



Analyzing Taxpayers' Tax Behavior with a Behavioral Economics Approach: Examining the Willingness to Pay Taxes through a Discrete Choice Test

Mozhgan Moallemi¹, Yeganeh Mousavi Jahromi², Sahar Dehghan³, Ehsanallah Mohammadrezaei⁴

1. Assistant Professor of Economics, Department of Economics, Payame Noor University, Tehran, Iran. moallemi_m@pnu.ac.ir

2. Professor of Economics, Department of Economics, Payame Noor University, Tehran, Iran. mosavi@pnu.ac.ir

3. Iranian National Tax Administration, Tehran, Iran. sahar.dehghan.edu@gmail.com

4. Corresponding Author, PhD candidate, Department of Economics, Payame Noor University, Tehran, Iran. ehsanallahmohammadrezaei@student.pnu.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: Combating tax evasion is one of the primary responsibilities of an economic system and, at its core, the tax administration of every country. Behavioral economics offers methods for achieving this goal. Since behavior is part of culture and culture itself is shaped by habits, if individuals can be led to believe that tax compliance is a correct habit, they will internalize it as a permanent behavior. Given that no structured research has yet been conducted on the role of habit strength in tax behavior, this study aimed to identify behavioral factors that influence the transformation of the habit of tax evasion into that of tax compliance.
Article history: Received: June 2025 Accepted: October 2025	
JEL: D90, H20, D03, C83.	Methodology: After reviewing the relevant literature and interviewing tax experts and representatives of various professional associations, eight cognitive biases were identified as components influencing tax behavior. Considering the number of levels for each component, 21,000 possible choice combinations were generated. Therefore, based on the D-efficient design method and using SAS software, ten choice cards were designed. Ultimately, after collecting completed questionnaires from real (individual) taxpayers in the city of Tabriz who were active during 2023 and 2024, the data were analyzed using the ordered logit model in STATA 13 software.
Keywords: Behavioral Economics, Tax Behavior, Habit Strength, Cognitive Biases, Choice Experiment.	Findings: The results revealed that cognitive biases, including the endowment effect, nudge effect, prospect theory, and present bias, significantly impact taxpayers' behavior.

Cite this article: Moallemian, M., Mousavi Jahromi, Y., Dehghan, S., & Mohammadrezaei, E. A. (2025). Analyzing Taxpayers' Tax Behavior with a Behavioral Economics Approach: Examining the Willingness to Pay Taxes through a Discrete Choice Test. *Applied Theories of Economic*, 12(4), 149-176.
<https://doi.org/10.22034/eoj.2025.67336.3434>



© The Author(s).

Publisher: University of Tabriz

DOI: 10.22034/eoj.2025.67336.3434

Introduction

Given the economic challenges posed by tax evasion, combating it is one of the primary duties of an economic system and, in particular, the tax administration of every country (Pezoyan, 2007). From a behavioral economics perspective, tax evasion alters the competitive power of economic agents in favor of those who evade taxes, thereby widening the gap between income groups. If an effective mechanism to prevent tax evasion is not established, other individuals may be encouraged to do the same to enhance their financial position. Due to the social influence of individual behavior, tax evasion—despite being avoided by some—may gradually become a socially accepted norm and spread widely (Mousavi Jahromi et al., 2009).

On the other hand, given the high auditing costs for all taxpayers, most countries have adopted the self-assessment approach. However, in this method, due to asymmetric and private information, tax evasion tends to increase (Abdoli et al., 2015). The question, then, is how behavioral economics can be used to combat tax evasion. Behavior is a component of culture. As David Throsby argues, within the frameworks of anthropology and sociology, culture is a comprehensive concept encompassing the attitudes, beliefs, customs, traditions, values, and practices that are common or dominant within a particular group. Therefore, to understand individuals' economic behavior, one must study their culture. Tax culture is a phenomenon that emerges from the interaction between the economic system, the tax system, and citizens, enabling taxes to be paid smoothly and on time for the benefit of the public and the common good (Throsby, 2012). Charles Duhigg believes that habits create culture. Habits emerge because the brain is constantly striving to conserve effort. By automating tasks, the brain seeks to turn almost every daily activity into a habit, since habits allow it to reduce mental activity most of the time. This instinct for efficiency offers significant evolutionary advantages: an efficient brain occupies less space, requires a smaller head, and thus facilitates easier childbirth and reduces maternal and infant mortality. An efficient brain also enables humans to avoid constantly thinking about basic behaviors such as walking or choosing food, freeing cognitive energy for inventing new tools (Duhigg, 2019). Now, how can the habit of tax evasion be transformed into the habit of tax compliance? Changing any habit involves four stages:

1. Identifying the routine
2. Experimenting with rewards
3. Isolating the cues
4. Planning

Belief is the component that repeatedly turns an effective habit loop into a permanent behavior. In other words, if an individual holds a belief in an incorrect habit, that habit will gradually become a lasting behavior (Duhigg, 2019). To transform the habit of tax evasion into tax compliance, it is necessary to create a motivation for the taxpayer—one that is more desirable than the rewards derived from tax evasion. Therefore, if a person can be led to believe that tax compliance is a correct and valuable habit, it will eventually become part of their permanent behavioral pattern. Consequently, habit transformation is a key strategy for transitioning from tax evasion to tax compliance. This transformation reduces evasion and increases compliance, thereby lowering tax audit costs and enhancing the efficiency of the tax system.

Methodology

After reviewing the relevant literature, multiple interviews with tax experts were conducted, and questionnaires were completed to capture the opinions of various professional groups. The study identified the key components influencing taxpayers' behavior. Based on the number of levels for each component, there were 21,000 possible combinations. Given the impracticality of including all these combinations in the questionnaires, SAS 9.4 TS Level 1M6 software was used to generate an optimal design based on the D-efficient method, resulting in four alternatives (three substitute options and one base case). Data were collected and extracted through a discrete choice experiment (DCE) using structured questionnaires administered to professional taxpayers in the city of Tabriz. The appropriate

sample sizes for both choice and conditional ranking experiments were determined using Orme's formula. However, empirical studies indicate that a suitable and acceptable sample size for a choice experiment ranges from 100 to 300 respondents (Haghjou, 2015). In this study, 104 completed questionnaires were obtained. The collected data were analyzed using the ordered logit model in Stata 13.

Results and Discussion

Exploring behavioral strategies to combat tax evasion among taxpayers is a fundamental necessity for effective policymaking, which this study aimed to address. The results indicate that behavioral biases such as the endowment effect, nudge effect, prospect theory, and present bias have a positive and significant influence on taxpayers' decisions and behaviors. Moreover, fairness sensitivity exerts a temporary influence, while fear of losing respect has a long-term impact on individuals' tax behavior. Additionally, no significant relationship was found between the perceived sense of being cheated and tax behavior. Based on these findings, policymakers can design interventions that leverage behavioral biases, such as the endowment effect, the nudge effect, prospect theory, and present bias, to disrupt the prior habit loop and create a new habit loop centered on tax compliance. Meanwhile, further research is needed to validate the long-term effects of fairness sensitivity and fear of losing respect, and to examine how individuals in a taxpayer's social network influence their tax behavior.





تحلیل رفتار مالیاتی مودیان با رویکرد اقتصاد رفتاری: بررسی تمایل به پرداخت مالیات از طریق آزمون انتخاب گسسته

مژگان معلمی^۱، یگانه موسوی جهرمی^۲، سحر دهقان^۳، احسان اله محمدرضائی^۴✉

۱. استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: moallemi_m@pnu.ac.ir

۲. استاد گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: mosavi@pnu.ac.ir

۳. سازمان امور مالیاتی کشور، تهران، ایران. رایانامه: sahar.dehghan.edu@gmail.com

۴. نویسنده مسئول، دانشجوی دوره دکتری، گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: ehsanallahmohammadrezaei@student.pnu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: مبارزه با فرار مالیاتی از وظایف نظام اقتصادی و در رأس آن نظام مالیاتی هر کشور است و اقتصاد رفتاری روش‌هایی برای دستیابی به این هدف ارائه می‌کند. با توجه به این که رفتار بخشی از فرهنگ است و فرهنگ توسط عادات ایجاد می‌شود؛ بنابراین اگر بتوان فرد را به این باور رساند که تمکین مالیاتی یک عادت صحیح است؛ فرد تمکین مالیاتی را به رفتار دائمی خود تبدیل می‌کند. با توجه به اینکه تا به حال پژوهش مدونی در مورد نقش قدرت عادت بر رفتار مالیاتی انجام نگرفته است این پژوهش با هدف شناسایی عوامل رفتاری موثر بر تغییر عادت فرار به عادت تمکین مالیاتی؛ انجام گرفت.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۲۵	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۱۶	
JEL: D90، H20، D03، C83.	
واژه‌های کلیدی: اقتصاد رفتاری، رفتار مالیاتی، قدرت عادت، سوگیری‌های شناختی، آزمون انتخاب.	روش پژوهش: پس از بررسی ادبیات مربوطه، انجام مصاحبه با کارشناسان مالیاتی و صنوف مختلف، هشت سوگیری شناختی به عنوان مولفه‌های موثر در رفتار مالیاتی شناسایی شدند که با در نظر گرفتن تعداد سطوح هر مولفه، ۲۱۰۰۰ حالت انتخاب به وجود آمد. بنابراین بر اساس روش «D-بینه» و با استفاده از نرم افزار SAS، ده کارت انتخاب طراحی شد و در نهایت پس از تکمیل پرسشنامه از مودیان مالیاتی حقیقی شهر تبریز که در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ فعال بوده‌اند، اطلاعات با استفاده از روش لاجیت ترتیبی در نرم‌افزار STATA 13 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.
	یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد سوگیری‌هایی مانند «اثر مالکیت»، «اثر تلنگر»، «نظریه چشم‌انداز» و «سوگیری به حال» بر رفتار مالیاتی مودیان تاثیر معنادار دارند.
	نتیجه‌گیری: سیاست‌گذاران با استفاده از این سوگیری‌های شناختی می‌توانند حلقه عادت قبلی را بشکنند و یک حلقه عادت جدید در مسیر تمکین مالیاتی ایجاد کنند.

استناد: معلمی، مژگان، موسوی جهرمی، یگانه، دهقان، سحر و محمدرضائی، احسان اله (۱۴۰۴). تحلیل رفتار مالیاتی مودیان با رویکرد اقتصاد رفتاری: بررسی تمایل به پرداخت مالیات از طریق آزمون انتخاب گسسته. *نظریه‌های کاربردی اقتصاد*، ۱۲(۴)، ۱۷۶-۱۴۹.

DOI: 10.22034/eco.j.2025.67336.3434

حق مؤلف © نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تبریز



۱- مقدمه

با توجه به مشکلاتی که فرار مالیاتی برای نظام اقتصادی ایجاد می‌کند؛ مبارزه با این پدیده یکی از وظایف نظام اقتصادی و نظام مالیاتی هر کشور است. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد روش‌های مختلفی از جمله افزایش میزان حسابرسی، افزایش جریمه‌های مالیاتی، ساده‌سازی سیستمی اظهارنامه و... جهت مبارزه با فرار مالیاتی پیشنهاد و اجرا گردیده است. حال سؤال اینجاست که آیا می‌توان با استفاده از مفاهیم اقتصاد رفتاری با فرار مالیاتی مقابله کرد و فرهنگ مالیاتی را توسعه داد؟

امروزه سازوکارهای جدیدی برای تشویق رفتار پایدار مالیاتی و تقویت فرهنگ مالیاتی معرفی می‌شوند. این سازوکارها باید مبتنی بر «فرهنگ تمکین مالیاتی» باشند. یعنی به مودیان آموزش داده شود تا درک کنند که با توجه به حقوق و مسئولیت‌هایی که دارند؛ پرداخت مالیات بخش جدایی‌ناپذیری از رابطه آنان با دولت است (هاپتمن و پویچ^۱، ۲۰۲۵، ص. ۱).

اما چه روش‌هایی برای تقویت فرهنگ تمکین مالیاتی داریم؟ چارلز دوهیگ^۲ (۱۳۹۸) اعتقاد دارد آن چه فرهنگ‌ها را می‌آفریند عادت‌ها است (ص. ۱۶۵). شکل‌گیری عادت در مغز انسان حلقه‌ای سه مرحله‌ای دارد. مرحله اول ایجاد نشانه است. نشانه است که به مغز می‌گوید به حالت خودکار درآید و عادت خاصی را برگزیند. نشانه ممکن است هر چیزی باشد؛ مانند: محرک‌های دیداری تا مکانی ویژه و... مرحله دوم انجام کار روزمره است. کاری که در طی فرآیند عادت انجام می‌دهیم. مرحله سوم به دست آوردن جایزه یا پاداش است. دستاوردی که به مغز یاری می‌دهد دریابد که آیا این حلقه خاص ارزش آن را دارد که برای آینده بخاطر سپرده شود یا خیر؟ با گذشت زمان این حلقه بیشتر حالت خودکار پیدا می‌کند. نشانه و جایزه درهم می‌پیچند؛ حس قوی پیش‌بینی و اشتیاق پدید می‌آید و سرانجام، عادت متولد می‌شود و در نتیجه مغز از مشارکت کامل در تصمیم‌گیری خودداری می‌کند (دوهیگ، ۱۳۹۸).

سؤال اساسی که مطرح می‌شود این است که آیا فرار مالیاتی هم یک عادت است؟ در پاسخ باید گفت: «قدرت عادت بر امکان وجود چرخه‌های سالم یا معیوب در مشارکت مدنی دلالت دارد و می‌تواند تبعیت مالیاتی بالا یا پایین را حفظ کند. از طرفی تمکین دارای اثرات بازخوردی است: پرداخت مالیات در یک دوره بر عادت تمکین تاثیر می‌گذارد و بنابراین بر تمایل به پرداخت در دوره‌های بعدی موثر است». (دانینگ و همکاران^۳، ۲۰۱۷).

سؤال دیگری که مطرح می‌شود این است که چگونه می‌توان عادت به فرار مالیاتی را به عادت به تمکین مالیاتی تغییر داد؟ با بررسی مجدد مراحل شکل‌گیری عادت می‌توان به این نتیجه رسید که برای تبدیل عادت فرار مالیاتی به تمکین مالیاتی باید دلیلی برای مودی بسازیم که پاداش رسیدن به آن بزرگتر از مطلوبیت جایزه‌های کسب شده از فرار مالیاتی باشد. پس اگر بتوان فرد را به نحوی هدایت کرد که باور کند تمکین مالیاتی عادت صحیحی است؛ فرد تمکین مالیاتی را به رفتار دائم خود تبدیل خواهد کرد و این امر منجر به کاهش فرار مالیاتی خواهد شد.

مقاله حاضر در ۵ بخش تحریر گردیده است که پس از بخش حاضر، در بخش دوم به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق پرداخته شده است. در بخش سوم در مورد روش تحقیق و مدل اقتصادسنجی صحبت شده است. در بخش

^۱ Hauptman & Pavić

^۲ Duhigg

^۳ Dunning et al.

چهارم آمار توصیفی و نتایج تخمین مدل ارائه گردیده است و در بخش پنجم به بحث و نتیجه‌گیری در مورد نتایج پژوهش پرداخته شده است.

۲- ادبیات تحقیق

با توجه به اهمیت ارائه تعریف صحیح هر یک از مفاهیم اساسی پژوهش، در این بخش ضمن تشریح و تعریف متغیرهای تحقیق به بررسی پیشینه پژوهش خواهیم پرداخت.

۲-۱- مبانی نظری

فرهنگ^۱: از نظر دیوید تراسبی^۲ (۱۳۹۱) اعمال و رفتار هر گروه توسط فرهنگ آن گروه توصیف می‌شود. با توجه به اینکه فرهنگ خود زائیده عادت‌هاست؛ می‌توان با مطالعه رفتار به عادت‌ها پی برد.

رفتار^۳: در لغتنامه آنلاین کمبریج^۴ و از دیدگاه روانشناسی رفتار به عنوان «نحوه عمل یک فرد، حیوان، ماده و... در یک موقعیت خاص یا تحت شرایط خاص» تعریف می‌شود.

رفتار مالیاتی: تا به حال به صورت مجزائی نسبت به ارائه تعریفی در مورد رفتار مالیاتی اقدامی انجام نیافته است لیکن با عنایت به تعریف «رفتار» و مفاهیم مطرح شده در اقتصاد رفتاری، «رفتار مالیاتی» به صورت: «نحوه برخورد یک انسان معمولی با مالیات» تعریف می‌گردد. نحوه برخورد انسان با مالیات را از ابعاد مختلف «فرار مالیاتی»، «تمکین مالیاتی» و نیز «اجتناب مالیاتی» می‌توان بررسی نمود که در پژوهش حاضر رفتار مالیاتی از جنبه «فرار مالیاتی» مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به توضیح است در پژوهش حاضر، «تمکین کامل مالیاتی» را حد مثبت و «فرار مالیاتی کامل» را حد منفی «رفتار مالیاتی» در نظر می‌گیریم.

لازم به توضیح است نظریه‌های جدید در زمینه بررسی رفتار فرار مالیاتی تا حد زیادی خارج از جریان اصلی اقتصاد هستند و در واقع فراتر از روان‌شناسی به جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی و سایر علوم اجتماعی می‌روند تا بهتر بفهمند کدام ویژگی‌های محیط‌های طبیعی، ممکن است بر فرد و گروه تاثیر بگذارد (آلم^۵، ۲۰۱۲).

در این راستا، ابتدا سیمون^۶ «عقلانیت محدود»^۷ را معرفی کرد که منجر به معرفی «سوگیری شناختی»^۸ شد. او فرض کرد که ظرفیت‌های محاسباتی و دسترسی انسان‌ها به اطلاعات، توانایی آن‌ها را برای تصمیم‌گیری به‌طور کامل منطقی محدود می‌کند. این یافته‌ها مدل قدیمی انسان اقتصادی را به چالش می‌کشد. (گادافروید و همکاران^۹، ۲۰۲۳).

سوگیری‌های بسیاری در زمینه علوم رفتاری شناسائی گردیده‌اند که با بررسی منابع موجود در زمینه سوگیری‌های اقتصاد رفتاری، «حساسیت به انصاف»^{۱۰}، «اثر مالکیت»^{۱۱}، «احساس تیغ‌زده شدن»، «اثر تلنگر»^{۱۲}، «نظریه چشم

^۱ Culture

^۲ Throsby

^۳ Behavior or Behaviour

^۴ Cambridge

^۵ Alm

^۶ Simon

^۷ Bounded Rationality

^۸ Cognitive Bias

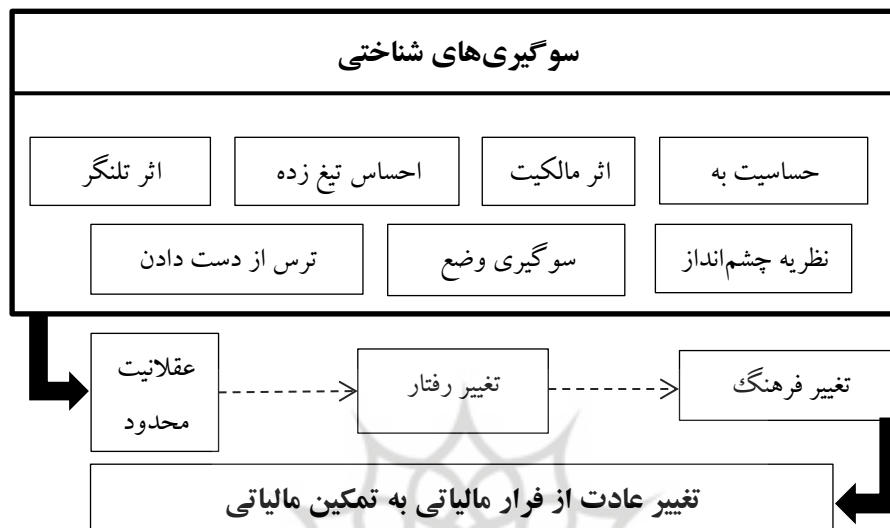
^۹ Godefroid et al.

^{۱۰} Sensitivity to Fairness

^{۱۱} Endowment Effect

^{۱۲} Nudge Effect

انداز^۱، «سوگیری به حال»^۲ و «ترس از دست دادن احترام» به عنوان مهمترین سوگیری‌های رفتاری در زمینه رفتار مالیاتی در نظر گرفته می‌شوند. با توجه به موارد ذکر شده مدل مفهومی پژوهش حاضر به صورت شکل ۱ می‌باشد.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

انصاف - کرچلر و همکاران^۳ چنین استدلال می‌کنند که باید سه بعد انصاف را متمایز کرد: انصاف در توزیع مجدد، انصاف در رویه‌ها و انصاف در جرایم. انصاف در توزیع مجدد، به بار مالیاتی درک شده توسط مودیان در مقایسه با هم‌تایان خود اشاره دارد. انصاف در رویه‌ها، به نحوه برخورد سازمان مالیاتی با مودیان می‌پردازد و انصاف در جرایم به نحوه برخورد و جریمه متقلبانه اشاره دارد (ویر و همکاران^۴، ۲۰۱۴). وزنل نیز مفهوم انصاف را دارای همان سه ساختار اصلی دانسته است و استدلال کرده است که مودیان بیشتر به عدالت رویه‌ای و توزیعی توجه دارند تا نتایج صرفاً مالی (اولسن و همکاران^۵، ۲۰۱۸).

مالکیت - «اثر مالکیت» گویای این است که آدم‌ها در بیشتر مواقع برای دست کشیدن از چیزی، در مقایسه با دست گذاشتن روی آن چیز، مبلغ بیشتری طلب می‌کنند. این اثر را می‌توان در اختلاف قیمت‌های پیشنهادی فروشنده و خریدار به وضوح دید. «اثر مالکیت» بر مفهوم «بیزاری از زیان»^۶ یا «زیان گریزی»^۷ استوار است. به این معنا که افراد به کاهش سطوح رفاه بیش از افزایش سطوح رفاه حساسیت دارند (تیلر^۸، ۱۳۹۶).

احساس تیغ زده شدن - اگر فرد مجبور باشد برای به دست آوردن کالائی ارزشی بیش از ارزش واقعی کالا پرداخت کند احساس تیغ زده شدن یا پرداخت پول زور را خواهد داشت؛ بنابراین اگر مودی به این نتیجه برسد که مالیات

¹ Prospect Theory

² Status Quo Bias

³ Kirchler et al.

⁴ Weber et al.

⁵ Olsen et al.

⁶ Aversion To Loss

⁷ Loss Aversion

⁸ Thaler

پرداختی‌اش بیش از خدمات دریافتی‌اش از سوی دولت ارزش دارد؛ با پرداخت مالیات احساس خواهد کرد تیغ زده شده است و یا پول زور به دولت پرداخته است و در نتیجه دیگر به دولت «اعتماد» نخواهد کرد. برعکس، اگر مودیان از حقوق و کالاهای عمومی که دولت در ازای دریافت مالیات به مالیات‌دهنده برمی‌گرداند، رضایت مندی بیشتری داشته باشد؛ این میزان رضایت به نوبه خود نه‌تنها بر تصمیم فرد در پرداخت مالیات موثر است، بلکه بر واکنش‌های او به پرداخت مالیات توسط دیگران نیز تاثیر دارد و این همان تعهد و وفاداری او به پرداخت است (خادمی گراشی^۱، ۱۳۹۹).

اثر تلنگر - تیلر و سانشترین^۲ (۱۳۹۷) در کتاب سقلمه (تلنگر) می‌نویسند: «بیشتر مردم از هم یاد می‌گیرند. آموختن از یکدیگر سبب پرورش بیشتر افراد و جامعه می‌شود. اما اثرپذیری اجتماعی گاه سبب می‌شود تا مردم باورهای سوگیرانه و اشتباه داشته باشند، پس تلنگر می‌تواند کمک‌مان کند. دوم اینکه یکی از مهم‌ترین راه‌های تلنگر، از طریق همین اثرپذیری‌های اجتماعی است. معماران انتخاب باید بدانند که چگونه رفتارهای اجتماعی مفید را تشویق و از حوادث بد جلوگیری کنند».

نظریه چشم‌انداز - با توجه به ناکارآمدی نظریه مطلوبیت عقلانی، کاهنمن و تورسکی^۳ تلاش نمودند که رفتار واقعی افراد در تصمیم‌گیری را بر اساس اصول روان‌شناسی با عنوان «نظریه چشم‌انداز» بیان نمایند. این نظریه بیانگر نادیده گرفته شدن سیتما تیک اصل مطلوبیت و عمل برخلاف اصول عقلایی توسط افراد است. در این نظریه ابتدا گزینه‌های مختلف پیش‌روی فرد تصمیم‌گیرنده بر اساس قواعد ذهنی بررسی می‌شوند و با مقایسه آنها نسبت به نقطه مرجع، در مورد سود یا زیان تصمیم‌گیری می‌شود. بر اساس این نظریه، پیامدهای پیش‌بینی‌شده با «نقطه مرجع»^۴ مقایسه شده و میزان مطلوبیت فرد سنجیده می‌شود (دهقان^۵، ۱۳۹۷).

سوگیری به حال - «سوگیری به حال» یا «سوگیری حفظ وضع موجود» یعنی «تمایل افراد برای چسبیدن به آنچه که دارند» (کانگدان و همکاران^۶، ۱۳۹۵). این سوگیری ترجیح برای اجتناب از تغییرات و حفظ وضعیت فعلی را توصیف می‌کند و یک ترجیح غیرمنطقی یا مغرضانه برای حفظ روش فعلی انجام کارها است (گادافروید و همکاران، ۲۰۲۳).

ترس از دست دادن احترام - زیان، لطمه‌ای است که به یکی از حقوق قانونی اشخاص وارد می‌شود و یکی از اقسام آن، زیان معنوی است. صدمه به منافع عاطفی و غیرمالی و علایق خانوادگی، ضرر به عرض و شرف زیان‌دیده یا یکی از اقارب او، ضرر به اعتبار و شعور و همچنین زیان به احساسات و شخصیت، همه از مصادیق ضرر معنوی دانسته شده‌اند (میرشکاری و حسینی^۷، ۱۴۰۲). بنابراین با توجه به مفهوم «زیان‌گریزی» و با عنایت به اینکه زیان بُعد معنوی نیز دارد؛ انسان‌ها از انجام کاری که منجر به وارد گردیدن زیان به شخصیت، حیثیت و اعتبارشان شود (از جمله اتهام فرار مالیاتی) حذر خواهند نمود.

۲-۲- پیشینه تحقیق

¹ Khademi Grashi (2021)

² Sunstein

³ Tversky

⁴ Reference Point

⁵ Dehghan (2019)

⁶ Congdon et al. (2011)

⁷ Mirshekari & Hosseini (2023)

مطالعات متعددی عوامل موثر بر رفتار مالیاتی را بررسی کرده‌اند که به تفکیک مطالعات داخلی و خارجی شرح زیر می‌باشد.

ریچاردسون^۱ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین فرهنگ و فرار مالیاتی در کشورهای مختلف: شواهد و بسط‌های بیشتر» و با استفاده از مدل رگرسیون OLS به این نتیجه رسید که هرچه سطح ریسک‌گریزی بالاتر و سطح فردگرایی، قانونمندی، دین‌داری و اعتماد به دولت کمتر باشد؛ میزان فرار مالیاتی در کشورهای مختلف بیشتر است. لوفور و همکاران^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی با نام «فرار مالیاتی و اطلاعات اجتماعی: آزمایشی در بلژیک، فرانسه و هلند» و با استفاده از یک طراحی تجربی، به مطالعه تأثیرات دریافت اطلاعات فرار مالیاتی دیگران بر انتخاب شغلی و تصمیمات بعدی در مورد فرار مالیاتی اشخاص پرداختند و به این نتیجه رسیدند که اطلاع افراد از تمکین پائین افراد دیگر، به طور قابل توجهی فرار مالیاتی را افزایش می‌دهد.

نار^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی پیمایشی با عنوان «تأثیر اقتصاد رفتاری بر بخشودگی مالیاتی» بیان کرد که عمده دلیل اینکه مالیات‌دهندگان به میزان قابل توجهی از مالیات تبعیت می‌کنند، «عوامل روانی» است و با وجود مفاهیمی چون «بیشینه‌سازی بازده»، «منافع شخصی» یا «انسان اقتصادی» عوامل روان‌شناختی قابل چشم‌پوشی نیستند و می‌توان با نگرش‌سنجی و نظرسنجی، تمایلات افراد را در مورد مالیات ارائه کرد. علاوه بر این، می‌توان گفت با ارسال محرک‌های ادراکی به روان‌شناسی مالیات‌دهندگان از سوی رسانه‌ها، می‌توان حساسیت مالیاتی را به میزان قابل توجهی افزایش داد.

دانینگ و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «آیا پرداخت مالیات بر اساس شکل‌گیری عادت است؟ (نظریه و شواهد از اروگوئه)» و در طی یک آزمایش میدانی و با استفاده از مدل تئوری تصمیم‌گیری استاندارد، به این نتیجه رسیدند که شهروندان در تعامل با دیوان‌سالاری مالیاتی و سایر بخش‌های دولت می‌توانند عاداتی مداوم و خودتقویت‌کننده ایجاد کنند. با این حال، مداخلات سیاستی دولت می‌تواند عادت‌ها را تقویت یا مختل کند، که اغلب با پیامدهای پیش‌بینی نشده‌ای همراه است.

موسوی جهرمی و دهقان (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رفتار مالیاتی مودیان بخش مشاغل: رهیافت اقتصاد رفتاری» و با استفاده از نظریه چشم‌انداز به این نتیجه رسیدند که مودیان مورد بررسی در تمامی سطوح درآمدی، نسبت به تغییرات اعمال شده در نرخ تشویق، حساسیت بیشتری نشان می‌دهند که این نتیجه می‌تواند در جهت‌دهی به سیاست‌گذاری‌های دستگاه مالیاتی مفید باشد.

کوروکاوا و همکاران^۴ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «یک آزمایش انتخاب در مورد مالیات: آیا مالیات بر درآمد و مصرف معادل هستند؟» با استفاده از آزمایش انتخاب به بررسی شیوه تفکر مودیان مالیاتی در مورد مالیات‌هایی با بار مالیاتی یکسان پرداختند. برابر نتیجه پژوهش مودیان تصور نمی‌کنند که مالیات‌های معادل از لحاظ نظری معادل هستند، زیرا آنها بار مالیات بر مصرف را اشتباه محاسبه می‌کنند و تنها یک سوم از مودیان یک نظام مالیاتی را بر اساس بار مالیاتی

¹ Richardson

² Lefebvre et al.

³ Nar

⁴ Kurokawa et al.

محاسبه شده دقیق انتخاب می کنند که این موضوع به معنای تأیید وجود سوگیری در پرداخت مالیات توسط مودیان می باشد.

مارتینت و دیگران^۱ (۲۰۲۳) در پژوهشی با استفاده از آزمایش انتخاب گسسته با عنوان «مالیات یا ممنوعیت؟ یک آزمایش انتخاب گسسته برای استخراج ترجیحات عمومی برای حذف تدریجی استفاده از گلیفوزات در کشاورزی» به این نتیجه رسیدند که مردم ترجیح می دهند مالیات پرداختی آنان به صورت مشخص و هدفمند هزینه شود که این امر منجر به افزایش تمکین مالیاتی می گردد.

یانگ^۲ (۲۰۲۳) در یک پژوهش پیمایشی با عنوان «اثر مالکیت: یک دیدگاه اقتصاد رفتاری در مورد سیاست استفاده از زمین، حفاظت از محیط زیست و مالیات» نشان داد درک «اثر مالکیت» توسط سیاست گذاران، می تواند باعث کاهش بدهی های مالیاتی مودیان شود.

چوئی و کلایمن^۳ (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «هزینه های روانی تمکین مالیات» با ارائه یک مدل مطلوبیت تصادفی خطی و با استفاده از آزمون انتخاب به این نتیجه رسیدند که برای مودیان هزینه های روانی تمکین مالیات بیشتر از صرفه جوئی در زمان اهمیت دارد لیکن اکثر طرح های ساده سازی مالیاتی فعلی تنها بر صرفه جوئی در زمان تمرکز دارند و پیشنهاد نمودند هزینه های روانی تمکین مالیات نیز توسط سیاست گذاران مورد توجه قرار گیرد. در این پژوهش از قیمت به عنوان شاخص تعیین کننده میزان تمایل به پرداخت استفاده گردیده است.

مارتینت و دیگران (۲۰۲۵) در پژوهشی با عنوان «اثرات بردار هزینه در آزمایش های انتخاب گسسته با انتخاب اجباری: ارزیابی مقبولیت سیاست های آینده در مورد گلیفوسات» که با استفاده از آزمایش انتخاب گسسته انجام شد؛ نشان دادند که برخی سوگیری ها از عوامل توضیح دهنده تمایل به پرداخت مالیات است. در این پژوهش از قیمت به عنوان شاخص تعیین کننده میزان تمایل به پرداخت استفاده گردیده است.

این مطالعات بر اهمیت تلفیق اقتصاد رفتاری در تحلیل مالیاتی تأکید دارند. زهی و محمدخانلی^۴ (۱۳۸۹) در پژوهش با عنوان «بررسی عوامل موثر بر فرار مالیاتی (مطالعه موردی استان آذربایجان شرقی)» با استفاده از آزمون t برای نمونه های مستقل و t تک نمونه ها، به این نتیجه رسیدند که عدم ترویج کارآمد فرهنگ مالیاتی در جامعه از جمله عوامل موثر در ایجاد فرار مالیاتی می باشد.

تحویلی و هادیان^۵ (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل موثر بر فرار مالیاتی در اقتصاد ایران» و با استفاده از یک الگوی خودتوضیح با وقفه های گسترده برای دوره ۱۳۸۶-۱۳۵۰ به این نتیجه رسیدند که نبود سرمایه اجتماعی یکی از دلایل عمده وجود فرار مالیاتی است.

موسوی جهرمی و همکاران^۶ (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان «محاسبه مخارج مالیاتی سیستم مالیات بر ارزش افزوده ایران» بر اساس مدل درآمد از دست رفته، به این نتیجه رسیدند که درآمد مالیاتی از دست رفته؛ منتج از هر نوع رفتار مالیاتی تبعیضی و یا ترجیحی با برخی مودیان مالیاتی است.

¹ Martinet et al.

² Yang

³ Choi & Kleiman

⁴ Zehi & Mohammadkhanli (2010)

⁵ Tahvili & Hadiyan (2013)

⁶ Mousavi jahromi et al. (2014)

صامتی و همکاران^۱ (۱۳۹۴) طی پژوهشی با عنوان «تاثیر اخلاق مالیاتی بر تمکین مالیاتی، مطالعه موردی شهر اصفهان» و با استفاده از رگرسیون لجستیک چند متغیره به بررسی امکان اضافه شدن پارامتر «اخلاق مالیاتی» به مدل تمکین مالیاتی پرداختند. نتایج حاصل از برآورد مدل‌ها نشان داد که متغیرهای نگرش نسبت به فرار مالیاتی، هنجارهای اجتماعی و نیز اعتماد به دولت و سیستم مالیاتی، حقوقی و قضایی در سطح اطمینان ۹۵ درصد و متغیر سن در سطح اطمینان ۹۰ درصد اثر مثبت و معناداری بر اخلاق مالیاتی دارند. همچنین، در سطح اطمینان ۹۵ درصد متغیر اخلاق مالیاتی اثر مثبت و معناداری بر تمکین مالیاتی دارد.

دهقان منشادی و روشن^۲ (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان «ارائه یک مدل برای تجزیه و تحلیل عوامل فرهنگی موثر بر تمکین مالیاتی (بررسی نقش فساد مالی، هنجارهای فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی بر تمکین مالیاتی)» و با الگوبری از مدل فیشر و همکاران^۳، به بررسی عوامل فرهنگی موثر بر تمکین مالیاتی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که میزان فساد مالی، هنجارهای فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی از عوامل فرهنگی موثر بر تمکین مالیاتی هستند و برای ارتقای فرهنگ تمکین مالیاتی، بایستی بسترهای موجود در جامعه تقویت گردد.

لاری دشت بیاض و همکاران^۴ (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل موثر بر فرار مالیاتی در استان خراسان جنوبی با تاکید بر مولفه‌های فرهنگی» و با روش پیمایشی نشان دادند که بین عوامل فرهنگی و اقتصادی و نیز مولفه‌های سیاسی و قانونی با فرار مالیاتی رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد.

امیری^۵ (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «اقتصاد رفتاری و فرار مالیاتی» به بررسی بنیان‌های نظری اقتصاد رفتاری و مطالعات نظری و تجربی صورت پذیرفته در این خصوص پرداخته و به این نتیجه رسیده است که بنیان‌های روانشناسی و جامعه‌شناسی فرار مالیاتی در کشور، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

دهقان (۱۳۹۷) در رساله دکتری با عنوان «مطالعه تاثیر جرایم و تشویق‌های مالیاتی بر رفتار تمکینی مودیان مالیاتی با رویکرد نظریه چشم‌انداز» و با استفاده از تابع ارزش، به این نتیجه رسید که در نظر داشتن عوامل روان‌شناختی موثر بر مودیان بخش مشاغل و انتخاب استراتژی درست؛ باعث کاهش هزینه‌های سازمان امور مالیاتی پیش از وقوع بسیاری از آنان می‌شود.

باقری و همکاران^۶ (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی عوامل موثر بر تمکین مالیاتی در ایران» و با الگو قرار دادن مدل تمکیل OECD به این نتیجه رسیدند که نوع مذهب و آموزه‌های شرعی، نژاد و ملیت، پیشینه قومی، نهادهای مدنی و هنجارهای اجتماعی در کنار عوامل اقتصادی از عوامل مهم در تمکین مالیاتی به شمار می‌روند.

برزیده و ابراهیمی درده^۷ (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «رتبه‌بندی عوامل رفتاری موثر بر عدم تمکین مالیات بر درآمد مشاغل از منظر خبرگان» و با مدل‌سازی رفتاری به این نتیجه دست یافتند که از بین شاخص‌های اصلی، هنجارها

¹ Sameti et al. (2015)

² Dehghan Menshadi & roshan (2015)

³ Fischer et al.

⁴ Lari Dasht Bayaz et al. (2016)

⁵ Amiri (2017)

⁶ Bagheri et al. (2017)

⁷ Barzideh & Ebrahimi Dardeh (2019)

بالاترین اهمیت و از بین زیرشاخص‌های نگرش، هنجارها و کنترل رفتاری ادراک شده به ترتیب عدم تقارن اطلاعاتی، رفتار الگوی اصلی و گزارش اشخاص ثالث بالاترین درجه اهمیت را در عدم تمکین مالیاتی دارند.

حساس یگانه و همکاران^۱ (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «اهمیت عوامل تمایل به پرداخت مالیات از دیدگاه مودیان مالیاتی (مورد مطالعه: مودیان مالیاتی اداره امور مالیاتی شهر تهران)» و با استفاده از روش دلفی به بررسی دیدگاه صاحب‌نظران، اساتید دانشگاه و خبرگان پرداختند و عوامل موثر بر تمایل به پرداخت مالیات را شناسایی کردند که عوامل رفتاری نیز به عنوان یکی از عوامل موثر در تمایل به پرداخت مالیات مورد شناسایی قرار گرفت.

خان‌محمدی و همکاران^۲ (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل تمکین مالیاتی شرکتی بر اساس تئوری زمینه‌ای در نظام مالیاتی ایران» و با استفاده از روش تحقیق تئوری زمینه‌ای، مدلی شامل شرایط علی، راهبردها، شرایط بستر، شرایط مداخله‌گر و پیامدها در خصوص تمکین مالیاتی شرکتی در نظام مالیاتی ایران ارائه کردند و به این نتیجه رسیدند که تقویت فرهنگ مالیاتی از جمله مهم‌ترین عوامل در ارتقاء تمکین مالیاتی شرکت‌ها محسوب می‌شود.

عسگری و همکاران^۳ (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تحلیل رفتاری تمایل به پرداخت مالیات (مطالعه موردی شهرک صنعتی سمنان)» به بررسی میزان تمایل به پرداخت مالیات و با ابزارهای اقتصاد رفتاری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که اثر مالکیت، حسابداری ذهنی، اثر لنگر و حساسیت به انصاف به نحو مطلوبی میزان تمایل افراد را به پرداخت مالیات توضیح می‌دهد و چنانچه دولت در وصول مالیات توجه ویژه‌ای به معیارهای اقتصاد رفتاری داشته باشد، می‌تواند شاهد استقبال بیشتر مودیان هم در میزان مالیات پرداختی و هم در پرداخت به موقع آن باشد.

رضایی و همکاران^۴ (۱۴۰۰) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی اثرات استقرار نظام مالیات‌ستانی محلی بر رشد اقتصادی بلندمدت منطقه‌ای در ایران: رویکرد مدل‌های تصحیح خطا» به این نتیجه رسیدند که بهبود رفتار مالیاتی مودیان یکی از عمده دلایل تاثیر مالیات‌های محلی بر رشد اقتصادی منطقه‌ای می‌باشد.

آرایی و حاج محمود عطار^۵ (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «تاثیر اعتماد به دولت بر تمکین داوطلبانه مودیان مالیاتی با نقش میانجی ادراک عدالت مالیاتی» و با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری به این نتیجه رسیدند که اعتماد به دولت و ادراک عدالت مالیاتی بر تمکین داوطلبانه مودیان مالیاتی تاثیر دارد.

محمدی و همکاران^۶ (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «شبیه‌سازی راهکارهای بهبود پرداخت‌های مالیاتی و کاهش رفتار فرار مالیاتی در چارچوب مدل‌های عامل محور» به این نتیجه رسیدند که دولت برای کاهش رفتار فرار مالیاتی باید به کارایی توزیعی و جهت افزایش مجموع مالیات پرداختی، به کارایی تخصیصی توجه بیشتری کند.

محمدی‌پور و همکاران^۷ (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «ارائه الگوی روحیه مالیاتی با رویکرد تئوری زمینه بنیان» به این نتیجه رسیدند که الگوی روحیه مالیاتی حول مقوله محوری فضای مجازی، دموکراسی و تبلیغات قرار دارد که تحت تاثیر شرایط علی شکل می‌گیرد. این فرآیند با شرایط علی آغاز می‌گردد و موجب شکل‌گیری مقوله محوری می‌شود

¹ Hassas Yeganeh et al. (2018)² Khanmohammadi et al. (2020)³ Asgari et al. (2020)⁴ Rezaee et al. (2021)⁵ Araei & Haj Mahmoud Attar (2022)⁶ Mohammadi et al. (2023)⁷ Mohammadipour et al. (2023)

که با استفاده از راهبردها به تقویت روحیه مالیاتی کمک می‌کند و پیامد آن بهبود شاخص‌های اقتصادی، بهبود شاخص‌های اجتماعی و مبارزه با پولشویی است. عدم وجود عدالت مالیاتی، چابک‌سازی و پیچیدگی قوانین مالیاتی نیز از شرایط مداخله‌گر بر الگوی روحیه مالیاتی است و فرهنگ‌سازی و برقراری عدالت مالیاتی از جمله راهبردهای تقویت روحیه مالیاتی محسوب می‌شوند.

سجودی و همکاران^۱ (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «عوامل موثر بر تمکین مالیاتی بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده: مطالعه مودیان شهر تبریز» و با استفاده از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده و با استفاده از روش‌های همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری نشان دادند که بین عدالت مالیاتی، اعتماد به دولت، قدرت اختیار، اطلاعات مالیاتی و آگاهی مالیاتی با تمکین مالیاتی رابطه مثبتی وجود دارد.

۳- روش تحقیق

۳-۱- روش‌ها

به‌طور کلی ارزش‌گذاری پیامدهای هر سیاست یا برنامه‌ای را براساس ترجیحات، می‌توان از دو رهیافت کلی روش ترجیحات آشکار شده و روش ترجیحات بیان شده انجام داد (سبحانیان و همکاران^۲، ۱۳۹۳). رهیافت ترجیحات بیان شده به داده‌هایی تکیه دارد که از طریق پرسشنامه مستقیم از پاسخ‌گویان و ترجیحات آن‌ها به دست می‌آید. این روش‌ها شامل چندین تکنیک ارزش‌گذاری می‌باشند و به‌طور عمده به دو دسته بزرگ ارزش‌گذاری مشروط و ارزش‌گذاری چند صفتی تقسیم می‌شود. این روش‌ها پرسشنامه محور هستند و طراحی پرسشنامه صحیح، مرتبط و مصاحبه‌ای اصولی، اصلی‌ترین کلید استخراج اطلاعات و داده‌ها در این روش‌ها محسوب می‌شود (حق جو^۳، ۱۳۹۴).

منشأ پیدایش روش‌های ویژگی محور را می‌توان «مدل هدانیک»^۴ دانست که در آن فرض می‌شود، تقاضا برای کالاها و خدمات ناشی از تقاضا برای مولفه‌های مرتبط است. این مدل نیز بر پایه یک اصل نظری مستحکم که لنکستر^۵ ارائه کرده بود، بنا شده است (سبحانیان و همکاران^۲، ۱۳۹۳).

نظریه ویژگی‌های ارزش لنکستر فرض می‌کند سطح مطلوبیت مردم در استفاده از یک کالا، تابعی از ویژگی‌های متعددی مانند قیمت و طیف وسیعی از ویژگی‌های کیفی آن کالا است (مرکز اقتصاد بین‌الملل^۶، ۲۰۰۱).

اما مک فادن^۷ یک رویکرد ساده‌تر و مستقیم‌تر جهت پیش‌بینی انتخاب‌ها در بازار بر مبنای «نظریه مطلوبیت تصادفی»^۸ مطرح کرد. مک فادن با توجه به این دو فرض اساسی که: ۱- افراد انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند که بیشترین مطلوبیت را عاید آنها کند و ۲- این مطلوبیت تابع نوسانات و تغییرات ناشی از سلیقه‌ها و ادراک فرد است؛ یک مدل اقتصادسنجی

^۱ Sojoodi et al. (2024)

^۲ Sobhanian et al. (2014)

^۳ Haghjou (2016)

^۴ Hedonic Model

^۵ Lancaster

^۶ Centre for International Economics

^۷ Mcfadden

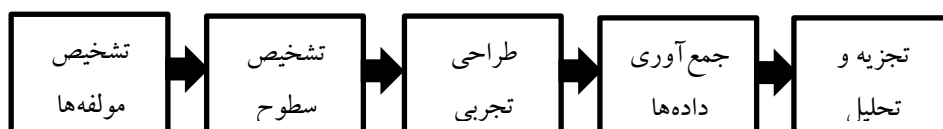
^۸ Random Utility Theory

معرفی و در آن تحلیل هدائیک و حداکثرسازی مطلوبیت تصادفی را ترکیب کرد. این مدل به عنوان مدل «لاجیت چندجمله‌ای»^۱ یا «لاجیت شرطی»^۲ معروف شد (سبحانیان و همکاران، ۱۳۹۳).

با تغییر سطوح ویژگی‌ها، کالاهای متفاوتی ایجاد می‌شوند و هدف از ارزش‌گذاری چندصفتی در واقع یافتن ارزش این تغییرات است. با انتخاب، رتبه‌بندی یا درجه‌بندی از بین این کالاهای متفاوت، ارزش سایر ویژگی‌ها از دید پاسخ‌دهندگان به‌طور غیرمستقیم منعکس خواهد شد. در آزمون انتخاب، عمل انتخاب ارجح‌ترین گزینه از بین گزینه‌های ارائه شده به پاسخ‌دهندگان صورت می‌گیرد. در این روش، چندین سری انتخاب وجود دارد. هر یک از این سری‌ها شامل دو یا تعداد بیشتری جایگزین یا گزینه می‌باشد. به‌طور معمول یک گزینه به عنوان حالت پایه و مطابق با وضع فعلی نیز در هر مجموعه انتخاب لحاظ می‌شود (صالح‌نیا، ۱۳۹۵). تغییرات در میان گزینه‌ها در مجموعه‌های انتخاب، از طریق اختصاص سطوح مختلف به مولفه‌ها براساس فرایندی نظام‌مند که «طراحی تجربی» نامیده می‌شود، به‌دست می‌آید (سبحانیان و همکاران، ۱۳۹۳). این روش، کالاهای بر اساس ویژگی‌هایشان ارزش‌گذاری می‌کند. اگر یکی از این ویژگی‌ها قیمت یا هزینه باشد، برآوردهای مطلوبیت نهایی به برآوردهای تمایل به پرداخت برای تغییر در سطوح ویژگی‌ها تبدیل می‌شود و از این طریق برآوردهای رفاهی برای ترکیب تغییرات سطوح ویژگی‌ها به‌دست می‌آید. مهم‌ترین مزیت این روش توانایی ترکیب داده‌های مرتبط با ویژگی‌های کمی و کیفی است (محمودی، ۱۳۹۷).

آزمایش انتخاب گسسته به ما این امکان را می‌دهد که استنباط کنیم که پاسخ‌دهندگان چقدر برای خدمات مالیاتی خاص از نظر پولی ارزش قائل هستند، حتی اگر هرگز به‌طور مستقیم از پاسخ‌دهندگان در مورد ارزشی که برای آن خدمت قائلند؛ سئوالی نپرسیم. آزمایش‌های انتخاب گسسته همچنین از سوگیری‌هایی که به‌طور معمول در نظرسنجی‌ها ظاهر می‌شوند، جلوگیری می‌کنند. ممکن است نظرسنجی‌های تمایل به پرداخت با پاسخ باز از سوگیری به حال تحت تاثیر قرار بگیرند؛ زیرا پاسخ‌دهندگان به سبب خدماتی که در حال حاضر دارند، وابسته هستند. آزمایش‌های انتخاب گسسته به ما این امکان را می‌دهند که سوگیری به حال را در مدل رگرسیون کنترل کنیم، میزان این سوگیری را کمی کنیم و آن را از محاسبه قیمت‌های ضمنی حذف کنیم (چوئی و کلايمن، ۲۰۲۴).

در عمل، طراحی آزمایش انتخاب گسسته بسیار مهم است؛ زیرا میزان اطلاعاتی را که می‌توان استخراج کرد، تحت تاثیر قرار می‌دهد. محققان متعددی، مدل‌های طراحی را توسعه داده‌اند که در این رابطه مدل ارائه شده توسط رایان به شرح زیر و شکل ۲ است.



شکل (۲): مراحل طی یک آزمایش انتخاب گسسته

مرحله اول) تشخیص مولفه‌ها: هنگام تعیین مولفه‌ها لازم است دو مسئله در نظر گرفته شود: (۱) مولفه‌ها باید با نیازها و الزامات سیاستگذاران مرتبط باشند. (۲) مولفه‌ها باید برای پاسخ‌دهندگان معنادار و مهم باشند (سبحانیان و همکاران، ۱۳۹۳).

^۱ Multinomial Logit

^۲ Conditional Logit

در پژوهش حاضر و پس از بررسی ادبیات موضوعی، انجام مصاحبه‌های متعدد با متخصصان حوزه مالیات و اصناف مختلف؛ انصاف، احساس مالکیت، احساس تیغ زده شدن، تلنگر، ریسک‌پذیری، ترجیح وضع موجود و نگرش دیگران در کنار مبلغ مالیات پرداختی به عنوان مولفه‌ها و متغیرهای تحقیق در نظر گرفته می‌شوند.

جدول (۱): سطوح مولفه‌ها

مولفه	سطوح مولفه
انصاف	به‌طور کامل منصفانه، منصفانه، بی‌تفاوت، غیرمنصفانه، به‌طور کامل غیرمنصفانه
احساس مالکیت	۰٪، ۲۵٪، ۵۰٪، ۷۵٪، ۱۰۰٪
احساس تیغ خوردن	به‌طور کامل راضی، راضی، بی‌تفاوت، ناراضی، به‌طور کامل ناراضی
تلنگر	وجود دارد، وجود ندارد
ریسک‌پذیری	دارد، ندارد
ترجیح وضع موجود	دارد، ندارد
نگرش دیگران	اثر مثبت دارد، فاقد اثر است، اثر منفی دارد
مبلغ مالیات پرداختی	صفر، ۲۵ میلیون ریال، ۵۰ میلیون ریال، ۷۵ میلیون ریال، ۱۰۰ میلیون ریال، ۱۲۵ میلیون ریال، ۱۵۰ میلیون ریال

منبع: یافته‌های تحقیق

مرحله دوم) تخصیص سطوح به مولفه‌های شناسایی شده: سطوح باید به شکلی ساخته شوند که برای پاسخ‌دهندگان قابل قبول و منطقی باشند و در عین حال پاسخ‌دهندگان تمایل به مبادله ترکیب مولفه‌ها را داشته باشند (سبحانیان و همکاران، ۱۳۹۳).

در پژوهش حاضر و با توجه به احتمالات موجود در مورد مولفه‌های پژوهش، سطوح مولفه‌ها به شرح جدول ۱ در نظر گرفته می‌شوند.

مرحله سوم) طراحی تجربی: شیوه‌ای که سطوح مولفه‌ها در مجموعه‌های انتخاب تعیین و ساختار بندی می‌شوند را طراحی تجربی می‌نامند. آنچه محقق در طراحی تجربی به دنبال آن است، حداکثر کردن کارایی در استخراج اطلاعات از پاسخ‌دهندگان است. به‌منظور حصول به کارایی اطلاعات، روش‌های مختلف انتخاب ترکیبات متفاوت مولفه‌ها ارائه شده است. یکی از روش‌های غالب برای این منظور روش «D-بهبینه»^۱ است (سبحانیان و همکاران، ۱۳۹۳). در پژوهش حاضر و با عنایت به وجود ۲۱۰۰۰ حالت انتخاب (بر اساس تعداد سطوح هر مولفه) و با توجه به عدم امکان طرح همه حالت‌ها در پرسشنامه، بر اساس روش D-بهبینه و با استفاده از نرم افزار SAS 9.4 TS Level 1M6 ده مجموعه انتخاب چهار گزینه‌ای (شامل سه گزینه جایگزین و یک گزینه حالت پایه) طراحی گردید.

مرحله چهارم) جمع‌آوری داده: داده‌های یک آزمایش انتخاب گسسته، از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و استخراج می‌شوند و تعداد اعضای نمونه مناسب از طریق فرمول معرفی شده توسط اورمی^۲ و به صورت زیر تعیین می‌شود:

$$N = 500 \frac{N_{le}}{N_{alt} \cdot N_{rep}} \quad (۱)$$

^۱ D-Optimal

^۲ Orme

که در آن N_{le} بیشترین تعداد سطوح در هر ویژگی، N_{alt} تعداد گزینه‌ها در هر مجموعه انتخاب و N_{rep} تعداد پرسش‌هایی است که هر مخاطب بایستی پاسخ دهد. لیکن بر اساس مطالعات تجربی اندازه نمونه مناسب و قابل قبول برای آزمون انتخاب بین ۱۰۰ الی ۳۰۰ می‌باشد (حق‌جو، ۱۳۹۳، به نقل از جانسون و همکاران^۱، ۲۰۰۷). در پژوهش حاضر بر اساس فرمول یاد شده، تعداد اعضای نمونه ۶۲ مورد محاسبه می‌گردد؛ لیکن با توجه به اندازه نمونه مناسب تعیین شده مطالعات تجربی؛ تعداد ۱۰۴ پرسشنامه بین مودیان مالیاتی مشاغل شهر تبریز و در دو مرحله با فاصله تقریبی یک ساله در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ و به صورت مصاحبه حضوری تکمیل گردید.

نکته مهم در زمینه جمع‌آوری داده‌ها، اهمیت دادن به موضوع افشای پیشاپیش طیف کامل انتخاب‌های ممکن است. تحقیقات نشان می‌دهد که این موضوع احتمال متفاوت بودن انتخاب‌های پاسخ‌دهندگان بر اساس ترتیب ارائه انتخاب‌ها را کاهش می‌دهد که این یک سوگیری چارچوب‌بندی نامطلوب خواهد بود (چوئی و کلايمن، ۲۰۲۴).

در پژوهش حاضر برای تعیین روائی ابزار جمع‌آوری اطلاعات، از روائی صوری یا نمادین استفاده گردید. بدین ترتیب که پرسشنامه اولیه تنظیم شده و ابتدا در اختیار اساتید و کارشناسان امر قرار داده شد تا در رابطه با روائی پرسشنامه اظهارنظر نمایند. سپس نظرات اساتید و کارشناسان در پرسشنامه لحاظ و تغییرات لازم در سئوالات بوجود آمد.

برای برآورد پایایی پرسشنامه نیز از نرم افزار STATA 13 و روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که ضرایب به دست آمده برای هر مولفه به شرح جدول ۲ می‌باشد. کلیه ضریب محاسبه شده آلفای کرونباخ پژوهش حاضر قابل قبول هستند.

جدول (۲): محاسبه آلفای کرونباخ

مولفه	ضریب آلفای کرونباخ
انصاف	۰/۸۷
احساس مالکیت	۰/۹۲
احساس تیغ خوردن	۰/۹۵
تلنگر	۰/۹۳
ریسک‌پذیری	۰/۹۵
ترجیح وضع موجود	۰/۸۹
نگرش دیگران	۰/۸۸
مبلغ مالیات پرداختی	۰/۹۹
ضریب کلی	۰/۷۹

منبع: یافته‌های تحقیق

مرحله پنجم) تجزیه و تحلیل داده‌ها: آزمایش‌های انتخاب گسسته می‌تواند به دو نوع «مدل‌های انتخاب گسسته دوتایی»^۲ با دو گزینه و «مدل‌های انتخاب گسسته چندتایی»^۳ با چند گزینه تقسیم شوند (سبحانیان و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۲۶). در پژوهش حاضر با توجه به تعدد گزینه‌ها از «مدل انتخاب گسسته چندتایی» استفاده گردیده است.

۳-۲- ارائه مدل اقتصادسنجی برای تحقیق

1 Johnson et al.

2 Binary Discrete Choice

3 Multiple Discrete Choice

همان‌طور که بیان شد مدل‌سازی انتخاب گسسته احتمالی ریشه در مدل‌های مطلوبیت تصادفی دارد. تئوری مطلوبیت تصادفی فرض می‌کند فرد به‌صورت عقلایی رفتار کرده و گزینه‌ای را انتخاب می‌کند که دارای بالاترین سطح مطلوبیت است. از آنجا که محقق نمی‌تواند تابع مطلوبیت واقعی فرد را مشاهده کند، لذا تابع مطلوبیت احتمالی در تخمین مورد استفاده قرار می‌گیرد. با فرض اینکه فرد می‌تواند بین دو گزینه i و j انتخاب کند؛ احتمال انتخاب گزینه i توسط فرد از طریق روابط زیر به‌دست می‌آید:

$$U_i = V_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

$$P(j|C) = P(U_i > U_j) = P(V_i + \varepsilon_i > V_j + \varepsilon_j) = P(V_i - V_j > \varepsilon_j - \varepsilon_i) \quad \forall i \neq j \quad (3)$$

که در آن U_i مطلوبیت واقعی پنهان برای گزینه i ، V_i جزء سیستماتیک قابل مشاهده مطلوبیت و ε_i جزء غیرقابل مشاهده برای محقق می‌باشد که به عنوان جزء تصادفی با آن رفتار می‌شود. همان‌طور که در روابط فوق مشاهده می‌شود هرچه احتمال انتخاب گزینه‌ای بیشتر باشد، تفاوت در مطلوبیت مشاهده شده بزرگتر خواهد بود.

به‌منظور تجزیه و تحلیل یک آزمایش انتخاب گسسته، اطلاعات هر مخاطب باید به یک عدد مطلوبیت واحدی که ارزش کل آن پاسخ‌دهنده را نشان می‌دهد، تبدیل شود. کارکرد این رهیافت، تبدیل هر پروفایل چندمولفه‌ای به یک نقطه روی مجموعه اعداد حقیقی است. به عبارت دیگر مطلوبیت یک گزینه معادل با مجموع مطلوبیت مولفه‌های آن است. با در نظر گرفتن V_i به عنوان «تابع مطلوبیت غیرمستقیم شرطی» و با این فرض استاندارد که مطلوبیت به‌صورت خطی جمع‌پذیر است؛ مطلوبیت قابل مشاهده برای گزینه i به‌صورت زیر نوشته می‌شود.

$$V_i = \beta x_i \rightarrow U_i = \beta x_i + \varepsilon_i \quad (4)$$

که در آن x_i برداری است از مولفه‌ها برای گزینه i که می‌تواند شامل یک مولفه قیمت نیز باشد. با تقسیم ضرایب دو مولفه، نرخ‌های نهایی جانشینی میان دو مولفه از یک کالا یا سیاست تخمین‌زده می‌شوند. نرخ نهایی جانشینی، اهمیت متقابل مولفه‌های مورد نظر را نشان می‌دهد. با ثابت در نظر گرفتن سطح مطلوبیت کل می‌توان رابطه (۵) را نوشت:

$$\partial V_i = \beta x \partial_i = 0 \rightarrow MRS_{12} = -\frac{dx_{i1}}{dx_{i2}} = \frac{\beta_1}{\beta_2} \quad (5)$$

زمانی که یکی از مولفه‌ها، مولفه هزینه است (در پژوهش حاضر میزان مالیات پرداختی)، MRS نشان‌دهنده تمایل به پرداخت برای تغییر در مولفه کیفی خواهد بود. در واقع در نظر گرفتن مولفه قیمت، باعث می‌شود آزمایش انتخاب گسسته به فرایندی جهت استخراج تمایل به پرداخت تبدیل شود (سبحانیان و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۱-۱۹):

$$WTP_i = \frac{dx_i}{dU_{income}} = \frac{dx_i}{dp} = \frac{\beta_i}{-\beta_{price}} \quad (6)$$

لازم به توضیح است در مطالعات تجربی توزیع لجستیک بیشترین کاربرد را دارد که بر اساس آن مدل لاجیت شرطی به‌دست می‌آید (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۳۰):

$$P(j|C) = \frac{\exp(X_j' \beta + \beta_p P_j)}{\sum_{i \in C} \exp(X_i' \beta + \beta_p P_i)} \quad (7)$$

در مدل‌های لاجیت و پروبیت دوگانه، انتخاب تصمیم‌گیرندگان از بین دو گزینه صورت می‌گیرد. این در حالی است که در دنیای واقعی اغلب با انتخاب‌هایی مواجه هستیم که شامل بیش از دو گزینه است. سری‌های انتخاب دو طیف گسترده ترتیبی و غیرترتیبی دارند. در مدل‌های ترتیبی، متغیر وابسته دارای ماهیت رتبه‌بندی شده است (محمودی، ۱۳۹۷).

برای مثال در پژوهش حاضر برخی از مولفه‌ها همانند انصاف به سطوح مختلف مانند: به‌طور کامل منصفانه، منصفانه، بی‌تفاوت، غیرمنصفانه و به‌طور کامل غیرمنصفانه؛ تقسیم شده‌اند که نشانگر ترتیبی بودن مدل است. رگرسیون لاجیت ترتیبی فرضی می‌کند که ضرایب توصیف‌کننده روابط که از سطوح کم تا زیاد متغیر وابسته در نوسان هستند، دارای سهم‌های یکسان هستند که به این فرض، فرض رگرسیون‌های موازی گفته می‌شود. برای آزمون این فرض از دو آزمون نسبت راست‌نمایی و آزمون برنت^۱ استفاده می‌شود. فرض صفر این آزمون‌ها برابر بودن پارامترها (ضرایب) در بین مدل‌ها است. در این آزمون‌ها به دنبال معنی‌داری آماره χ^2 هستیم. اگر آماره χ^2 معنی‌دار باشد فرض رگرسیون‌های موازی نقض می‌شود، در غیر این صورت مدل لاجیت ترتیبی، مدلی صحیح جهت برآورد پارامترهاست. مقدار آماره χ^2 در آزمون رگرسیون‌های موازی از رابطه رابطه (۸) به دست می‌آید:

$$\chi^2 = -2(\log l_p - \log l_g) \quad (8)$$

که در این رابطه $\log l_p$ و $\log l_g$ به ترتیب نشانگر لگاریتم نسبت راست‌نمایی الگوی فعلی و الگوی عمومی می‌باشند. چنانچه χ^2 محاسبه شده از طریق رابطه فوق از χ^2 جدول بیشتر باشد، نشان‌دهنده معنی‌دار نبودن آزمون و قبول فرض صفر یا برازش صحیح الگوی فعلی می‌باشد (گرین و هنشر، ۲۰۰۹).

در خصوص معیار خوبی برازش الگوی لاجیت ترتیبی نیز می‌توان بیان داشت که در آن $Pseudo-R^2$ که مقداری بین صفر و یک دارد، تفسیر متداول و معمول R^2 را ندارد و در تفسیر آن تنها می‌توان گفت که با افزایش قدرت برازش الگو مقدار آن افزایش می‌یابد (قهرمان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵، ص ص. ۵۱-۵۲).

با توجه به این‌که اثر نهایی به ارزش‌های تمامی متغیرهای توضیحی وابسته است، تصمیم‌گیری برای به کارگیری ارزش‌های متغیرها در برآورد، بسیار حائز اهمیت است. به‌طور معمول اثر نهایی در ارزش‌های میانگین متغیرها محاسبه می‌شود. با توجه به اینکه مجموع احتمالات، همواره برابر یک است، بنابراین مجموع اثرات نهایی برای هر متغیر برابر صفر خواهد بود. لازم به ذکر است که محاسبه اثرات نهایی برای متغیرهای دوتایی به صورت مستقیم انجام نمی‌شود، در این مورد اثر نهایی به صورت اختلاف میان احتمالات در دو حالت ممکن محاسبه می‌شود. (پارساپور و همکاران، ۱۳۹۵ ص ص. ۲۴-۲۳).

الگوی تجربی مورد استفاده در مطالعه حاضر به‌صورت زیر است:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 SF + \beta_2 OE + \beta_3 RS + \beta_4 FE + \beta_5 PTH + \beta_6 SQ + \beta_7 FL + u \quad (9)$$

لازم به توضیح است جهت کمی کردن متغیرهای کیفی، سطوح تخصیص یافته به مولفه‌های شناسائی شده به شرح جدول ۳ کدگذاری شده است.

جدول (۳): جدول متغیرها

متغیر	نماد	نوع	توضیحات
انصاف	SF	مستقل	سنجش میزان ترجیح «رعایت انصاف در دریافت مالیات از مودی بر مبنای مالیات دریافتی از دیگران»

¹ Brant Test

² Greene & Hensher

کد ۱: به‌طور کامل غیرمنصفانه - کد ۲: غیرمنصفانه - کد ۳: نه منصفانه، نه غیر منصفانه - کد ۴: منصفانه - کد ۵: به‌طور کامل منصفانه			
سنجش میزان ترجیح «تطابق مصرف مالیات دریافتی از مودی با خواسته‌هایش» کد ۱: صفر درصد تطابق - کد ۲: ۲۵٪ تطابق - کد ۳: ۵۰٪ تطابق - کد ۴: ۷۵٪ تطابق - کد ۵: ۱۰۰٪ تطابق	مستقل	OE	احساس مالکیت
سنجش میزان ترجیح «رضایت مودی از وضعیت جامعه» کد ۱: به‌طور کامل ناراضی - کد ۲: ناراضی - کد ۳: نه راضی، نه ناراضی - کد ۴: راضی - کد ۵: به‌طور کامل راضی	مستقل	RS	احساس تیغ خوردن
سنجش ترجیح «وجود یا عدم وجود تلاش دیگران جهت تشویق مودی به پرداخت مالیات» کد ۰: ترجیح به عدم وجود - کد ۱: ترجیح به وجود	مستقل	FE	تلنگر
سنجش ترجیح «وجود یا عدم وجود احتمال بخشودگی جرایم در صورت عدم پرداخت مالیات» کد ۰: ترجیح به عدم وجود - کد ۱: ترجیح به وجود	مستقل	PTH	ریسک‌پذیری
سنجش ترجیح «وجود یا عدم وجود تلاش دولت در جهت توافق و قبول مالیات اظهاری مودی» کد ۰: ترجیح به عدم وجود - کد ۱: ترجیح به وجود	مستقل	SQ	ترجیح وضع موجود
سنجش ترجیح نوع «نگرش دیگران به مودی در صورت پرداخت مالیات» کد ۱: اثر منفی - کد ۲: فاقد اثر - کد ۳: اثر مثبت	مستقل	FL	نگرش دیگران
میزان تمایل به پرداخت مالیات کد ۱: صفر - کد ۲: ۲۵ - کد ۳: ۵۰ - کد ۴: ۷۵ - کد ۵: ۱۰۰ - کد ۶: ۱۲۵ - کد ۷: ۱۵۰ (همگی میلیون ریال)	وابسته	Y	مبلغ مالیات پرداختی

منبع: یافته‌های تحقیق

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- آمار توصیفی

اطلاعات شخصی نمونه ۱۰۴ نفری پژوهش حاضر که از میان مودیان مالیاتی حقیقی شهر تبریز انتخاب شده‌اند؛ به شرح جدول ۴ بود.

جدول (۴): اطلاعات شخصی پرسش‌شوندگان

عنوان	سؤال
جنسیت	مذکر ۹۰ نفر؛ مونث ۱۴ نفر.
سن (سال)	۱۸ لغایت ۴۰: ۷۵ نفر؛ ۴۱ لغایت ۶۰: ۲۶ نفر؛ بیش از ۶۰: ۳ نفر.
وضعیت تاهل	مجرد ازلی: ۳۲ نفر؛ مجرد به دلیل متارکه: ۲ نفر؛ مجرد به دلیل فوت همسر: ۱ نفر؛ متاهل: ۶۹ نفر.
تعداد فرزندان تحت تکفل	بدون فرزند: ۳۰ نفر؛ یک فرزند: ۲۶ نفر؛ دو فرزند: ۱۵ نفر؛ سه فرزند: ۱ نفر.
تعداد فرزندان خارج از تکفل	بدون فرزند: ۹۸ نفر؛ یک فرزند: ۲ نفر؛ دو و بیش از دو فرزند: ۴ نفر.
وضعیت بومی بودن	بومی تبریز: ۹۲ نفر؛ غیربومی: ۱۲ نفر.
سابقه زندگی در تبریز (افراد غیربومی)	کمتر از ده سال: ۳ نفر؛ ۱۱ لغایت ۲۰ سال: ۳ نفر؛ ۲۱ لغایت ۳۰ سال: ۴ نفر؛ بیش از ۳۰ سال: ۲ نفر.
وضعیت محل سکونت	مالک: ۵۶ نفر؛ مستاجر: ۱۴ نفر؛ سایر: ۳۴ نفر (۳۲ نفر مجرد)
شغل	تولیدی: ۲۰ نفر؛ بازرگانی: ۴۴ نفر؛ خدماتی: ۴۰ نفر.
علاقه به شغل	علاقه دارم: ۸۶ نفر؛ علاقه ندارم: ۱۸ نفر.
سابقه فعالیت	کمتر از ده سال: ۶۵ نفر؛ ۱۱ لغایت ۲۰ سال: ۲۴ نفر؛ ۲۱ لغایت ۳۰ سال: ۸ نفر؛ بیش از ۳۰ سال: ۷ نفر.
وضعیت تصاحب محل فعالیت	مالک ملک: ۱۸ نفر؛ فقط مالک سرقفلی: ۱۵ نفر؛ مستاجر: ۶۷ نفر؛ سایر: ۴ نفر.
برگزاری دوره مالیاتی توسط اتحادیه یا ...	برگزاری: ۲ نفر؛ عدم برگزاری: ۷۲ نفر؛ عدم شرکت: ۳ نفر؛ فاقد اطلاعات: ۱۰ نفر؛ فاقد اتحادیه: ۱۷ نفر.
تعداد دوره‌ها در سال	یک دوره: ۱ نفر؛ ۳ دوره: ۱ نفر.
ساعات دوره‌ها در سال	۲ ساعت: ۱ نفر؛ ۶ ساعت: ۱ نفر.
سطح تحصیلات	بی‌سواد: ۱ نفر؛ زیردیپلم: ۸ نفر؛ دیپلم و فوق دیپلم: ۲۹ نفر؛ کارشناسی: ۳۳ نفر؛ بالاتر از کارشناسی: ۳۳ نفر؛ حوزوی: صفر نفر.
همخوانی رشته تحصیلی با شغل	همخوانی دارد: ۳۹ نفر؛ همخوانی ندارد: ۵۶ نفر؛ فاقد مدرک: ۹ نفر.

منبع: یافته‌های تحقیق

۴-۲- نتایج تخمین مدل

پس از جمع‌آوری اطلاعات حاصل از پرسشنامه‌های تکمیل شده، نسبت به تحلیل اطلاعات در نرم‌افزار STATA 13 و در قالب مدل لاجیت ترتیبی اقدام گردید که نتایج به شرح جداول ۵ و ۶ است:

جدول (۵): برازش مدل لاجیت ترتیبی برای سال اول

متغیر	بازار آزاد	بازار دولتی	بازار خصوصی	بازار دولتی	بازار خصوصی
حساسیت به انصاف	۰/۲۱۱	۰/۰۵۹	۳/۵۹	۰/۰۰۰	۰/۰۹۶
اثر مالکیت	۰/۵۶۰	۰/۰۷۲	۷/۶۸	۰/۰۰۰	۰/۴۱۷
احساس تیغ‌زده شدن	۰/۰۵۷	۰/۰۴۳	۱/۳۳	۰/۱۸۲	-۰/۰۲۷

اثر تلنگر	۰/۵۹۶	۰/۱۴۰	۴/۲۳	۰/۰۰۰	۰/۳۲۰	۰/۸۷۲
نظریه چشم‌انداز	-۱/۳۳۵	۰/۱۶۸	۷/۹۴	۰/۰۰۰	-۱/۶۶۵	-۱/۰۰۶
سوگیری به حال	۰/۵۵۵	۰/۱۴۰	۳/۹۷	۰/۰۰۰	۰/۲۸۱	۰/۸۲۹
ترس از دست دادن احترام	۰/۱۳۹	۰/۱۱۸	۱/۱۸	۰/۲۳۸	-۰/۰۹۲	۰/۳۷۱

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۶): برازش مدل لاجیت ترتیبی برای سال دوم

متغیر	تغییرات	معیار خطای	آماره	احتمال مقدار	اطمینان ۹۵٪	فاصله
حساسیت به انصاف	۰/۰۹۰	۰/۰۶۳	۱/۴۳	۰/۱۵۲	-۰/۳۳	۰/۲۱۴
اثر مالکیت	۰/۴۴۶	۰/۰۸۰	۵/۵۸	۰/۰۰۰	۰/۲۸۹	۰/۶۰۲
احساس تیغ‌زده شدن	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	۱/۰۱	۰/۳۱۴	-۰/۰۴۱	۰/۱۲۸
اثر تلنگر	۰/۹۳۸	۰/۱۴۶	۶/۴۰	۰/۰۰۰	۰/۶۵۱	۱/۲۲
نظریه چشم‌انداز	-۱/۲۸۵	۰/۱۷۶	-۷/۲۸	۰/۰۰۰	-۱/۶۳	-۰/۹۳۹
سوگیری به حال	۰/۳۱۹	۰/۱۵۶	۲/۰۵	۰/۰۴۰	۰/۰۱۴	۰/۶۲۵
ترس از دست دادن احترام	۰/۶۲۸	۰/۱۳۵	۴/۶۷	۰/۰۰۰	۰/۳۶۴	۰/۸۹۲

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون صحت فرض احتمالات متناسب: جهت آزمون صحت فرض احتمالات متناسب یا رگرسیون‌های موازی، از آزمون برنت استفاده شد. با در نظر گرفتن مقدار و سطح معنی‌داری کلی آماره χ^2 (۲۲۷/۳۹ و ۲۴۶/۷۹) ارزش پارامترهای وضعیت برای تمامی گروه‌های پاسخ، ثابت و یکسان بوده و فرض رگرسیون‌های موازی رد نمی‌شود.

- حساسیت به انصاف: جهت سنجش اثر «حساسیت به انصاف» بر رفتار مالیاتی، سطوح مختلفی با عنوان «میزان رعایت انصاف ترجیحی در دریافت مالیات در برابر مالیات دریافتی از دیگران» و در کنار سطوح مختلف سایر مولفه‌ها در برابر پاسخ‌دهنده قرار گرفت تا مجموعه انتخاب شده توسط پاسخ‌دهنده مورد سنجش قرار گیرد. طبق نتایج حاصله، ضریب «حساسیت به انصاف» در سال اول ۰/۲۱۱ با خطای استاندارد ۰/۰۵۹ و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ است که نشان‌دهنده اثر مثبت و معنادار آن بر رفتار مالیاتی است. لیکن در سال دوم، ضریب به ۰/۰۹۰ با خطای استاندارد ۰/۰۶۳ و مقدار p به ۰/۱۵۲ رسیده است. این بدان معناست که در سال دوم، اثر «حساسیت به انصاف» بر رفتار مالیاتی به صورت آماری معنادار نمی‌باشد. کاهش ضریب و از دست رفتن معنی‌داری آماری، نشان‌دهنده تضعیف تاثیر عامل «حساسیت به انصاف» در طول زمان است. همچنین مقایسه نتایج در طی سال اول و دوم نشان می‌دهد که اثر حساسیت به انصاف در شکل‌دهی به رفتار مالیاتی در طول زمان دچار افت شده است و این افت نشان می‌دهد که «حساسیت به انصاف» یک تاثیر موقت و شوک‌مانند بر رفتار مالیاتی دارد و تاثیر بلندمدت آن بر رفتار مالیاتی، به طور کامل تضمین شده نیست.

- **اثر مالکیت:** جهت سنجش تاثیر «اثر مالکیت» بر رفتار مالیاتی، سطوح مختلفی با عنوان «میزان تطابق مصرف مالیات دریافتی از شما با خواسته‌های شما» و در کنار سطوح مختلف سایر مولفه‌ها در برابر پاسخ‌دهنده قرار گرفت تا مجموعه انتخاب شده توسط پاسخ‌دهنده مورد سنجش قرار گیرد. ضریب اثر مالکیت در سال اول ۰/۵۶۰ با خطای استاندارد ۰/۰۷۲ و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ است که نشان‌دهنده تاثیر مثبت و معنادار «اثر مالکیت» بر رفتار مالیاتی است. به عبارت دیگر مودیان ترجیح می‌دهند احساس کنند، مالک مالیات پرداختی خود هستند و در قبال مالیات پرداختی خود از دولت خدمات دریافت می‌نمایند که در آن صورت تمایل بیشتری به تمکین مالیاتی خواهند داشت. همچنین در سال دوم، ضریب اثر مالکیت به ۰/۴۴۶ با خطای استاندارد ۰/۰۸۰ و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ کاهش یافته است. این ضریب اگرچه هنوز هم اثر مثبت و معناداری دارد، اما شدت آن نسبت به سال اول کاهش یافته و نشانگر این مطلب است که با گذشت زمان، تاثیر «اثر مالکیت» بر رفتار مالیاتی ضعیف‌تر می‌شود. در نتیجه مداخلات برای تغییر رفتار مالیاتی بر اساس این عامل، باید در طول زمان به صورت مداوم و با توجه به تغییرات احتمالی در عوامل دیگر و سنجش درک مودیان از سیستم مالیاتی انجام شود.

- **احساس تیغ‌زده شدن:** جهت سنجش اثر «احساس تیغ‌زده شدن» بر رفتار مالیاتی، سطوح مختلفی با عنوان «میزان رضایت شما از وضعیت جامعه (وضعیت اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ...)» و در کنار سطوح مختلف سایر مولفه‌ها در برابر پاسخ‌دهنده قرار گرفت تا مجموعه انتخاب شده توسط پاسخ‌دهنده مورد سنجش قرار گیرد. در سال اول ضریب «احساس تیغ‌زده شدن» ۰/۰۵۷ با خطای استاندارد ۰/۰۴۳ و مقدار p برابر ۰/۱۸۲ است که نشانگر عدم وجود رابطه معنادار و قابل توجه بین ترجیحات مودیان به میزان رضایت از وضعیت جامعه و رفتار مالیاتی در سال اول است. در سال دوم، ضریب همبستگی «احساس تیغ‌زده شدن» ۰/۰۴۳ با خطای استاندارد ۰/۰۴۳ و مقدار p برابر ۰/۳۱۴ است که نشان می‌دهد، همانند سال اول اثر «احساس تیغ‌زده شدن» در سال دوم نیز ارتباط معناداری با رفتار مالیاتی ندارد. به عبارت دیگر در محدوده داده‌های مورد بررسی، این مولفه نقش موثری در تعیین رفتار مالیاتی مودیان نداشته است.

- **اثر تلنگر:** ترجیح به وجود یا عدم وجود تلاش دیگران (خانواده، دوستان، همکاران، اساتید دانشگاه و حوزه، سلبریتی‌ها و ...) جهت تشویق پاسخ‌دهندگان به پرداخت مالیات به عنوان مولفه سنجش «اثر تلنگر» بر رفتار مالیاتی مورد استفاده قرار گرفت. در سال اول ضریب «اثر تلنگر» ۰/۵۹۶ با خطای استاندارد ۰/۱۴۰ و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ است که نشانگر وجود اثر مثبت و معنادار بر رفتار مالیاتی است. به عبارت دیگر، وجود انگیزه‌ها و تلنگرهای خارجی (به‌طور مثال کمپین‌های تبلیغاتی و...) تاثیر معناداری بر رفتار مالیاتی دارد. در سال دوم، ضریب اثر تلنگر به ۰/۹۳۸ با خطای استاندارد ۰/۱۴۶ و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ افزایش یافته است که نشانگر ادامه اثر مثبت و معنادار آن بر رفتار مالیاتی است. لازم به توضیح است افزایش ضریب «اثر تلنگر» در سال دوم نسبت به سال اول نشانگر این موضوع است که «اثر تلنگر» با گذشت زمان اثر بیشتری از خود به جای می‌گذارد و طراحی و اجرای سیاست‌های تلنگری مناسب می‌تواند تاثیر قابل توجهی بر رفتار مالیاتی مودیان داشته باشد.

- **نظریه چشم‌انداز:** جهت سنجش اثر «نظریه چشم‌انداز» بر رفتار مالیاتی به بررسی ترجیح وجود یا عدم وجود احتمال بخشودگی جرایم در صورت عدم پرداخت مالیات پرداخته شد. ضریب همبستگی بین «نظریه چشم‌انداز» و «رفتار مالیاتی» در سال اول ۱/۳۳۵- با خطای استاندارد ۰/۱۶۸ و مقدار p کمتر از ۰/۰۰۱ است. این نشان می‌دهد که

اثر «نظریه چشم‌انداز» دارای اثر منفی و معنادار بر رفتار مالیاتی است. یعنی هرچه احتمال وجود بخشودگی جرایم بیشتر باشد مودیان تمایل کمتری به تمکین مالیاتی دارند. در سال دوم نیز، ضریب همبستگی میزان $1/285$ - با خطای استاندارد $0/176$ را نشان می‌دهد و مقدار p کمتر از $0/01$ است. اگرچه هنوز هم اثر منفی و معناداری دارد و همچنان به معنای تاثیر وجود بخشودگی جرایم بر فرار مالیاتی است، اما شدت آن نسبت به سال اول کاهش یافته است. کاهش ضریب همبستگی نشان می‌دهد که با گذشت زمان، تاثیر منفی «نظریه چشم‌انداز» بر رفتار مالیاتی ضعیف‌تر می‌شود. یعنی تاثیر سایر عوامل بر رفتار مالیاتی در گذر زمان، تاثیر منفی «نظریه چشم‌انداز» بر رفتار مالیاتی را تعدیل می‌کنند. کاهش اثر این مولفه در طول زمان، لزوماً به معنای کاهش اهمیت آن نیست؛ بلکه می‌تواند به معنای تغییر نقش آن در مقابل عوامل دیگر باشد.

- **سوگیری به حال:** معناداری اثر «سوگیری به حال» بر رفتار مالیاتی از طریق بررسی ترجیح بر وجود یا عدم وجود تلاش دولت در جهت توافقی و قبول مالیات اظهاری پاسخ‌دهندگان انجام گرفت در سال اول ضریب همبستگی میزان $0/555$ با خطای استاندارد $0/140$ و مقدار p کمتر از $0/01$ می‌باشد که رابطه مثبت و معنی‌داری بین «سوگیری به حال» و رفتار مالیاتی نشان می‌دهد. با توجه به اینکه در سال دوم ضریب همبستگی $0/319$ با خطای استاندارد $0/156$ و مقدار p ، $0/40$ است؛ بنابراین «سوگیری به حال» همچنان رابطه معناداری با رفتار مالیاتی دارد لیکن کاهش ضریب همبستگی نشان‌دهنده ضعیف‌تر شدن رابطه این دو با یکدیگر در طول زمان است.

- **ترس از دست دادن احترام:** جهت سنجش اثر «ترس از دست دادن احترام» بر رفتار مالیاتی ترجیحات پاسخ‌دهنده بین سطوح مختلف نگرش دیگران به مودی در صورت پرداخت مالیات، مورد بررسی قرار گرفت که در سال اول ضریب همبستگی میزان $0/139$ را با خطای استاندارد $0/118$ نشان می‌دهد و مقدار p نیز $0/238$ است و نشانگر عدم وجود رابطه قابل توجه و معنادار بین «ترس از دست دادن احترام» و «رفتار مالیاتی» است. در سال دوم ضریب همبستگی میزان $0/628$ و خطای استاندارد $0/134$ بوده و مقدار p کمتر از $0/01$ است که به معنای رابطه مثبت و معنی‌دار بین «ترس از دست دادن احترام» و «رفتار مالیاتی» است. این یافته با نتایج سال اول در تضاد است و می‌تواند به این معنی باشد که مودیان به مرور زمان، به واسطه عوامل مختلف نسبت به عواقب اجتماعی رفتار مالیاتی خود حساس‌تر شده‌اند و «ترس از دست دادن احترام» به عامل مهمی در تصمیم‌گیری تبدیل شده است. به عبارت دیگر تاثیر «ترس از دست دادن احترام» بر رفتار مالیاتی به شدت به سایر مولفه‌ها وابسته است.

۵- نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی اثر سوگیری‌های شناختی بر رفتار مالیاتی مودیان و در راستای تغییر عادت فرار مالیاتی به عادت تمکین مالیاتی صورت گرفت. یافته‌ها نشان داد که برخی سوگیری‌ها از جمله «اثر مالکیت»، «اثر تنگ‌ر»، «نظریه چشم‌انداز» و «سوگیری به حال» به‌طور معناداری بر تمکین یا فرار مالیاتی موثر هستند، در حالی که «حساسیت به انصاف» اثری موقتی و ناپایدار و «ترس از دست دادن احترام» اثری بلندمدت اما وابسته به شرایط بر رفتار مالیاتی دارد. همچنین بین «احساس تیغ‌زده شدن» و «رفتار مالیاتی رابطه معناداری مشاهده نشد.

- **اثر مالکیت:** نتایج حاصله در خصوص «اثر مالکیت» به این معناست که اگرچه احساس مالکیت نقش مهمی در تصمیم‌گیری مالیاتی مودیان دارد و مودیان ترجیح می‌دهند مابه‌ازای مالیاتی پرداختی خود را دریافت نمایند؛ اما این

اثر ثابت نیست و می‌تواند در طول زمان تحت تاثیر عوامل دیگر تغییر کند. بنابراین پیشنهاد می‌گردد ضمن بررسی ترجیحات مودیان در مورد محل و نوع مصرف مالیات پرداختی، سیاست‌گذاری‌های لازم در جهت قابلیت ردیابی محل مصرف مالیات پرداختی توسط مودیان برای آنان فراهم و گزارش مستمری نیز به مودیان ارائه گردد. نتیجه به‌دست آمده با یافته‌های عسگری و همکاران (۱۳۹۹)، یانگ (۲۰۲۳)، مارتینت و همکاران (۲۰۲۳)، اولسن و همکاران (۲۰۱۸) و خادمی گراشی (۱۳۹۹) همخوانی دارد.

- **اثر تلنگر:** معنادار بودن مثبت تاثیر «اثر تلنگر» بر رفتار مالیاتی مودیان، به معنای تاثیر مثبت تلاش دیگران در جهت تشویق مودیان به پرداخت مالیات است و نشان می‌دهد که طراحی و اجرای سیاست‌های تلنگری مناسب و استفاده از ظرفیت تشویق به پرداخت مالیاتی توسط دیگران، می‌تواند تاثیر قابل توجهی بر رفتار مالیاتی داشته باشد. نتایج حاصله با یافته‌های عسگری و همکاران (۱۳۹۹)، محمدی‌پور و همکاران (۱۴۰۲)، نار (۲۰۱۵) و تیلر (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

- **نظریه چشم‌انداز:** با توجه به مولفه «بخشودگی جرائم در صورت عدم پرداخت مالیات صحیح»، معنادار بودن منفی اثر «نظریه چشم‌انداز» بر رفتار مالیاتی؛ نشانگر تاثیر منفی بخشودگی جرائم بر رفتار مالیاتی مودی است. به عبارت دیگر با افزایش احتمال اعطای بخشودگی‌های مختلف، احتمال ارائه اظهارنامه صحیح و پرداخت مالیات اظهاری توسط مودیان مالیاتی کاهش خواهد یافت. بنابراین پیشنهاد می‌گردد سیاست‌گذاری‌های لازم در جهت حرکت به سوی حذف کامل بخشودگی جرائم مالیاتی اعمال گردد. نتایج به دست آمده با یافته‌های موسوی جهرمی و دهقان (۲۰۱۹) و عسگری و همکاران (۱۳۹۹) در مورد تاثیر «نظریه چشم‌انداز» بر رفتار مالیاتی، مشابهت داشته‌اند.

- **سوگیری به حال:** نتایج به دست آمده در خصوص «سوگیری به حال» نشانگر این موضوع است که تلقی مودی از میزان تلاش دولت در جهت توافق و قبول مالیات اظهاری مودی، در جهت بهبود رفتار مالیاتی و ارائه اظهارنامه صحیح مالیاتی، تاثیر مثبت دارد و در صورت ایجاد اعتماد دو طرفه بین سازمان امور مالیاتی (به‌عنوان نماینده دولت و مودی) میزان تمکین مالیاتی افزایش خواهد یافت. بنابراین می‌توان با سیاست‌گذاری‌های لازم در جهت افزایش اعتماد مودی به سازمان در جهت بهبود رفتار مالیاتی مودی اقدام نمود. یافته‌های تحقیق با نتایج عسگری و همکاران (۱۳۹۹)، آرایی و حاج محمود عطار (۱۴۰۱) و سجودی و همکاران (۱۴۰۳)، همخوانی دارد.

- **ترس از دست دادن احترام:** نتایج حاصل از پژوهش در خصوص «ترس از دست دادن احترام» می‌تواند حاکی از وقفه در معنادار بودن و قابلیت تغییر در میزان معناداری این مولفه باشد. بنابراین ضروری است ضمن بررسی اثرات این مولفه بر رفتار مالیاتی در درازمدت، سیاست‌گذاری‌های لازم در جهت ایجاد تاثیر بیشتر و مثبت این مولفه بر تمکین مالیاتی انجام گیرد. نتایج به دست آمده با نتایج تحقیقات صامتی و همکاران (۱۳۹۴)، دهقان منشادی و روشن (۱۳۹۴)، باقری و همکاران (۱۳۹۸)، برزیده و ابراهیمی درده (۱۳۹۸) مبنی بر تاثیر قطعی این مولفه بر رفتار مالیاتی همخوانی ندارد؛ لیکن با نتایج اولسن و همکاران (۲۰۱۸) مبنی بر تاثیر سایر پارامترها بر تاثیر این پارامتر بر رفتار مالیاتی مشابهت دارد.

- **حساسیت به انصاف:** معنادار بودن «حساسیت به انصاف» در سال اول و معنادار نبودن این مولفه در سال دوم حاکی از موقتی بودن تاثیر این مولفه بر رفتار مالیاتی مودی دارد. به عبارت دیگر این سوگیری بیشتر به عنوان یک شوک وارد مدل می‌شود لیکن قابلیت تغییرات بلندمدت در حلقه عادت را ندارد. این موضوع حکایت از ضرورت توجه

به پویایی عوامل رفتاری و طراحی سیاست‌های پایدار و مداوم برای حفظ اعتماد و حس انصاف در مودیان مالیاتی را دارد و نشان می‌دهد که جهت بهبود رفتار مالیاتی مودیان تنها تمرکز بر ایجاد حس وجود انصاف مالیاتی بین مودیان کفایت نمی‌کند؛ بلکه سیاست‌گذاران و مسئولین ذی‌ربط نیاز به سیاست‌گذاری‌های لازم جهت تقویت اعتماد مودیان به سیستم مالیاتی را دارند. نتایج به دست آمده با نتایج تحقیقات رمضانی و فتحی (بدون تاریخ)، عسگری و همکاران (۱۳۹۹)، محمدی پور و همکاران (۱۴۰۲)، سجودی و همکاران (۱۴۰۳) و لوفور و همکاران (۲۰۱۵) همخوانی ندارد. همچنین نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر مبنی بر عدم معناداری رابطه بین «احساس تیغ زده شدن» و «رفتار مالیاتی» با نتایج به دست آمده از تحقیقات دهقان منشادی و روشن (۱۳۹۴)، عسگری و همکاران (۱۳۹۹)، دانینگ و همکاران (۲۰۱۷) و فری و توگلر (۲۰۰۷) منافات دارد.

یافته‌های پژوهش حاضر نشانگر تاثیر برخی از مفاهیم اقتصاد رفتاری بر رفتار مالیاتی است و نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران و مسئولین مرتبط در زمینه مالیات می‌توانند ضمن شناسایی سوگیری‌های موثر در زمینه رفتار مالیاتی، سیاست‌گذاری‌های لازم در راستای استفاده از مفهوم «قدرت عادت» را انجام دهند و زمینه ایجاد عادت‌های پایدار در جهت بهبود رفتار مالیاتی مودیان و تبدیل عادت فرار مالیاتی به عادت تمکین مالیاتی را فراهم نمایند. این سیاست‌ها به‌طور خاص می‌تواند شامل تقویت شفافیت در مصرف مالیات (جهت استفاده از سوگیری اثر مالکیت)، طراحی مداخلات رفتاری و تلنگرهای مناسب (جهت استفاده از سوگیری اثر تلنگر)، کاهش وابستگی به بخشودگی جرائم (در راستای نظریه چشم‌انداز)، و ارتقای اعتماد متقابل میان مودیان و سازمان امور مالیاتی (جهت استفاده از سوگیری به حال) باشد.

لازم به ذکر است با توجه به محدودیت‌های موجود، این پژوهش تنها در بین مودیان بخش مشاغل شهرستان تبریز انجام گرفت. بنابراین با توجه به پویا بودن مقوله فرهنگ و رفتار، قابل تغییر بودن عادات و نیز تفاوت‌های موجود در فرهنگ‌های مختلف که نشانگر ضرورت انجام مطالعات گسترده‌تر در سطح ملی و در زمان‌های مختلف است و نیز در جهت تبیین دقیق‌تر نقش قدرت عادت و سوگیری‌های شناختی در شکل‌دهی فرهنگ مالیاتی، پیشنهاد می‌گردد این پژوهش به‌صورت کشوری و در استان‌ها و شهرستان‌های مختلف و در مقاطع زمانی مختلف انجام گیرد تا امکان سیاست‌گذاری‌های بهتر در راستای تقویت فرهنگ مالیاتی فراهم گردد.

تضاد منافع

نویسندگان نبود تضاد منافع را اعلام می‌دارند.

فهرست منابع

1. Abbaszadeh, N., Ahmadian, M., Rahbar, F., & Abrishmi, H. (2013). Application of the choice experiment method in estimating the willingness to pay of Iranian households to avoid power outages. *Quarterly Journal of Economic Research*, 48(4), 119-143 (In Persian).
2. Alm, J. (2012). Measuring, explaining, and controlling tax evasion: lessons from theory, experiments, and field studies. *Int Tax Public Finance*, 19, 54-77.
3. Amiri, M. (2017). Behavioral economics and tax evasion. *Economics Research*, 64, 95-130 (In Persian).
4. Araei, V., Haj Mahmoud Attar, F. (2022). The effect of trust in government on voluntary compliance of taxpayers with the mediating role of tax justice perception. *Financial Accounting and Auditing Researches*, 14(56), 243-264. (In Persian).
5. Asgari, H., Roozitalab, A., & Mansouri, A. (2021). Behavioral analysis of willingness to pay taxes (a case study of semnan industrial town). *Journal of Tax Research*, 29(49), 7-32 (In Persian).
6. Bagheri, B., Babajani, J., & Barzideh, F. (2019). Tax compliance factors in Iranian tax system. *Empirical Research in Accounting*, 9(1), 284-313 (In Persian).
7. Barzideh, F., & Ebrahimi Dardeh, S. (2019). Ranking effective behavioural factors affecting non-compliance in business tax from the professional perspective. *Journal of Tax Research*, 27(42), 43-72 (In Persian).
8. Centre for International Economics. (2001). *Review of willingness-to-pay methodologies*. (Prepared for Independent Pricing and Regulatory Tribunal of NSW). Canberra & Sydney.
9. Choi, J. H., & Kleiman, A. J. (2023). Subjective costs of tax compliance. *Minn. L. Rev.*, 108, 1255.
10. Congdon, W.J. Kling, J.R. Mullinathan, S. (2016). *Policymaking and choice: public sector economics through the lens of behavioral economics*. (Translated by Mostafa Nasr Esfahani). National Planning and Budget Organization (In Persian).
11. Dehghan, S. (2018). *Studying the effect of tax penalties and incentives on taxpayer compliance behavior using the perspective theory approach*. PhD thesis, Islamic Azad University, Arak Branch (In Persian).
12. Dehghan Manshadi, F., & Roshan, A. (2015). *Presenting a model for analyzing cultural factors affecting tax compliance (Investigating the role of financial corruption, cultural norms and social values on tax compliance)*. 9th Iranian Conference on Fiscal and Tax Policies, Tehran (In Persian).
13. Duhigg, Ch. (2019). *The Power of Habit*. (Translated by: Asghar Androudi), Dorr Danesh Bahman (In Persian).
14. Dunning, T., Monestier, F., Pineiro, R., Rosenblatt, F., & Tuñón, G. (2017). Is paying taxes habit forming? Theory and evidence from Uruguay. *University of California-Berkeley Working Paper*.
15. Ghahremanzadeh, M., Pishbahar, I., Einollahi, M., & Ferdosi, R. (2016). Identification of factors affecting agricultural credits repayment in maragheh county: an application of ordered logit model. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 47(1), 47-55 (In Persian).
16. Godefroid, M. E., Plattfaut, R., & Niehaves, B. (2023). How to measure the status quo bias? A review of current literature. *Management Review Quarterly*, 73(4), 1667-1711.
17. Greene, W. H., & Hensher, D. A. (2010). *Modeling ordered choices: A primer*. Cambridge University Press.
18. Haghjou, M. (2016). *Estimating the Economic Value of Arasbaran Forest (Comparing Choice Experiment and Contingent Ranking Approaches)*. PhD thesis, University of Tabriz, Tabriz (In Persian).
19. Hauptman, L., & Pavić, I. (2025). Sustainable Tax and Accounting Reporting in Building a New Tax Culture. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(6), 306.
20. Hasas Yeganeh, Y., Ebrahimi Sarveolia, M. H., Alasvand, F., & Delavar, A. (2019). Importance of factors influencing intention to pay tax from the perspective of tax payers: Case study: Taxpayers of

- iranian national tax admission organization-tehran. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 8(29), 203-214 (In Persian).
21. Khademi Gerashi, M. (2021). Why do I have to pay my income taxes? The effects of taxpayer's perceived value on commitment to pay in light of the possibility of tax evasion. *Management and Development Process*, 33(4), 97-114 (In Persian).
22. Khan Mohammadi, M.H., Karimi, S., Jafari, S.M. (2019). Designing a corporate tax compliance model based on grounded theory in the Iranian tax system. *Quarterly Scientific Research Journal of Accounting and Management Auditing Knowledge*, 63, 163-178 (In Persian).
23. Kurokawa, H., Mori, T., & Ohtake, F. (2020). A choice experiment on taxes: Are income and consumption taxes equivalent?. *Journal of Behavioral Economics and Finance*, 13, 53-70.
24. Iari Dashtbayaz, M., Ghaemmaghami, K., & Kahromi, G. (2016). The factors affect on tax evasion in south khorasan province :An emphasis on cultural dimentions. *Iranian journal of Value & Behavioral Accounting*, 1(1), 139-164 (In Persian).
25. Lefebvre, M., Pestieau, P., Riedl, A., & Villeval, M. C. (2015). Tax evasion and social information: an experiment in Belgium, France, and the Netherlands. *International Tax and Public Finance*, 22(3), 401-425.
26. Mahmoudi, H. (2018). *Identifying factors affecting the preferences of organic tea consumers under the hypothesis of bias reduction and absenteeism characteristics in the choice test (case study of Tehran region one)*. PhD thesis, University of Tabriz, Tabriz (In Persian).
27. Bjørnåvold, A., David, M., Mermet-Bijon, V., Beaumais, O., Crastes dit Sourd, R., Van Passel, S., & Martinet, V. (2023). To tax or to ban? A discrete choice experiment to elicit public preferences for phasing out glyphosate use in agriculture. *PLoS One*, 18(3), e0283131.
28. Martinet, V., David, M., Mermet-Bijon, V., & Sourd, R. C. D. (2025). Cost vector effects in forced-choice discrete choice experiments: Assessing the acceptability of future glyphosate policies. *Journal of choice modelling*, 55, 100550.
29. Mirshkari, A., & Hosseini, F. (2023). A comparative study of the way of compensation for moral damages: with emphasizing the judicial procedure of Iran. *The Judiciarys Law Journal*, 87(121), 351-378 (In Persian).
30. Mohammadi, M., Gharakhani, S., Sameti, M., & Amiri, H. (2024). Simulating approaches to improve tax payments and reduce tax evasion behavior: an agent-based model. *Economic Research*, 58(4), 661-694 (In Persian).
31. Mohammadipour, R., Rabi Beigi, H., Norush, I., & Saleh, R. (1402). Presenting a model of tax morale with a grounded theory approach. *Quarterly Journal of Financial Economics*. 17(2), 226-193 (In Persian).
32. Mousavi jahromi, Y., Abdi, M., & Gholami, E. (2015) Computing iran's VAT expenditures. *Journal of Tax Research*, 73(25), 45-69 (In Persian).
33. MOUSAVI, J. Y. (2019). Investigating the behavior of individual business taxpayers: Behavioral economics approach.
34. Nar, M. (2015). The effects of behavioral economics on tax amnesty. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(2), 580-589.
35. Olsen, J., Kang, M., & Kirchler, E. (2018). 13 Tax Psychology. *The Cambridge handbook of psychology and economic behaviour*, 11(8,296), 405.
36. Parsapour, S., Rafiy, H., & Rahnama, A. (2016). Socio-economic factors affecting overnight stays of domestic tourists (case study: Mashhad). *Social Studies in Tourism*, 7, 1-10 (In Persian).
37. Rezaee, M., Maddah, M., & Mousavi Jahromi, Y. (2021). Investigating the effects of establishing a local taxation system on long- run regional economic growth in iran: Error-correction models approach. *Economic Growth and Development Research*, 11(42), 34-15 (In Persian).
38. Richardson, G. (2008). The relationship between culture and tax evasion across countries: Additional evidence and extensions. *Journal of international accounting, auditing and taxation*, 17(2), 67-78.

39. Salehnia, M. (2016). *Investigating the heterogeneity of household preferences regarding the restoration of Lake Urmia using multilevel latent class and hierarchical Bayesian models*. PhD thesis, University of Tabriz, Tabriz (In Persian).
40. Sameti, M., Amiri, H., & Heydari, Z. (2016). The effect of tax morale on tax compliance (case study isfahan city). *Journal of Economic Research and Policies*, 23(75), 231-262 (In Persian).
41. Sobhanian, S. M. H., Ebadi, J., Mehrara, M., & Akhavan Behbahani, A. (2015). Discrete choice experiment, an efficient approach to economic valuation of benefits in health projects and policies. *Majlis and Rahbord*, 21(80), 5-37 (In Persian).
42. Sojoodi, S., Rezghi Ilkhchi, H., & Azizi Norouzabadi, E. (2024). Factors affecting tax compliance based on the theory of planned behavior: an investigation of taxpayers in the city of tabriz. *Journal of Tax Research*, 32(62), 95-132 (In Persian).
43. Tahvili, A., & Hadian, E. (2013). Tax evasion and its determinants in the iranian economy (1971-2007). *Economic and Planning Research*, 18(2), 39-58 (In Persian).
44. Thaler, R., & Sunstein, C. (2018). *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. (Translated by: Mehdi Habib Ollahi, Bahar Shirzadi, Kowsar Izak Shirian). Shafaf Publications (In Persian).
45. Thaler, R. (2017). *Misbehaving: The making of behavioral Economics* (Translated by: Behnam Shahai). Mehraban Book Institute (In Persian).
46. Throsby, D. (2012). *Economy and culture*. (Translated by: Kazem Farhadi). Ney Publishing (In Persian).
47. Weber, T. O., Fookien, J., & Herrmann, B. (2014). Behavioural economics and taxation. *European Commission Taxation Papers*.
48. Yang, W. The Endowment Effect: A Behavioural Economic Perspective on Land Use Policy, Environmental Protection and Taxation.
49. Zehi, N. & Mohammadkhanli, S. (2011). A study on factors affecting tax evasion (a case study of east azerbaijan province). *Journal of Tax Research*, 18(9), 25-60 (In Persian).