

بهینه سازی عوامل موثر بر تمکین مالیاتی مؤدیان بخش ارزش افزوده استان لرستان با استفاده از الگوریتم ژنتیک و منطق فازی

رضا رضایی^۱، حمیدرضا عباسیان جهرمی^۲

^۱ کارشناس ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت سیستم و بهره وری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک
^۲ استادیار دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

رضا رضایی

rezarezaei67@yahoo.com

چکیده

این پژوهش جهت بهینه سازی عوامل موثر بر تمکین مالیاتی مؤدیان بخش ارزش افزوده استان لرستان با استفاده از الگوریتم ژنتیک و منطق فازی انجام گرفته است. نوع پژوهش کاربردی توصیفی می باشد. در این پژوهش به منظور جمع آوری اطلاعات در بخش مبانی نظری از اسناد، پایان نامه ها و مقالات که برای نت برداری، جداول و فرم هایی تهیه شد یا از فضای مجازی و شبکه های کامپیوتری و بانک های اطلاعاتی برای دست یابی به آنها بهره گرفته شد و برای گرفتن نظر مودیان شیوه میدانی با استفاده از پرسشنامه به کار گرفته شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل ۴۵۰ تن از مودیان مالیاتی بخش ارزش افزوده بود که با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۴ تن برای نمونه انتخاب شدند. برای مستند سازی نتایج تجزیه و تحلیل آماری و ارائه راه حل های نهایی، محقق با استفاده تکنیک های الگوریتم ژنتیک و منطق فازی از نرم افزار Matlab 2015 اقدام به تجزیه و تحلیل سوالات و فرضیات نموده است. از میان ۳۵۴ پرسشنامه در دسترس تعداد ۲۴۸ مورد برای آموزش مدل فازی اختصاص داده شد و ۱۰۶ مورد به آزمودن سیستم تعلق پیدا کرد. این ترکیب کمترین میزان خطای استاندارد را در اختیار قرار داد. در نهایت اوزان اهمیت پارامترهای ورودی مدل به دست آمد همچنین طیف فازی برای معادل های زبانی (یا نمرات) داده شده به معیارهای ورودی مدل از سوی مؤدیان مالیاتی در قالب نظرسنجی به دست آمد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد با توجه به نتایج حاصل از سیستم فازی طراحی شده، به ترتیب اولویت عوامل کیفیت خدمات درک شده، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی، عوامل قانونی و عوامل مدیریتی و انسانی دارای تاثیر مثبت و معنا داری در ایجاد رضایت مودیان مالیاتی و تمکین مالیاتی آنها بوده اند.

واژگان کلیدی: بهینه سازی- تمکین مالیاتی- ارزش افزوده- الگوریتم ژنتیک- منطق فازی

مقدمه

امروزه در هر کشوری نقش نظام های مالیاتی در تأمین درآمدها از محل منابع مالیاتی بر هیچکس پوشیده نیست. در بُعد اجتماعی، هدف عمده از وضع مالیات کاهش فاصله طبقاتی و توزیع مجدد درآمدهاست. هدف اقتصادی از وضع مالیاتها، تثبیت نوسان های اقتصادی، تخصیص بهینه منابع بین بخشهای مختلف و کمک به تسریع فرآیند توسعه بخشی یا منطقه ای می باشد و هدف بودجه ای دولتها از وضع مالیاتها نیز تأمین مالی بودجه دولت می باشد.

آدام اسمیت اقتصاددان معروف مکتب کلاسیک چهار اصل عدالت، معین بودن مالیات، سهل الوصول بودن مالیات و صرفه جویی را به عنوان داده و چهار معیار توزیع عادلانه بار مالیات ها، ساخت دهی روشن مالیات ها، بهینه سازی مالیات و تبیین شرایط رضایت افراد در اخذ مالیات ها را به عنوان ستاده یک نظام مالیاتی مطلوب تلقی کرده است. همانطوری که ملاحظه می شود از نظر آدام اسمیت یکی از ویژگیهای نظام مالیاتی مطلوب تأمین رضایت افرادی است که اقدام به پرداخت مالیات می نمایند در این میان یکی از مهم ترین مسائل مرتبط با مقوله رضایت افراد در پرداخت مالیات ها تمکین مالیاتی مؤدیان است. دولت ها به تنهایی و بدون مشارکت مردم قادر به وصول مالیات نخواهند بود. در این راستا دولت باید به دنبال یافتن دلایل عدم تمکین مالیات از سوی مردم بوده و نسبت به رفع آن علت ها اقدام نماید. و همچنین عوامل موثر در تمکین مالیات را بهبود ببخشد.

در این مقاله ابتدا به بیان مبانی نظری و مرور پیشینه تحقیق پرداخته شده سپس اهداف و فرضیه ها بیان میشود در ادامه ماهیت و روش تحقیق مشخص میشود سپس تحیل داده ها انجام می شود و در آخر نتایج بدست آمده و پیشنهادات تشریح می گردد.

۱- بررسی مبانی نظری و مرور پیشینه تحقیق**۱-۱- بررسی مبانی نظری**

مالیات: کلمه مالیات در عربی به معنی باج، خراج و پولهایی است که مأمورین وزارت دارایی به موجب قانون از مردم می گیرند. مالیات عبارت است از سهمی که به موجب اصل تعاون ملی و طبق مقررات موضوعه هریک از افراد کشور موظف است از درآمد یا دارایی خود به منظور تأمین هزینه های عمومی و حفظ منافع اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشور بر حسب توانایی و استطاعت مالی خود به خزانه دولت بپردازد مالیات بر ارزش افزوده: در اقتصاد خرد، مالیات بر ارزش افزوده نمایانگر مالیات بر درآمد، ناشی از ارزشی است که در یک بنگاه کسب و کار، به یک محصول یا خدمت افزوده شده و از دریافت مالیات صرفاً در یک بنگاه و یا محل مصرف نهایی اجتناب می شود.

تمکین مالیاتی: عبارت است از رعایت قانون از سوی مؤدیان

رضایتمندی: واکنش احساسی مشتری است که از تعامل با سازمان عرضه کننده یا مصرف محصول حاصل می گردد. رضایت از درک متفاوت مابین انتظارات مشتری و عملکرد واقعی محصول یا سازمان حاصل می شود. تجربیات قبلی مشتری از مصرف محصول ما و همچنین تجربه او از تعامل با سازمان عرضه کننده، در شکل دهی انتظارات وی، نقشی اساسی ایفا می کند. ما عقیده داریم، رضایتمندی مشتریان، عکس العمل های آتی آنان را در قبال سازمان ما تحت تأثیر قرار خواهد داد. (۱)

بهینه سازی: بیتلر و دیگران (۱۹۷۹) بهینه سازی را چنین شرح می دهند: فعل بهینه ساختن که کلمه قوی تری نسبت به بهبود می باشد عبارتست از دستیابی به بهینه. همچنین بهینه به عنوان یک واژه فنی دلالت بر اندازه گیری کمی و تحلیل ریاضی دارد منظور از بهینه سازی یک سامانه، کمینه یا بیشینه کردن تابعی است که این تابع معیاری از عملکرد سامانه می باشد. این عمل در نهایت به بهبود کارایی سامانه می انجامد (۱۱)

الگوریتم ژنتیک: الگوریتم ژنتیک (Genetic Algorithm) روشی عمومی از روش های فرا ابتکاری برای بهینه سازی گسسته می باشد که از علم زیست شناسی مثل وراثت، جهش، انتخاب ناگهانی (زیست شناسی)، انتخاب طبیعی و ترکیب الهام گرفته شده و مسائل جدول زمان بندی را حل می نماید. مسئله ای که باید حل شود ورودی است و راه حلها طبق یک الگو کدگذاری می شوند که تابع fitness نام دارد و هر راه حل کاندید را ارزیابی می کند که اکثر آنها به صورت تصادفی انتخاب می شوند. موتور الگوریتم ژنتیک یک جمعیت اولیه از فرمول ایجاد می کند. هر فرد در برابر مجموعه ای از داده های مورد آزمایش قرار می گیرند و مناسبترین آنها (شاید ۱۰ درصد از مناسبترین ها) باقی می ماند؛ بقیه کنار گذاشته می شوند. مناسبترین افراد با هم جفتگیری (جابجایی عناصر دی ان ای (تغییر تصادفی عناصر دی ان ای) کرده اند. این فرایند باعث به

وجود آمدن نسل جدیدی از کروموزوم هایی می شود، که با نسل قبلی متفاوت است. کل فرایند برای نسل بعدی هم تکرار می شود، جفت ها برای ترکیب انتخاب می شوند، جمعیت نسل سوم به وجود می آیند و ... این فرایند تکرار می شود تا این که به آخرین مرحله برسیم. مشاهده می شود که با گذشت از میان تعداد زیادی از نسلها، الگوریتم ژنتیک به سمت ایجاد فرمول هایی که دقیقتر هستند، میل می کنند. شرایط خاتمه الگوریتم های ژنتیک عبارتند از: ۱- به تعداد ثابتی از نسل ها برسیم. ۲- بودجه اختصاص داده شده تمام شود (زمان محاسبه/پول) ۳- یک فرد (فرزند تولید شده) پیدا شود که مینیمم (کمترین) ملاک را برآورده کند. ۴- بیشترین درجه برازش فرزندان حاصل شود یا دیگر نتایج بهتری حاصل نشود. ۵- بازرسی دستی. ۶- ترکیب های بالا (۲)

منطق فازی: منطق فازی اولین بار در پی تنظیم نظریه مجموعه های فازی به وسیله پروفسور لطفی زاده (۱۹۶۵) در صحنه محاسبات نو ظاهر شد. واژه فازی به معنای غیر دقیق، ناواضح و مبهم است. کاربرد این بخش در علوم نرم افزاری را می توان به طور ساده این گونه تعریف کرد: منطق فازی از منطق ارزش های صفر و یک نرم افزارهای کلاسیک فراتر رفته و درگاهی جدید برای دنیای علوم نرم افزاری و رایانه ها می گشاید زیرا که منطق فازی فضای شناور و نامحدود بین اعداد صفر و یک را نیز در منطق و استدلال های خود به کار برده و به چالش می کشد. همان گونه که در محاسبات ریاضی از متغیرهای عددی استفاده می گردد، در منطق فازی نیز از متغیرهای زبانی بر اساس ارزش های زبانی که در مجموعه عبارات قرار دارند استفاده می شود. عبارات زبانی (Linguistic Terms) صفاتی برای متغیرهای زبانی هستند. به طور مثال متغیر زبانی سن بسته به تقسیمات مورد نظر شخصی و شرایط می تواند مجموعه عباراتی از قبیل نوجوان، جوان، میان سال و سالمند باشد. در جهان واقع، بسیاری از مفاهیم را آدمی به صورت فازی درک می کند. این در حالی است که ماشین فقط اعداد را می فهمد و دارای دقت است. اهداف شیوه های نو در علوم کامپیوتر آن است که اولاً رمز این گونه از توانایی ها را از انسان بیاموزد و سپس تا حد امکان آن ها را به ماشین یاد دهد.

۲-۱- پیشینه تحقیق

۱- صابر قربانی و رقیه علیلو تحقیقی را انجام داده اند که هدف کلی آن بررسی و تبیین راهکارهای ترویج و ارتقاء فرهنگ مالیاتی در شرکت های تولیدی شهرستان تبریز بود. برای ارتقاء فرهنگ مالیاتی راهکارهای بسیار زیادی وجود دارد که برای این منظور دو فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی طراحی شد. حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۲۴۲ شرکت تولیدی برآورد گردید. نتایج حاصل بیانگر این است که بین مؤلفه های عوامل درون سازمانی (نظام اطلاعاتی مناسب، مدیریت صحیح منابع انسانی، سازمان مناسب مالیاتی) و عوامل برون سازمانی (قوانین مناسب مالیاتی، رفتار مناسب دولت) و ترویج و ارتقاء فرهنگ مالیاتی شرکت های تولیدی شهرستان تبریز رابطه معنی داری وجود دارد. (۳)

۲- مهدی صالحی و سعید پرویزی فرد و مستوره استوار در سال ۱۳۹۳ پژوهشی را انجام داده اند که به بررسی تأثیر عوامل فرهنگ مالیاتی بر تمکین مالیاتی در بین مؤدیان امور مالیاتی در ۱۱ استان کشور می پردازد. یکی از نکات مورد تأکید عموم متخصصین علم مالیه عمومی و مدیران مالیاتی، رشد و توسعه و بهبود تمکین مالیاتی و فرهنگ مالیاتی در جامعه است؛ چرا که هرچه جامعه دارای فرهنگ مالیاتی غنی تری باشد، وصول مالیات توسط سازمان امور مالیاتی با موفقیت و سهولت بیشتری همراه است و مؤدیان مالیاتی نیز با رغبت و احساس مسئولیت بیشتری اقدام به انجام وظایف قانونی خود می کنند. پژوهش حاضر از طریق روش پرسشنامه به جمع آوری داده ها پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش ۱۱ استان است که دارای شاخص تمکین ۹۳٪ درصد و بالاتر بوده است و به طور کلی ۳۲۴ مؤدی به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. داده ها با استفاده از آزمون T تک عاملی و تحلیل عاملی اکتشافی تجزیه و تحلیل شدند. تمامی فرضیات در سطح ۰/۰۵ مورد آزمون قرار گرفته و معنادار بودند، همچنین از میان عوامل و ویژگی های فرهنگ مالیاتی، عدالت و کارکرد سازمان با میانگین ۳/۵۹ دارای بیشترین میزان تأثیر بر تمکین مالیاتی بوده، صداقت و احساس مسئولیت مؤدیان با میانگین ۳/۱۷ در رتبه دوم و نیز تمایل به پرداخت مالیات با میانگین ۳/۱۴ در رتبه سوم و کمترین میزان تأثیر را به نسبت دو متغیر دیگر بر تمکین مالیاتی داشته است (۴)

۳- سید اکبر منجگانی و وحیده طبسی لطف آبادیه تحقیقی را انجام داده اند که هدف آن شناسایی و بررسی عوامل موثر بر اثربخشی تبلیغات بر تمکین مالیاتی مؤدیان حقوقی شهر مشهد با رویکرد AHP است. روش تحقیق توصیفی- پیمایشی و از مصادیق تحقیق های کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش مشتمل بر مدیران میانی و ارشد و مؤدیان مالیاتی و محتوای تبلیغات سازمان امور مالیاتی کشور ظرف بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۳ می باشد. یافته های حاصل از تحقیق مبین آن است که مهمترین معیارهای مؤثر بر تمکین مالیاتی را می توان در قالب معیارهای نگرش مؤدیان در مرحله رفتار و عملکرد تبلیغات، سپس نگرش مؤدیان در مرحله دریافت ذهنی تبلیغات، و نحوه انتقال پیام و سپس

نگرش مودیان در مرحله تمایل و در نهایت معیار ساختار ادبی تبلیغات خلاصه کرد. همچنین بررسی دیدگاه مودیان حقوقی نیز حاکی از آن است که هر یک از معیارهای شناسائی شده بر بهبود اثربخشی تبلیغات بر تمکین مالیاتی بسیار با اهمیت هستند. (۵)

۴- علیرضا ملکی نجفدر، رضا رسولی شمیرانی و محمود روستا تحقیقی در مورد بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر پذیرش و کاربرد فناوری اطلاعات بر اساس مدل دیویس (مطالعه موردی مودیان اداره کل امور مالیاتی جنوب استان تهران) انجام داده اند بر اساس این تحقیق یکی از اقدامات مهم سازمان امور مالیاتی کشور جهت طراحی و اجرای صحیح وصول مالیات به عنوان یک منبع درآمدی گسترده، روی آوردن به فناوری های جدید الکترونیکی است. نتایج این تحقیق نشان می دهد که پذیرش خدمات مالیات الکترونیکی توسط مودیان مالیاتی با متغیرهای سهولت استفاده از خدمات اینترنتی، سودمند بودن استفاده از سیستم اینترنتی، دسترسی به امکانات تکنولوژیکی و ویژگی های جمعیت شناختی مودیان رابطه مثبت و مستقیم و با ریسک استفاده از سیستم اینترنتی رابطه معکوس دارد. (۶)

۵- ارغوان زمانی، حسین دیده خانی به مطالعه بررسی عوامل مرتبط با تمکین مالیاتی از دیدگاه ماموران و مودیان مالیاتی (اداره کل امور مالیاتی استان گلستان) پرداختند. جامعه آماری تحقیق شامل تعداد ۸۰۰۰ پرونده فعال مالیاتی اشخاص حقوقی و همچنین تعداد ۲۸۰ نفر مامور مالیاتی در اداره کل امور مالیاتی استان گلستان می باشند. روش تحقیق از نوع توصیفی، پیمایشی بوده که فرضیات تحقیق از طریق پرسشنامه محقق، مورد آزمون قرار گرفت. نتایج حاصل از تحقیق نشان دهنده وجود رابطه معنادار میان متغیرهای تحقیق (آگاهی از قوانین و مقررات مالیاتی، کاهش نرخ مالیات، اطلاع رسانی در خصوص نحوه مصارف درآمدهای مالیاتی و وجود ضمانت های اجرایی) با تمکین مودیان از دیدگاه هم مودیان و هم ماموران مالیاتی می باشد

۶- ابراهیم هادیان و علی تحویلی در سال ۹۲ تحقیقی درباره شناسایی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در اقتصاد ایران داشته اند. پژوهش های انجام شده حاکی از آن است که چهار متغیر نرخ مالیات، پیچیدگی قوانین و مقررات، نبود سرمایه اجتماعی و تورم، علاوه بر اینکه به طور تقریبی میان این کشورها به عنوان عامل مشترک به شمار می آیند، در این حوزه بیشترین اثرگذاری را نیز دارا هستند. نتایج حاصل از تخمین الگو حاکی از آن است که در بلند مدت، هر چهار متغیر مورد نظر بر فرار مالیاتی رابطه ای مثبت و معنی دار داشته اند. در خصوص دوره کوتاه مدت نیز تمامی نتایج به طور تقریبی شبیه به نتایج بلند مدت است، البته با این تفاوت که تورم نقش تعیین کننده ای بر فرار مالیاتی نداشته است. (۷)

۷- جعفری صمیمی و حمزه ای در سال ۱۳۸۴ به بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی صنف طلا فروشان استان مازندران پرداخته اند. آنها نمونه ای تصادفی با حجم ۲۳۴ نفر را از میان حدود ۶۲۲ نفر انتخاب نموده و با استفاده از روش تحلیل واریانس یکطرفه و روش تحلیل عاملی متغیرهای مربوط به فرار مالیاتی، عوامل تعیین کننده آن را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش نشان داد که به ترتیب عوامل ساختاری، قانونی و سازمانی به عنوان عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی شناسایی شدند و از میان متغیرهای پژوهش ضعف گردش پولی کشور، ضعف نظام اطلاعات مالیاتی و پیچیدگی قوانین مالیاتی به ترتیب بیشترین تأثیر را در ایجاد فرار مالیاتی طلا فروشان مازندران داشته اند. با توجه به پژوهش های انجام شده داخلی و خارجی در این زمینه چند نکته شایان ذکر است: نخست اینکه، نتایج پژوهش به میزان قابل ملاحظه ای تحت تأثیر روش اندازه گیری فرار مالیاتی قرار گرفته است. به گونه ای که در برخی از مطالعه ها تغییر این متغیر مهم توانسته است تا حدودی نتیجه را تغییر دهد. دوم اینکه، در اکثر پژوهش های انجام شده خارجی چند متغیر توضیحی بیشتر از بقیه مورد توجه محققان بوده است که از مهم ترین آنها می توان به نرخ مالیات، سرمایه اجتماعی، پیچیدگی قوانین و مقررات، سطح توسعه یافتگی و سطح درآمد اشاره کرد. (۸)

۸- علیرضا محسنی تبریزی، اکبر کمیجانی و مرتضی عباس زاده به بررسی عوامل مؤثر بر افزایش فرهنگ مالیاتی در میان مودیان بخش مشاغل (صنف لوازم التحریر استان البرز) پرداخته اند. روش تحقیق در این مقاله از نوع پیمایش است و علاوه بر تحقیق میدانی از روش اسنادی نیز استفاده شده است. جامعه آماری عبارت است از ۸۵۰ واحدکسبی لوازم التحریر که در اداره کل امور مالیاتی استان البرز واقع گردیده است. حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۲۶۵ نمونه برآورد گردیده است. در روش نمونه گیری دو مرحله ای ابتدا براساس نمونه گیری طبقه ای، سهم هر طبقه، شهر از تعداد نمونه ها مشخص گردید و سپس با نمونه گیری تصادفی مشخص شد که در دورن هر طبقه تعداد نمونه ها را به چه صورت باید انتخاب کرد. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش استفاده از ابزار پرسشنامه می باشد که با استفاده از طیف لیکرت پنج گزینه ای شامل خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم و با تعداد ۵۱ سوال که فرضیات تحقیق را به آزمون گذاشته اند تحقق یافته است. تمامی فرضیه های اصلی تحقیق و فرضیه های فرعی مورد تایید واقع گردیده اند. یافته های به دست آمده از این تحقیق نشان می دهد عوامل اجتماعی شدن همچون همکاران صنفی، التزام به دین، رسانه ها، وجود سنت مالیات دهی در خانواده، روحیه قانون گرایی در خانواده در افزایش فرهنگ مالیاتی تأثیر گذار می باشد. تأثیر عوامل برون سازمانی همچون اتحادیه های صنفی، داشتن وکیل حقوقی، تشویق و تقدیر از مودیان خوش حساب در افزایش فرهنگ مالیاتی نیز مورد تایید قرار گرفت همچنین تأثیر عوامل برون سازمانی همچون انجام مکانیزه امور مالیاتی، وجود نظام

جامع اطلاعات مالیاتی، اطلاع رسانی مالیاتی شفاف بودن قوانین مالیاتی در افزایش فرهنگ مالیاتی مورد تایید قرار گرفت. عوامل درون سازمانی همچون سطح تحصیلات مودیان، داشتن انگیزه برای مشارکت اجتماعی، آشنائی مودیان با قوانین مالیاتی، نگرش مثبت مودیان نسبت به کارکرد مالیات اعتماد سیاسی نسبت به دولت، در افزایش فرهنگ مالیاتی موثر می باشند.

۹- فریدالدین علامه حائری، امیر هرتمنی و آرمان بهراد سال ۹۳ مطالعه ای بر تاثیر تبلیغات بر تمکین مودیان مالیاتی (مشمولان بند ج) ماده ۹۵ ق.م.م) داشته اند. در بیشتر کشورها، بخش عمده ای از منابع درآمدی دولت، از طریق مالیات تامین می شود. در این راستا راهکارهای کاربردی افزایش دریافت مالیات و کاهش هزینه های وصول آن از جمله مهمترین و کلیدی ترین موضوعاتی است که دولت ها را درگیر خود نموده است. طی سالهای گذشته به منظور توسعه و ایجاد فرهنگ مالیاتی مطلوب یک سری فعالیتهای تبلیغاتی رسانه ای انجام پذیرفت. در این تحقیق سعی بر آن شد تاثیرگذاری این فعالیتهای تبلیغاتی که به عنوان شاخصی برای بهبود این فعالیتهای می باشد مورد بررسی قرار گیرد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش به دلیل اینکه به وضعیت آنچه رخ داده است توجه دارد، توصیفی و چون از روش پرسشنامه ای استفاده می نماید پیمایشی و روش گردآوری اطلاعات نیز میدانی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشاغل مشمول بند (ج) قانون مالیات های مستقیم در شهرستان شهرکرد می باشد که تعداد آنها ۶۳۰۰ نفر برآورد شده و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۶۲ نفر به روش نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شد. نتایج تحقیق نشان می دهد که به غیر از حیطه پرداخت به موقع مالیات که تاثیر تبلیغات در آن در حد متوسط بود در زمینه هایی چون افزایش آگاهی مردم از قوانین و جرایم مالیاتی و نحوه هزینه کردن آن، گسترش فرهنگ مالیاتی و افزایش احساس عدالت مالیاتی این تاثیر کمتر از متوسط ارزیابی گردید.

۱۰- یوآدپال (۲۰۱۰) به بررسی رابطه میان فرهنگ و فرار مالیاتی در نیجریه پرداختند. آنها با استفاده از ۱۰۵ پرسشنامه تکمیل شده و در نظر گرفتن سه متغیر اجرا قانون، اعتماد به دولت و اعتقادات دینی به عنوان متغیرهای فرهنگی، دریافتند که بین اجرای قانون و فرار مالیاتی یک رابطه مثبت قوی و معنی دار وجود دارد. همچنین میان میزان اعتماد به دولت و فرار مالیاتی نیز یک رابطه مثبت و معنی دار وجود داشته است که میزان معنی داری در این حالت بیشتر از مورد قبل بوده است ۵ در مقابل ۱۰ درصد، ولی در مقابل، بین دین داری و فرار مالیاتی هیچ گونه رابطه معنی داری وجود نداشته است. (۱۲)

۱۱- ریچاردسون (۲۰۰۶) به بررسی عوامل موثر بر فرار مالیاتی برای ۴۵ کشور پرداخت. وی در اهمیت انجام این کار این گونه بیان می کند که شناسایی عوامل موثر بر فرار مالیاتی منجر به نتیجه گیری درست در این زمینه شده و به مجریان قوانین و مقررات این اجازه را میدهد تا با طراحی و به کارگیری سیاست های درست و مناسب اثرات مخرب این پدیده را تا حد امکان کاهش دهد. وی با استفاده از روش داده های پنل به این نتیجه رسیده است که عوامل غیراقتصادی و از میان تمامی عوامل موثر بر فرار مالیاتی، پیچیدگی قوانین و مقررات بیشترین تأثیر را بر فرار مالیاتی داشته اند. در میان عوامل اقتصادی نیز می توان به سطح تحصیلات، میزان درآمد، عدالت و اخلاق مالیاتی اشاره کرد. وی نتیجه گیری می نماید که با کاهش پیچیدگی قوانین و مقررات مالیاتی، افزایش سطح تحصیلات افراد و بهبود منابع درآمدی میزان فرار مالیاتی در کشورها کاهش خواهد یافت.

۱۲- سوکرام و واتسون (۲۰۰۵) با استفاده از روش الگوی خود توضیح با وقفه های گسترده به علل شکل گیری فرار مالیاتی در ترینیداد و توباگو طی دوره ۱۹۶۰-۲۰۰۰ پرداخته است. وی با برآورد اقتصاد زیرزمینی از طریق مدل پولی تانزی به این نتیجه رسیده است که در بلندمدت از میان عوامل مختلف اقتصادی: درآمد سرانه، واردات، بدهی خارجی، بیکاری و تورم بر سطح فرار مالیاتی تأثیر گذار بوده اند. از میان عوامل موثر یاد شده تورم و بیکاری با فرار مالیاتی رابطه ای مستقیم داشته اند، لذا وی پیشنهاد می کند که دولت می تواند با استفاده از سیاست های پولی و مالی خود این دو متغیر و در نتیجه میزان فرار مالیاتی را تحت تأثیر قرار دهد. در خصوص رابطه مثبت میان بدهی خارجی و فرار مالیاتی این محقق معتقد است که دولت باید در این زمینه محتاط تر عمل نماید و آن دسته از مخارجی که از این طریق تأمین مالی میشوند را کاهش دهد.

۱۳- پژوهشی دیگر در سال ۲۰۰۳، توسط اداره ملی مالیات کشور تایوان و با همکاری آقای چائو و همکارانش تحت عنوان «شاخص های پذیرش روش های پرداخت الکترونیکی مالیات از سوی مالیات دهندگان» صورت گرفت. اگرچه تایوان، جهانیان را به توصیه های خدمات دولت الکترونیک رهنمون می سازد، اما تنها ۳۵ درصد ساکنان آن به سایت های دولتی دسترسی دارند، نتایج این تحقیق نشان داد که رضایت مندی کلی مالیات دهندگان، قویاً با قصد استفاده آنها برای سال بعد مرتبط است و گفته می شود که با تشویق مالیات دهندگان مبتنی بر پذیرش مالیات الکترونیک، دولت باید همواره ارزش مالیات الکترونیک را افزایش داده، کیفیت خدمات را بهبود بخشد و سطح پذیرش شهروندان را از طریق سنجش رضایت- مندی مشتری ها براساس یک مسئله ادامه دار ارزیابی کند. همچنین گفته می شود که سطوح رضایت مندی هر دو روش پرداخت

الکترونیکی به طور معناداری بالاتر از سطح رضایت‌مندی روش دستی است که نشان می دهد شهروندان خدمات الکترونیکی مالیات دولت را ارج نهاده و قصد استفاده آنها از مالیات الکترونیک افزایش یافته است

۱۴- چن (۲۰۰۳) در مقاله خود تحت عنوان " فرار از مالیات در الگوی رشد درون رو " بیان می کند در این الگو دولت نرخ مالیات را بهینه می کند، حال آنکه اشخاص فرار از مالیات را بهینه می سازند. این الگو نرخ مالیات، فرار از مالیات و رشد اقتصادی را مورد بررسی قرار می دهد و آنها را با نظام های اقتصادی همانند یکدیگر (به استثنای آنهایی که دور از فرار از مالیات هستند) مقایسه می کند. همچنین درباره تأثیرات سه سیاست دولت درباره نرخ مالیات، فرار از مالیات و رشد اقتصادی تحقیقاتی کرد و پی برد که افزایش هزینه ها و جریمه های فرار از مالیات باعث کاهش فرار مالیاتی می شود. درحالیکه افزایش در رسیدگی مالیاتی فرار از مالیات را تنها زمانی کاهش می دهد که هزینه اجرای مالیات خیلی بالا نباشد. قاعدتاً این سه سیاست به علت تأثیر غیر مستقیم آنها بر روی فرار از مالیات و نرخ مالیاتی مطلوب، تأثیرات نامعلومی بر روی رشد اقتصادی دارند. این الگو تنظیم شده تا از نظر کمی تأثیرات سیاستهای ذکر شده در بالا را ارزیابی کند. معلوم شد که این سه سیاست از لحاظ کمی در منبع فرار از مالیات مؤثر هستند اما با آثار رشد کم همراه هستند مگر اینکه حد خارجیت دولت خیلی بالا باشد. (۱۳)

۱۵- هنریک (۲۰۰۹) در مقاله خود تحت عنوان " مسئله فرار مالیاتی و اهمیت اعتماد " مفهوم فرار مالیاتی را از لحاظ ده نوع مختلف مالیات مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و به تغییرات در چگونگی پرداخت مالیاتها می پردازد. وی بیان می دارد به جای بحث پیرامون فرار مالیاتی به عنوان یک پدیده معمول باید مالیاتها را به صورت جداگانه بررسی نمود. کسانی که به همشهریان خود اعتماد نمی کنند به احتمال بیشتر معتقدند که آنها از پرداخت مالیات طفره می روند اما عدم اعتماد سیاستمداران حتی تأثیر عمیق تری دارد مخصوصاً برای مالیاتهایی که دوباره توزیع می شوند و یا به لحاظ مالی باید پرداخت شوند. از این رو برای سیاستمداران مهم است تا مورد اعتماد دیگران باشند به منظور اینکه قادر باشند تا مالیاتها را برای حفظ وضعیت رفاهی جمع آوری کنند. (۱۴)

جدول ۱- دسته بندی عوامل مؤثر در تمکین مالیاتی براساس یافته های پژوهش های گذشته

مفهوم	ابعاد	شاخص ها
عوامل مؤثر در ارتقاء تمکین مالیات بر ارزش افزوده	عوامل اقتصادی	۱. کاهش نرخ تورم ۲. کاهش نرخ مالیات ۳. تشویق و تنبیه ۴. درآمد
	عوامل قانونی	۱. نظام اطلاعاتی مناسب ۲. آگاهی مؤدیان مالیاتی از قانون مالیات ها ۳. وجود ضمانت اجرای قوی و مؤثر ۴. داشتن وکیل
	عوامل فرهنگی	۱. اخلاق مالیاتی مودیان ۲. سطح تحصیلات ۳. اعتماد به دولت ۴. تبلیغات و رسانه
	عوامل خدماتی	۱. کیفیت خدمات ۲. اطلاع رسانی در مورد نحوه مصرف مالیات ۳. خدمات الکترونیکی و میزان دسترسی به آن
	عوامل مدیریتی و انسانی	۱. ساختار سازمانی مناسب ۲. مدیریت صحیح منابع انسانی

۱-۳- مشکلات مشاهده شده

۱- بررسی نکردن میزان تاثیر یکسان بودن نرخ مالیات: در ایران سیستم مالیاتی به جای اینکه به عدالت اجتماعی بپردازد، خود در ایجاد فاصله طبقاتی موثر است؛ چون درصد مالیات پرداختی بین فقیر و غنی تقریباً یکسان است که این بسیار ناعادلانه است. جدا از آن ثروتمندان به علت نظام ضعیف مالیاتی و نهادینه نشدن قوانین اقتصادی در اخلاق خود، معمولاً راهکاری برای فرار از دادن مالیات پیدا می کنند. نپرداختن مالیات گوشه ای از نقص قوانین اقتصادی در ایران است.

۲- عدم توجه به نا آگاهی مردم: اعتماد و باور عمومی مهم ترین پشتوانه اجرای نظام مالیاتی و سیاست های اقتصادی است و بدون حمایت مردم نمی توان به کارایی و اثربخشی مطلوب سیاست های اجرایی امیدوار بود. بسیاری از قوانین اقتصادی جامعه مدرن که بر پایه علم اقتصاد بنا شده است، از طرف ایرانیان مورد بی احترامی قرار می گیرد، به طور مثال سیستم مالیاتی در جوامع مدرن ریشه بسیاری از خدمات اجتماعی و وسیله ای برای ایجاد عدالت اجتماعی و شریان حیات اقتصادی حکومت هاست که بدین وسیله حکومت ها مدیون ملت می شوند و در قبال تک تک افراد جامعه مسوول می شوند و موظف است حقوق شهروندی او را تامین کند

۳- عدم بررسی تاثیرات بین المللی: وجود شرایط با ثبات سیاسی در جامعه از اساسی ترین ملزومات یک نظام مالیاتی کارآمد و موفق است. زیرا از یکسو شکل گیری اعتماد میان بخش خصوصی و عمومی نیازمند وجود ثبات در قوانین و عملکرد دولت می باشد. نوسانات سیاسی و در نتیجه بروز نگرانی در میان اқشار جامعه می تواند سبب تخصیص مجدد منابع و امکانات جامعه به ضرورت سرمایه گذاری و تولید گشته و موجبات شکل گیری و گسترش دامنه فعالیت اقتصاد زیرزمینی را در جامعه فراهم سازد. از سوی دیگر این نوسانات امکان تخصیص تر عمل نمودن و احاطه مجریان بر روند فعالیت ها را از آنان سلب می نماید.

۴- در نظر نگرفتن میزان تاثیر عوامل موثر بر تمکین مالیاتی بر روی همدیگر: تحقیقات بسیاری از عوامل موثر بر تمکین مالیاتی به تنهایی مورد بررسی قرار گرفتند اما به راستی هر یک از این عوامل آیا می توانند تاثیری روی سایر عامل داشته باشند، می توانند نقش جایگزین برای آنها ایفا کنند یا اینکه مکمل همدیگر می باشند.

ما در این تحقیق به شناسایی و بهینه سازی عوامل موثر بر تمکین مالیاتی می پردازیم و می خواهیم بدانیم در چه صورتی بیشترین رضایتمندی حاصل میشود.

۲- اهداف و فرضیه ها

۱-۱- اهداف

- ۱- شناسایی و تعیین عوامل موثر بر تمکین مالیاتی مؤدیان بخش ارزش افزوده استان لرستان
- ۲- به دست آوردن مقدار بهینه اوزان اهمیت، پارامترهای ورودی مدل و رتبه بندی آنها
- ۳- به دست آوردن جدول فازی سازی بهینه، پارامترهای زبانی (یا عددی) ورودی مدل

۲-۲- فرضیه ها

- ۱- عوامل اقتصادی بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۲- عوامل قانونی بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۳- عوامل فرهنگی بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۴- کیفیت خدمات بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۵- عوامل مدیریتی و انسانی بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۳- ماهیت و روش تحقیق

از نظر ماهیت و روش، پژوهش حاضر توصیفی - پیمایشی است. در تحقیق توصیفی هدف توصیف کردن شرایط یا پدیده های مورد بررسی است و شامل جمع آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه ها یا پاسخ به سؤالات مربوط به وضعیت فعلی موضوع مورد مطالعه می شود. در این تحقیق

نظرات مودیان مالیاتی در مورد عوامل موثر در تمکین مالیات بر ارزش افزوده مورد سنجش واقع می شود. به عبارتی دیگر پژوهش گر سعی دارد تا آنچه هست بدون هیچگونه دخالت یا استنتاج ذهنی گزارش دهد و نتایجی عینی از موقعیت بگیرد.

از نظر هدف در طبقه بندی تحقیقات، تحقیقی کاربردی است زیرا هدف پژوهش، بهینه سازی عوامل موثر بر ارتقاء تمکین مودیان مالیاتی بوده و نتایج آن در سیاست گذاری ها و تصمیمات مدیران سازمان مالیاتی در جهت وصول مالیات و رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت این سازمان تاثیر مهمی دارد. تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران نیازمند آن است که حجم جامعه را بدانید. با توجه به اینکه مودیان ارزش افزوده اداره مذکور سالانه ۴۵۰۰ شرکت هستند، لذا حجم نمونه برابر با ۳۵۴ خواهد بود. روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری تصادفی ساده می باشد. و با استفاده از روش فازی-ژنتیک به ارزیابی و بررسی مدل میپردازیم (۱۰)

۴- تحلیل داده ها

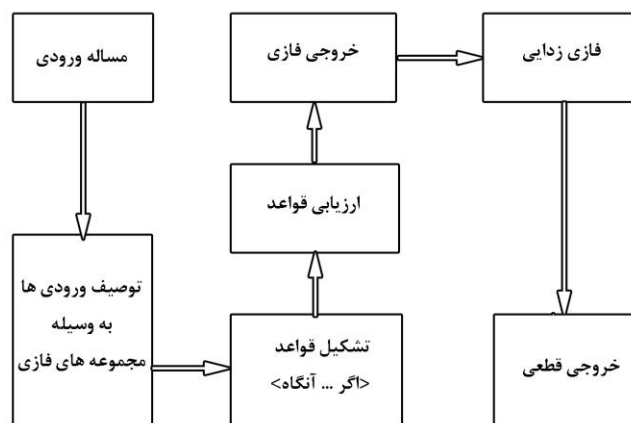
۴-۱- ساختار منطق فازی

مرحله اول طراحی اولیه سیستم: در این مرحله متغیرهای زبانی مورد استفاده طراحی و تبیین می شوند.

مرحله دوم فازی سازی متغیرها: متغیرهای زبانی تعریف شده، پیش از این از طریق پرسشنامه کمی سازی شده اند. حال داده ها در بازه ۰ تا ۱۰ قرار گرفته و به عنوان مقادیر ورودی در اختیار سیستم قرار داده می شود. قابل ذکر است که در فازی سازی پارامترهای زبانی طرح شده، خود تناظرات فازی سازی مورد سوال بوده و باید از طریق الگوریتم ژنتیک محاسبه گردد. در فازی سازی از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است.

مرحله سوم تبیین قواعد سیستم خبره فازی: در وهله اول پایگاه قواعدی به صورت دلخواه در MATLAB ایجاد می شود. سپس خروجی به دست آمده و الگوریتم ژنتیک شروع به کار می کند. در قالب تکرارهای الگوریتم ژنتیک مقادیر خروجی حاصل شده و مقایسه می شود. به این ترتیب پایگاه قواعد به روز رسانی شده و در نهایت بهترین پاسخ و قواعد ممکن به دست می آید.

مرحله چهارم- فازی زدایی: نتایج حاصل فازی، ابتدا به بازه ۰ تا ۱۰ بازگردانده می شود. در این مرحله مقادیر خطا و پراکندگی برای پارامترهای محاسبه شده و با توجه به آن ها تحلیل انجام می شود. به این صورت مقادیر مربوط به پارامترهای زبانی از حالت کمی خارج شده و به صورت تحلیل های کیفی در می آید.



شکل ۱- نمودار بلوکی سیستم خبره فازی

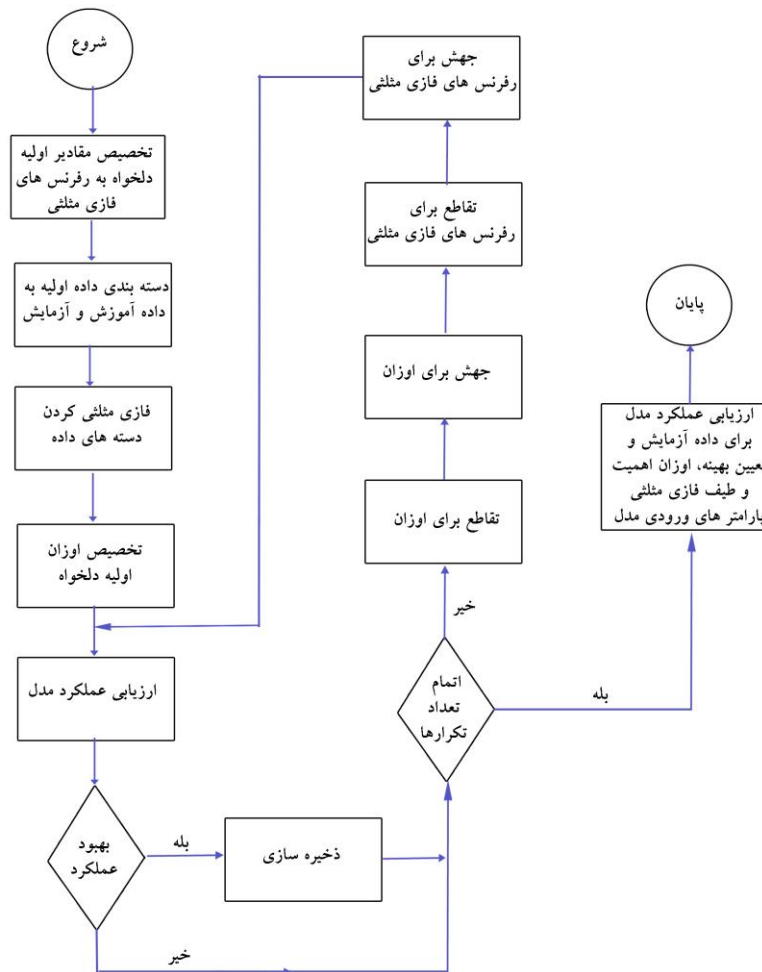
۴-۲- کاربرد الگوریتم ژنتیک:

در این پژوهش، برای به روز رسانی و انتخاب بهترین قواعد برای سامانه خبره فازی طراحی شده، از الگوریتم ژنتیک استفاده شده است. الگوریتم ژنتیک از جمله روش های فرا ابتکاری بوده و بهترین جواب را به دست نمی دهد. با این وجود جواب حاصل از این روش، در هر بار اجرای الگوریتم، بهترین جواب حاصل از آزمایش مدل در دفعات زیاد است. به این ترتیب با میانگین گیری از اجرای چند باره مدل، می توان به جوابی قابل اطمینان و تقریباً بهینه دست یافت. در این پژوهش از الگوریتم ژنتیک همراه با انتخاب طبیعی به شیوه چرخ رُلت استفاده شده است. عملگر تقاطع به صورت تک نقطه ای و عملگر جهش با درصد ۲۰٪ اجرا شده است. علت استفاده از میزان بالایی از جهش، جلوگیری حتمی از گیر کردن

الگوریتم در نقاط اوپتیموم محلی بوده است. با استفاده از الگوریتم ژنتیک، نیاز به نظر متخصص و خبره انسانی برای به روز رسانی قواعد سامانه فازی طراحی شده، از بین می‌رود. به این ترتیب هزینه اجرای مدل به طور ملموس کاهش می‌یابد. همچنین به وضوح سامانه‌ای با دخالت انسانی کمتر و به طور کلی خبره‌تر در اختیار قرار می‌گیرد.

۴-۳- پیاده سازی سیستم خبره فازی-ژنتیک:

داده اولیه که در اختیار برنامه قرار می‌گیرد و حاصل از پرسشنامه‌های توزیع شده می‌باشد؛ به دو دسته آموزش و آزمایش (Train and Test) تقسیم می‌شود. در هر دسته مقادیر نمره‌های داده شده توسط تصمیم‌گیران و نتایج حاصل از آن‌ها، که همان مقدار کمی رضایت مؤدیان مالی است، به عنوان داده ورودی و خروجی (Input and Output) قرار دارد. قوانین اولیه سیستم فازی به صورت تصادفی و دلخواه و از طریق موتور خود نرم افزار MATLAB ایجاد می‌شود. در هر بار اجرای الگوریتم به جهت دلخواه و تصادفی بودن قوانین فازی اولیه، این مجموعه می‌تواند کاملاً متفاوت و مستقل از دفعات پیش از آن باشد. از این رو ارائه یک مجموعه اولیه به عنوان مجموعه قوانین فازی به کار رفته امکان پذیر نیست. هدف در اجرای الگوریتم ژنتیک انتخاب بهترین قوانین فازی برای تطبیق مقادیر ورودی با مقدار خروجی است. به حسب قوانین فازی تصادفی ابتدایی، مقادیر اولیه کمی شده پارامترهای زبانی، فازی شده و به صورت اعداد مثلثی فازی در می‌آید. سپس مقدار رضایت مؤدیان مالیاتی محاسبه شده و پس از فازی زدایی با مقدار خروجی که از طریق پرسشنامه و نظر خبره حاصل شده بود، مقایسه می‌شود. در هر تکرار الگوریتم ژنتیک میزان خطای مربوط به محاسبات محاسبه می‌شود. حال مقادیر مربوط به مجموعه قوانین فازی و خطای متناسب با آن‌ها ذخیره می‌شود. عملگرهای الگوریتم ژنتیک شامل تقاطع و جهش اجرا شده و مجموعه قوانین جدید به حسب قوانین دلخواه اولیه حاصل می‌گردد. در این مرحله نیز خروجی محاسبه شده و مقدار خطای ناشی از اختلاف مقدار حاصل از مدل شبیه سازی نرم افزاری با خروجی مورد نظر خبره، محاسبه می‌شود. در صورتی که مقدار خطا کمتر از تکرار قبلی باشد، مجموعه قوانین جدید و خطای مربوط به آن‌ها به جای مقادیر قبلی، ذخیره می‌گردد. پس از این که الگوریتم هزار تکرار را انجام داد (تعداد دفعات تکرار می‌تواند متفاوت هم قرار داده شود اما این تعداد از تکرار، گرچه به لحاظ زمانی چندان بهینه نبوده و بر روی یک رایانه شخصی با مشخصات متوسط، بیش از ۱۵ دقیقه به طول می‌انجامد، دقت مورد نیاز را به دست می‌داد)، کم‌ترین میزان خطا و قوانین فازی مربوط به محاسبه آن به عنوان خروجی در نظر گرفته می‌شود. به این ترتیب مجموعه قوانین فازی با میزان خطای کم (نزدیک به حالت بهینه) در اختیار قرار می‌گیرد و می‌توان اقدام به تکمیل مدل کرد. برای محاسبه خطا از سنج مجذور میانگین مربعات خطا (RMSE) استفاده شد. تابع هدف تعیین شده برای الگوریتم ژنتیک از این رو، کمینه (MIN) کردن این سنج خطا بوده است. محدودیت خاصی در مسیر دست یابی به تابع هدف در نظر گرفته نشده است. پس از این که با داده آموزش، سیستم فازی-ژنتیک طراحی شده فرایند یادگیری را طی نمود؛ حال با توجه به داده آزمایش به آزمودن آن می‌پردازیم. به این ترتیب سیستم ابتدا آموزش دیده و سپس در معرض یک آزمایش قرار می‌گیرد تا میزان دقت آن در قبال مقادیر جدید نیز آزموده شود. با توجه به مقادیر حاصل که در بخش نتایج آمده است، سیستم از دقت مناسب برخوردار بوده و توانایی محاسبه خروجی (میزان رضایت مؤدیان مالیاتی) را برای پارامترهای زبانی تعریف شده در مدل دارد. قابل ذکر است که از میان ۳۵۴ پرسشنامه در دسترس تعداد ۲۴۸ مورد برای آموزش مدل فازی اختصاص داده شد و ۱۰۶ مورد به آزمودن سیستم تعلق پیدا کرد. این ترکیب کمترین میزان خطای استاندارد را در اختیار قرار داد. روش کار در شکل ۱ آمده است.



شکل ۲- روش کار سیستم خبره فازی- ژنتیک

۵- نتیجه گیری و پیشنهادات

در جدول ۱ نتایج اصلی حاصل از اجرای الگوریتم ژنتیک ارائه شده است. در واقع این جدول اوزان اهمیت ۱۷ پارامتر مدل است. دقت شود که اولویت پارامترها بر اساس اوزان آنها تعیین می شود. در واقع هر چه وزن یک پارامتر ورودی بزرگتر باشد مهم تر بوده و نیازمند توجه بیشتری است. مجموع اوزان برابر با یک است.

جدول ۲- اوزان اهمیت پارامترهای ورودی مدل

اولویت	عنوان	وزن
۱	خدمات الکترونیکی و میزان دسترسی به آن	۰.۰۸۹
۲	تورم	۰.۰۸۵
۳	نرخ مالیات	۰.۰۸۱
۴	کیفیت خدمات	۰.۰۷۷
۵	نظام اطلاعاتی مناسب	۰.۰۷۴
۶	تشویق و تنبیه	۰.۰۷۰
۷	تبلیغات و رسانه	۰.۰۶۵
۸	سطح تحصیلات	۰.۰۶۳
۹	اطلاع رسانی در مورد نحوه مصرف مالیات	۰.۰۶۲
۱۰	درآمد	۰.۰۵۶
۱۱	داشتن وکیل	۰.۰۵۴
۱۲	اخلاق مالیاتی مودیان	۰.۰۴۹
۱۳	مدیریت صحیح منابع انسانی	۰.۰۴۶
۱۴	وجود ضمانت اجرایی (عدالت اجرایی)	۰.۰۴۱
۱۵	آگاهی از قوانین	۰.۰۳۴
۱۶	اعتماد به دولت	۰.۰۲۹
۱۷	ساختار سازمانی مناسب	۰.۰۲۵

جدول ۳ نتایج به دست آمده طیف فازی برای معادل های زبانی (یا نمرات) داده شده به معیارهای ورودی مدل از سوی مؤدیان مالیاتی در قالب نظرسنجی:

نمره کسب شده	معادل زبانی	معادل فازی
۱.۵-۰	خیلی ضعیف	(۱.۱،۲)
۳-۱.۵	بینابین	(۱.۲،۳)
۴-۳	ضعیف	(۳،۳.۴)
۵-۴	بینابین	(۳،۴،۶)
۶-۵	متوسط	(۵،۵.۷)
۷-۶	بینابین	(۵.۶،۸)
۸-۷	خوب	(۶،۷،۸)
۹-۸	بینابین	(۷،۷.۹)
۱۰-۹	خیلی خوب	(۸،۸.۹)

بررسی فرضیه‌ها

۱- عوامل اقتصادی (تورم، نرخ مالیات، تشویق و تنبیه، درآمد) با وزن های (۰.۰۸۵ - ۰.۰۸۱ - ۰.۰۷۰) -۰.۰۵۶) بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد. پیشنهادات با توجه به عوامل اقتصادی موثر بر تمکین به شرح ذیل می باشد:

از طریق ثابت نگهداشتن بهای کالاها و خدمات دولتی و عدم افزایش تعهدات بخش خصوصی (از جمله عدم افزایش حداقل حقوق، سرانه بیمه...) و افزایش توزیع کالاهای یارانه ای در فرایند اجرای نظام مالیات بر ارزش افزوده می توان از انتظارات تورمی افراد جامعه جلوگیری نمود. در شرایط وجود محیط متزلزل سیاسی و به تبع قوانین متزلزل برای اجرای یک نظام مالیاتی و تشویق مودیان برای تمکین مالیات بر ارزش افزوده می باید نهادها و زیرساخت های لازم به وجود آمده و همچنین آموزش های لازم به مجریان و مؤدیان مالیاتی داده شود. با افزایش بار مالیاتی به واسطه افزایش نرخ های مالیاتی، انگیزه مودیان برای فرار مالیاتی و ورود به معافیت های غیررسمی (زیرزمینی) افزایش می یابد که این امر منجر به کاهش پایه مالیاتی شده و درآمدهای مالیاتی را کاهش می دهد. بنابراین بازبینی و تجدید نظر در نرخ های مالیاتی، یکی از راه حل های اساسی در افزایش تمکین مالیات بر ارزش افزوده می باشد.

۲- عوامل قانونی (نظام اطلاعاتی مناسب - داشتن وکیل - وجود ضمانت اجرایی (عدالت اجرایی) - آگاهی از قوانین) با وزنهای (۰.۰۷۴ - ۰.۰۵۴ - ۰.۰۴۱ - ۰.۰۳۴) بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد. پیشنهادات با توجه به عوامل قانونی موثر بر تمکین به شرح ذیل می باشد:

ساده سازی قوانین و روشهای مالیاتی می تواند سبب آسان نمودن تمکین مودیان و کارآتر کردن مدیریت مالیاتی شود. از آنجایی که مالیاتها، پرداخت هایی غیر داوطلبانه برای خدمات دولتی هستند، مالیات دهندگان انگیزه های قوی برای به حداقل رساندن بدهیهای مالیاتی خود از طریق اجتناب (قانونی) یا از طریق فرار (غیرقانونی) دارند سازمان مالیاتی باید به وسیله مجموعه ای از رویه های واحدیابی، ممیزی، وصول، تمکین به قوانین مالیات بر ارزش افزوده راضی کننده رویه های ساده برای ثبت نام، تشکیل پرونده، پرداخت و استرداد، فرمهای مالیاتی به آسانی و سرعت کافی در اختیار مودیان قرار گیرد و رویه ها باید به آسانی قابل اجرا باشد.

حذف بوروکراسی اداری. کلیه پرونده های مودیان مالیاتی، از حالت کاغذی به صورت الکترونیکی درآمده و ارتباط بانک های اطلاعاتی کلیه دستگاه های اجرایی، بانک ها و موسسات اعتباری با ادارات امور مالیاتی کشور، به فراخور سطوح دسترسی و تعریف شده، برقرار شود نظام تشویق و جریمه باید بنحوی اجرا شود که رفتار مالیاتی مودی متوسط را تغییر دهد، با این حال مودیانی که بی نظم هستند و قانون را رعایت نمی کنند با ارتکاب اعمال خلاف قانون بار اول باید مشمول جریمه نقدی شود و در مراتب بعدی باید ضمن وصول مبلغ جریمه تأخیر، مجازاتهای حقوقی و در مراتب بعدی مجازاتهای جزائی نیز در نظر گرفته شود. در اغلب کشورها علاوه بر مجازاتهای حقوقی در مورد فرار مالیاتی، تقلب و مانند آنها بعنوان جرم جنایی محسوب و برای متخلف بازداشت و حبس در نظر گرفته می شود.

۳- عوامل فرهنگی (تبلیغات و رسانه - سطح تحصیلات - اخلاق مالیاتی مودیان - اعتماد به دولت) با وزنهای (۰.۰۶۵ - ۰.۰۶۳ - ۰.۰۴۹ - ۰.۰۲۹) بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد. پیشنهادات با توجه به عوامل فرهنگی موثر بر تمکین به شرح ذیل می باشد:

در فرانسه که قبل از استقرار مالیات بر ارزش افزوده نیز در زمینه مالیات، فرهنگی نهادینه شده داشت، حدود ۲۰ سال جهت استقرار کامل مالیات بر ارزش افزوده زمان صرف شد و از اجرای شتاب زده آن اجتناب گردید. با تکیه به این موضوع که مشکل کشور ایران در زمینه مالیات، بیشتر یک مشکل فرهنگی و مدیریتی است نه صرفاً مشکل تکنولوژی، نباید با اجرای شتاب زده تر مالیات بر ارزش افزوده مشکلی بر مشکلات اضافه نمود. بلکه با صبر و حوصله و ایجاد بسترهای فرهنگی و رفتاری مناسب، بحث مالیات بر ارزش افزوده را نهادینه نمود و در مرحله بعد به نهادینه نمودن تمکین مالیات بر ارزش افزوده اقدام گردد.

توصیه می شود از طریق صدا و سیما و به خصوص برنامه های انیمیشن، ضمن درگیر نمودن گسترده تر افراد جامعه در این مقوله، فرهنگ مناسب پرداخت مالیات نهادینه گردد.

دولت در رفتارهای مالیاتی خود اصول مردم را بایستی رعایت و نهادینه کند تا شناخت مردم از این برنامه ها و هزینه درآمدهای مالیاتی افزایش یابد، یعنی مردم به طور غیر مستقیم نظارت موثر بر هزینه کرد مالیات داشته باشند در آن صورت اعتماد مردمی بیشتر می شود و مالیات علاوه بر کارکرد اقتصادی و درآمدسازی برای دولت می تواند در فرهنگ، مشروعیت و تمکین مودیان مالیاتی نیز جایگاه خوبی کسب کند.

۴- کیفیت خدمات (خدمات الکترونیکی و میزان دسترسی به آن- کیفیت خدمات- اطلاع رسانی در مورد نحوه مصرف مالیات) با وزن های (۰.۰۸۹ - ۰.۰۷۷ - ۰.۰۶۲) بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد. پیشنهادات با توجه به عوامل کیفیت خدمات به شرح ذیل می باشد:

به منظور ایجاد حس عدالت در بین مؤدیان بهتر است تعادل کافی به منظور یکسان سازی خدمات ارائه شده و میزان مالیات پرداختی از سوی مدیران سازمان امور مالیاتی صورت گیرد.

به دلیل اهمیت بالای کیفیت خدمات بهتر است به منظور طراحی سیستم جامع مبتنی بر نظر کارشناسان سازمان مالیاتی کل کشور بهره گرفته شود. این سیستم جامع باید بر نوع و کیفیت خدمات ارائه شده نظارت جامع داشته باشد و سعی بر بهبود و افزایش تنوع خدمات ارائه شده داشته باشد.

اطلاع رسانی از نحوه مصرف درآمدها: یکی از مواردی که می تواند باعث گردد مؤدیان در جهت پرداخت مالیات حقه گام بردارند آشنا و آگاه کردن آنها در زمینه نحوه مصرف مالیات می باشد که در این زمینه پیشنهاد می گردد در جهت افزایش اعتماد مؤدیان در زمینه مصرف صحیح مالیاتها، دولت در بودجه کل کشور نحوه خرج مالیاتهای وصول شده را دقیقاً مشخص و تفکیک نماید و این مالیاتهای وصول شده در مواردی هزینه و خرج گردند که موجب افزایش رفاه عمومی می گردند و مؤدیان اثرات پرداخت مالیات را بتوانند مشاهده نمایند

۵- عوامل مدیریتی و انسانی (مدیریت صحیح منابع انسانی- ساختار سازمانی مناسب) با وزنه های (۰.۰۴۶ - ۰.۰۲۵) بر تمکین مالیاتی مؤدیان در استان لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد. پیشنهادات :

با استفاده از روش های داده کاوی مؤدیان خوش حساب و بدحساب از سوی اداره کل امور مالیاتی شناسایی و خوشه بندی شوند و تفاوت های لازم این نوع از مؤدیان را بررسی کنند و در دستور کار قرار دهند.

مطالعات گسترده به منظور آسیب شناسی سبک مدیریت در اداره کل امور مالیاتی صورت گیرد. هزینه کردن بهینه مالیات ها به درستی و طبق اصول صورت گیرد. به نحوی که در برنامه های بلند مدت این کاهش هزینه را به درستی به نتیجه برسد.

کاهش دیوانسالاری در نظام مالیاتی: سازمان امور مالیاتی جهت مشاور مالیاتی بایستی ساسله مراتب اداری را حذف نماید. مسیر ارتباط بامودی رازحالت عمودی به افقی تبدیل نماید.

پیشنهادهای برای پژوهشگران آتی

- ۱- در این پژوهش تأثیر متغیرهای جمعیت شناختی نظیر جنسیت، سن و سابقه شغلی مؤدیان مالیاتی ارزش افزوده بررسی نشده، محققان آتی می توانند تأثیر این متغیرها را به عنوان متغیرهای میانجی در گرایش آنها به عوامل مؤثر بر تمکین مالیاتی مؤدیان ارزش افزوده مورد بررسی قرار دهند. ۲- در این پژوهش صرفاً از پرسشنامه ی بسته و دارای مقیاس برای جمع آوری داده ها استفاده شده است که به تبع اطلاعات محدودی در اختیار محقق قرار می دهد. محققان آتی می توانند برای رفع این نقیصه از مصاحبه یا پرسشنامه باز به منظور جمع آوری اطلاعات کاملتر و جامعتر استفاده نمایند. ۳- در این پژوهش نظرات مؤدیان مالیاتی ارزش افزوده گرفته شده است، محققان آتی می توانند به منظور ارزیابی میزان اثرگذاری متغیرهای تمکین مالیاتی مؤدیان ارزش افزوده نقطه نظر و دیدگاه خبرگان سازمان امور مالیاتی را نیز جویا شوند. ۴- محققان آتی می توانند تأثیر متغیرهای اثرگذار بر تمکین مالیاتی مؤدیان ارزش افزوده در استان لرستان را به صورت مقایسه ای در چند استان انجام دهند. ۵- بررسی موانع وصول مالیات برارزش افزوده

منابع و مراجع

- [۱] کاوسی، س م ر ، سقایی، ع "روش های اندازه گیری رضایت مشتری" چاپ چهارم ، ناشرسبزبان، ۱۳۸۴
- [۲] حبیبی، آ، ایزدیار، ص،، سرافرازی، ا. "تصمیم گیری چندمعیاره فازی" انتشارات کتیبه گیل، (۱۳۹۳)
- [۳] عباسی کیا، م "الگوریتم های فرا اکتشافی جستجو (الگوریتم های ژنتیک)"، ۱۳۸۸،
- [۴] قربانی، ص، علیلو " بررسی وتبیین راهکارهای ترویج و ارتقاء فرهنگ مالیاتی در شرکت های تولیدی شهرستان تبریز" چهاردهمین همایش سیاست های مالی و مالیاتی ایران، صفحه ۶۵۶-۶۳۷،
- [۵] صالحی ،م، پرویزی فرد، س ، استوار،م "بررسی تأثیر عوامل فرهنگ مالیاتی بر تمکین مالیاتی در بین مؤدیان امور مالیاتی در ۱۱ استان کشور" پژوهشنامه مالیات شماره بیست و سوم (مسلسل ۷۱)، (۱۳۹۳)،
- [۶] منجگانی، س ا ، طبعی لطف آبادیه، و "شناسایی و بررسی عوامل موثر بر اثربخشی تبلیغات بر تمکین مالیاتی مؤدیان حقوقی شهر مشهد با رویکرد AHP" پژوهشنامه مالیات شماره بیست و هفتم (مسلسل ۷۵)، (۱۳۹۴)
- [۷] ملکی نجفدر، ع ، رسولی شمیرانی، ر ، روستا، م "بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر پذیرش و کاربرد فناوری اطلاعات بر اساس مدل دیویس، مطالعه موردی مؤدیان اداره کل امور مالیاتی جنوب استان تهران" پژوهشنامه مالیات شماره چهاردهم (مسلسل ۶۲)، (۱۳۹۱)
- [۸] هادیان، ا "شناسایی عوامل موثر بر فرار مالیاتی در اقتصاد ایران" فصلنامه علمی پژوهشی برنامه ریزی و بودجه، (۹۲)
- [۹] حمزه ای، صمیمی، جعفری " بررسی عوامل موثر بر فرار مالیاتی صنف طلا فروشان استان مازندران ، صفحه ۲۰-۳ " پژوهشها و سیاست های اقتصادی ،جلد اول ،شماره ۳۴، (۱۳۸۴)
- [۱۰] خاکی، غ، "روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی" انتشارات بازتاب، چاپ سوم، (۱۳۸۷)
- [11] Beightler, C.S., D.T. Phillips, and D. J. Wilde." Foundations of Optimization (2nd ed.)". Englewood Cliffs, NJ: Printice-Hall..1979
- [12] Uadiale, O. M., Fagbemi, T. O. & Ogunleye, J. "OAn Empirical Study of the Relationship between Culture and Personal Income Tax Evasion in Nigeria. European Journal of Economic" Finance and Administrative Sciences, 20, 116-126. (2010).
- [13] Chen,b.1,"tax evasion in model of endogen ous growth", review of economic dynamics, vol.13,nol.pp381-403,(2003)
- [14] Henrik, h, Sveerker, g., Katarina, n"perceived tax evasion and the importance of trust", the journal of Socio-Economics, vol.5 nol pp 238-245, (2009)