



Identifying and Ranking the Effective Factors on Increasing the Participation of Iranians in Paying Taxes


Mohsen Niazi

Professor of Social Sciences, Faculty of Humanities, Kashan University, Kashan, Iran.
Niazim@kashanun.ac.ir  0000-0002-6306-9617


Akbar Zolfaghari

Assistant Professor of Political Science-Development, Department of Political Science, Faculty of Law and Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran (Corresponding author).
akbarzolfaghari@pnu.ac.ir  0000-0003-3017-5576

Elham Rezaei

Master's Student of Social Science Research, Kashan University, Kashan, Iran.
Rezaieelham22@gmail.com  0000-0001-5485-785X

Sokoofeh Abshirin

Master's Student of Social Science Research, Kashan University, Kashan, Iran.
Shokoofeh3390@gmail.com  0000-0002-6465-0171

Abstract

Introduction: Public participation of people in economic, cultural, political and social affairs is one of the important indicators of development in developed countries. Public participation in paying taxes is one of the important indicators of economic development. For this reason, it is inevitable to know the factors of occurrence and escalation of payment or tax evasion, and to prepare and present solutions and practical-scientific proposals. Therefore, the present research will try to investigate, identify and rank the factors affecting the increase of public participation in paying taxes in Iran.

Method: The present research is a qualitative interpretive structural model. The statistical population includes the employees of the tax department of Tehran. A researcher-made questionnaire and matrix were used to collect data. In the structural-interpretive modeling method, information is received from the people of the statistical community; and is analyzed. Willingness and ability to participate in research, theoretical mastery, practical experience, and accessibility were among the selection criteria of the statistical population. The statistical population of this research is the employees of the tax department of Tehran city; 30 experts of this department were selected based on targeted sampling.


Results: Based on the findings of the research, 10 influential factors in increasing public participation in paying taxes were identified; which includes political, legal, education and awareness factors, demographic, economic, cultural, social, managerial, and psychological characteristics. The analysis of variables relationships led to the extraction of a four-level model, which political factors and demographic characteristics in the fourth level, legal factors in the third level, educational factors, economic, cultural, social factors, and psychological characteristics in the second level, and organizational factors. Management has been placed at the first level.

Discussion: The results show that political and demographic factors have the greatest and highest influence on the tendency to pay taxes. Based on the results of the research, transparency in the use of taxes by the government by gaining the trust of taxpayers and increasing political trust increases the tendency of people to pay taxes.


Keywords: Tax, Participation, Tax Evasion, Tax Payment, Interpretive Structural Model.

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت ایرانیان در پرداخت مالیات


محسن نیازی

استاد علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.
Niazim@kashanun.ac.ir  0000-0002-6306-9617


اکبر ذوالفقاری

استادیار، دکتری علوم سیاسی - توسعه، گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
akbarzolfaghari@pnu.ac.ir  0000-0003-3017-5576

الهام رضایی

دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.
Rezaieelham22@gmail.com  0000-0001-5485-785X

شکوفه آب شیرین

دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.
Shokoofeh3390@gmail.com  0000-0002-6465-0171

چکیده

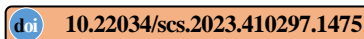
مقدمه: مشارکت عمومی مردم در امور اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی یکی از شاخص‌های مهم توسعه در کشورهای توسعه‌یافته به‌شمار می‌رود. مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات از شاخص‌های مهم توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. به‌همین دلیل ضرورت شناخت عوامل بروز و تشدید پرداخت یا فرار مالیاتی و تمهید و ارائه راهکارها و پیشنهادها علمی - کاربردی امری اجتناب‌ناپذیر است؛ بنابراین، پژوهش حاضر تلاش خواهد کرد عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات در ایران را بررسی، شناسایی و رتبه‌بندی کند.
روش: پژوهش حاضر کیفی از نوع مدل ساختاری تفسیری است. جامعه آماری شامل کارمندان اداره مالیات شهر تهران بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و ماتریس محقق ساخته استفاده شده است. در روش مدلسازی ساختاری - تفسیری اطلاعات از افراد جامعه آماری دریافت و تحلیل می‌گردد. تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش، تسلط نظری، تجربه عملی و قابلیت دسترسی از معیارهای انتخاب جامعه آماری بوده است. جامعه آماری این پژوهش کارمندان اداره مالیات شهر تهران هستند که ۳۰ نفر از خبرگان این اداره بر اساس نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند.

یافته‌ها: بر اساس یافته‌های پژوهش، ۱۰ عامل تأثیرگذار در افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات شناسایی گردید که شامل عوامل سیاسی، قانونی، آموزشی و آگاهی‌بخشی، ویژگی جمعیتی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی و ویژگی‌های روان‌شناختی است. تحلیل روابط متغیرها به استخراج یک مدل چهار سطحی منجر گردید که عوامل سیاسی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در سطح چهارم، عوامل قانونی در سطح سوم، عوامل آموزشی، عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و ویژگی روان‌شناختی در سطح دوم و عوامل سازمانی و مدیریتی در سطح اول قرار گرفته‌اند. عوامل سیاسی و جمعیت‌شناختی بیشترین و بالاترین اثرگذاری را بر گرایش به پرداخت مالیات دارند.

بحث: نتایج پژوهش حاکیست شفافیت در مصرف مالیات توسط دولت با جلب اعتماد مؤدیان و بالارفتن اعتماد سیاسی، سبب افزایش گرایش افراد به پرداخت مالیات می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: مالیات، مشارکت، فرار مالیاتی، پرداخت مالیات، مدل ساختاری تفسیری.

شاپای الکترونیک: ۲۵۸۸-۶۵۵X / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی



مقدمه و بیان مسئله

مالیات^۱ عمده‌ترین و مهم‌ترین منبع درآمد دولت‌هاست که عمر آن با عمر حکومت‌ها برابری می‌کند. در ایران قدیم، دریافت مالیات از مردم، صرفاً بر مبنای نیاز و انصاف حکومت‌ها بوده و به دو عامل نیاز مالی حکومت و توان اقتصادی مردم بستگی داشته است. در دوران باستان، طبقات مرفه از دادن مالیات معاف بوده و به‌جای آنان طبقات متوسط و اقشار فرودست مجبور به پرداخت مالیات بوده‌اند (کاظم‌بیگی و حسینی، ۱۳۹۰). در طول تاریخ، بر نوع اخذ مالیات از رعیا و حفظ حرمت آنان از استثمار و تعدی ساتراپ‌ها نظارت می‌شده؛ اما، باز هم در گوشه‌وکنار تعدی ساتراپ‌ها در اخذ مالیات وجود داشته است به‌گونه‌ای که در اخذ مالیات‌ها چنان خشونت‌ی به‌کار گرفته می‌شده است که پرداخت‌کنندگان مجبور بودند مزارع، باغات و املاک خود را گرو بگذارند تا حقوق دولت را بپردازند (زندیه و آدینه‌وند، ۱۳۹۵، ص. ۸۸، به نقل از زرین‌کوب، ۱۳۷۱، ج ۱، ص. ۱۵۱). ایرانیان تا دوره قاجار ملزم به پرداخت مالیات بودند، به‌حدی که کار به‌جایی رسید که فرزندان آنان را نیز در ازای مالیات اسیر کرده و به بردگی فروختند (صدری و شبانین، ۱۳۸۴). رسم مقاطعه دادن مالیات نیز ستم مضاعف بر مردم در دوره قاجار بوده است؛ بدین‌مفهوم که پردازندگان مالیات مجاب بودند هرچه می‌خواهند از مردم به زور بگیرند (قاسمیان و دیگران، ۱۳۹۴). به‌هرحال درآمدهای مالیاتی به‌عنوان منبع اصلی تأمین مالی برنامه‌های دولت‌ها محسوب می‌شد، با این تفاوت که در گذشته حاکمان مالیات را جزو دارایی و گنجینه‌های شخصی خود می‌دانستند و برای گردش امور دربار، حرمسرا، تأمین زندگی شاهزادگان و امیرزادگان عیاش و خوشگذران استفاده می‌کرده‌اند؛ اما، امروزه درآمدهای مالیاتی به‌عنوان منابع اصلی درآمد دولت در راستای تأمین منافع ملی و توسعه کشورها مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد («بحثی درباره: مالیات و مفهوم اقتصادی آن»، ۱۳۶۴؛ علیزاده‌بیرجندی، ۱۳۸۵). مالیات در جمهوری اسلامی ایران، نقطه مقابل آن مفاهیم نادرست تاریخی، طبق قوانین و ضوابط تعیین و برای توسعه کشور و حفظ اسلام خرج می‌شود؛ بنابراین، دریافت و پرداخت مالیات یکی از پایه‌های استوار کشورداری، توسعه، و ارائه خدمات به مردم است. مالیات به‌عنوان منبع درآمد و ابزار مالی دولت نقش بسیار کلیدی در اقتصاد

1. Tax

جامعه ایفاء می‌کند و ابزار مهمی برای توزیع عادلانه ثروت و درآمد است. مشارکت مردم در تأمین بخشی از هزینه‌های عمومی، مهم‌ترین ابزار سازماندهی اقتصاد و تنظیم سیاست‌های مالی، مالیاتی و اقتصادی است و موجب حذف فاصله طبقاتی و کاهش تورم می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد در ایران مالیات بر اشخاص حقوقی دولتی ۱۳ درصد، مالیات بر اشخاص حقوقی غیردولتی ۲۸ درصد، مالیات بر مشاغل و اصناف ۵ درصد و مالیات حقوق بگیران دولتی و خصوصی ۱۷ درصد از کل مالیات را شامل می‌شود (قرنجیک و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۱۰۵). آمارها حکایت دارد صنایع نفت و گاز با ۳۸ درصد تولید ناخالص داخلی، ۶۷ درصد؛ اما، گروه مشاغل و اصناف با ۳۳ درصد از تولید ناخالص داخلی، فقط ۵ درصد از کل مالیات را پرداخت می‌کنند (قرنجیک و دیگران، ۱۴۰۰، ص. ۶۰). این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، ۳۱ درصد دریافتی‌های دولت از مالیات است (مهاجری و دیگران، ۱۳۹۹). این پایه و اساس پیشرفت و توسعه کشورهای مردم‌سالار و توسعه‌یافته است. از این رو، اهداف و پرسش‌های پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

۱. اهداف و پرسش‌های پژوهش

۱-۱. اهداف پژوهش

- ۱- شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت ایرانیان در پرداخت مالیات،
- ۲- شناخت مؤثرترین و کم‌اثرترین عامل مؤثر بر افزایش مشارکت ایرانیان در پرداخت مالیات.

۲-۱. سؤالات پژوهش

- ۱- عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت ایرانیان در پرداخت مالیات کدام‌اند؟
- ۲- کدام عامل بالاترین و کدام عامل پایین‌ترین ضریب تأثیر بر مشارکت ایرانیان در پرداخت مالیات را دارد؟

۲. پیشینه پژوهش

تاکنون درباره عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات و یا فرار مالیاتی، مطالعات متعدد و گوناگونی انجام شده که نتایج بعضاً متفاوتی در بر داشته است. در این بخش به تعدادی از این مطالعات اشاره می‌شود. قرنجیک و همکاران (۱۴۰۰)، عوامل مؤثر بر گسترش مشارکت عمومی در پرداخت مالیات را

بررسی و تأکید کرده‌اند نظام مالیاتی بهره‌ور دولتی، سامان امور مالیاتی، توسعه فرهنگ ملی - مذهبی، نهادینه‌سازی عمومی امور مالیاتی، ویژگی‌های بوم‌شناختی مؤدیان مالیاتی، وضعیت خرد و کلان اقتصادی و یادگیری از الگوهای اثربخش بین‌المللی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت مردم در پرداخت مالیات به‌شمار می‌رود. وی (۱۳۹۹)، در مطالعه دیگری عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت عمومی در پرداخت مالیات با استفاده از روش تاپسیس فازی را شناسایی و اولویت‌بندی کرده و نشان داده است متغیر عادلانه و منصفانه بودن نظام مالیاتی با کسب بیشترین ضریب نزدیکی در رتبه اول و جنسیت مؤدیان با کمترین ضریب نزدیکی در رتبه‌های آخر قرار دارند. علمداری (۱۳۹۸)، عوامل مؤثر بر کاهش فرار مالیاتی در استان فارس را بررسی و خاطرنشان کرده است، قرار گرفتن اطلاعات اقتصادی افراد توسط اشخاص ثالث در اختیار سازمان امور مالیاتی و شفاف‌سازی و کارآمدسازی هزینه‌های دولت از مهم‌ترین راه‌های جلوگیری از فرار اشخاص از پرداخت مالیات محسوب می‌شود. نیکنمای و همکاران (۱۳۹۸)، نقش آموزش شهروندی در بهبود مشارکت مردم غرب شهر تهران در پرداخت مالیات را تحلیل کرده و نشان داده‌اند، ۸ عامل در افزایش مشارکت مردم در پرداخت مالیات مؤثراند؛ و از بین این عوامل، عوامل فناورانه و اقتصادی بیشترین نقش را داشته‌اند. سبکتکین و جعفری (۱۳۹۵)، راهبردهای مشارکت مردم در پرداخت عوارض خدمات شهری در بین شهروندان کرج را تحلیل جامعه‌شناختی نموده و تصریح کرده‌اند، در بین ابعاد مشارکت، کمترین میانگین از آن بعد گرایشی مشارکت و بیشترین میانگین برای بُعد رفتاری مشارکت است. متغیرهای رضایت از خدمات شهری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، آگاهی شهروندی، احساس بی‌هنجاری در مدیریت شهری و احساس تعلق محله‌ای و شهری به ترتیب بیشترین همبستگی معنادار را با میزان مشارکت در پرداخت عوارض شهری دارند. حمزه^۱ و دیگران (۲۰۲۳)، عوامل مؤثر بر مشارکت جامعه در پرداخت مالیات بر زمین و ساختمان در منطقه کونینگان را بررسی و خاطرنشان کرده‌اند، سواد مالیاتی، نگرش جامعه، رهبری و مسئولان محلی بر مشارکت جامعه در پرداخت مالیات مؤثر است. سریواستاوا^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، عوامل مؤثر بر مشارکت مصرف‌کنندگان در فرار مالیاتی را بررسی کرده و نشان داده‌اند نگرش مثبت و منفی مصرف‌کنندگان نسبت به دولت و میزان دینداری مردم

1. Hamzah
2. Srivastava

در قصد مصرف‌کنندگان برای شرکت در پرداخت مالیات تأثیر می‌گذارد. فجلدستاد و سمبوجا^۱ (۲۰۰۱)، چرایی پرداخت مالیات از سوی مردم تانزانیا را کندوکاو نموده و تصریح کرده‌اند مشارکت مردم در پرداخت مالیات با عواملی مانند توانایی پرداخت، احتمال تحت تعقیب قرار گرفتن، اجرای ظالمانه مالیاتی، آزار و اذیت مالیات‌دهندگان و نارضایتی از ارائه خدمات عمومی رابطه مستقیم و معناداری دارد. علم^۲ (۲۰۰۱) و همکاران (۱۹۹۲) در مطالعه‌ای تحت عنوان چرا مردم مالیات می‌پردازند؟ نتیجه گرفته‌اند علی‌رغم اینکه افراد در رفتار خود تنوع زیادی از خود نشان می‌دهند؛ مالیات می‌پردازند، زیرا برای کالاهای عمومی که مالیات آن‌ها تأمین مالی می‌شود، ارزش قائلند.

جدول (۱): عوامل مؤثر بر مشارکت در پرداخت مالیات

ردیف	نویسنده/ سال	عنوان	یافته‌های تحقیق
۱	(باریکانی، ۱۴۰۰)	تحلیل عدم تمکین و پذیرش پرداخت مالیات از سوی مردم	نامشروع بودن آثار درآمدهای مالیاتی در جامعه، عدم وجود شفافیت از محل خرج درآمدهای مالیاتی، وجود فرار مالیاتی گسترده از سوی عده‌ای، تبعیض در دریافت مالیات
۲	(عسگری و دیگران، ۱۴۰۰)	تحلیل رفتاری تمایل به پرداخت مالیات	معیارهای اقتصاد رفتاری (اثر مالکیت، حسابداری ذهنی)
۳	(سنجرانی، ۱۴۰۰)	بررسی عوامل مؤثر در تسهیل در پرداخت مالیات توسط مؤدیان مالیاتی و شناسایی عوامل موجود	گسترش فرهنگ مالیاتی، پیچیدگی و ابهام در قوانین و مقررات مالیاتی، رعایت اصول تعیین مالیات، توجه به منابع انسانی کارآمد، آگاهی و به‌روز بودن اطلاعات مدیران، وجود نظام پاداش و تنبیه متناسب با عملکرد مدیران
۴	(میرزایی و دیگران، ۱۴۰۰)	نگاشت‌شناختی آمیخته بازاریابی اجتماعی در وصول مالیات داوطلبانه	بازاریابی اجتماعی، پیشنهاد هزینه، مشارکت، ارتباطات اجتماعی، قابلیت دسترسی، تبلیغ، سیاست‌گذاری و سلسله منابع
۵	(قرنجیک و دیگران، ۱۴۰۰)	نگاشت‌شناختی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت	نظام مالیاتی بهره‌ور دولتی، سامان‌دهی امور مالیاتی، توسعه فرهنگ ملی مذهبی،

1. Fjeldstad & Semboja

2. Alm

ردیف	نویسنده / سال	عنوان	یافته‌های تحقیق
		در پرداخت مالیات	نهادینه‌سازی امور مالیاتی، ویژگی بوم‌شناختی مؤدیان مالیاتی، وضعیت خرد و کلان اقتصادی و یادگیری از الگوهای اثربخش بین‌المللی
۶	(ابراهیمی سروعلیا و دیگران، ۱۳۹۸)	نقش منطقه‌ای استقرار اظهارنامه‌های مالیاتی در تمایل به پرداخت مالیات	قوانین و مقررات، عوامل رفتاری، ساختاری و اقتصادی شامل سطح درآمد، نرخ بهره، ثبات اقتصادی و رکود
۷	(خواجوی و کرمشاهی، ۱۳۹۷)	پدیدارشناسی نقش نگرش فردی بر اخلاق مالیاتی و تمکین مالیاتی	اعتماد مردم به دولت نسبت به اطمینان از استفاده از منابع مالیاتی در خدمت‌رسانی و بخش‌های مولد اقتصادی
۸	(حساس یگانه و دیگران، ۲۰۱۹)	اهمیت عوامل تمایل به پرداخت مالیات از دیدگاه مؤدیان مالیاتی	نوع شرکت (خدماتی، تولیدی و بازرگانی)
۹	(کرمشاهی و اعظمی، ۱۳۹۷)	رابطه بین اخلاق فردی، اخلاق حرفه‌ای، حسابداران جنسیت و تمکین مالیاتی	برخورد نامناسب با مالیات‌دهندگان، بی‌عدالتی اجتماعی، نبود شفافیت و ضعف در سیستم اجرایی، قوانین شفاف و قابل درک، بی‌اعتمادی مردم به فعالیت‌های مالیاتی، فراگیر بودن فرار مالیاتی، احساس دین به جامعه، فساد مسئولان و بی‌عدالتی مالیاتی، نرخ بالای مالیات‌ها و مسئولیت‌پذیری
۱۰	(لاری دشت‌بیاض و دیگران، ۱۳۹۵)	بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی استان خراسان جنوبی	عوامل فرهنگی، اقتصادی و مؤلفه‌های سیاسی
۱۱	(احمدی موسوی و دیگران، ۱۳۹۵)	بررسی آسیب‌شناسی نظام مالیاتی ایران و تبیین علل مؤثر در بروز آسیب‌ها	نابسامانی قانونی، ابهام، عدم ثبات و تورم، منابع فرو قانونی (بخشنامه‌های مالیاتی)، سیاست کیفری نامناسب و غیرمنطقی، فقدان تمکین مؤدیان مالیاتی یا تمکین ناقص و نامناسب آنها
۱۲	(سبکتکین و جعفری، ۱۳۹۵)	نگاشت‌شناختی آمیخته بازاریابی اجتماعی در وصول مالیات داوطلبانه	رضایت از خدمات شهری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، آگاهی شهروندی، احساس بی‌هنجاری در مدیریت شهری و احساس تعلق محله‌ای و شهری

ردیف	نویسنده / سال	عنوان	یافته‌های تحقیق
۱۳	(رزمی و کاوسی، ۱۳۹۴)	رابطه سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی نقش میانجیگری اخلاق مالیاتی	سرمایه اجتماعی شامل مشارکت در رفتار دوسویه و اخلاق مالیاتی
۱۴	(صامتی و دیگران، ۱۳۹۴)	تأثیر اخلاق مالیاتی بر تمکین مالیاتی مطالعه موردی شهر اصفهان	نگرش نسبت به فرار مالیاتی، هنجارهای اجتماعی و اعتماد به دولت و سیستم مالیاتی و حقوقی و قضایی، سن و اخلاق مالیاتی
۱۵	(دیانتی دیلمی و رضاپورپروش، ۱۳۹۳)	رابطه بین اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولسیسم با فرار مالیاتی	میزان اعتقاد مدیران مالی به اخلاق شرکتی و پذیرش مسئولیت اجتماعی و میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی و گرایش ماکیاولیستی
۱۶	(هادیان و تحویلی، ۱۳۹۲)	شناسایی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در اقتصاد ایران	نرخ مالیات، پیچیدگی قوانین و مقررات، نبود سرمایه اجتماعی و تورم
۱۷	(زهی و محمدخانی، ۱۳۸۹)	بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی	عدم فرهنگ مالیاتی در جامعه، پیچیدگی قوانین و مقررات مالیاتی، دیوان‌سالاری اداری و ساختار ناکارآمد مالیاتی، ناکارآمدی نظام و سازوکار تنبیه و تشویق مالیاتی، عدم موفقیت در شناسایی کامل مؤدیان پایه‌های مختلف مالیاتی، نبود و ضعف نظارت و پیگیری اثربخش در تشخیص واحدهای مالیاتی، عدم توانایی عملی و مهارتی برخی از مأموران مالیاتی در ممیزی حسابرسی، حساب‌سازی و کتمان درآمدی برخی از مؤدیان مالیاتی، پولشویی، معافیت‌های متعدد مالیاتی، فساد مأموران مالیاتی و فقدان باور مالیاتی در بین مردم
۱۸	(محسنی تبریزی و دیگران، ۱۳۸۹)	بررسی عوامل مؤثر بر افزایش فرهنگ مالیاتی در میان مؤدیان بخش مشاغل (صنف لوازم التحریر) استان البرز	عوامل اجتماعی شامل همکاران صنفی، دینداری، رسانه‌ها و قانون‌گرایی و عوامل درون‌سازمانی شامل تحصیلات، آشنایی با مشاغل (صنف لوازم التحریر) استان البرز

ردیف	نویسنده / سال	عنوان	یافته‌های تحقیق
۱۹	Ngicuru & et (al., 2017)	بررسی تجربی عوامل مؤثر بر حسابرسی و مالیات	روش خوب مدیریت مالیاتی، کارمندان صالح و فناوری جدید
۲۰	Arbex & et al., (2018)	فرار مالیاتی، تست‌سترون و ویژگی‌های شخصیتی	ویژگی‌های شخصیتی و جنسیت

مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات مفهومی بسیار مهم، جدید و نوین در ادبیات پژوهشی است. در ایران به‌تازگی در بحث چگونگی افزایش مشارکت عمومی مردم در دریافت و پرداخت مالیات به‌عنوان مؤلفه حکمرانی مطلوب کاوش و پژوهش می‌شود. همچنان نوپا بوده و شاخص‌های اصلی آن در تحقیقات تجربی به‌خوبی تکوین نیافته و بومی‌سازی نشده است، این پژوهش با توجه به اهمیت مسئله افزایش مشارکت عمومی مردم در دریافت و پرداخت مالیات و نیازمندی نظام سیاسی برای سیاست‌گذاری در این امر مهم، بر آن شد تا در قالب مدل ساختاری - تفسیری، عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی مردم ایران در پرداخت مالیات را شناسایی و رتبه‌بندی ارائه کند. بر این اساس این پژوهش از نخستین تحقیقات در زمینه انجام یک مطالعه جامع و فراگیر در بحث مشارکت عمومی مردم در دریافت و پرداخت مالیات، محسوب می‌شود.

۳. چهارچوب مفهومی

در این بخش، واژه‌های مشارکت و فرهنگ مالیاتی به لحاظ مفهومی بررسی و رویکردهای مفهومی مرتبط با آن تشریح شده است.

۳-۱. تعریف مفاهیم

۳-۱-۱. مشارکت^۱

مشارکت، از بنیادی‌ترین اشکال روابط اجتماعی است که بارزترین نمونه آن، مشارکت سیاسی است (بهنام‌فر و شاعری، ۱۳۹۷، ص. ۴۸). این واژه مانند سایر مفاهیم پس از جنگ جهانی دوم و تغییر و تحولات اساسی در جهان با تعریف‌ها و برداشت‌های جدیدی مواجه شده (آقایی‌خانه‌برق و دیگران، ۱۳۹۹) و متأثر از عوامل

1. Participation

متعدد و متفاوتی مانند شرایط محیطی، شرایط فرهنگی بوده است (شاعری، ۱۳۹۵، ص. ۱۴). میزان مشارکت مردم در امور بااهمیت، معرف آگاهی و بینش ملت‌ها، تضمین‌کننده تداوم حیات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی (صحرائی، ۱۳۸۷) و ضرورت انکارناپذیر نظام‌های سیاسی در قرون بیستم و بیست‌ویکم است (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۰، ص. ۶۴). مشارکت مردم در امور شرط لازم اعمال حاکمیت در نظام‌های مردم‌سالار (علمی و دیگران، ۱۳۸۹، ص. ۱۳۳) و نقطه اتصال نظام‌های سیاسی، حاکمیت‌ها و حکومت‌هاست (احمدی و رضایی، ۱۳۹۴). مشارکت بر وزن مفاعله و به معنای شرکت متقابل و دو جانبه افراد برای انجام امری است (غفاری و نیازی، ۱۳۸۶، ص. ۱۲). به نظر آلن بیرو^۱ (2011, p. 257)، از منظر جامعه‌شناسی بین مشارکت به‌عنوان تعهد و عمل و حالت یا وضع تفاوت است؛ به‌گونه‌ای که، در معنای اول به مفهوم شرکت فعالانه در گروه و در معنای دوم از تعلق گروهی خاصی و داشتن سهمی در هستی آن خبر می‌دهد. تأکید دوتوکویل^۲ بر تأثیر متقابل مشارکت‌های عمومی و سرمایه اجتماعی است. به نظر دوتوکویل، به‌دنبال منافع‌های خصوصی مخالفت با مشارکت مدنی شهری شکل می‌گیرد و فرو رفتن فرد در بازارهای مالی و اقتصادی و منافع‌های شخصی باعث جدایی فرد از برخی جنبه‌های زندگی اجتماعی می‌شود. شرکت در مشارکت‌های عمومی سبب خروج فرد از انزوای اجتماعی است و فرد را به‌سوی منافع همگانی می‌کشاند و این امر موجب ارتقاء سرمایه اجتماعی می‌گردد (Britton, 2017, p. 5). مشارکت عمومی مردم در مقاله حاضر به مفهوم سهیم شدن مردم در تأمین بخشی از نیازهای مالی دولت در راستای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است

۳-۱-۲. فرهنگ مالیاتی^۳

مالیات از ابزارهای تنظیم سیاست‌های مالی، مالیاتی و اقتصادی است که علاوه بر تأمین منابع برای اجرای برنامه‌های دولت، گسترش عدالت اجتماعی، توزیع عادلانه ثروت، ایجاد تعادل در مصرف و افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و فعالیت‌های عمرانی کشور را در پی دارد (نیکنومی و دیگران، ۱۳۹۸). انگیزه پرداخت مالیات، اصطلاحی است که ابتدا در دهه ۱۹۶۰ به‌وسیله راستچو مولدر و استرامپل در مدرسه روان‌شناسی مالیات کولوگ مطرح شده است. آنان از انگیزه مالیاتی به‌عنوان

1. Alen Birou
2. Tocqueville
3 Tax Culture

عامل مهم تبیین تمایل به پرداخت مالیات یاد و تأکید کرده‌اند در دهه ۱۹۹۰، انگیزه مالیاتی به نقطه اوج چرخه‌های علمی تبدیل گشت. از انگیزه پرداخت مالیات به‌عنوان انگیزش درونی پرداخت مالیات یاد و تأکید شده است. انگیزه پرداخت مالیات شدیداً با هنجارهای اجتماعی، دیدگاه‌های قدرت، اعتماد، طبیعت و مبادله مالیاتی مرتبط است (خواجوی و کرشاهی، ۱۳۹۷، ص. ۱۸۹).

در مقاله حاضر مالیات به مفهوم پرداختی لازم، اجباری و بلاعوض از سوی مردم به شخص، مؤسسه و یا دارایی است. به‌عبارت‌دیگر، مالیات در واقع انتقال بخشی از درآمدهای جامعه و یا بخشی از سود فعالیت‌های اقتصادی نصیب به دولت است.

۴. روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، بنیادی و کاربردی است. در این پژوهش تلاش می‌شود مدلی ساختاری - تفسیری^۱ از عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی مردم ایران در پرداخت مالیات ارائه گردد. مدل ساختاری - تفسیری فرایند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مرتبط به هم در یک مدل نظام‌مند و جامع سازمان‌دهی و روابط پیچیده میان عناصر سیستم به هم ارتباط داده می‌شوند (میرمحمدی و جنتی، ۱۳۹۶، ص. ۱۴، به نقل از فایسال، ۲۰۰۶). مدلسازی ساختاری تفسیری فرایند یادگیری تعاملی است که از طریق تفسیر نظرهای گروهی از خبرنگاران به چگونگی ارتباط بین متغیرهای یک پژوهش می‌پردازد و ساختاری جامع از مجموعه پیچیده از متغیرها ایجاد می‌کند و افزون بر مشخص کردن تقدم و تأخر و تأثیرگذاری بر یکدیگر، جهت و شدت رابطه متغیرها را نیز تعیین می‌کند. در این روش ابتدا به شناسایی عوامل مؤثر و اساسی پرداخته و سپس با استفاده از روش ارائه شده است روابط بین این عوامل و راه دستیابی به پیشرفت توسط این عوامل ارائه می‌شود. مدلسازی ساختاری تفسیری یک روش نظام‌مند و ساختاریافته برای ایجاد و فهم روابط میان متغیرهای یک سیستم پیچیده است (آتش‌سوز و دیگران، ۱۳۹۵، ص. ۴۴). این روش یک ابزار قدرتمند کیفی در حوزه‌های مختلف و تکنیکی مناسب برای تحلیل تأثیر یک متغیر دیگر متغیرها می‌باشد. این روش جهت روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم را بررسی می‌کند. به‌بیان‌دیگر ابزاری است که به‌وسیله آن می‌توان بر پیچیدگی بین متغیرها غلبه کرد (آذر و بیات، ۱۳۸۷). منطق اصلی این روش این است که همواره عناصری که در یک سیستم تأثیر بیشتری بر

1. Interpretive Structural Modeling

سایر عناصر همان سیستم دارند از اهمیت بالاتری برخوردارند و مدلی که با استفاده از این روش ساخته می‌شود، ساختاری از یک مسئله یا موضوع پیچیده و یک سیستم یا حوزه را نشان می‌دهد (میرمحمدی و جنتی، ۱۳۹۶، ص. ۱۴). در روش مدلسازی ساختاری - تفسیری اطلاعات از افراد جامعه آماری دریافت می‌گردد و مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در این پژوهش برای گردآوری داده‌های مورد نیاز، از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش کارمندان اداره مالیات شهر تهران هستند که ۳۰ نفر از خبرگان این اداره بر اساس نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. این خبرگان بر اساس تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش، تسلط نظری، تجربه عملی و قابلیت دسترسی انتخاب شده‌اند.

۵. یافته‌های پژوهش

یافته‌ای پژوهش حاضر بر اساس سؤال‌های پژوهش ارائه می‌شود.

۱- عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت ایرانیان در پرداخت مالیات کدام‌اند؟

بر اساس یافته‌های پژوهش، ۱۰ عامل تأثیرگذار در افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات شناسایی گردید که شامل عوامل سیاسی، قانونی، آموزش و آگاهی بخشی، ویژگی جمعیتی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی و ویژگی‌های روان‌شناختی است که در جدول ذیل مفصل بحث و تبیین شده است.

جدول (۲): متغیرهای تأثیرگذار بر مشارکت در پرداخت مالیات

ردیف	ابعاد	عوامل (متغیرهای) تأثیرگذار	نویسنده/سال
۱	عوامل سیاسی	اعتماد سیاسی، ثبات سیاسی، تحریم، شفافیت مصرف مالیات توسط دولت، خدمت‌رسانی به مردم توسط دولت	(باریکانی، ۱۴۰۰؛ صامتی و دیگران، ۱۳۹۴؛ لاری‌دشت‌بیاض و دیگران، ۱۳۹۵)
۲	عوامل قانونی	قانون و مقررات، پیچیدگی و ابهام در قوانین مقررات مالیاتی؛ رعایت اصول تعیین مالیات؛ نابسامانی قانونی، ابهام، سیاست کیفری نامتناسب و غیرمنطقی؛ فقدان تمکین مؤدیان مالیاتی یا تمکین ناقص و نامناسب آنها، قوانین شفاف و قابل درک، نرخ مالیات، پیچیدگی قوانین و مقررات	(احمدی‌موسوی و دیگران، ۱۳۹۵؛ زهی و محمدخانلی، ۱۳۸۹؛ سمنجانی، ۱۴۰۰؛ صامتی و دیگران، ۱۳۹۴؛ علمی و دیگران، ۱۳۸۹؛ کرمشاهی و اعظمی، ۱۳۹۷؛ هادیان و تحویلی، ۱۳۹۲)
۳	آموزش و آگاهی‌بخشی	آگاهی و به‌روز بودن اطلاعات مدیران و یادگیری از الگوهای اثربخش بین‌المللی	(قرنجیک و دیگران، ۱۳۹۹)

ردیف	ابعاد	عوامل (متغیرهای) تأثیرگذار	نویسنده/سال
۴	ویژگی جمعیتی	سن، تحصیلات، جنسیت، ویژگی بوم‌شناختی	(Arbex & et al., 2018)؛ صامتی و دیگران، ۱۳۹۴؛ قرن‌جیک و دیگران، ۱۴۰۰؛ محسنی تبریزی و دیگران، (۱۳۸۹)
۵	عوامل اقتصادی	نرخ مالیاتی بالا، تورم، معیارهای اقتصاد رفتاری (اثر مالکیت، حسابداری ذهنی، اثر لنگر و حساسیت به وضعیت خرد و کلان اقتصادی، پدیده پولشویی، سطح درآمد، نرخ بهره، ثبات اقتصادی، رکود	(ابراهیمی سروعلیا و دیگران، ۱۳۹۸؛ زهی و محمدخانلی، ۱۳۸۹؛ صامتی و دیگران، ۱۳۹۴؛ عسگری و دیگران، ۱۴۰۰؛ قرن‌جیک و دیگران، ۱۳۹۹؛ هادیان و تحویلی، (۱۳۹۲)
۶	عوامل فرهنگی	دین‌داری، رسانه‌ها، گسترش فرهنگ مالیاتی، توسعه فرهنگ ملی مذهبی، نهادهایسازی امور مالیاتی	(سنجرانی، ۱۴۰۰؛ صامتی و دیگران، ۱۳۹۴؛ قرن‌جیک و دیگران، ۱۴۰۰؛ لاری دشت‌بیاض و دیگران، (۱۳۹۵)
۷	عوامل اجتماعی	سرمایه‌های اجتماعی (آگاهی، مشارکت، ارتباطات اجتماعی)، هنجارهای اجتماعی، احساس تعلق محله‌ای، اعتماد مردم به دولت نسبت به اطمینان از استفاده از منابع مالیاتی در خدمت‌رسانی و بخش‌های مولد اقتصادی، بی‌اعتمادی مردم به فعالیت‌های مالیاتی، فراگیر بودن فرار مالیاتی، احساس دین به جامعه، فساد مسئولان و بی‌عدالتی مالیاتی و مسئولیت‌پذیری شهروندان، وجود عدالت اجتماعی	(خواجوی و کرشاهی، ۱۳۹۷؛ رزمی و کاوسی، ۱۳۹۴؛ سبکتکین و جعفری، ۱۳۹۵؛ صامتی و دیگران، ۱۳۹۴؛ کرشاهی و اعظمی، ۱۳۹۷؛ محسنی تبریزی و دیگران، ۱۳۸۹؛ هادیان و تحویلی، (۱۳۹۲)
۸	عوامل مدیریتی	اعتقاد مدیران مالی به اخلاق شرکتی و پذیرش مسئولیت اجتماعی و میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی، وجود نظام پاداش و تنبیه متناسب با عملکرد مدیران	(Ngcuru & et al., 2017)؛ دیانتی دلمی و رضاپور پرورش، ۱۳۹۳؛ زهی و محمدخانلی، ۱۳۸۹؛ سنجرانی، (۱۴۰۰)
۹	ویژگی‌های روان‌شناختی	مسئولیت‌پذیری، احساس دین به جامعه، ویژگی‌های شخصیت، اخلاق مالیات، برخورد محترمانه	(Arbex & et al., 2018)؛ ابراهیمی سروعلیا و دیگران، ۱۳۹۸؛ رزمی و کاوسی، ۱۳۹۴؛

ردیف	ابعاد	عوامل (متغیرهای) تأثیرگذار	نویسنده/سال
			سنجرانی، ۱۴۰۰؛ کرمشاهی و اعظمی، (۱۳۹۷)
۱۰	عوامل سازمانی	نوع شرکت، توجه به منابع انسانی کارآمد، بازاریابی اجتماعی، پیشنهاد هزینه، قابلیت دسترسی، تبلیغ، سیاست‌گذاری، سلسله منابع، عدم شفافیت و ضعف در سیستم اجرایی، دیوان‌سالاری اداری و ساختار ناکارآمد مالیاتی، عدم موفقیت در شناسایی کامل مؤدیان پایه‌های مختلف مالیاتی، عدم وجود و ضعف نظارت و پیگیری اثربخش در تشخیص واحدهای مالیات، عدم توانایی عملی و مهارتی برخی از مأموران مالیاتی در ممیزی حسابرسی، ناکارآمدی نظام و سازوکار تنبیه و تشویق مالیاتی	(حساس یگانه و دیگران، ۲۰۱۹؛ زهی و محمدخانلی، ۱۳۸۹؛ سنجرانی، ۱۴۰۰؛ میرزایی و دیگران، ۱۴۰۰)

۶. مدل‌سازی ساختاری - تفسیری فراگیر

گام اول: ماتریس خود تعاملی ساختاری^۱: اولین گام در مدل‌سازی ساختاری - تفسیری شناسایی و تعریف عناصری است که ارتباط میان آن‌ها باید مدل‌بندی شود. در این پژوهش با بررسی ادبیات موضوعی عوامل مؤثر بر پرداخت مالیات از تحقیقات گذشته به دست آمد. ابعاد و عوامل مؤثر در افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات شناسایی و در ماتریس خود تعاملی ساختاری وارد شده است. به همین جهت، ابتدا پرسشنامه‌ای مانند جدول ۳ طراحی شده است. ۱۰ عامل در این جدول انتخاب شده است. از پاسخ‌دهندگان خواسته شده است که در سطر و ستون اول جدول نوع ارتباطات دو به دو عوامل را مشخص کنند. ماتریس خود تعاملی با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل شد که این چهار حالت شامل این موارد می‌باشد: X: ارتباط دوطرفه از i به z و برعکس. نماد V: i منجر به z می‌شود. نماد A: یعنی z منجر به i می‌شود. نماد O: هیچ‌گونه ارتباطی بین i و z نیست. پرسشنامه توسط ۳۰ نفر از خبرگان و متخصصان تکمیل شده است. اطلاعات حاصل بر اساس روش مدل‌سازی ساختاری - تفسیری جمع‌بندی و ماتریس خود تعاملی

1. Structural Similarity Index Measure

ساختاری نهایی تشکیل شده است.

جدول (۳): ماتریس خودتعاملی ساختاری عوامل

i		j								
عوامل سیاسی	عوامل قانونی	آموزش	ویژگی جمعیتی	عوامل اقتصادی	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل مدیریتی	ویژگی روان شناختی	عوامل سازمانی	
عوامل سیاسی										V
عوامل قانونی	عوامل سیاسی									O
آموزش	عوامل قانونی	آموزش								V
ویژگی جمعیتی	آموزش	ویژگی جمعیتی	ویژگی جمعیتی							V
عوامل اقتصادی	ویژگی جمعیتی	عوامل اقتصادی	عوامل اقتصادی	عوامل اقتصادی						V
عوامل فرهنگی	عوامل اقتصادی	عوامل فرهنگی	عوامل فرهنگی	عوامل فرهنگی	عوامل فرهنگی					V
عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل اجتماعی	عوامل اجتماعی	عوامل اجتماعی	عوامل اجتماعی				V
عوامل مدیریتی	عوامل اجتماعی	عوامل مدیریتی	عوامل مدیریتی	عوامل مدیریتی	عوامل مدیریتی	عوامل مدیریتی	عوامل مدیریتی			X
ویژگی روان شناختی	عوامل مدیریتی	ویژگی روان شناختی	ویژگی روان شناختی	ویژگی روان شناختی	ویژگی روان شناختی	ویژگی روان شناختی	ویژگی روان شناختی	ویژگی روان شناختی		O
عوامل سازمانی	ویژگی روان شناختی	عوامل سازمانی	عوامل سازمانی	عوامل سازمانی	عوامل سازمانی	عوامل سازمانی	عوامل سازمانی	عوامل سازمانی	عوامل سازمانی	

گام دوم: ماتریس دسترسی اولیه: این ماتریس از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دوازده‌گانه (صفر - یک) حاصل شده است. برای استخراج ماتریس دسترسی باید در هر سطر عدد یک جایگزین علامت‌های V و X و عدد صفر را جایگزین علامت‌های A و O در ماتریس اولیه شود. حاصل تبدیل تمام سطرها نتیجه حاصله ماتریس دسترسی اولیه است (جدول ۳). سپس روابط ثانویه بین بعد / عوامل کنترل شده است. رابطه ثانویه به‌گونه‌ای است که اگر بعد J منجر به بعد I شود و بعد K را منجر شود، بعد J منجر به بعد K خواهد شد.

جدول (۴): ماتریس دسترسی اولیه

عوامل سازمانی	ویژگی روان‌شناختی	عوامل مدیریتی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی	عوامل اقتصادی	ویژگی جمعیتی	آموزش	عوامل قانونی	عوامل سیاسی
1	0	0	1	1	1	0	1	1	1
1	0	1	1	1	1	0	0	1	0
1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
1	0	1	1	0	1	0	0	0	0
1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0

گام سوم: ماتریس دسترسی نهایی: پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه با دخیل کردن انتقال‌پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌شود تا ماتریس دسترسی اولیه سازگار شود. بدین صورت که اگر (i, j) با هم در ارتباط باشند و نیز (k, j) رابطه داشته باشند؛ آنگاه (k, i) با هم در ارتباط هستند. انتقال‌پذیری روابط مفهومی بین متغیرها در مدل‌سازی ساختاری - تفسیری یک فرض مبنایی بوده و بیانگر این است که در صورتی که متغیر A بر متغیر B تأثیر داشته باشد و متغیر B بر متغیر C تأثیر گذارد، A بر C تأثیر می‌گذارد. در این مرحله تمام روابط ثانویه بین متغیرها بررسی می‌شود و ماتریس دسترسی نهایی مطابق جدول ۵ به دست آمده است. در این ماتریس، قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نشان داده شده است. قدرت نفوذ هر متغیر عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی که موجب ایجاد متغیر یاد شده می‌شوند (اکبری و علی‌اکبری، ۱۳۹۶، ص. ۱۷). استفاده از قانون بولین برای حالت پایداری که بدین ترتیب برخی از عناصر صفر نیز تبدیل به ۱ خواهد شد که به صورت (۱) نشان داده می‌شود.

جدول (۵): ماتریس دسترسی نهایی

عوامل سیاسی	عوامل قانونی	آموزش	ویژگی جمعیتی	عوامل اقتصادی	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل مدیریتی	ویژگی روان شناختی	عوامل سازمانی	قدرت نفوذ
عوامل سیاسی	1	1	0	1	1	1	1	1	1	۹
عوامل قانونی	0	1	0	1	1	1	1	1	1	۸
آموزش	0	1	0	1	1	1	1	1	1	۸
ویژگی جمعیتی	0	1	1	1	1	1	1	1	1	۹
عوامل اقتصادی	0	0	1	1	1	1	1	1	1	۸
عوامل فرهنگی	0	1	0	1	1	1	1	1	1	۸
عوامل اجتماعی	0	1	0	1	1	1	1	1	1	۸
عوامل مدیریتی	0	0	0	0	0	1	1	1	1	۲
ویژگی روان شناختی	0	0	0	0	0	0	1	1	1	۷
عوامل سازمانی	0	0	0	0	0	0	0	1	1	۲
قدرت وابستگی	1	۶	۸	۱	۹	۸	۹	۱۰	۸	۱۰

۲- کدام عامل بالاترین و کدام عامل پایین ترین ضریب تأثیر بر مشارکت ایرانیان در پرداخت مالیات را دارد؟

تحلیل روابط متغیرها به استخراج یک مدل چهار سطحی منجر گردید که عوامل سیاسی و ویژگی های جمعیت شناختی در سطح چهارم، عوامل قانونی در سطح سوم، عوامل آموزشی، عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و ویژگی روان شناختی در سطح دوم و عوامل سازمانی و مدیریتی در سطح اول قرار گرفته اند. عوامل سیاسی و جمعیت شناختی بیشترین و بالاترین اثرگذاری را بر گرایش به پرداخت مالیات دارند. گام چهارم: سطح بندی عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات: ماتریس دسترسی نهایی به سطوح مختلف دسته بندی می شود. به ازای هر کدام از آن ها سه مجموعه متقدم، مجموعه قابل دستیابی و مجموعه مشترک برای تعیین سطح متغیرها در مدل نهایی تشکیل می شود. در نخستین جدول شاخص عوامل که اشتراک مجموعه قابل دستیابی و متقدم آن یکی است. در فرایند سلسله مراتب به عنوان مجموعه مشترک محسوب می شوند؛ به طوری که این متغیرها در ایجاد هیچ

متغیر دیگری مؤثر نیستند. آن متغیرها پس از شناسایی بالاترین سطح از فهرست سایر متغیرها کنار گذاشته می‌شوند. این تکرارها تا مشخص شدن سطح همه متغیرها ادامه می‌یابد. در این پژوهش، متغیرها در چهار سطح به‌دست آمده‌اند که نتیجه نهایی آن‌ها در جدول ۶ جمع‌بندی شده است. عوامل مؤثر بر پرداخت مالیات که مجموعه قابل دستیابی و مشترک آن‌ها کاملاً یکسان است، در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل ساختاری - تفسیری قرار می‌گیرد.

جدول (۶): سطح‌بندی عوامل مؤثر بر مشارکت در پرداخت مالیات

ردیف	ابعاد	سطح
۱	عوامل سیاسی	سطح ۴
۲	عوامل قانونی	سطح ۳
۳	آموزش	سطح ۲
۴	ویژگی جمعیتی	سطح ۴
۵	عوامل اقتصادی	سطح ۲
۶	عوامل فرهنگی	سطح ۲
۷	عوامل اجتماعی	سطح ۲
۸	عوامل مدیریتی	سطح ۱
۹	ویژگی روان‌شناختی	سطح ۲
۱۰	عوامل سازمانی	سطح ۱

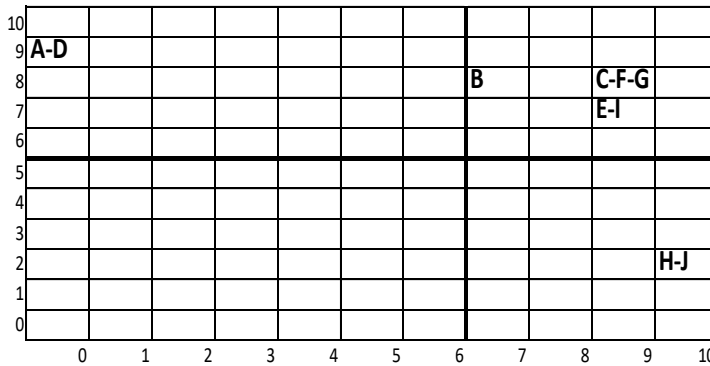
در بررسی‌ها، ۱۰ متغیر به‌عنوان عوامل تأثیرگذار شناسایی شدند که در چهار سطح قرار گرفته‌اند. عوامل مدیریتی و سازمانی در سطح اول، روان‌شناختی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و آموزش در سطح دوم، عامل قانونی در سطح سوم و عوامل جمعیت شناختی و سیاسی در سطح چهارم.

تحلیل میک‌مک^۱: نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها با استفاده از روش میک‌مک^۲ مشخص شده است. پس از تعیین اثرپذیری و قدرت

1. Matrix of Crossed Impact Multiplications Applied to a Classification

۲. نرم‌افزار میک‌مک برنامه کاربردی برای حل مسائل تحلیل ساختاری و مدل‌سازی ساختاری-تفسیری است. این نرم‌افزار جهت انجام محاسبات پیچیده ماتریس متقاطع در آینده‌پژوهی طراحی شده است. روش استفاده از این نرم‌افزار بدین‌گونه است که ابتدا متغیرها و مؤلفه‌های مهم در حوزه مورد نظر را شناسایی و سپس آن‌ها را در ماتریس وارد می‌کنند.

نفوذ و قدرت وابستگی عوامل می‌توان تمامی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت مردم در پرداخت مالیات را در یکی از خوشه‌های چهارگانه روش ماتریس اثر متغیر طبقه‌بندی کرد. اولین گروه متغیر مستقل (خودمختار) است که قدرت هدایت و وابستگی ضعیفی دارد. این متغیرها تا حدودی از سایر متغیرها جداست و ارتباط کمی دارند. دومین گروه متغیرهای وابسته که از وابستگی بسیار بالایی ولی قدرت هدایت ضعیفی برخوردارند. سومین گروه متغیرهای پیوندی که قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. درواقع، هرگونه عملی بر این شاخص متغیرها باعث تغییر سایر شاخص‌ها می‌شود. گروه چهارم متغیرهای مستقل (کلیدی) را دربرمی‌گیرند. این متغیرها وابستگی پایینی و دارای قدرت نفوذ بالایی‌اند.



مؤلفه‌های واقع در سطوح چهارگانه را بر اساس قدرت نفوذ و درجه وابستگی آنها می‌توان در چهار سطح خودمختار، وابسته، پیونددهنده و مستقل طبقه‌بندی کرد. همان‌طور که مشاهده می‌شود مؤلفه‌های واقع در ربع اول نمودار به مؤلفه‌های پیوند دهنده و یا اتصالی معروف‌اند. این مؤلفه‌ها B-C-E-F-G-I می‌باشند که نماینده مؤلفه‌های عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، قانونی، آموزش و آگاهی بخشی‌اند و از قدرت نفوذ و درجه وابستگی بالایی برخوردارند. مؤلفه‌های واقع در ربع دوم که مؤلفه‌های مستقل نام دارند، از قدرت نفوذ بالا و درجه وابستگی پایینی برخوردارند. مؤلفه A-D در زمره این مؤلفه‌ها هستند. مؤلفه‌های ربع چهارم که مؤلفه H-J یعنی مؤلفه عوامل مدیریتی و سازمانی می‌باشند، با توجه به شاخص درجه وابستگی و همچنین شاخص قدرت نفوذی که دارند را مؤلفه وابسته می‌نامند.

نتیجه‌گیری

مشارکت عمومی مردم در امور اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی یکی از شاخص‌های مهم توسعه در کشورهای توسعه‌یافته به‌شمار می‌رود. مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات از شاخص‌های مهم توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. به‌همین دلیل ضرورت شناخت عوامل بروز و تشدید پرداخت یا فرار مالیاتی و تمهید و ارائه راهکارها و پیشنهادهای علمی - کاربردی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است؛ بنابراین، پژوهش حاضر تلاش کرد عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات در ایران را بررسی، شناسایی و رتبه‌بندی کند. پژوهش حاضر کیفی از نوع مدل‌سازی ساختاری است. جامعه آماری شامل کارمندان اداره مالیات شهر تهران بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و ماتریس محقق ساخته استفاده شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، ۱۰ عامل تأثیرگذار در افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات شناسایی گردید که شامل عوامل سیاسی، قانونی، آموزش و آگاهی‌بخشی، ویژگی جمعیتی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی و ویژگی‌های روان‌شناختی است. تحلیل روابط متغیرها به استخراج یک مدل چهار سطحی منجر گردید که عوامل سیاسی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در سطح چهارم، عوامل قانونی در سطح سوم، عوامل آموزشی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و ویژگی روان‌شناختی در سطح دوم و عوامل سازمانی و مدیریتی در سطح اول قرار گرفته‌اند. نتایج نشان می‌دهد عوامل سیاسی و جمعیت‌شناختی بیشترین و بالاترین اثرگذاری را بر گرایش به پرداخت مالیات دارند. بر اساس نتایج پژوهش، شفافیت در مصرف مالیات توسط دولت با جلب اعتماد مؤدیان و بالا رفتن اعتماد سیاسی سبب افزایش گرایش افراد به پرداخت مالیات می‌گردد. مالیات از منابع مهم درآمدی دولت‌ها و مهم‌ترین عاملی است که می‌تواند عدالت اجتماعی را محقق سازد و بالعکس اگر بخش مالیات سازمان‌دهی نشود، نمی‌توان امید چندانی به اقتصاد کشورها داشت. اجرای دقیق قوانین عادلانه اخذ مالیات در جامعه علاوه بر اینکه فاصله طبقاتی را از بین می‌برد، باعث کاهش تورم می‌شود (سنجرانی، ۱۴۰۰، ص. ۲). مسئله مالیات، نحوه و میزان مشارکت مردم در پرداخت مالیات و شناخت این عوامل به سیاستمداران، برنامه‌ریزان، اقتصاددانان، اصحاب فرهنگ و رسانه و متولیان آموزش و پرورش کمک می‌کند تا در سیاست‌گذاری‌ها با بینش نو به این مهم توجه کنند (نیکنمای و دیگران، ۱۳۹۸، ص. ۱۶۸). افراد زمانی به پرداخت مالیات تمایل دارند و داوطلبانه مالیات پرداخت می‌کنند که نسبت به دستگاه مالیاتی و دولت اعتماد داشته باشند و از اینکه مالیات اخذ شده

در جهت افزایش سطح رفاه و حفظ منافع ملی هزینه می‌گردد؛ مطمئن باشند. به‌همین دلیل اعتمادسازی باید در اولویت قرار گیرد و مهم‌ترین روش برای افزایش اعتماد و باور مالیاتی عملکرد بهینه دولت است (زهی و محمدخانلی، ۱۳۸۹). نتایج پژوهش نشان می‌دهد عوامل سیاسی و جمعیت‌شناختی بیشترین اثر را بر افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات دارند. این عوامل شامل شفافیت در مصرف مالیات توسط دولت با جلب اعتماد مؤدیان و بالا رفتن اعتماد سیاسی است. تحریم‌ها با ایجاد تغییرهای اقتصادی مانند تورم، رکود و بالا رفتن نرخ مالیات از دیگر عوامل سیاسی مؤثر بر افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات محسوب می‌شود. تبعیض در اخذ مالیات از دیگر عوامل اثرگذار به‌شمار می‌رود. در ایران از کارمندان دولتی قبل از پرداخت حقوق، مالیات کسر می‌گردد؛ درحالی‌که، برای مشاغل مانند پزشکان، تلافروشان، صنف آهن‌فروشی و... سازوکار منظم و تضمین‌شده‌ای برای اخذ مالیات وجود ندارد. نامشهود بودن آثار پرداخت مالیات در زندگی اجتماعی از دیگر دلایل است؛ به‌عنوان مثال مردم انتظار دارند با پرداخت مالیات، رفاه آنان در قالب کاهش بیکاری، کاهش تورم و... افزایش یابد؛ اما متأسفانه با بررسی میزان درآمدهای مالیاتی و شاخص‌های رفاهی قضیه عکس است. با اینکه درآمدهای مالیاتی در طول زمان افزایش داشته اما شاخص‌های رفاهی بهبود نیافته است. این نتایج یافته‌های پژوهش محسنی تبریزی، کمیجانی، عباس‌زاده (۱۳۸۹)، رزمی و کاوسی (۱۳۹۴)، کرمانشاهی و اعظمی (۱۳۹۷)، خواجه‌وی و کرمانشاهی (۱۳۹۷) را تأیید می‌کند. با توجه به عوامل تأثیرگذار بر افزایش مشارکت در پرداخت مالیات، پیشنهادهایی ارائه می‌گردد. در مراحل تصمیم‌گیری باید شهروندان هم مشارکت داشته باشد و فقط توسط کارگزاران صورت نگرفته باشد. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه عنوان داشته، مشارکت بیشتر شهروندان در فرایند سیاست‌گذاری، اقبال اجرای موفقیت‌آمیز قبول داوطلبانه و همچنین افزایش دامنه مشارکت با شهروندان خواهد شد.

پیشنهادها

با بررسی اسناد پژوهشی و به‌منظور افزایش مشارکت عمومی مردم در پرداخت مالیات، پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

۱- افزایش مشارکت عمومی مردم در مراحل تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های مالیاتی؛

۲- اجرای طرح جامع مالیاتی و به جهت آماده‌سازی و پیش‌نیازهای لازم برای

اجرای عملی آن؛

- ۳- افزایش کیفیت خدمات مالیاتی به مؤدیان با دو هدف عمده آگاهی دادن به مؤدیان درباره حقوق و تکالیف قانونی آن‌ها و ارائه خدمات مشاوره‌ای؛
- ۴- کاهش پیچیدگی قوانین مالیاتی، تقویت مشوق‌های انگیزشی، اعمال معافیت و نرخ‌های مناسب؛
- ۵- تسهیل قوانین و مقررات، جلوگیری از اقتصاد زیرزمینی، کاهش نرخ رکود و تورم، عدم مداخله دولت و بهبود فضای کسب‌وکار؛
- ۶- با توجه به گستردگی ابعاد عوامل سیاسی، قانونی، آموزش و آگاهی‌بخشی، ویژگی جمعیتی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی و ویژگی‌های روان‌شناختی؛ پیشنهاد می‌شود مهم‌ترین ابعاد این عوامل در مطالعات جداگانه‌ای بررسی و تحلیل شود.

فهرست منابع

- آتش‌سوز، علی؛ فیضی، کامران؛ کزازی، ابوالفضل و الفت، لعیا (۱۳۹۵). مدل‌سازی تفسیری - ساختاری ریسک‌های زنجیره تأمین صنعت پتروشیمی. *مطالعات مدیریت صنعتی*، ۱۴(۴۱)، ۳۹-۷۳.
- آذر، عادل و بیات، کریم (۱۳۸۷). طراحی مدل فرایند محوری کسب و کار با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری. *مدیریت فناوری اطلاعات*، ۱(۱)، ۳-۱۸.
- آقایی‌خانه‌برق، علی؛ غریب‌زاده، رامین و ازادی‌بریس، لیلی (۱۳۹۹). مدلیابی نقش فرهنگ سیاسی در مشارکت و اعتماد سیاسی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی. *مطالعات رهبری فرهنگی*، ۴(۲)، ۶۸-۸۱.
- ابراهیمی سروعلیا، محمد حسن؛ حساس یگانه، یحیی؛ رجایی باغ‌سیایی، محمد و علاسوند، فرشید (۱۳۹۸). نقش منطقه‌ای استقرار اظهارنامه‌های مالیاتی در تمایل به پرداخت مالیات (مورد مطالعه: مودیان مالیاتی اداره امور مالیاتی شهر تهران). *دانش سرمایه‌گذاری*، ۸(۲۹)، ۲۰۷-۲۲۴.
- ابراهیمی، قربانعلی؛ بابازاده‌بانی، علی و ابراهیمی‌گنابی، حسین (۱۳۹۰). بررسی تأثیر اعتماد سیاسی بر مشارکت سیاسی: (مطالعه دانشجویان عضو تشکل‌های انجمن اسلامی و بسیج دانشجویی دانشگاه‌های مازندران و صنعتی نوشیروانی بابل). *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی جوانان*، ۴(۲)، ۶۳-۸۲.

- احمدی، احمد و رضایی، حسیبه (۱۳۹۴). رابطه رفاه اجتماعی با مشارکت سیاسی معلمان (مطالعه موردی: معلمان شهر مریوان). *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۲۴(۷)، ۲۰۰-۲۳۶.
- احمدی‌موسوی، سیدمهدی؛ ولیدی، محمدصالح و نجفی‌توانا، علی (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی نظام مالیاتی ایران و تبیین علل موثر در بروز آسیب‌ها. *حقوقی دادگستری*، ۹۶(۸۰)، ۳۷-۵۸.
- اکبری، مجید و علی‌اکبری، اسماعیل (۱۳۹۶). مدل‌سازی ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهر تهران. *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۲۵(۲۱)، ۱-۳۱.
- باریکانی، علی (۱۴۰۰). تحلیل عدم تمکین و پذیرش پرداخت مالیات از سوی مردم. *امنیت اقتصادی*، ۹۰(۹)، ۷۵-۸۴.
- بهنام‌فر، محمدحسن و شاعری، فاطمه (۱۳۹۷). بررسی رابطه میان شاخص‌های فرهنگ سیاسی با میزان مشارکت سیاسی در اسفراین. *مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان*، ۵۰(۱۳)، ۴۷-۷۴.
- حساس یگانه، یحیی؛ ابراهیمی سرو علیا، محمد حسن؛ علاسوند، فرشید و دلاور، علی (۲۰۱۹). اهمیت عوامل تمایل به پرداخت مالیات از دیدگاه مؤدیان مالیاتی (مورد مطالعه: مودیان مالیاتی اداره امور مالیاتی شهر تهران). *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۸(۲۹)، ۲۰۳-۲۱۴.
- خواجه‌جوی، شکراله و کرمشاهی، بهنام (۱۳۹۷). پدیدارشناسی نقش نگرش فردی بر اخلاق مالیاتی و تمکین مالیاتی. *حسابداری/ارزشی و رفتاری، سال نهم، ۱۸۷-۲۰۸*.
- دیانتی‌دیلیمی، زهرا و رضاپورپرورش، رویا (۱۳۹۳). رابطه بین اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم با فرار مالیاتی. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۹۴(۹)، ۸۳-۹۴.
- رزمی، سیدمحمدجواد و کاوسی، شراره (۱۳۹۴). رابطه سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی: نقش میانجی گر اخلاق مالیاتی. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۳۵(۱۰)، ۷۳-۸۲.
- زندیه، حسن و آدینه‌وند، مسعود (۱۳۹۵). بررسی عملکرد سازمان‌بازرسی شاهنشاهی در دوره اول حیاتسازمان (۱۳۵۱-۱۳۳۷ش). *پژوهش‌های تاریخی ایران و اسلام*، ۱۸(۱۰)، ۶۵-۹۲.

- زهی، نقی و محمدخانلی، شهرزاد (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی (مطالعه موردی استان آذربایجان شرقی). *پژوهشنامه مالیات*، ۵۷(۱۸)، ۲۵-۶۰.
- سبکتکین، قربانعلی و جعفری، احمد (۱۳۹۵). تحلیل جامعه شناختی راهبردهای مشارکت مردم در پرداخت مالیات‌های محلی (عوارض خدمات شهری) در بین شهروندان کرج. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۲۰(۵)، ۲۹۷-۳۲۰.
- سنجرانی، طوبی (۱۴۰۰). بررسی عوامل مؤثر بر تسهیل در پرداخت مالیات توسط مودیان مالیاتی و شناسایی عوامل موجود. *رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۵۴(۵)، ۱۰۴-۱۲۵.
- شاعری، فاطمه (۱۳۹۵). *بررسی نقش عوامل فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر مشارکت سیاسی*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه خوارزمی.
- صامتی، مجید؛ امیری، هادی و حیدری، زهرا (۱۳۹۴). تأثیر اخلاق مالیاتی بر تمکین مالیاتی، مطالعه موردی شهر اصفهان. *پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، ۷۵(۲۳)، ۲۶۲-۲۳۱.
- صدری، محمدحسن و شبانیان، زهرا (۱۳۸۴). *علل فروپاشی شاهنشاهی هخامنشی*. حافظ، ۲۲(۲)، ۲۱-۲۴.
- صحرائی، لیلا (۱۳۸۷). *بررسی رابطه میان مشارکت سیاسی و فرهنگ سیاسی جوانان ساکن شهر تهران*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.
- عسگری، حشمت‌اله؛ روزی‌طلب، اناهیتا و منصوری، امیر (۱۴۰۰). تحلیل رفتاری تمایل به پرداخت مالیات (مطالعه موردی شهرک صنعتی سمنان). *پژوهشنامه مالیات*، ۹۷(۴۹)، ۷-۳۲.
- علمداری، شهرام (۱۳۹۸). *عوامل مؤثر بر کاهش فرار مالیاتی در استان فارس*. *مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری*، ۲۳(۵)، ۷۰-۷۶.
- علمی، محمود؛ تقی‌لو، فرامرز و موسی‌زاده، رحیم (۱۳۸۹). بررسی رابطه بیگانگی اجتماعی و میزان مشارکت سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد نقده. *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۶(۲)، ۱۳۱-۱۵۴.
- علیزاده‌بیرجندی، زهرا (۱۳۸۵). پاشنه آشیل مشروطه نقش عوامل اقتصادی در آسیب‌پذیری نظام مشروطه. *زمانه*، ۴۷(۵)، ۶۸-۷۰.
- غفاری، غلامرضا و نیازی، محسن (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی مشارکت (ویرایش ۱)*. تهران: نزدیک.

- قاسمیان، سلمان؛ پیرمرادیان، مصطفی و محمودآبادی، سیداصغر (۱۳۹۴). تحلیلی بر سنت‌های دیوان‌سالاری ایران در خلیج فارس: «امام مسقط و اجاره‌داری بندرعباس» (۱۲۰۹-۱۲۸۵). *تاریخ اسلام و ایران*، ۲۵(۲۵)، ۱۷۱-۱۹۸.
- قرنجیک، اسماعیل؛ ضیال‌الدینی، محمد و هادوی‌نژاد، مصطفی (۱۳۹۹). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت عمومی در پرداخت مالیات با استفاده از روش تاپسیس فازی. *پژوهشنامه مالیات*، ۹۴(۴۶)، ۱۰۳-۱۲۷.
- قرنجیک، اسماعیل؛ ضیال‌الدینی، محمد و هادوی‌نژاد، مصطفی (۱۴۰۰). نگاشت شناختی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت در پرداخت مالیات. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۴۷(۱۲)، ۵۷-۷۶.
- کاظم‌بیگی، محمدعلی و حسینی، سید مصطفی (۱۳۹۰). مالیات و هزینه‌های ولایات در دوره قاجاریه کتابچه دستورالعمل جمع و خرج بسطام و شاهرود ۱۲۹۴-۱۲۹۵. *تاریخ و تمدن اسلامی*، ۱۳(۷)، ۱۲۹-۱۶۴.
- کرمشاهی، بهنام و اعظمی، زینب (۱۳۹۷). رابطه بین اخلاق فردی، اخلاق حرفه‌ای حسابداران، جنسیت و تمکین مالیاتی. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۴۶(۱۳)، ۹۱-۹۹.
- لاری‌دشت‌بیاض، محمود؛ قائم‌مقامی، کامران و کهرمی، قاسم (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در استان خراسان جنوبی با تأکید بر مؤلفه‌های فرهنگی. *حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۱۱(۱)، ۱۳۹-۱۶۴.
- محسنی تبریزی، علیرضا؛ کمیجانی، اکبر و عباس‌زاده، مرتضی (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر افزایش فرهنگ مالیاتی در میان مودیان بخش مشاغل (صنف لوازم التحریر، استان البرز). *پژوهشنامه مالیات*، سال هجدهم، (۹).
- مهاجری، پریسا؛ طالبلو، رضا و ستاره‌ای، لیلا (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر نسبت مالیات بر ارزش‌افزوده به تولید ناخالص داخلی با تأکید بر حدآستانه ثبت‌نام. *پژوهشنامه مالیات*، ۹۳(۴۵)، ۷-۳۵.
- میرزایی، زینب؛ نایب‌زاده، شهناز و حاتمی‌نسب، سیدحسن (۱۴۰۰). نگاشت‌شناختی آمیخته بازاریابی اجتماعی در وصول مالیات داوطلبانه. *علوم مدیریت ایران*، ۶۲(۱۶)، ۸۲-۵۵.
- میرمحمدی، سیدمحمد و جنتی، نادر (۱۳۹۶). اولویت‌های اصلاح نظام مالیاتی ایران با تأکید بر فعالیت‌های گردشگری (رویکرد مدلسازی تفسیری ساختاری). *گردشگری و توسعه*، ۶(۱)، ۱۵۰-۱۷۷.

نیکنامی، مصطفی؛ زمانی‌مقدم، افسانه؛ محمدخانی، کامران و غیاثی، محمدرضا (۱۳۹۸). تحلیلی بر بهبود مشارکت مردمی در امور پرداخت مالیات با تأکید بر آموزش شهروندی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی غرب شهر تهران). *پژوهشنامه مالیات*، ۹۱(۴۳)، ۱۴۵-۱۷۱.

هادیان، ابراهیم و تحویلی، علی (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در اقتصاد ایران. *برنامه‌ریزی و بودجه*، ۱۲۱(۱۸)، ۳۹-۵۸.

- Alm, James; McClelland, Gary H. & Schulze, William D. (1992). Why do people pay taxes? *Journal of public Economics*, 48(1), 21-38.
- Arbex, Marcelo Aarestru; Carré, Justin M.; Geniole, Shawn N. & Mattos, Enlinson (2018). Tax evasion, testosterone and personality traits.
- Birou, Alen. (2011). *Social science culture*. (B. Saroukhani, tran.). Keyhan.
- Britton, Garth (2017). *Co-design and social innovation: Connections, tensions and opportunities*. Taylor & Francis.
- Fjeldstad, Odd-Helge & Semboja, Joseph (2001). Why people pay taxes in Tanzania. *World Development*, 29(12), 2059-2074.
- Hamzah, Amir; Rahayu, Anisa Laila; Khaerunnisa, Hasna Firyal; Riska, Riska & Aulia, Dzikro Hillyatul. (2023). Factors Affecting Community Participation in Paying Land and Building Tax in Kuningan Regency. *Jambura Equilibrium Journal*, 5(1), 9-16.
- Ngicuru, PN.; Muiro, M. & Riungo, MI. (2017). An empirical review of factors affecting revenue collection in Nairobi county, Kenya. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, (8), 324-359.
- Srivastava, Himanshu Shekhar; Singh, Gurbir & Mishra, Abhishek (2018). Factors affecting consumers' participation in consumption tax evasion. *Journal of Indian Business Research*, 10(3), 274-290.

References

- Aghaei Khanebargh, Ali; Gharibzadeh, Ramin & Azadibar, Leila (2020). Modeling the role of political culture in political participation and trust with the mediation of social capital. *Cultural Leadership Studies*, 4(2), 68-81. (In Persian).
- Ahmadi Mosavi, Mehdi; Saleh Avalidi, Mohammad & Najafi Tavana, Ali (2016). Pathology of Iran's Tax system. *The Judiciary's Law Journal*, 80(96), 37-58. <https://doi.org/10.22106/jlj.2016.24716>. (In Persian).
- Ahmadi, Ahmad; & Rezaei, Hosayebbeh (2015). the Relationship between Social Welfare and the Political Participation of Teachers (A Case Study of Teachers in Marivan). *Social Development & Welfare Planning*, 7(24), 231-267. <https://doi.org/10.22054/qjstd.2016.2006>. (In Persian).

- Akbari, Majid & Aliakbari, Esmaeil (2017). Interpretive-Structural Modeling of the Factors that Affect the Viability of Tehran Metropolis. *The Journal of Spatial Planning*, 21(1), 1-31. (In Persian).
- Alamdari, Shahram (2019). Factors affecting the reduction of tax evasion in Fars province. *Economics Studies, Financial Management and Accounting*, 23(5), 70-76. (In Persian).
- Alizadehbirjandi, Zahra (2006). Achilles' heel of the constitution, the role of economic factors in the vulnerability of the constitutional system. *Zamaneh*, 47(5), 68-70. (In Persian).
- Alm, James; McClelland, Gary H. & Schulze, William D. (1992). Why do people pay taxes? *Journal of Public Economics*, 48(1), 21-38.
- Arbex, Marcelo Aarestru; Carré, Justin M.; Geniole, Shawn N. & Mattos, Enlinson (2018). Tax evasion, testosterone and personality traits.
- Asgari, Heshmatollah; Roozitalab, Anahita & Mansouri, Amir (2021). Behavioral Analysis of Willingness to Pay Taxes (A Case Study of Semnan Industrial Town). *Journal of Tax Research*, 29(49). <https://doi.org/10.52547/taxjournal.29.49.7>. (In Persian).
- Atashsooz, Ali; Feizi, Kamran; Kazazi, Abolfazl & Olfat, Laya (2016). Interpretive Structural Modeling of Petrochemical Industry Supply Chain Risks. *Industrial Management Studies*, 14(41), 39-73. <https://doi.org/10.22054/jims.2016.4168>. (In Persian).
- Azar, Adel & Bayat, Karim (2008). Designing a Model for "Business Process-Orientation" Using Interpretive Structural Modeling Approach (ISM). *Journal of Information Technology Management*, 1(1), 3. (In Persian).
- Barikani, Ali (2021). Analysis of non-compliance and acceptance of tax payment by the people. *Economic Security*, 90(9), 75-84. (In Persian).
- Behnamfar, Mohammadhasan & Shaeri, Fatemeh (2019). Investigating the relationship between the indicators of political culture and the level of political participation in Esfrain. *Social Cultural Studies of Khorasan*, 13(2), 47-74. <https://doi.org/10.22034/fakh.2019.93137>. (In Persian).
- Birou, Alen (2011). *Social science culture*. (B. Saroukhani, Tran.). Tehran: Keyhan. (In Persian).
- Britton, Garth (2017). *Co-design and social innovation: Connections, tensions and opportunities*. Taylor & Francis.
- Deiyanati Deylami, Zahra & Rezapour Parvareh, Rouya (2015). Relation between Corporate Ethics, Social Responsibility, Machiavellianism and Tax Avoidance. *Ethics in Science and Technology*, 9(4), 83-94. (In Persian).
- Discussion on: Finance and its economic concept (1985). *Hoozeh*, 9(2), 122-134. (In Persian).
- Ebrahimi Sarveolia, Mohamad Hasan; Hasas Yeganeh, Yahya; Rajaei Bagh Siaei, Mohammad & Alasvand, Farshid (2019). Regional Role of Tax Return Transcript Establishment in Intention-to-pay Taxes: (Study Case: Taxpayers of Iranian National Tax Admission Organization-Tehran). *Journal of Investment Knowledge*, 8(29), 207-224. (In

- Persian).
- Ebrahimi, Ghorbanali; Babazadehbani, Ali & Ebrahimi Gatabi, Hossein (2011). investigating the effect of political trust on political participation: (Study of students who are members of Islamic Associations and Student Mobilization Organizations of Mazandaran and Noshirvani Universities of Technology, Babol). Quarterly of Sociological Studies of Youth, 4(2), 63-82. (In Persian).
- Elmi, Mahmoud; Taghiloo, Faramarz & Mosazadeh, Rahim (2010). the relationship between social alienation and political participation among students of Islamic Azad University of Naghadeh. Sociological Studies, 3(6), 131-154. (In Persian).
- Fjeldstad, Odd-Helge & Semboja, Joseph (2001). why people pay taxes: The case of the development levy in Tanzania. World Development, 29(12), 2059-2074.
- Ghafari, Gholamreza & Niazi, Mohsen (2007). Sociology of participation (1st Ed.). Tehran: Nazdic. (In Persian).
- Ghasemiyan, Salman; Pirmoradian, Mostafa & Mahmoodabadi, Seyedasghar (2015). An analysis of the bureaucratic traditions of Iran in the Persian Gulf: "Imam of Muscat and the tenancy of Bandar Abbas" (1209-1285). History of Islam and Iran, 25(25), 171-198. (In Persian).
- Hadian, Ebrahim & Tahvili, Ali and. (2013). Tax Evasion and Its Determinants in the Iranian Economy (1971-2007). Planning and Budgeting, 18(2). (In Persian).
- Hamzah, Amir; Rahayu, Anisa Laila; Khaerunnisa, Hasna Firyal; Riska, Riska & Aulia, Dzikro Hillyatul (2023). Factors Affecting Community Participation in Paying Land and Building Tax in Kuningan Regency. Jambura Equilibrium Journal, 5(1), 9-16. (In Persian).
- Hasas Yeganeh, Yahya; Ebrahimi Sarveolia, Mohamad Hasan; Alasvand, Farshid & Delavar, Ali (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).
- Kazembeygi, Mohammadali & Hosseini, Seyedmostafa (2011). Taxes and expenses of the provinces in the Qajar era, Bastam and Shahrood collection and expenditure booklet, 1294-1295 AH. Islamic History and Civilization, 13(7), 129-164. (In Persian).
- Kemanshahi, Behnam & Azami, Zeynab (2018). The Relationship between Personal Ethics, Professional Ethics and Gender of accountants and tax Compliance. Ethics in Science and Technology, 13(1), 91-99. (In Persian).
- Khajavi, Shokrollah & Karamshahi, Behnam and. (2018). Phenomenology of the role of Individual attitudes on Tax Ethics. Journal Title, 3(5), <https://doi.org/10.29252/aapc.3.5.187>. (In Persian).
- Lari Dashtbayaz, Mahmoud; Ghaemmaghami, Kamran & Kahromi,

- Ghasem and. (2016). The factors effect on tax evasion in South Khorasan province : An emphasis on cultural dimentions. *Journal Title*, 1(1), <https://doi.org/10.18869/acadpub.aapc.1.1.139>. (In Persian).
- Mirmohammadi, Seyed Mohammad & Jannati, Nader (2017). Modification Priorities in Iran's Tax System Emphasizing on Tourism Activities. *Journal of Tourism and Development*, 6(1), 150-177. (In Persian).
- Mirzaei, zeynab; Nayebzadeh, Shahnaz & Hataminasab, Seyyed Hassan (2021). Conceptual mapping of social marketing approach in Iranian National Tax Administration (INTA). *Management Research in Iran*, 25(3), 170-191. (In Persian).
- Mohajeri, Parisa; Talebloo, Reza & Setareeei, Leyla (2020). Identifying the Effective Factors on VAT Revenues to GDP Ratio with an Emphasis on Registration Threshold. *Journal of Tax Research*, 28(45), 7-35. <https://doi.org/10.29252/taxjournal.28.45.7>. (In Persian).
- Mohseni Tabrizi, Alireza; Komijani, Akbar & Abbaszadeh, Morteza and. (2011). A Study of Factors Increasing Tax Culture among Business Taxpayers (Stationery Guild of Alborz Province). *Journal of Tax Research*, 18(9). (In Persian).
- Ngicuru, PN.; Muiro, M. & Riungo, MI. (2017). An empirical review of factors affecting revenue collection in Nairobi County, Kenya. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 8, 324-359.
- Niknami, Mostafa; Zamanizadeh, Afsaneh; Mohammadkhani, Kamran & Ghiyasi, Mohammadreza (2019). An Analysis of Improving Public Participation in Tax Payments with Emphasis on Citizenship Education (Case Study of General Tax Affairs Directorate of Tehran City West). *Journal of Tax Research*, 27(43), 145-178. <https://doi.org/10.29252/taxjournal.27.43.145>. (In Persian).
- Qaranjik, Esmaeil; Ziaoldini, Mohammad & Hadevinejad, Mostafa (2020). Identifying and prioritizing factors affecting the increase of public participation in tax payment using fuzzy TOPSIS method. *Tax Research Paper*, 94(46), 103-127. (In Persian).
- Qaranjik, Esmail; ZiaaDdini, Mohammad & Hadavinejad, Mostafa (2021). Cognitive mapping of Influencing factors on participation in tax payments. *Public Administration Perspaective*, 12(3), 57-76. <https://doi.org/1052547/jpap.2021.214014.0>. (In Persian).
- Razmi, Seyedjavad & Kavousi, Sharareh (2015). the relationship between social capital and tax acceptance: the mediating role of tax ethics. *Ethics in Science and Technology*, 35(10), 73-82. (In Persian).
- Saboktakin, Ghorbanali & Jafari, Ahmad (2016). Sociological analysis of people's participation strategies in paying local taxes (urban service charges) among the citizens of Karaj. *Social and Cultural Strategy*, 20(5), 297-320. (In Persian).
- Sadri, Mohammadhasan & Shabaniyan, Zahra (2005). Causes of the collapse of the Achaemenid Empire. *Hafez*, 22(2), 21-24. (In Persian).

