳປະສິດ ທີ່ເຮັດໃຫ້ແບບຈຳລອງອະທິບາຍພຶດຕິກຳຂອງຂໍ້ມູນໄດ້ດີທີ່ສຸດ ແລະ ອະທິບາຍຜົນຄາດປະມານ(Marginal Effect) ເນື່ອງຈາກຄ່າສຳປະສິດ ທີ່ໄດ້ຈາກແບບຈຳລອງ ເປັນຄ່າ ທີ່ຍາກຕໍ່ການຕີຄວາມໝາຍໃນທາງເສດຖະສາດ, ຈຶ່ງຕ້ອງຄຳນວນຫາຄ່າ Marginal Effect.

ສຳລັບວິທີການວິເຄາະສົມຜົນຖືກຖອຍ ແມ່ນນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມ STATA 17 ເປັນເຄື່ອງມືໃນການວິເຄາະ. ສາມາດຂຽນສົມຜົນການວິເຄາະ ໄດ້ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

$$tax = \beta_0 + \beta_1 edu + \beta_2 inf + \beta_3 year + \beta_4 labour + \beta_5 Income + \beta_6 facilitate + \beta_7 finance + \beta_8 bp + \beta_9 rule + \beta_{10} acr + \beta_{11} ati + \varepsilon \quad (1)$$

ຄວາມໝາຍຂອງແຕ່ລະຕົວປຽນ, ການກຳນົດຄວາມໝາຍ, ຫົວໜ່ວຍວັດແທກ ແລະ ການພິວັດ ໄດ້ສະແດງ ແລະ ຖືກອະທິບາຍໄວ້ດັ່ງນີ້:

ຕາຕະລາງທີ 1: ຄວາມໝາຍ, ຫົວໜ່ວຍການວັດແທກ ແລະ ການພິວັດຂອງແຕ່ລະຕົວປຽນ

ຕົວປຽນ	ຄວາມໝາຍ	ຫົວໜ່ວຍວັດແທກ	ການພິວັດ	ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ
tax	ໄດ້ເສຍອາກອນໃນໄລຍະຜ່ານມາ (2025)	ທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ໄດ້ເສຍອາກອນ = 1 ທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ບໍ່ໄດ້ເສຍອາກອນ = 0		Q 4.1
edu	ລະດັບການສຶກສາ	ປີ	+	Q1.1.1
inf	ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານດ້ານນິຕິກຳ	1 ຫາ 5, 5 ມີການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານດ້ານນິຕິກຳດີຫຼາຍ, 1 ມີການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານດ້ານນິຕິກຳ ຫຍຸ້ງຍາກຫຼາຍ	+	Q3.10
year	ອາຍຸກິດຈະການ	ຈຳນວນປີ	+	Q2.1

labour	ຈຳນວນແຮງງານ	ຈຳນວນແຮງງານຂອງວິສາຫະກິດໃນແຕ່ລະຊ່ວງ.1 ແມ່ນມີແຮງງານ 1-5 ຄົນ; 2 ແມ່ນມີແຮງງານ 6-50 ຄົນ; 3 ແມ່ນມີແຮງງານ 51-99 ຄົນ; 4 ແມ່ນມີແຮງງານຫຼາຍກວ່າ 100 ຄົນ	+	Q2.8
income	ລາຍຮັບຂອງທຸລະກິດ	ລາຍຮັບຂອງວິສາຫະກິດໃນແຕ່ລະຊ່ວງ.1 ແມ່ນ ບໍ່ເກີນ 50 ລ້ານກີບ; 2 ແມ່ນບໍ່ເກີນ 240 ລ້ານກີບ; 3 ແມ່ນບໍ່ເກີນ 1.8 ຕື້ກີບ; 4 ແມ່ນບໍ່ເກີນ 7.2 ຕື້ກີບ; 5 ແມ່ນ ຫຼາຍກວ່າ 7.2 ຕື້ກີບ;	+	Q2.3
facilitate	ການອໍານວຍຄວາມສະດວກການເສຍອາກອນ	1 ຫາ 5, 5 ມີການອໍານວຍຄວາມສະດວກດີຫຼາຍ, 1 ການອໍານວຍຄວາມສະດວກບໍ່ດີຫຼາຍ	+	Q4.5
finance	ການເຂົ້າໜ້າແຫຼ່ງທຶນ	1 ເຂົ້າເຖິງ 0 ບໍ່ເຂົ້າເຖິງ	+	Q5.7
bp	ສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດ 2-3 ປີຜ່ານມາ	1 – 5, 1 ທຸດລົງຫຼາຍ, 5 ດີຂຶ້ນຫຼາຍ	+	Q2.4.1
rule	ຄວາມເຂົ້າໃຈຕໍ່ກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ	ລະດັບຄວາມເຂົ້າໃຈ ແຕ່ 1 ຫາ 5, 1 ບໍ່ເຂົ້າໃຈເລີຍ ແລະ 5 ເຂົ້າໃຈດີຫຼາຍ	+	Q5.2
acr	ໄດ້ຮັບການປະຖິ້ມນິເທດກ່ຽວກັບການເສຍອາກອນ	1= ໄດ້ຮັບ 0= ບໍ່ໄດ້ຮັບ	+	Q4.4
ati	ທັດສະນະຕໍ່ການບໍລິການຂອງພາກລັດ	1-5, 5 ມີຄວາມພໍໃຈຫຼາຍທີ່ສຸດ, 1 ມີຄວາມພໍໃຈໜ້ອຍທີ່ສຸດ	+	Q6.1

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ໄດ້ຈາກການທົບທວນບົດຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, 2025

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

3.1 ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການເກັບລາຍຮັບຈາກທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຢູ່ ສປປ ລາວ

ຜົນການຄາດປະມານບັນດາຕົວປ່ຽນໃນແບບຈຳລອງ Logit Model ດ້ວຍການນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມ STATA.17 ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າຕົວປ່ຽນທີ່ນຳມາທົດສອບ ສາມາດອະທິບາຍ ແບບຈຳລອງໄດ້

29.35% ($R^2=0.2935$) ສະແດງວ່າແບບຈຳລອງມີຄວາມເໝາະສົມໂດຍລວມ (Model Goodness of Fit) ແລະ ຄ່າ $Prob>chi2=0.0476$ ສະແດງວ່າ ຕົວປ່ຽນອິດສະລະ ທັງໝົດໃນແບບຈຳລອງມີຜົນກະທົບຕໍ່ຕົວປ່ຽນຕາມ. ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ (ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95%. ໂດຍສາມາດອະທິບາຍແບບຈຳລອງການເສຍອາກອນ ຫຼື ບໍ່ເສຍອາກອນດັ່ງນີ້:

ຕາຕະລາງທີ 2: ສະແດງຜົນການຄາດປະມານດ້ວຍແບບຈຳລອງ Logistic Regression

tax	Coefficient	std. err.	z	P>z	[95% conf. interval]
edu	-0.35	0.23	-1.51	0.13	-0.81 0.10
inf	0.03	0.36	0.07	0.94	-0.67 0.73
year	0.01	0.06	0.14	0.89	-0.11 0.13
income	0.08	0.40	0.19	0.85	-0.72 0.87
facilitate	0.55	0.38	1.43	0.15	-0.20 1.30
finance	-0.46	1.35	-0.34	0.73	-3.11 2.19
bp	-0.35	0.36	-0.96	0.34	-1.06 0.36

rule	-0.69	0.43	-1.6	0.11	-1.53	0.15
acr	1.93	0.87	2.23	0.03	0.23	3.64
ati	1.15	0.54	2.12	0.03	0.09	2.21
labour	0.64	0.85	0.75	0.45	-1.03	2.32
_cons	2.27	4.51	0.5	0.61	-6.57	11.11

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຈາກການວິເຄາະຂອບຄວາມຜູ້ຂຽນ ໂດຍນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມ STATA.17, 2026.

Number of obs=79, Prob> chi2=0.0476, Pseudo R2=0.2935

ຄ່າສຳປະສິດການພົວພັນ ເຊິ່ງຍັງບໍ່ສາມາດອະທິບາຍການພົວພັນລະຫວ່າງຕົວປ່ຽນຕາມ ແລະ ຕົວປ່ຽນອິດສະຫລະໄດ້ເທື່ອ. ເນື່ອງຈາກແບບຈຳລອງ Logit ບໍ່ໄດ້ເປັນແບບເສັ້ນຊື່ (None Linear).

ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອໃຫ້ສາມາດວິເຄາະ ແລະ ອະທິບາຍຄ່າສຳປະສິດໄດ້.ໄດ້ຈຳເປັນໄດ້ໃຊ້ Marginal Effect ເຂົ້າໃນການວິເຄາະ ແລະ ອະທິບາຍຜົນຂອງຕົວປ່ຽນອິດສະຫລະຕໍ່ຕົວປ່ຽນຕາມດັ່ງນີ້:

ຕາຕະລາງທີ 3: ສະແດງຜົນການຄາດປະມານ (Marginal Effect) ຂອງແບບຈຳລອງ Logit Model

variable	dy/dx	Std. err.	z	P>z	[95%C.I.]	X	
edu	-0.06	0.04	-1.53	0.13	0.14	0.02	15.89
inf	0.00	0.06	0.07	0.94	0.12	0.13	3.46
year	0.00	0.01	0.14	0.89	0.02	0.02	4.82
income	0.01	0.07	0.19	0.85	0.13	0.15	2.51
facilitate	0.10	0.07	1.47	0.14	0.03	0.22	2.87
finance	-0.09	0.27	-0.32	0.75	0.63	0.45	0.14
bp	-0.06	0.06	-1.03	0.30	0.18	0.05	3.22
rule	-0.12	0.08	-1.58	0.11	0.27	0.03	2.89
acr**	0.35	0.15	2.42	0.02	0.07	0.64	0.56
ati**	0.20	0.09	2.11	0.04	0.01	0.39	3.38
labour	0.11	0.14	0.81	0.42	0.16	0.38	1.35

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຈາກການວິເຄາະດ້ວຍໂປຣແກຣມ STATA.17, 2026.

ໝາຍເຫດ: (***) (**) (*) ແມ່ນລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 1 ສ່ວນຮ້ອຍ; 5 ສ່ວນຮ້ອຍ; 10 ສ່ວນຮ້ອຍ ຕາມລຳດັບ.

ຜົນຂອງການຄາດປະມານແບບຈຳລອງ Logistic Regression ຈາກ 11 ຕົວປ່ຽນທີ່ນຳມາທົດສອບ. ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ພົບວ່າ ມີພຽງ 2 ປັດໄຈເທົ່ານັ້ນ ທີ່ເປັນປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ກັບການເກັບລາຍຮັບຈາກທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຢູ່ ສປປ ລາວ ຄື: ປັດໄຈການໄດ້ຮັບການປະຖົມນິເທດກ່ຽວກັບການເສຍອາກອນ (acr) ແລະ ປັດໄຈທັດສະນະຂອງທຸລະກິດ ຕໍ່ກັບການບໍລິການຂອງພາກລັດ (ati). ເຊິ່ງຜົນຂອງແບບຈຳລອງສາມາດອະທິບາຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

ປັດໄຈການໄດ້ຮັບການປະຖົມນິເທດກ່ຽວກັບການເສຍອາກອນ (acr) ຈາກຜົນການຄາດປະມານບັນດາຕົວປ່ຽນໃນແບບຈຳລອງ ອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ເມື່ອຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກໄດ້ຮັບການປະຖົມນິເທດກ່ຽວກັບການເສຍອາກອນ ແມ່ນຈະມີໂອກາດເສຍອາກອນ ໄດ້ສູງກວ່າ ທຸລະກິດທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການປະຖົມນິເທດກ່ຽວກັບການເສຍອາກອນ ຫຼາຍກວ່າ 35 ສ່ວນຮ້ອຍ ດ້ວຍລະດັບສຳຄັນ

ທາງສະຖິຕິ 5 ສ່ວນຮ້ອຍ. ສິ່ງດັ່ງກ່າວ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ເຖິງຄວາມສຳຄັນຂອງຂອງປັດໄຈການປະຖົມນິເທດ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ປະກອບການເຂົ້າໃຈ ເຖິງຂັ້ນຕອນການຈົດທະບຽນ ແລະ ການແຈ້ງອາກອນທີ່ຖືກຕ້ອງ, ວິທີການແຍກລາຍຮັບສ່ວນຕົວ ແລະ ລາຍຮັບທຸລະກິດ, ການເຂົ້າໃຈເຖິງປະເພດອາກອນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ (ອາກອນມູນຄ່າເພີ່ມ, ອາກອນກຳໄລ, ອາກອນເໝົາຈ່າຍ). ການເຂົ້າໃຈຜູ້ປະກອບການ ເປັນບາດກ້າວໃນການເຂົ້າສູ່ລະບົບອາກອນງ່າຍຂຶ້ນ. ນອກນັ້ນການປະຖົມນິເທດມັກຈະມາພ້ອມກັບການແນະນຳວິທີການ, ເຄື່ອງມື ແລະ ທັກສະການນຳໃຊ້ລະບົບໃບເກັບເງິນເອເລັກໂຕຣນິກ, ການນຳໃຊ້ແຜລດຟອມແຈ້ງອາກອນອອນໄລນ໌ຂອງລັດ ແລະ ມີໂອກາດເຂົ້າສູ່ຂັ້ນຕອນໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຢ່າງເປັນມືອາຊີບ.

ປັດໄຈທັດສະນະຂອງທຸລະກິດ ຕໍ່ກັບການບໍລິການຂອງພາກລັດ (ati): ເມື່ອພາກທຸລະກິດມີລະດັບຄວາມພໍໃຈສູງຕໍ່ການບໍລິການຂອງພາກລັດ ແມ່ນຈະມີໂອກາດເສຍອາກອນ ຂອງທຸລະກິດການຄ້າເອ

ເລັກໂຕຣນິກ ໄດ້ຫຼາຍກວ່າທຸລະກິດທີ່ມີຄວາມຝຳໃຈໃນລະດັບໜ້ອຍ ຫຼາຍກວ່າ 20 ສ່ວນຮ້ອຍ. ດ້ວຍລະດັບສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 5 ສ່ວນຮ້ອຍ. ສິ່ງດັ່ງກ່າວ ສະແດງໃຫ້ເຫັນ ເຖິງຄວາມສຳຄັນໃນການໃຫ້ບໍລິການຂອງ ພາກລັດ. ເພາະເມື່ອທຸລະກິດມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ແລະ ມີຄວາມໄວ້ ວາງໃຈ ຈະປ່ຽນທັດສະນະຄະຕິຂອງເຂົາເຈົ້າ ຈາກ ການຖືກບັງຄັບການ ຈ່າຍອາກອນໃຫ້ກາຍເປັນ ຜົນທະທາງຈັນຍາບັນ ແລະ ຄວາມ ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ສັງຄົມ. ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າທຸລະກິດບໍ່ຝຳໃຈໃນການ ບໍລິການຕໍ່າ, ເຂົາເຈົ້າຈະມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະມີທັດສະນະຄະຕິທີ່ບໍ່ດີ ແລະ ຜະຍາຍາມຫຼົບຫຼີກອາກອນ ເພາະຮູ້ສຶກວ່າຖືກເອົາປຽບ. ນອກນັ້ນເມື່ອ ການບໍລິການອາກອນຂອງລັດຢູ່ຍາກ, ຊັກຊ້າ, ຊັບຊ້ອນ, ຕົ້ນທຶນດ້ານ ເວລາ ແລະ ເອກະສານຈະສູງ ເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດເລືອກທີ່ຈະ ຢູ່ນອກ ລະບົບ. ແຕ່ຖ້າການບໍລິການດີ ແລະ ງ່າຍ, ຈະເຮັດໃຫ້ໂອກາດໃນການ ເຂົ້າສູ່ລະບົບອາກອນເພີ່ມຂຶ້ນ.

4. ວິພາກວິນິດໄສ

ຈາກຜົນການສຶກສາເຫັນວ່າເປັນໄປຕາມສົມມຸດຕາດີທີ່ຕັ້ງໄວ້. ການສຶກສາປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ກັບການເກັບລາຍຮັບຈາກທຸລະກິດການຄ້າ ເອເລັກໂຕຣນິກ ຢູ່ ສປປ ລາວ ມີ 2 ປັດໄຈຄື: ປັດໄຈການໄດ້ ຮັບການປະຖິ້ມນິເທດກ່ຽວກັບການເສຍອາກອນ (ACR) ການທີ່ທຸລະ ກິດອອນໄລນ໌ສ່ວນຫຼາຍ (ໂດຍສະເພາະ MSMEs) ບໍ່ໄດ້ຈັບດ້ານບັນຊີ ຫຼື ກົດໝາຍ. ການປະຖິ້ມນິເທດຈະຊ່ວຍໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈ ວິທີການຄິດໄລ່ ແລະ ຜົນປະໂຫຍດ ເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດຄວາມຢ້ານກົວ ແລະ ເພີ່ມຄວາມສະໝັກໃຈໃນການຈ່າຍ. ຂະນະທີ່ປັດໄຈທັດສະນະຂອງ ທຸລະກິດ ຕໍ່ກັບການບໍລິການຂອງພາກລັດ (ATI) ເມື່ອຜູ້ປະກອບການ ຮູ້ສຶກວ່າ ລັດຖະບານນຳໃຊ້ອາກອນໄປພັດທະນາຜູ້ຖານໂຄງລ່າງ (ເຊັ່ນ: ໄຟຟ້າ, ນ້ຳປະປາ, ອິນເຕີເນັດ, ເສັ້ນທາງ ແລະ ລະບົບຂົນສົ່ງ) ຫຼື ເຈົ້າໜ້າທີ່ໃຫ້ບໍລິການດ້ວຍຄວາມໂປ່ງໃສ ແລະ ເປັນມິດ ຈະເກີດຄວາມ ເຕັມໃຈຈ່າຍຫຼາຍຂຶ້ນ ແມ່ນປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ກັບການເກັບລາຍຮັບຈາກ ທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຢູ່ ສປປ ລາວ.

ເຊິ່ງຜົນການສຶກສາແມ່ນສອດຄ່ອງກັບການສຶກສາຂອງ Ali & Sijrsen (2014) ທັດສະນະຄະຕິ ໃນການເສຍອາກອນ ມີຄວາມ ສຳພັນກັບການໄດ້ຮັບບໍລິການສາທາລະນະ. ເຊິ່ງຄວາມຮັບຮູ້ດ້ານ ອາກອນ ມີຄວາມສຳພັນທາງບວກ ກັບທັດສະນະຄະຕິໃນການຈ່າຍ ອາກອນ. ຂະນະທີ່ Adiwijaya (2010). ໄດ້ຍືນຍັນວ່າ ການເກັບ ອາກອນຈາກປະຊາຊົນບໍ່ແມ່ນເລື່ອງງ່າຍ. ຖ້າອາກອນສູງເກີນໄປ, ເຂົາເຈົ້າຈະປະຕິເສດທີ່ຈະຈ່າຍອາກອນ. ເຊິ່ງຜົນການສຶກສາແມ່ນ ສອດຄ່ອງກັບ ການສຶກສາຂອງ. Roshan & Hajiani (2024) ບໍລິສັດທີ່ມີຄວາມຮູ້ ກ່ຽວກັບກົດລະບຽບຂອງການເສຍອາກອນ ສາມາດຈ່າຍອາກອນງ່າຍຂຶ້ນ; Mahran & Abdul (2023) ແລະ Prayoga et al (2024) ຄວາມຮູ້ ແລະ ສິ່ງຈູງໃຈດ້ານອາກອນມີອິດທິ ຜົນໃນທາງບວກຕໍ່ການຈ່າຍອາກອນ ຂອງຜູ້ປະກອບການການຄ້າທາງ ອິເລັກໂຕຣນິກ. ການເຂົ້າໃຈ ແລະ ຮັບຮູ້ກົດລະບຽບອາກອນການຄ້າ ທາງອິເລັກໂຕຣນິກ ມີອິດທິຜົນຕໍ່ການຈ່າຍອາກອນສຳລັບເຈົ້າຂອງ ທຸລະກິດອອນໄລນ໌.

ນອກນັ້ນ ການສຶກສາຂອງ Agbo & Nwadiolor (2020): ການເກັບອາກອນການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກ ໄດ້ກາຍເປັນບັນຫາ

ສຳຄັນສຳລັບ ທຸລະກິດ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ. ສິ່ງທ້າທາຍທີ່ສຳຄັນ ກ່ຽວກັບ ການຄ້າທາງອິເລັກໂຕຣນິກ ແມ່ນກົດໝາຍທີ່ຄວບຄຸມອາກອນໂດຍກົງ ໃນປະຈຸບັນຍັງບໍ່ພຽງພໍ ແລະ ຫຼາຍສະໄໝ. Setiawan (2018) ພົບວ່າ: ລາຍຮັບອາກອນ ຈາກການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິກ ມີມູນຄ່າມະຫາສານ ແລະ ເປັນຖານລາຍໄດ້ໃໝ່ ທີ່ໜັ້ນຄົງ. ແຕ່ການເກັບອາກອນບໍ່ຄວນ ຖືກບັງຄັບໃຊ້ຢ່າງເຂັ້ມງວດ ໃນຕອນເລີ່ມຕົ້ນ, ແຕ່ຄວນເນັ້ນເຖິງການ ສົ່ງເສີມສັງຄົມ ແລະ ໃຫ້ຄວາມຮູ້ຫຼາຍຂຶ້ນ. ການເກັບອາກອນ ຍັງຊ່ວຍ ໃຫ້ແຜດຝອມອອນໄລນ໌ ດຳເນີນການສອດຄ່ອງກັບກົດລະບຽບ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງເສດຖະກິດ.

ສິ່ງດັ່ງກ່າວສອດຄ່ອງກັບການສຶກສາຂອງ IIC (2023). ການ ພັດທະນາການຄ້າຍັງມີຊ່ອງວາງການພັດທະນາໃນການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສົ່ງເສີມການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ເນື່ອງມາຈາກ ການ ພັດທະນາຜູ້ຖານໂຄງລ່າງ, ລະບົບການສື່ສານ ແລະ ມີລະບຽບການທີ່ ຍັງບໍ່ສອດຄ່ອງກັນ ເຮັດໃຫ້ຈະຫວະການພັດທະນາມີຄວາມບໍ່ສົມດຸນ ກັນ.ການຄົ້ນພົບດັ່ງກ່າວ ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນ ຕໍ່ການປັບປຸງນະໂຍບາຍ ແລະ ມາດຕະການຄຸ້ມຄອງທີ່ປຸງອ້ອມ ການເກັບລາຍຮັບສ່ວຍສາ ອາກອນ. ລວມເຖິງການແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກ ທີ່ທຸລະກິດການ ຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ພົບພໍ້ໃນຂະບວນການຈ່າຍອາກອນ. Li (2018). ໂດຍສະເພາະໃນປະເທດ ແລະ ເຂດພື້ນທີ່ທີ່ມີລະບົບອາກອນລ້າຫຼົງ ແລະ ມີການປັບຕົວຊ້າ. ຖ້າບໍ່ມີລະບົບອາກອນສະເພາະ, ຈະມີຜົນ ສະທ້ອນຢ່າງຫຼີກລ້ຽງບໍ່ໄດ້ຈາກການສູນເສຍລາຍຮັບຂອງລັດ ແລະ ການສະກັດກັ້ນການແຂ່ງຂັນທີ່ຍຸດຕິທຳລະຫວ່າງການຄ້າທາງອິເລັກ ໂທຣນິກ ແລະ ການເຮັດທຸລະກຳແບບດັ້ງເດີມ (ຈະເລີນສຸກ, 2023).

ຂະນະທີ່ຕົວປ່ຽນອື່ນ ເຊັ່ນ: ລະດັບການສຶກສາ (edu), ການ ເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານດ້ານນິຕິກຳ (inf), ອາຍຸກິດຈະການ (year), ຈຳນວນແຮງງານ (labour), ລາຍຮັບຂອງທຸລະກິດ (income), ການອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການເສຍອາກອນ (facilitate), ການ ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງທຶນ (finance), ສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດຜ່ານມາ (bp), ຄວາມຮັບຮູ້ດ້ານນິຕິກຳ (rule) ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງ ສະຖິຕິ ເຊິ່ງອາດເກີດຈາກກຸ່ມຕົວຢ່າງມີຂະໜາດນ້ອຍເກີນໄປ ແລະ ເປັນຂໍ້ຈຳກັດໃນການເປັນຕົວແທນໃຫ້ແກ່ຫົວໜ່ວຍວິສາຫະກິດການ ຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ໃນ ສປປ ລາວ ທີ່ມີຈຳນວນຫຼາຍ.

5. ສະຫຼຸບ

ການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກໃນ ສປປ ລາວ ທີ່ກຳລັງຂະຫຍາຍຕົວ ສູງ ຕາມແນວໂນ້ມຄວາມກ້າວໜ້າຂອງເຕັກໂນໂລຊີ ມີຜູ້ຊົມໃຊ້ ຈຳນວນຫຼາຍ ສາມາດເຂົ້າເຖິງເຄືອຄ່າຍການສື່ສານໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ ຖານລູກຄ້າກວ້າງຂຶ້ນ ໂດຍນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ເວັບໄຊ ແລະ ແອບພິເຄຊັນໃຫ້ເພີ່ມຂຶ້ນ. ຂະນະທີ່ການສ້າງກົນໄກການເກັບລາຍຮັບ ຈາກທຸລະກິດອອນລາຍ ຢ່າງເປັນລະບົບຄົບຊຸດ ຖືເປັນວຽກໃໝ່ພົວພັນ ກັບຫຼາຍຂະແໜງການ, ມີການພົວພັນກັບຫຼາຍຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ທີ່ ແຈກຢາຍທົ່ວປະເທດ ມີທັງບໍລິສັດຂ້າມຊາດ ທີ່ມີມູນຄ່າການຄ້າສູງ ທີ່ ໄດ້ ຂະຫຍາຍສາຂາທຸລະກິດເຂົ້າມາໃນ ສປປ ລາວ. ການຄຸ້ມຄອງທຸລະ ກິດດັ່ງກ່າວຜ່ານມາ ແມ່ນຍັງບໍ່ທົ່ວເຖິງ ບໍ່ສາມາດເກັບລາຍຮັບຈາກ ການເຮັດທຸລະກຳໄດ້ ຢ່າເຕັມທ່າແຮງປົ່ມຊ້ອນທີ່ມີ. ການສຶກສາປັດໄຈ

ທີ່ມີຜົນຕໍ່ກັບການເກັບລາຍຮັບຈາກທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຢູ່ ສປປ ລາວພົບວ່າ ມີ 2 ປັດໄຈຄື ການໄດ້ຮັບການປະຖົມນິເທດກ່ຽວ ກັບການເສຍອາກອນ (acr) ແລະ ທັດສະນະຂອງທຸລະກິດ ຕໍ່ກັບການ ບໍລິການຂອງພາກລັດ (ati). ໃນຂະນະທີ່ຕົວປຽນອື່ນ ແມ່ນບໍ່ຜ່ານ ຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ. ການຄົ້ນພົບດັ່ງກ່າວ ແມ່ນມີຄວາມສໍາຄັນ ແລະ ສາມາດຕໍ່ຍອດໄດ້. ໂດຍສະເພາະການປັບປຸງວຽກງານທີ່ປຶ້ນອ້ອມ ການເກັບລາຍຮັບສ່ວຍສາອາກອນ ແລະ ການໃຫ້ບໍລິການຂອງພາກລັດ ໃຫ້ດີຂຶ້ນ ເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກ ທີ່ທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກ ໂຕຣນິກ ພົບພໍ້ໃນຂະບວນການຈ່າຍອາກອນ. ຜ່ານການເຂົ້າໃຈທຸລະ ກິດ ແລະ ກົນໄກການຍົກລະດັບການຊື້-ຂາຍສິນຄ້າອອນລາຍ ໃຫ້ເປັນ ລະບົບມີອາຊີບ ຈາກການລິເລີ່ມການຕິດຕັ້ງ ລະບົບການເກັບອາກອນ ຈາກທຸລະກິດອອນລາຍ ຜ່ານລະບົບ E-Trust ຂອງກົມການຄ້າພາຍ ໃນ ເຊື່ອມກັບລະບົບ TaxRIS ຂອງກົມສ່ວຍສາອາກອນ. ເຊິ່ງ ອາກອນທີ່ຈະໄດ້ແມ່ນມີມູນຄ່າ ຕາມບໍລິມາດຂອງການຄ້າຂາຍຕົວຈິງ ທີ່ມີແນວໂນ້ມເພີ່ມຂຶ້ນ ຕາມກະແສການຄ້າໃນປັດຈຸບັນ ທີ່ເສດຖະກິດ ໄດ້ຫັນເປັນດິຈິຕອນ. ລວມເຖິງຊ່ວຍອັດຊ່ອງຫວ່າງການຮົ່ວໄຫຼຂອງ ລາຍຮັບ ແລະ ເພີ່ມລາຍຮັບເຂົ້າງົບປະມານແຫ່ງລັດໄດ້.

ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ໄດ້ປະກອບສ່ວນອົງຄວາມຮູ້ໃໝ່ ໃນການ ກຳນົດໄດ້ ຫຼັກການທີ່ມີຄວາມຊັດເຈນ ໃນການການປັບປຸງນະໂຍບາຍ ແລະ ມາດຕະການຄຸ້ມຄອງທີ່ປຶ້ນອ້ອມ ການເກັບລາຍຮັບສ່ວຍສາ ອາກອນ. ລວມເຖິງການແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກ ທີ່ທຸລະກິດການ ຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ພົບພໍ້ໃນຂະບວນການຈ່າຍອາກອນ ຂອງທຸລະກິດ ການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ຂອງ ສປປ ລາວ ໃຫ້ເປັນມີອາຊີບ ປະກອບສ່ວນຊຸກຍູ້ສິ່ງເສີມການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກໃຫ້ເຕີບໃຫຍ່ ແລະ ສ້າງຜົນປະໂຫຍດຮ່ວມ ລະຫວ່າງພາກລັດ, ທຸລະກິດ, ແລະ ສັງຄົມ ໂດຍສະເພາະການຊື້ໃຫ້ເຫັນຄວາມສໍາຄັນຂອງ ການປັບປຸງບັນດາວຽກ ງານທີ່ປຶ້ນອ້ອມ ການເກັບລາຍຮັບສ່ວຍສາອາກອນ ແລະ ການບໍລິການ ຂອງພາກລັດ.

ໂດຍອີງໃສ່ຜົນການສຶກສາ ແລະ ການທົບທວນບົດຄົ້ນຄວ້າ ມີ ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳດ້ານວິຊາການດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- ປັບປຸງນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ໃຫ້ ເປັນກະຕິກາກາງ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບສະພາບການຂະຫຍາຍຕົວຂອງພາກ ທຸລະກິດ ເຊັ່ນ: ຍົກດຳລັດວ່າດ້ວຍການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກເປັນກົດໝາຍ, ປັບປຸງນິຕິກຳກ່ຽວກັບການເກັບອາກອນ ເພື່ອສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ສ້າງຄວາມໂປ່ງໃສ ແລະ ຫຼຸດຊັ້ນຕອນການບໍລິການ.

- ຮັບປະກັນການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດທີ່ເປັນທຳ ຫັນຫົວ ໜ່ວຍທຸລະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກເຂົ້າສູ່ລະບົບ ດ້ວຍການສ້າງ ຄວາມເຂົ້າໃຈ, ສ້າງເງື່ອນໄຂທີ່ເອື້ອອຳນວຍໃນການປະກອບສ່ວນ ພັນທະໃຫ້ແກ່ລັດທີ່ສະດວກສະບາຍ ແລະ ສາມາດກວດສອບໄດ້ ເພື່ອ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ປະກອບການໝັ້ນໃຈຕໍ່ກັບການປະກອບພັນທະດັ່ງກ່າວ.

- ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄ້າເອ ເລັກໂຕຣນິກໃຫ້ທົ່ວເຖິງດ້ວຍຫຼາຍຮູບແບບ ແລະ ເຂົ້າເຖິງງ່າຍ ຮັບປະກັນຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດໃໝ່ເຂົ້າໃຈບັນດານິຕິກຳທີ່ມີຢູ່ເປັນຕົ້ນ ແມ່ນການເສຍອາກອນ ຜ່ານການປະຖົມນິເທດ ແລະ ໄດ້ຮັບການ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ທຸລະກິດມາເສຍອາກອນ ເຊັ່ນ: ການນຳສະເ

ໜີຮູບແບບການປະຖົມນິເທດ ແລະ ການລົງທະບຽນອາກອນທາງອອນ ລາຍ ໃຫ້ເປັນມາດຕະຖານ ແລະ ປະຢັດ.

- ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການຈົດທະບຽນຜູ້ສະໜອງຕ່າງປະເທດໃຫ້ ທຸລະກິດຕ່າງປະເທດທີ່ຂາຍສິນຄ້າ ຫຼື ບໍລິການໃຫ້ລູກຄ້າໃນລາວ ຕ້ອງ ຈົດທະບຽນ ແລະ ເສຍອາກອນ ເພື່ອຮັບປະກັນການແຂ່ງຂັນທີ່ເປັນທຳ.

- ລົງທຶນໃສ່ລະບົບເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ພັດທະນາລະບົບ TaxRIS ໃຫ້ທັນສະໄໝ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງກັບແຜນດູຟອມການຄ້າເອ ເລັກໂຕຣນິກ ເພື່ອຕິດຕາມ ແລະ ເກັບອາກອນດິຈິຕອນ ໄດ້ຢ່າງ ອັດຕະໂນມັດ.

- ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ການຮ່ວມມືລະຫວ່າງກະຊວງການ ເງິນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ, ທະນາຄານແຫ່ງຊາດ ແລະ ພາກສ່ວນອື່ນໆ ເພື່ອ ແລກປ່ຽນຂໍ້ມູນ ແລະ ປະສານງານການເກັບລາຍຮັບ.

ການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້ ແມ່ນນຳໃຊ້ກຸ່ມຕົວຢ່າງຂ້ອນຂ້າງໜ້ອຍ ເມື່ອທຽບກັບຫົວໜ່ວຍວິສາຫະກິດທີ່ມີທັງໝົດໃນຕະຫຼາດການຄ້າ ອອນລາຍ, ນອກນັ້ນ ແມ່ນການເລືອກຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ຈາກ 3 ແຂວງໃຫຍ່. ເຊິ່ງອາດມີຂໍ້ຈຳກັດໃນການເປັນຕົວແທນໃຫ້ວິສາຫະກິດ ໃນແຂວງນ້ອຍ. ເຊິ່ງອາດເຮັດໃຫ້ຜົນການປຽບທຽບຂໍ້ມູນ ຫົວໜ່ວຍວິ ສາຫະກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ລະຫວ່າງແຂວງຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ແຂວງຂະໜາດນ້ອຍ ແມ່ນມີຄວາມບໍ່ຊັດເຈນ. ຖ້າມີງົບປະມານສະໜັບ ສະໜູນຕື່ມ. ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງຕໍ່ໄປ ສະເໜີໃຫ້ເພີ່ມຈຳນວນກຸ່ມຕົວຢ່າງ ຂຶ້ນ ເພື່ອໃຫ້ອະທິບາຍໄດ້ຈະແຈ້ງຂຶ້ນຕື່ມ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕີນວ່າ ຂໍ້ ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງ ທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບ ພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ຄຳຂອບໃຈ

ຄະນະຜູ້ຄົນຄວ້າ. ຂໍສະແດງຄວາມຂອບໃຈ ແລະ ຮູ້ບຸນຄຸນຢ່າງ ສູງ ມາຍັງ ກອງທຶນພັດທະນາວິທະຍາສາດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີ ທີ່ໄດ້ ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນທຶນໃນການຄົ້ນຄວ້າ. ເຊິ່ງການສະໜັບສະໜູນ ດັ່ງກ່າວ ໄດ້ປະກອບສ່ວນເປັນຜື່ນຖານ ໃນການສ້າງກົນໄກປັບປຸງ ນະໂຍບາຍ ແລະ ມາດຕະການຄຸ້ມຄອງທີ່ປຶ້ນອ້ອມ ການເກັບລາຍຮັບ ສ່ວຍສາອາກອນ. ລວມເຖິງການແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກ ທີ່ທຸລະ ກິດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ພົບພໍ້ໃນຂະບວນການຈ່າຍອາກອນ.

8. ເອກະສານອ້າງອີງ

ຈະເລີນສຸກ, ພ. (2023). *ການຄຸ້ມຄອງການເກັບອາກອນຈາກທຸລະກິດການ ຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ* (ບົດໂຄງການຈົບຊັ້ນ ປະລິນຍາຕີ, ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ). ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ບໍລິຫານທຸລະກິດ, ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ.

ກົມການຄ້າພາຍໃນ. (2025). *ບົດສະຫຼຸບຂໍ້ມູນປະຈຳປີ ຂອງວິສາຫະກິດການ ຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ທີ່ໄດ້ຮັບໃບຢັ້ງຢືນຮັບຮູ້ ແລະ ຂະນະການ ຄ້າທາງເອເລັກໂຕຣນິກ ໃນ ສປປ ລາວ*.

- Adiwijaya, K. (2010). *The estimation of the probability to pay taxes and amount of the individual tax paid and their determinant*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1697407>
- Agbo, E. I., & Nwadior, E. O. (2020). E-commerce and tax revenue. *Noble International Journal of Economics and Financial Research*, 5(8), 80-91.
- Ali, M., Fjeldstad, O. H., & Sjursen, I. H. (2014). To pay or not to pay? Citizens' attitudes toward taxation in Kenya, Tanzania, Uganda, and South Africa. *World Development*, 64, 828-842.
- Government of Lao PDR (GoL). (2026). *The 10th Five-Year National Socio-Economic Development Plan (2026-2030)*
- IIC. (2023). *Strengthening e-commerce cooperation to promote business to business and business to consumers under AHKFTA: A case study of ASEAN countries and Hong Kong Special Administrative Region of the People's Republic of China*. https://asean.org/wp-content/uploads/2024/01/AHKFTA.2023.IIC_M OIC_ALL.pdf
- Jones, R., & Basu, S. (2002). Taxation of electronic commerce: developing problem. *International Review of Law, Computers & Technology*, 16(1), 35-52.
- Kepios. (2025). Digital 2025: *Global Overview Report*. *DataReportal*. <https://datareportal.com/>
- Li, A. (2018). Research on tax collection and management system of e-commerce. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8(11), 2256-2266. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.811150>
- Mahran, M., & Abdul Rashid, S. F. (2023). Factors influencing tax compliance among TikTok users engaged in e-commerce activities in Malaysia. *Asia-Pacific Management Accounting Journal (APMAJ)*, 18(2), 217-249.
- Prayoga, D., Hastuti, A. W., & Werdiningsih, S. (2024). The Influence of Understanding E-Commerce Tax Regulations, Taxpayer Awareness, and E-Commerce Tax Rates on Tax Paying Compliance: Study of Online Business Owners in Malang City. *International Journal of Research in Social Science and Humanities*. ISSN: 2582-6220, DOI: 10.47505/IJRSS, 5(7), 207-220.
- Roshan, R., & Hajiani, P. (2024). Survey of the influence of factors affecting the receipt of taxes from the big taxpayers in Sistan and Baluchestan province: Logit and logit approach. *International Journal of Business and Development Studies*, 16(2), 185-201.
- Rutkauskas, V. (2019). Tax Morale and Public Sector Revenues in Baltic Countries. *Socialinė teorija, empirija, politika ir praktika*, 19, 26-43.
- Setiawan, S. (2018). E-commerce taxation and fiscal policy perspective: The case of Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 7(3), 1-9.
- United Nations Trade, & Development (UNCTAD). (2025). *Least Developed Countries Report 2025: Are Services the New Path to Structural Transformation?* Stylus Publishing, LLC.