

بررسی تأثیر عوامل فرهنگی بر اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده

در اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ

(با استفاده از مدل سلامت فرهنگی)

علی عسکری^۱

امین توتونچی^۲

داوود مطلبی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۶/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۲/۲۹

چکیده:

امروزه افزایش سطح فرهنگ مالیاتی، ایجاد فرهنگ خوداظهاری و به تبع آن افزایش سطح تمکین مالیاتی، از دغدغه‌های اصلی مدیران سازمان امور مالیاتی است. بهبود فرهنگ مالیاتی موجب افزایش سطح رضایت‌مندی مؤدیان مالیاتی می‌شود. از طرف دیگر مطرح شدن مالیات بر ارزش افزوده به عنوان یک پایه مالیاتی نوین، موجب شده است که تمامی تلاش‌ها در راستای اجرای کارآمد آن، بستگی به فرهنگ سازی و افزایش سطح رضایت‌مندی مؤدیان داشته باشد. مقاله حاضر حاصل پژوهشی میدانی است که هدف آن ارزیابی تأثیر عوامل فرهنگی بر اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده در اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ، با بهره‌گیری از مدل سلامت فرهنگی است. جامعه آماری این تحقیق مشتمل بر کلیه اشخاص حقوقی است که در اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ پرونده مالیاتی دارند. در این تحقیق ضمن ارزیابی ابعاد مدل سلامت فرهنگی اعم از روابط، ارتباطات، مشارکت و تصمیم‌گیری، زیرساخت، مدیریت تغییر و رهبری، رتبه بندی ابعاد و مؤلفه‌های مدل نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد و متناسب با نتایج تجزیه و تحلیل، پیشنهادهای عملیاتی نیز ارائه می‌شود.

واژه های کلیدی: فرهنگ مالیاتی، مالیات بر ارزش افزوده، مدل سلامت فرهنگی

۱- عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد و حسابداری دانشگاه آزاداسلامی واحد تهران مرکزی،

askari_azadwar@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات amin_tootoonchi@yahoo.com

۳- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، davood_motallebi@yahoo.com

۱- مقدمه

توسعه اقتصادی از عمده‌ترین اهداف اقتصادی کشورهای در حال توسعه است و در این راستا، سیاست‌های مالی از اهمیت فراوانی برخوردارند. سیاست‌های مالیاتی نیز بخش مهمی از این سیاست‌های مالی است که خود در چارچوب نظام اقتصادی کشور قرار دارد و بصورت هماهنگ با سایر سیاست‌های اقتصادی بکار گرفته می‌شود.

نظام مالیاتی کارآمد در واقع امکان رشد هماهنگ بخش‌ها و توسعه اقتصادی را بوجود می‌آورد. بطور کلی شاید بتوان سیاست‌های مالیاتی را سیاستی در جهت افزایش تحرک، پویایی و حرکت جامعه به سمت توسعه تلقی کرد.

درآمدهای مالیاتی تنها منبع سالم جهت تأمین هزینه‌های حاکمیتی در کشورها است و به تبع آن نظام مالیاتی یک رکن بسیار مهم و تأثیرگذار در فعالیتهای اقتصادی محسوب می‌شود و در یک نظام اقتصادی سالم، تقریباً تمام هزینه‌های عمومی دولت توسط فعالیتهای اقتصادی و فعالان اقتصادی آن کشور و از محل درآمدهای مالیاتی تأمین می‌شود. این مهم محقق نمی‌شود مگر با شناسایی و بهبود مداوم عوامل مؤثر بر ایجاد یک فرهنگ مالیاتی مطلوب، به گونه‌ای که زمینه جلب همکاری و تشویق مؤدیان به تمکین داوطلبانه و جلوگیری از هر گونه فرار مالیاتی را فراهم نماید.

مالیات بر ارزش افزوده نسبت به سایر مالیات‌های مرسوم یک مالیات جدید است. گسترش این پایه مالیاتی، یکی از مهمترین موارد توسعه نظام مالیاتی است. این پایه مالیاتی با تلاش اقتصاددانان برای رفع یا کاهش اختلال و نارسایی‌های مالیاتی سنتی و همچنین افزایش درآمد دولت شکل گرفته است. از اینرو، با توجه به اهمیت مقوله مالیات بر ارزش افزوده به عنوان یک پایه مالیاتی نوین و نقش سازمان امور مالیاتی کشور به عنوان متولی وصول مالیات، تأثیر فراوان فرهنگ در دستیابی به اهداف و سیاست‌های کلان مالیاتی و عدم مواجه مالیات بر ارزش افزوده با مشکلات اجرایی موجود در قانون مالیات‌های مستقیم، برآن شدیم با بهره‌گیری از مدل سلامت فرهنگی (CHM)^۱، عوامل فرهنگی مؤثر بر اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده را در جهت ارتقاء فرهنگ مالیاتی مورد بررسی قرار دهیم.

پایه‌ریزی و شکل‌گیری یک فرهنگ مالیاتی مطلوب در جامعه، ضمن کمک به مأموران مالیاتی در فرآیند تشخیص، قطعیت و وصول مالیات، رضایت، رغبت و احساس مسئولیت بیشتر مؤدیان را نیز به همراه خواهد داشت.

۲- پیشینه تحقیق و ادبیات موضوع

۲-۱- مطالعات انجام شده

با بررسی و مطالعه متون، مقالات و کتب علمی مختلف و با عنایت به ویژگی‌های برجسته مالیات بر ارزش افزوده از جمله انتقال پایه مالیاتی از درآمد به مصرف و ایجاد یک پایه مالیاتی مطمئن، افزایش انگیزه سرمایه‌گذاری و جابجایی سرمایه از بخش‌های خدماتی به بخش‌های مولد، افزایش سطح درآمدهای مالیاتی به دلیل گسترده بودن پایه این نوع مالیات، رفع نواقص مالیات بر فروش (جلوگیری از انباشت مالیات در مراحل مختلف تولید و توزیع)، بهبود تراز بازرگانی خارجی کشور و افزایش نسبی توان صادرات، شفاف‌سازی و مستندسازی مبادلات تجاری و ... همه و همه موجب شده که عمده تحقیقات انجام گرفته بیشتر به جنبه‌های اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مالی و رفاه اجتماعی این پایه مالیاتی پرداخته‌اند و به صورت موردی نیز در مطالعات تطبیقی، فرآیند اجرا و موانع و مشکلات اجرایی موجود مورد بررسی قرار گرفته است. به هر حال مطالعاتی در خصوص معرفی این مالیات و نحوه اجرای آن در سطح سازمان امور مالیاتی کشور و تحت عنوان «مجموعه گزارشات تحقیقاتی اجرای مالیات بر ارزش افزوده در ایران» انجام شده که عمدتاً ناظر بر فرآیند اجرا و معرفی این پایه مالیاتی است و به صورت جامع به مشکلات فرهنگی نپرداخته است، لذا در تحقیق حاضر بر آنیم تا ضمن بهره‌گیری از مدل سلامت فرهنگی، ابعاد مختلف فرهنگی را که منجر به اجرای کارآمد این پایه مالیاتی نوین می‌شود مورد سنجش قرار دهیم.

از طرفی در خصوص فرهنگ مالیاتی و فرهنگ سازمانی، مطالعات متعددی صورت گرفته که از جمله می‌توان به مقاله‌ای در خصوص شناسایی عوامل فرهنگ مالیاتی مؤدیان مشاغل شهر تهران (مرکز) اشاره نمود که ضمن انجام یک پژوهش میدانی و با استفاده از تحلیل عاملی به تجزیه و تحلیل عوامل فرهنگی و دسته‌بندی این عوامل پرداخته است ولیکن همانطور که ذکر شد، این تحقیق در بخش اشخاص حقیقی (مشاغل) انجام گرفته، ضمن اینکه ناظر بر بخش قانون مالیاتهای مستقیم

می باشد، از اینرو در تحقیق حاضر ضمن بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده به عنوان یک پایه مالیاتی نوین بر آن شدیم که در قالب یک چارچوب مشخص با استفاده از مدل ذکر شده به سنجش عوامل فرهنگی بپردازیم.

نکته حائز اهمیت در تحقیقات پیشین، آن است که هیچیک از آنها بر اساس یک مدل مفهومی انجام نگرفته است، البته مقالاتی وجود دارد که به موضوعاتی مشترک در رابطه با فرهنگ و در قالب مدل پرداخته اند، از جمله مقالاتی با عنوان « بررسی های مدل های شاخص رضایت مشتری و ارائه مدلی جهت ارزیابی رضایت مؤدیان مالیاتی در اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ»، « ارائه مدلی برای سنجش آمادگی سازمان امور مالیاتی کشور جهت اجرای مدیریت ارتباط با مؤدیان»، « ارزیابی کیفیت خدمات اداره کل امور مالیاتی شرق (اشخاص حقوقی) با استفاده از مدل سروکوال^۱»، که در تحقیق اول ضمن بررسی مدل های موجود در زمینه ارزیابی شاخص رضایت مشتری^۲، به ارائه یک مدل مفهومی بومی پرداخته و نهایتاً ارزیابی مدل را انجام داده است. در تحقیق دوم ضمن بررسی مدل های موجود در زمینه مدیریت روابط با مشتریان^۳، به ارائه یک مدل مفهومی بومی بر اساس شاخص های موجود پرداخته است. در تحقیق سوم نیز، محققین ضمن بهره گیری از مدل سروکوال به ارزیابی کیفیت خدمات بر اساس شاخص های موجود پرداخته است. همان طور که مشاهده می شود هر کدام از تحقیقات فوق الذکر بر اساس یک مدل مفهومی انجام شده است، همچنین قابل ذکر است که شاخص های موجود در تمامی این تحقیقات از بخش قانون مالیات های مستقیم ایران و سایر قوانین مرتبط استخراج شده است. لذا بر آن شدیم که ضمن بررسی تحقیقات و مدل های موجود در زمینه فرهنگ، به ارزیابی شاخص های فرهنگی در بخش قانون مالیات بر ارزش افزوده بپردازیم.

در این خصوص مطالعات متعددی انجام گرفته که از جمله مقاله ای در خصوص طراحی مدلی بر مبنای چارچوب ارزش های رقابتی، که ضمن مروری بر مهمترین مطالعات و مدل های موجود در حوزه مدیریت فرهنگ سازمانی به ارائه یک مدل مفهومی پرداخته است، که نمونه ای از این مطالعات و مدل ها

1- Servqual Model

2- CSI (Customer Satisfaction Index)

3- CRM (Customer Relationship Management)

عبارتند از :

- ۱- مدل هافستد (Hofstede – 1980)
- ۲- مدل رایبیز (Robbins – 1991)
- ۳- مدل بررسی فرهنگ سازمانی (OCS) (Glaser, et al., 1987)
- ۴- ابزار سنجش فرهنگ سازمانی (OCI) (Van de post et al 1997)
- ۵- مدل نیمرخ فرهنگ سازمانی (OCP) (O' Relly et al ., 1991)
- ۶- مدل سلامت فرهنگی (CHM) (EMERGE International 2005)
- ۷- ابزار تحول فرهنگی مبتنی بر ارزش ها (CTT) (www.valuescenter.com)

که عمدتاً از چارچوب و مبنای نظری مشترکی در زمینه مدیریت فرهنگ سازمانی برخوردار بوده و بر مبنای رویکرد ارزش‌های رقابتی طراحی شده اند که ضمن بررسی ابعاد مدلها، و با توجه به نزدیک بودن مبنای نظری مدل سلامت فرهنگی با اهداف تحقیق، این مدل را به عنوان یک مدل مناسب جهت ارزیابی عوامل فرهنگی انتخاب و مبنای تحقیق قرار دادیم.

۲-۲- مدل سلامت فرهنگی

این مدل به گونه‌ای طراحی شده تا مدیران به صورتی قابل مشاهده، چگونگی اثرگذاری فرهنگ بر عملکرد نهایی سازمان را مشاهده کنند.

بر مبنای مدل کلی تغییر فرهنگی، ابزاری تحت عنوان « شاخص سلامت فرهنگی » برای سنجش دیدگاه‌های کارکنان در خصوص عناصر و عواملی که در توانایی سازمان برای دستیابی به اهداف استراتژیک نقش دارند، طراحی شده است.

ادعای این مدل آن است که می‌تواند داده‌های ارزشمندی را در خصوص توانایی سازمان در ایجاد فرهنگی جهت جذب، تقویت، حفظ استعدادها و پتانسیل‌های لازم برای بهبود عملکرد و افزایش ارزش سازمان ایجاد کند.

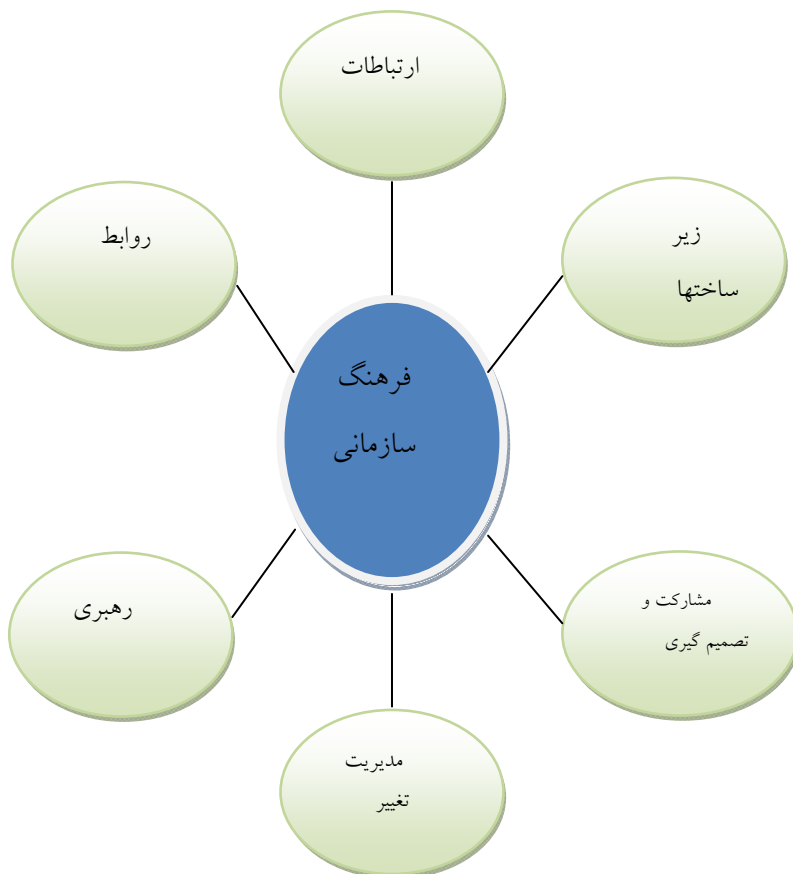
این ابزار در سال ۱۹۹۹ توسط دکتر لوید ویلیامز تعیین اعتبار شده و توسط پژوهشگران و سازمانهای مختلفی نیز به کار گرفته شده است. در طراحی این مدل از تئوری‌های مختلفی در رشته‌های روان‌شناسی سازمانی، انسان‌شناسی فرهنگی- اجتماعی، روان‌شناسی بالینی، و توسعه سیستم‌های

بازرگانی استفاده شده است و تصورات و برداشتهای کارکنان از فرهنگ سازمانی را مورد سنجش قرار می دهد.

چارچوب کلی مدل CHM حاوی ۶ بعد به شرح ذیل است:

- ۱- ارتباطات
- ۲- زیرساختها
- ۳- مشارکت و تصمیم گیری
- ۴- مدیریت تغییر
- ۵- رهبری
- ۶- روابط

مدل سلامت فرهنگی (کتاب مدیریت فرهنگ سازمانی - رعنائی - ۱۳۸۷)



۲-۳- مالیات بر ارزش افزوده

مالیات بر ارزش افزوده نوعی مالیات است که از ارزش افزوده بنگاه‌ها در مراحل مختلف زنجیره واردات تولید و توزیع دریافت می‌شود. این مالیات در واقع نوعی مالیات بر فروش چند مرحله‌ای است که خرید کالاها و خدمات واسطه‌ای را از پرداخت مالیات معاف می‌کند. به عبارت دیگر مالیات بر ارزش افزوده نوعی مالیات بر قیمت فروش است که بار مالیاتی آن به دوش مصرف کنندگان نهایی بوده و بر اساس درصدی از ارزش افزوده در هر مرحله از زنجیره واردات، تولید و توزیع اخذ می‌شود.

مالیات بر ارزش افزوده با انتقال پایه مالیاتی از درآمد به مصرف، انگیزه‌های سرمایه‌گذاری را افزایش می‌دهد و منابع لازم جهت گسترش سرمایه‌گذاری‌ها را فراهم نموده و از جابجایی سرمایه از بخش‌های مولد به بخش‌های خدماتی جلوگیری به عمل می‌آورد، با اجرای این نوع مالیات اختلال در بخش‌های تولیدی و سرمایه‌گذاری به حداقل رسیده و درآمدهای مالیاتی به دلیل گسترده بودن پایه این نوع مالیات، افزایش می‌یابد.

این نوع مالیات در خلال فرآیند واردات، تولید و توزیع بصورت مرحله به مرحله اخذ می‌شود. در مالیات بر فروش انباشت مالیات در مراحل تولید و توزیع کالاها وجود دارد. بدین ترتیب که در هر مرحله‌ای از تولید که بر کالاها اعمال می‌شود، به مرحله بعدی انتقال می‌یابد و بار اضافی مالیات به شکل قیمت تمام شده بر مصرف کننده نهایی تحمیل می‌شود. در صورتی که در مالیات بر ارزش افزوده انباشت مرحله‌ای مالیات وجود نداشته و مالیات به صورت جدا از قیمت اصلی کالاها و خدمات محاسبه می‌شود.

با عنایت به بهره‌گیری ایران از اصل مقصد در اجرای مالیات بر ارزش افزوده، کالاهای صادراتی مشمول نبوده و کالاهای وارداتی مشمول می‌باشند، این امر به بهبود وضعیت تراز بازرگانی خارجی کشور و افزایش نسبی توان صادراتی کمک می‌کند. از طرف دیگر این نوع مالیات هیچ تغییری در عرضه و تقاضای کل ایجاد نمی‌کند و از نظر اقتصادی خنثی می‌باشد و هیچ نوع اختلالی در فرآیند تولید، تخصیص سرمایه و سایر منابع اقتصادی به وجود نمی‌آورد.

از آنجایی که در سیستم مالیات بر ارزش افزوده خرید کالاها و خدمات واسطه‌ای از پرداخت مالیات معاف هستند، یک اعتبار مالیاتی برای خریدهای واسطه‌ای بنگاه اقتصادی در نظر گرفته می‌شود که این

امر باعث از بین رفتن پدیده مالیات مضاعف^۱ در اجرای این نوع مالیات می‌شود. در آمد حاصل از مالیات بر ارزش افزوده بستگی به میزان نرخ و گستردگی پایه مالیاتی دارد. در صورت عدم وجود هرگونه معافیت مالیاتی، پایه مالیاتی معادل کل مصرف خصوصی می‌باشد. اما به هر حال، وجود معافیت‌های مالیاتی موجب کاهش پایه و به تبع آن کاهش درآمد حاصل از آن می‌شود.

۲-۴- فرهنگ مالیاتی

فرهنگ به مجموعه‌ای از باورها، اعتقادات، گرایش‌ها، اندیشه‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و... اطلاق می‌شود که در هر جامعه‌ای وجود دارد و در واقع قالب هویتی فرد و جامعه را شکل می‌دهد.

فرهنگ مالیاتی را نیز می‌توان مجموعه‌ای از طرز تلقی، بینش و عکس‌العمل اشخاص در قبال نظام مالیاتی دانست. این طرز تلقی به طور قطع از قانون، عملکرد مأموران مالیاتی در به‌کارگیری قانون و نحوه برخورد با مؤدیان تأثیر پذیری فراوانی خواهد داشت. مسلم است فرهنگ مالیاتی متأثر از فرهنگ عمومی جامعه و چگونگی روابط مردم یک جامعه است که ناشی از عوامل ایدئولوژیکی، سیاسی، اقتصادی آن جامعه خواهد بود.

از طرفی سطح دانش، فرهنگ، آرمان‌ها، ارزش‌های سیاسی و اجتماعی عوامل مهمی هستند که فرهنگ مالیاتی جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند.^۲ امروزه مالیات مهمترین منبع درآمدی دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته می‌باشد. شهروندان کشورهای پیشرفته به دلیل اعتمادی که در گذر زمان، به نقش مالیات در تأمین رفاه عمومی و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی کشورهای خود پیدا کرده‌اند پرداخت مالیات به دولت را یکی از مهم‌ترین وظایف ملی خود می‌دانند.

یک عامل بسیار مهم در ترویج فرهنگ پرداخت مالیات در کشورهای توسعه یافته وجود سازمان‌های نظارتی قدرتمند بر نحوه مصرف مالیات در این کشورها است و عملکرد آنها مالیات‌دهندگان را مطمئن می‌سازد که مالیات‌های پرداختی آنها دقیقاً برای همان مصارفی که در بودجه دولت‌ها منظور شده به مصرف می‌رسد. بنابراین اقدامات لازم برای ایجاد فرهنگ مالیاتی مطلوب عبارتند از:

الف- ایجاد مقبولیت عامه نسبت به مفهوم مالیات یعنی باید باور و اعتقاد عمومی مردم نسبت به مالیات تغییر یابد،

1-General Tax on Consumption

۲- عبدالمجید کوزه‌گر کالجی (۱۳۸۳)، « بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی از دیدگاه میزان مالیاتی ». «

مردم باید نسبت به هزینه‌های دولت نگاهی مثبت داشته باشند.

ب- ایجاد یک باور دو طرفه میان دولت و مردم، دولت باید با دادن آگاهی‌های لازم در خصوص میزان هزینه‌های جامعه و مسائلی که با آن سروکار دارد و با هزینه کردن مالیات دریافتی در جهت رفاه عمومی مردم در باور آنها نسبت به عملکرد خود دیدگاه مثبتی ایجاد نماید و مردم نیز باید به این باور برسند که پولی را که بابت مالیات به دولت می‌دهند صرف رفاه و خدمات اجتماعی آنان می‌شود.

همان‌طور که گفته شد منظور از ایجاد فرهنگ مالیاتی تغییر در شیوه نگرش و رفتار مؤدیان در قبال نظام مالیاتی است به نحوی که مؤدیان تمام وظایف خود را بدون آن که اجباری از بیرون آنان را به این کار وادار کند انجام دهند و دولت نیز موظف است که در قبال دریافت مالیات، خدمات و رفاه اجتماعی بیشتری در دسترس جامعه قرار بدهد.

۳- روش تحقیق

از آنجا که هدف از انجام این تحقیق، توصیف شرایط و پدیده‌های مورد بررسی به منظور شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری رساندن به اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده می‌باشد، این تحقیق را بر اساس نحوه گردآوری داده‌های مورد نظر می‌توان در زمره تحقیقات توصیفی به شمار آورد و از طرفی چون داده‌های مورد نظر از طریق نمونه‌گیری از جامعه برای بررسی توزیع ویژگی‌های آماری انجام شده است، این تحقیق در زمره تحقیقات پیمایشی^۱ (زمینه یابی) می‌باشد.

۳-۱- ابزار سنجش

در این تحقیق از ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری دیدگاه‌های مؤدیان و کارشناسان مالیاتی استفاده شده است و پایایی پرسشنامه طراحی شده نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت که پایایی پرسشنامه معادل ۰/۹۳۵ بدست آمد که عدد قابل قبولی است.

۳-۲- جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارشناسان و مؤدیان مالیاتی (اشخاص حقوقی) مستقر در اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ است که با بهره‌گیری از فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود تعیین شده است (نمونه‌گیری تصادفی ساده). در این راستا، تعداد ۱۶۰ پرسشنامه توزیع و تمام پرسشنامه‌ها عودت

گردید. نرخ پاسخگویی ۱۰۰٪ بوده است. از این رو، می توان این گونه استنباط نمود که موضوع تحقیق به نوعی از نظر کارشناسان و مؤدیان مالیاتی حائز اهمیت بوده است.

۳-۳- فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی :

عوامل مدل سلامت فرهنگی بر اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی :

۱-ارتباطات بر اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده تأثیر دارد.

۲-زیر ساخت ها بر اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده تأثیر دارد.

۳-مشارکت و تصمیم‌گیری بر اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده تأثیر دارد.

۴-مدیریت تغییر بر اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده تأثیر دارد.

۵-رهبری بر اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده تأثیر دارد.

۶-روابط بر اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده تأثیر دارد.

۴- سئوالات تحقیق

در این بخش داده‌های جمع آوری شده به وسیله نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای این منظور ابتدا فرضیات مطرح شده تحقیق مورد بررسی قرار گرفت و پس از آن، به مواردی که محقق در حین مطالعه با آن مواجه شده، پرداخته شده است. در حقیقت طرح تحقیق حاضر حالتی پویا دارد به گونه ای که فرضیات مطرح شده در تحقیق اولیه تنها بخشی از تحقیق نهایی محقق را شامل می‌شود.

از جمله سوالاتی که محقق در حین مطالعه و بررسی ادبیات تحقیق با آن روبرو شده است، به شرح ذیل است :

۱- آیا ابعاد شش گانه مدل سلامت فرهنگی از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند ؟

۲- مؤلفه‌های بعد ارتباطات از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند ؟

۳- مؤلفه‌های بعد روابط از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند ؟

- ۴- مؤلفه‌های بعد زیرساختها از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند ؟
- ۵- مؤلفه‌های بعد رهبری از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند ؟
- ۶- مؤلفه‌های بعد مدیریت تغییر از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند ؟
- ۷- مؤلفه‌های بعد مشارکت و تصمیم‌گیری از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند ؟

همانطور که ذکر شد، تمام داده‌های جمع آوری شده بر مبنای نمونه آماری انتخاب شده از کارشناسان و مؤدیان مالیاتی مستقر در اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ است. لذا برای تسهیل در مطالعه تحقیق حاضر و در ادامه به جای تکرار « اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ » از واژه « اداره کل » استفاده نموده‌ایم.

۴-۱- آزمون فرضیه های تحقیق

برای این منظور، از آزمون میانگین یک جامعه ای^۱ آماری بهره بردیم، بدین صورت که برای هر یک از شاخص‌ها، آماره زیر مورد آزمون فرض قرار گرفت :

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 : U = 3 \\ H_1 : U \neq 3 \end{array} \right.$$

چنانچه هر یک از این ابعاد دارای میانگین بالاتر از ۳ باشد، اداره کل از آمادگی و توانمندی لازم در این خصوص برخوردار بوده و چنانچه هر یک از آنها، میانگین کمتر از ۳ را دارا باشد، سازمان از آمادگی و توانمندی لازم برخوردار نیست و نیازمند سرمایه‌گذاری، مطالعه و برنامه‌ریزی جهت بهبود وضعیت اداره کل است. در ادامه و در جداول ۱ و ۲ نتایج تفصیلی آزمون‌های فرضیه انجام شده، ارائه گردیده است. ضمن اینکه، در مرحله پایانی تحقیق و با توجه به نتایج حاصله، پیشنهادات لازم جهت بهبود وضعیت موجود اداره کل ارائه گردیده است.

جدول (۱) - نتایج سنجش ابعاد مدل سلامت فرهنگی

one - sample test / test value = 3							
ابعاد	T	Df	Sig	Mean Difference	Lower	Upper	Result
رهبری	۱.۳۱۵	۱۵۳	.۰۱۹۰	.۰۰۸۴	.۰۰۴	.۰۲۱	متوسط
روابط	۱۹.۸۸۷	۱۴۷	.۰۰۰۰	۱.۰۹۰	.۰۹۸	۱.۲	خوب
ارتباطات	۱۷.۰۸۹۹	۱۵۳	.۰۰۰۰	۱.۰۴۹	.۰۹۳	۱.۱۷	خوب
زیرساخت‌ها	۱۸.۴۳۵	۱۵۱	.۰۰۰۰	.۰۹۱۰	.۰۸۱	۱.۰۱	خوب
مشارکت و تصمیم‌گیری	۱۶.۷۹۱	۱۵۳	.۰۰۰۰	۱.۰۱۴۶۱	.۰۸۹۵۲	۱.۰۱۳۴	خوب
مدیریت تغییر	۷.۸۱۲	۱۴۷	.۰۰۰۰	.۰۴۹۴۳۷	.۰۳۷۰۳	.۰۶۱۸۵	خوب

جدول (۲) - نتایج سنجش شاخص‌های مدل سلامت فرهنگی

one - sample test / test value = 3								
بعد	شاخص‌ها	t	df	Sig	Mean Difference	Lower	Upper	Result
رهبری	ارزش‌های سازمان	۱.۱۶۲	۱۵۷	.۰۲۴۷	.۰۹۵	-.۰۷	.۰۲۶	متوسط
	اهداف VAT	۳.۴۴۴	۱۵۸	.۰۱۰۰	.۰۲۹۶	.۰۱۳	.۰۴۷	خوب
	سازگاری مدیران	۱.۱۱۲	۱۵۵	.۲۶۸	.۰۸۳	-.۰۶	.۰۲۳	متوسط
	نقش کارکنان	-۳.۹۶۵	۱۵۶	.۰۰۰	-.۳۶۹	-.۵۵	-.۱۹	ضعیف
روابط	ارزش‌های محوری	۲.۹۳۳	۱۵۵	.۰۰۴	.۲۴۴	.۰۸	.۰۴۱	خوب
	اخلاق حرفه‌ای	۱۶.۳۰۵	۱۵۶	.۰۰۰	۱.۱۰۸	.۹۷	۱.۲۴	خوب
	ارتباط با ذینفعان	۱۶.۷۱۹	۱۵۷	.۰۰۰	۱.۱۵۸	۱.۰۲	۱.۳۰	خوب
	مسئولیت‌پذیری	۱۶.۴۰۳	۱۵۹	.۰۰۰	۱.۱۶۲	۱.۰۲	۱.۳۰	خوب
	اعتماد	۱۲.۹۰۲	۱۵۹	.۰۰۰	۱.۰۵۶	.۰۸۹	۱.۲۲	خوب
	رضایت شغلی	۱۶.۴۰۸	۱۵۶	.۰۰۰	۱.۲۱۷	۱.۰۷	۱.۳۶	خوب
	همکاری واحدها	۱۳.۲۶۱	۱۵۸	.۰۰۰	۱.۰۵۰	.۸۹	۱.۲۱	خوب
	سلسله‌مراتب	۹.۰۰۴	۱۵۷	.۰۰۰	.۰۷۰۳	.۵۵	.۰۸۶	خوب
ارتباطات	مشاوره	۱۵.۰۰۵	۱۵۶	.۰۰۰	۱.۱۲۱	.۹۷	۱.۲۷	خوب
	اطلاع‌رسانی	۱۳.۶۵۲	۱۵۷	.۰۰۰	۱.۰۹۵	.۹۴	۱.۲۵	خوب
	روابط با مؤدی	۱۳.۱۸۱	۱۵۶	.۰۰۰	.۹۵۵	.۸۱	۱.۱۰	خوب
	پیشنهادات	۱۳.۱۸۰	۱۵۷	.۰۰۰	.۹۹۴	.۸۴	۱.۱۴	خوب
	فن‌آوری	۱۷.۱۴۳	۱۵۹	.۰۰۰	۱.۲۲۵	۱.۰۸	۱.۳۷	خوب
خدمات رسانی	۱۰.۹۱۹	۱۵۶	.۰۰۰	.۸۷۹	.۷۲	۱.۰۴	خوب	

one - sample test / test value = 3								
بعد	شاخص ها	t	df	Sig	Mean Difference	Lower	Upper	Result
زیرساختها	دانش	۲۲.۹۱۱	۱۵۸	...	۱.۳۰۸	۱.۲۰	۱.۴۲	خوب
	آموزش	۲۰.۹۷۲	۱۵۸	...	۱.۳۹۷	۱.۲۷	۱.۵۳	خوب
	ساختار سازمانی	۴.۰۶۰	۱۵۸۳۳۸	۰.۱۷	.۵۰	خوب
	مستند سازی	۱۰.۴۵۳	۱۵۸۸۱۸	۰.۶۶	.۹۷	خوب
	تکنولوژی	۸.۷۶۸	۱۵۸۷۶۷	۰.۵۹	۰.۹۴	خوب
	رسیدگی گروهی	۱۰.۴۸۴	۱۵۷۷۶۷	۰.۶۵	.۹۵	خوب
مشارکت و تصمیم گیری	اختیارات	۷.۸۹۷	۱۵۸۶۶۰	۰.۵۰	.۸۳	خوب
	تشویق	۱۴.۳۶۷	۱۵۵	...	۱.۱۷۹	۱.۰۲	۱.۳۴	خوب
	ارزش اجتماعی	۱۴.۳۵۸	۱۵۸	...	۱.۱۱۹	.۹۷	۱.۲۷	خوب
	فرآیند تصمیم گیری	۱۴.۰۹۰	۱۵۸	...	۱.۰۵۰	.۹۰	۱.۲۰	خوب
مدیریت تغییر	خلاقیت مدیران	۲.۰۹۷	۱۵۶۲۰۴	۰.۰۱	.۴۰	خوب
	شناسایی خلاقیتها	۱۲.۳۹۵	۱۵۶۹۴۹	.۸۰	۱.۱۰	خوب
	مدیریت دانش	۱۳.۲۷۶	۱۵۳	...	۱.۰۱۹	.۸۷	۱.۱۷	خوب
	یادگیری	۱.۸۸۲	۱۵۸	.۰۶۲	.۱۶۴	-۰.۰۱	.۳۴	متوسط
	اجرای کارآمد	.۴۹۵	۱۵۶	.۶۳۱	.۰۴۵	-۰.۱۳	.۲۲	متوسط
	پایه مالیاتی	۴.۶۹۴	۱۵۷۴۴۳	.۲۶	.۶۳	خوب

۴-۲- اولویت بندی ابعاد مدل سلامت فرهنگی

۴-۲-۱- آیا ابعاد شش گانه مدل سلامت فرهنگی از نگاه مؤدیان و کارشناسان

مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟

برای بررسی و تحلیل این سؤال و سایر سئوالات از آزمون فریدمن بهره بردیم، بدین صورت که برای ابعاد و مؤلفه‌های هر بعد، آماره زیر مورد آزمون قرار گرفت :

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین اهمیت ابعاد (مؤلفه های هر بعد) مدل، اختلاف معنی داری وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین اهمیت ابعاد (مؤلفه های هر بعد) مدل، اختلاف معنی داری وجود دارد} \end{array} \right.$$

جدول ۳، آماره این آزمون و همچنین سطح معنی‌داری را نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون مربوط ۰/۰۰۰ است که با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از ۵٪ است، لذا فرضیه صفر رد می‌شود. به عبارتی، می‌توان گفت که بین ابعاد مختلف مدل سلامت فرهنگی، اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۳) - آماره‌های آزمون فریدمن در خصوص ابعاد مدل

۱۲۷	حجم نمونه
۲۰۳۹۰۸	کای دو
۵	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی‌داری

برای آنکه دریابیم کدامیک از ابعاد از نظر مؤدیان و کارشناسان مالیاتی بهتر از سایر ابعاد است، به جدول شماره ۴ توجه می‌کنیم. همانطور که مشاهده می‌شود، بیشترین رتبه (امتیاز) به بعد روابط و کمترین رتبه (امتیاز) به بعد رهبری اختصاص دارد، این امر بیانگر اهمیت روابط و نحوه برخورد با مؤدیان مالیاتی در اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده است.

جدول (۴) - میانگین رتبه هر یک از ابعاد شش گانه مدل سلامت فرهنگی

میانگین رتبه	ابعاد مدل سلامت فرهنگی
۱.۸۵	رهبری
۴.۴۰	روابط
۴.۲۳	ارتباطات
۳.۸۶	زیرساخت
۴.۰۸	مشارکت و تصمیم‌گیری
۲.۵۸	مدیریت تغییر

۲-۲-۴- آیا مؤلفه‌های بعد رهبری از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای

اهمیت یکسانی است؟

جدول شماره ۵ آماره آزمون و نیز سطح معنی‌داری را نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ است که با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از سطح خطای ۵٪ است، لذا فرضیه صفر رد می‌شود. به عبارتی، می‌توان گفت که بین مؤلفه‌های مختلف بعد رهبری، اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره (۵) - آماره‌های آزمون فریدمن در خصوص شاخص‌های بعد رهبری

۱۵۴	حجم نمونه
۶۴.۳۸۸	کای دو
۴	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی‌داری

جدول شماره ۶ مؤید این موضوع است. همانطور که مشاهده می‌شود، بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه اهداف مالیات بر ارزش افزوده و کمترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه نقش کارکنان اختصاص یافته است. به عبارتی، در رتبه‌بندی مؤلفه‌های بعد رهبری از نظر مؤدیان و کارشناسان مالیاتی، اهداف مالیات بر ارزش افزوده مهمترین عامل و نقش کارکنان در مقایسه با سایر مؤلفه‌ها از اهمیت کمتری برخوردار است. این امر بیانگر این موضوع است که شناساندن و بیان اهداف آتی این پایه مالیاتی نوین در فرهنگ سازی و اجرای کارآمد آن نقش به‌سزایی خواهد داشت.

جدول (۶) - میانگین رتبه هر یک از شاخص‌های بعد رهبری

میانگین رتبه	مؤلفه بعد رهبری
۳.۰۵	ارزش‌های سازمان
۳.۴۵	اهداف VAT
۲.۹۸	سازگاری مدیران
۲.۲۹	نقش کارکنان
۳.۲۳	ارزش‌های محوری

۴-۲-۳- آیا مؤلفه‌های بعد روابط از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای

اهمیت یکسانی است؟

جدول شماره ۷ آماره آزمون و همچنین سطح معنی‌داری را نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ است که با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از سطح خطای ۵٪ است، لذا فرضیه صفر رد می‌شود. به عبارتی، می‌توان گفت که بین مؤلفه‌های مختلف بعد روابط، اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۷) - آماره‌های آزمون فریدمن در خصوص شاخص‌های بعد روابط

۱۴۸	حجم نمونه
۴۳.۴۳۱	کای دو
۷	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی‌داری

برای اینکه بدانیم کدامیک از مؤلفه‌های بعد روابط از نظر مؤدیان و کارشناسان مالیاتی حائز اهمیت بیشتری است، به نتایج جدول شماره ۸ توجه می‌کنیم. همانطور که مشاهده می‌شود، بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه رضایت شغلی و کمترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه سلسله مراتب اختصاص یافته است. این موضوع مؤید اهمیت منابع انسانی، رضایت شغلی آنها و نقش اساسی آنها در اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده است.

جدول (۸) - میانگین رتبه هر یک از شاخص‌های بعد روابط

میانگین رتبه	مؤلفه بعد روابط
۴.۴۶	اخلاق حرفه‌ای
۴.۶۹	ارتباط با ذینفعان
۴.۷۳	مسئولیت‌پذیری
۴.۵۹	اعتماد
۴.۸۴	رضایت شغلی
۴.۴۹	همکاری واحدها
۳.۵۸	سلسله مراتب
۴.۶۳	مشاوره

۴-۲-۴- آیا مؤلفه های بعد ارتباطات از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای

اهمیت یکسانی است ؟

جدول شماره ۹ آماره آزمون و همچنین سطح معنی داری را نشان می دهد. همانطور که ملاحظه می شود، سطح معناداری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ است که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۵٪ است، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، می توان گفت که بین مؤلفه های مختلف بعد ارتباطات، اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول (۹) - آماره های آزمون فریدمن در خصوص شاخص های بعد ارتباطات

۱۵۴	حجم نمونه
۲۸.۹۴۴	کای دو
۴	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی داری

نتایج جدول شماره ۱۰ بیانگر این موضوع است که بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه فن آوری و کمترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه خدمات رسانی تعلق یافته است. این موضوع نشانگر اهمیت فن آوری در اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده از نظر مؤدیان و کارشناسان مالیاتی است و اداره کل باید به طور مشخص ارائه خدمات الکترونیکی را در رأس برنامه ریزی های خود قرار دهد.

جدول (۱۰) - میانگین رتبه هر یک از شاخص های بعد ارتباطات

میانگین رتبه	مؤلفه بعد ارتباطات
۳.۱۵	اطلاع رسانی
۲.۸۴	روابط با مؤدی
۲.۹۷	پیشنهادات
۳.۳۴	فن آوری
۲.۶۹	خدمات رسانی

۴-۲-۵- آیا مؤلفه های بعد زیرساخت از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی دارای

اهمیت یکسانی است؟

جدول شماره ۱۱ آماره آزمون و همچنین سطح معنی داری را نشان می دهد. همانطور که ملاحظه می شود، سطح معناداری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۵٪ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود به عبارتی، می توان گفت که بین مؤلفه های مختلف بعد زیرساختها، اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول (۱۱)- آماره های آزمون فریدمن در خصوص شاخص های بعد زیرساختها

۱۵۲	حجم نمونه
۱۳۵.۵۷۱	کای دو
۵	درجه آزادی

نتایج جدول شماره ۱۲ بیانگر این موضوع است که بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه آموزش و کمترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه ساختار سازمانی تعلق یافته است. که البته تجربه کوتاه در اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده نیز مؤید نقش آموزش در اجرای کارآمد آن می باشد، ارائه آموزش به سطوح مختلف مؤدیان و کارشناسان مالیاتی و متناسب با نیازهای آنها از مهمترین اقدامات اجرایی است، که باید در راس برنامه ریزی ها و سیاست گذاری سازمان باشد.

جدول (۱۲) - میانگین رتبه هر یک از شاخص‌های بعد زیرساخت‌ها

میانگین رتبه	مؤلفه بعد زیرساخت‌ها
۴.۲۲	دانش
۴.۳۶	آموزش
۲.۶۴	ساختار سازمانی
۳.۳۷	مستندسازی
۳.۳۲	تکنولوژی
۳.۲۰	رسیدگی گروهی

۴-۲-۶- آیا مؤلفه‌های بعد مشارکت و تصمیم‌گیری از نگاه مؤدیان و کارشناسان

مالیاتی دارای اهمیت یکسانی است؟

جدول شماره ۱۳ آماره آزمون و همچنین سطح معنی‌داری را نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود، سطح معناداری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ است که با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از سطح خطای ۵٪ است، لذا فرضیه صفر رد می‌شود. به عبارتی، می‌توان گفت که بین مؤلفه‌های مختلف بعد مشارکت و تصمیم‌گیری، اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۱۳) - آماره‌های آزمون فریدمن در خصوص شاخص‌های بعد مشارکت و تصمیم‌گیری

۱۵۴	حجم نمونه
۳۵.۸۳۹	کای دو
۳	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی‌داری

نتایج جدول شماره ۱۴ بیانگر این موضوع است که بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه تشویق و کمترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه اختیارات تعلق یافته است.

جدول (۱۴) - میانگین رتبه هر یک از شاخص‌های بعد مشارکت و تصمیم‌گیری

میانگین رتبه	مؤلفه بعد مشارکت و تصمیم‌گیری
۲.۱۲	اختیارات
۲.۷۵	تشویق
۲.۶۱	ارزش اجتماعی
۲.۵۲	فرآیند تصمیم‌گیری

۴-۲-۷- آیا مؤلفه‌های بعد مدیریت تغییر از نگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی

دارای اهمیت یکسانی است؟

جدول شماره ۱۵ آماره آزمون و همچنین سطح معنی‌داری را نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود، سطح معناداری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ است که با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از سطح خطای ۵٪ است، لذا فرضیه صفر رد می‌شود. به عبارتی، می‌توان گفت که بین مؤلفه‌های مختلف بعد مدیریت تغییر، اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۱۵) - آماره‌های آزمون فریدمن در خصوص شاخص‌های بعد مدیریت تغییر

۱۴۸	حجم نمونه
۱۰۵.۳۰۹	کای دو
۵	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی‌داری

نتایج جدول شماره ۱۶ بیانگر این موضوع است که بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه مدیریت دانش و کمترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه اجرای کارآمد تعلق یافته است. اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده جز

با مراجعه به سوابق اجرایی در سایر کشورها و انجام مطالعات تطبیقی و استفاده دانش افزوده در این خصوص امکان پذیر نمی‌باشد. نتایج حاصله نیز تأکیدی بر این موضوع است.

جدول (۱۶) - میانگین رتبه هر یک از شاخص‌های بعد مدیریت تغییر

میانگین رتبه	مؤلفه بعد مدیریت تغییر
۳.۰۹	خلاقیت مدیران
۴.۰۶	شناسایی خلاقیت‌ها
۴.۳۴	مدیریت دانش
۴.۰۳	یادگیری
۲.۸۵	اجرای کارآمد
۳.۶۱	پایه مالیاتی

۵- نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات

با بررسی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های بعد روابط، رضایت شغلی به عنوان مهمترین مؤلفه شناسایی شد، از طرفی اگر چه با توجه به تجزیه و تحلیل و بهره‌گیری از آزمون میانگین یک جامعه‌ای، مشخص شد که اداره کل در این خصوص عملکرد نسبتاً خوبی داشته است ولی در این راستا و جهت بهبود وضعیت موجود پیشنهاد می‌شود: الف) کارکنان هر سازمان در حکم مشتریان داخلی آن سازمان هستند. همانطور که تمام سازمان‌ها در پی کسب رضایت مشتریان خارج از سازمان هستند، باید در راستای جلب توجه و رضایت مشتریان داخلی هم برنامه‌ریزی داشته باشند. رابطه تنگاتنگ کارکنان با مؤدیان مالیاتی اهمیت این موضوع را دو چندان می‌نماید. چرا که طبعاً نارضایتی کارکنان از محیط و شرایط کاری‌شان منجر به کاهش کیفیت کارشان می‌شود و بالطبع نارضایتی مؤدیان را بهمراه خواهد داشت. نگهداشت نیروی انسانی، بهداشت روانی و جسمانی، امور رفاهی و ... همه و همه منجر به افزایش کیفیت خدمات خواهد شد. نکته مهم دیگر اینکه مأموران مالیاتی نقش به‌سزایی در فرهنگ‌سازی مالیاتی دارند و سرمایه‌گذاری روی کارکنان در واقع نوعی سرمایه‌گذاری در بهبود فرهنگ مالیاتی است.

با بررسی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های بعد ارتباطات، فن‌آوری و روابط با مؤدی از مهمترین مؤلفه‌ها شناسایی شدند، از طرفی اگرچه با تحلیل‌های انجام شده، مشخص شد که اداره کل در خصوص این موارد عملکرد نسبتاً خوبی داشته است ولیکن در این راستا و جهت بهبود وضعیت موجود موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

الف) طرح جامع اطلاعات مالیاتی مطابق با ماده ۱۵۹ قانون برنامه سوم توسعه کشور، به سرعت عملیاتی شود و نظر به گستردگی این طرح ملی، تا زمان پیاده‌سازی آن، از ابزارهای ساده الکترونیکی، جهت تسهیل در انجام امور بهره گرفته شود.

ب) مدیریت روابط با مشتری از دغدغه‌های اصلی سازمانهای امروزی است. طبقه‌بندی مؤدیان، بررسی نیازهای هر طبقه، بررسی سطح خدماتی که به هر گروه از مؤدیان ارائه می‌شود، همه و همه از ویژگی‌های یک نظام مالیاتی پویاست. در جهت بهبود این امر پیشنهاد می‌شود که واحدی تحت عنوان تحقیق و توسعه در اداره کل شکل گیرد که ضمن انجام مطالعات تطبیقی با سایر نظامهای مالیاتی به طور مداوم نسبت به پایش نیازهای نوین گروه‌های مؤدیان و سایر قوانین مرتبط با آنها اقدام نماید. شکل‌گیری چنین واحدی و پایش مداوم روابط با مؤدیان مالیاتی، ضمن جلب رضایت آنها، در بهبود فرهنگ مالیاتی، افزایش سطح تمکین پذیرش مالیات بر ارزش افزوده تأثیر به‌سزایی خواهد داشت.

با بررسی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های بعد مشارکت و تصمیم‌گیری، مشخص شد که تشویق به عنوان مهمترین مؤلفه می باشد، لذا پیشنهاد می‌شود: الف) اعطاء مشوق‌های مالیاتی به مؤدیان، علاوه بر فرهنگ‌سازی منجر به افزایش سطح تمکین، بهبود روابط با مؤدیان و افزایش سطح رضایت آنها خواهد شد، البته باید در خصوص وضع مشوق‌های مالیاتی به گونه‌ای عمل نمود که منجر به فرار مالیاتی نشود. از طرف دیگر وجود یک سیستم نظام‌مند رشد، ارتقاء و تشویق کارکنان، ضمن ایجاد انگیزه در کارکنان موجب بهبود فرهنگ و اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده خواهد شد.

با بررسی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های بعد زیرساخت، مشخص شد که آموزش مهمترین مؤلفه است. اگر چه با تحلیل‌های انجام شده، مشخص شد که اداره کل در این خصوص عملکرد نسبتاً خوبی داشته است ولیکن در جهت بهبود وضعیت موجود پیشنهاد می‌شود:

الف) طرح جامع آموزش کارکنان سازمان امور مالیاتی (در حال اجرا) به گونه ای نهایی شود که علاوه بر آموزش‌های مرتبط با امور حسابداری و حسابرسی مالیاتی، به جهت فهم شرایط اقتصاد کلان جامعه و نیازمندی‌های عمومی مؤدیان مالیاتی، تدریس دروس اقتصادی، جامعه‌شناسی، روانشناسی و روابط عمومی نیز به برنامه‌های آموزشی کارکنان سازمان افزوده شود، افزودن چنین مواردی به آموزش کارکنان به طور قطع تأثیر به‌سزایی در بهبود فرهنگ مالیاتی خواهد داشت و بهبود فرهنگ مالیاتی نیز بهبود و اجرای کارآمد پایه مالیاتی نوین از جمله مالیات بر ارزش افزوده را به همراه خواهد داشت.

با بررسی و رتبه بندی مؤلفه‌های بعد مدیریت تغییر، مشخص شد که مدیریت دانش به عنوان مهمترین مؤلفه است. از طرفی اگرچه با تحلیل انجام پذیرفته مشخص شد که اداره کل در این خصوص عملکرد نسبتاً خوبی داشته است ولیکن در جهت بهبود وضعیت موجود پیشنهاد می‌شود:

الف) واحد و دفتری در اداره کل شکل گیرد که ضمن مدیریت دانش و بهره‌گیری از تجربیات و دانش افزوده کارکنان نسبت به مستندسازی و انتقال آن به کارکنان آتی اداره کل نقش فعالی داشته باشد، طبعاً بهره‌گیری از چنین فرآیندی، ضمن استفاده از تجربیات گذشته، از اتلاف منابع سازمان و اجرای مجدد تجربیات شکست خورده جلوگیری خواهد نمود. وجود این فرآیند طبعاً در بهبود نظام مالیاتی از جمله مالیات بر ارزش افزوده تأثیرگذار است.

با بررسی و رتبه بندی مؤلفه های بعد رهبری، مشخص شد که اهداف اجرایی مالیات بر ارزش افزوده به عنوان مهمترین مؤلفه است. از طرفی مطابق تحلیل‌های انجام یافته مشخص شد که عملکرد اداره کل در این خصوص عملکرد متوسط است، لذا جهت بهبود وضعیت موجود پیشنهاد می‌گردد:

با تهیه بروشورهای آموزشی و تبلیغاتی، دلایل بهره‌گیری نظام مالیاتی کشورهای مختلف از مالیات بر ارزش افزوده با زبانی ساده بیان شود. مؤدیان مالیاتی وقتی بدانند که اجرایی شدن این پایه مالیاتی نوین، به شفاف‌سازی نظام اقتصادی، رعایت عدالت مالیاتی و جلوگیری از فرار مالیاتی کمک شایانی می‌کند، طبعاً در پذیرش آن کمتر مقاومت نشان داده و این موجب بهبود فرهنگ مالیاتی و اجرای کارآمد مالیات بر ارزش افزوده است.

فهرست منابع

- ۱- آذر، عادل و منصور مؤمنی(۱۳۸۰)، *آمار و کاربرد آن در مدیریت*، جلد دوم، چاپ پنجم، تهران: انتشارات سمت.
- ۲- طاهرپور کلانتری، حبیب الله و علی علیاری شوره دلی، «شناسایی عوامل فرهنگ مالیاتی مؤدیان مشاغل شهر تهران(مرکز)»، ویژه‌نامه اقتصادی.
- ۳- رعنائی کردشولی، حبیب الله «مدیریت فرهنگ سازمانی: طراحی مدلی بر مبنای چارچوب ارزشهای رقابتی» فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره ۶.
- ۴- لیام، ابریل، مایکل کین، ژان پل بودین و ویکتوریا سامرز(۱۳۸۵)، *مالیات بر ارزش افزوده نوین*، مترجمین، مریم حدادی و بهداد میرزایی، انتشارات صندوق بین المللی پول.
- ۵- سازمان امور مالیاتی کشور (۱۳۸۴)، *فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی برای معرفی نظام مالیات بر ارزش افزوده*، مجموعه گزارشات تحقیقاتی اجرای مالیات بر ارزش افزوده در ایران.
- ۶- خان‌جان، علیرضا(۱۳۸۳)، «پتانسیل فرار و تقلب در نظام VAT»، *مجله اقتصادی*، دوره دوم، سال چهارم، شماره ۳۶-۳۷-۳۸-۴۲.
- ۷- شیخ الاسلامی، کمال الدین(۱۳۶۸)، *بررسی سیستم مالیات بر ارزش افزوده*، دانشگاه تهران.
- ۸- دفتر طرح مالیات بر ارزش افزوده(۳۸۴)، *لایحه مالیات بر ارزش افزوده*.
- ۹- سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور(۱۳۸۲)، *برنامه چهارم توسعه*.
- ۱۰- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۲)، *روش تحقیق در مدیریت*، تهران: مرکز انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
- ۱۱- دانایی فرد، حسن و مهدی الوانی و عادل آذر(۱۳۸۳)، *روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع*، تهران: انتشارات صفار- اشراقی.
- ۱۲- دلاور، علی (۱۳۷۸)، *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*، تهران: انتشارات رشد.
- ۱۳- فرهنگ، منوچهر(۱۳۷۰)، *فرهنگ علوم اقتصادی*، تهران: نشر البرز.
- ۱۴- رعنائی(۱۳۸۷)، *مدیریت فرهنگ سازمانی*.