

دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، سال هشتم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۸، صفحات ۱۳۴-۱۰۵
تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۳۰ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۱۰/۲۳

رابطه سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی

(مطالعه موردی مودیان شهرهای غرب استان مازندران)

سیدابراهیم حسینی نوریان^۱، علی رحمانی فیروزجاه^{۲*}، سیف‌الله فرزانه^۳

چکیده

یکی از منابع درآمدی دولت‌ها، درآمدهای مالیاتی است. مشکلات اجتماعی و فرهنگی جامعه، ضعف سرمایه اجتماعی و شاخص‌های آن باعث شده است تا کنش مالیاتی به‌خوبی صورت نگرفته و فرهنگ مالیاتی در بین مردم شکل نگیرد. این مقاله با هدف بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی در شهرهای غرب استان مازندران انجام شده است. روش تحقیق، پیمایشی و ابزار پرسشنامه است. کلیه مؤدیان مراجعه‌کننده به اداره مالیاتی شهرهای نوشهر و چالوس به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند که بر اساس آمار سال ۱۳۹۷ برابر ۲۴۵۰۰ نفر می‌باشند. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۴۰۰ نفر است. یافته‌ها نشان می‌دهد میانگین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی بیش از حد متوسط است. بین میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. یعنی با افزایش سرمایه اجتماعی بیشتر شود، تمایل مؤدیان به پرداخت مالیات بیشتر می‌شود. بین ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی و ارتباطی) و ابعاد فردی و سازمانی فرهنگ مالیاتی نیز رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که ۶۹/۲ درصد از تغییرات فرهنگ مالیاتی توسط سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود. برای تقویت و ارتقای فرهنگ مالیاتی توجه به سرمایه اجتماعی و به‌ویژه سرمایه اجتماعی شناختی ضروری است تا فرار مالیاتی در بین مؤدیان کمتر صورت گیرد.

واژگان کلیدی: فرهنگ مالیاتی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی شناختی و فرار مالیاتی.

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل
Email: danesh_pajuh2011@yahoo.com

۲- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، بابل، ایران (نویسنده مسئول)
Email: arf1348@gmail.com

۳- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، بابل، ایران
Email: mfilib@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

مالیات یکی از مهم‌ترین ابزارهای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی برای تأمین منابع مالی دولت محسوب می‌شود. این ابزار به‌علت جایگاه تأثیرگذار در تأمین منابع لازم برای انجام دادن وظایف حکومتی، اقتصادی، رفاهی و غیره مورد توجه نظریه‌پردازان سیاست‌گذاری قرار گرفته است (کمالی، ۱۳۹۵: ۴۶). از این رو مالیات از عوامل پر اهمیت به‌منظور حفظ و بقای پویایی یک جامعه است (عظیمی آرانی، ۱۳۸۳: ۲۰۷). فرهنگ مالیاتی متأثر از فرهنگ عمومی جامعه است و روابط مردم از عوامل سیاسی و اقتصادی تأثیر ایدئولوژیک می‌پذیرد. در چند دهه اخیر به فرهنگ مالیاتی توجه ویژه‌ای شده است. علت افزایش توجه به فرهنگ مالیاتی در سال‌های اخیر را می‌توان وجود نارسایی در نظام مالیاتی کشورها دانست. این نارسایی‌ها را می‌توان در سه گروه مشکلات فرهنگی و اجتماعی، مشکلات قوانین مالیاتی و مشکلات اجرایی طبقه‌بندی کرد (راداو وادیم، ۲۰۰۱). یکی از مشکلات اجتماعی و فرهنگی جامعه، ضعف سرمایه اجتماعی و شاخص‌های آن است که فرهنگ مالیاتی را دچار مشکل می‌کند. تا زمانی که مردم نحوه مصرف مالیات‌ها در کشور و رفاه و آبادانی ناشی از آن را به‌طور ملموس و عینی در زندگی روزمره خود شاهد نباشند، انگیزه‌ای برای همراهی با نظام مالیاتی در آنها شکل نخواهد گرفت. مالیات‌ها در نظام‌های اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، نه تنها ابزار تأمین‌کننده مصارف بودجه دولت محسوب می‌شوند، بلکه در اجرای سیاست‌ها و راهبردهای اقتصادی تعیین شده نیز نقش بارزی ایفا می‌کنند (روزن، ۲۰۰۵: ۶۵). تقویت فرهنگ مالیاتی مستلزم وجود اعتماد بین دولت و مؤدیان است. برقراری این اعتماد و تقویت فرهنگ مالیاتی، مستلزم شفافیت اقتصادی است (کمالی، ۱۳۹۵: ۲۱۸).

در این مقاله با دو مفهوم فرهنگ مالیاتی و سرمایه اجتماعی سروکار داریم. فرهنگ مالیاتی را می‌توان مجموعه‌ای از طرز تلقی، بینش و عکس‌العمل اشخاص در قبال سیستم مالیاتی دانست. به‌عبارت دیگر، مجموعه‌ای از طرز تلقی، بینش، برداشت، آرمان‌ها، ارزش‌های اجتماعی، قوانین جاری و میزان آگاهی مردم از مالیات، فرهنگ مالیاتی را می‌سازد (جلال‌آبادی و عزیزخانی، ۱۳۸۴: ۲). منظور از سرمایه اجتماعی منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که حاصل شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه شده آشنایی و شناخت متقابل - یا

به بیان دیگر، با عضویت در یک شبکه گروه- است (بورديو، ۱۳۸۴). کاپلان و لینچ، سرمایه اجتماعی را نوعی انباشت سرمایه و شبکه‌هایی معرفی کرده‌اند که همبستگی اجتماعی، تعهد اجتماعی، و در نتیجه نوعی عزت نفس و توسعه را در جامعه بوجود می‌آورد (لینچ و کاپلان، ۱۹۹۷: ۲۹۸).

فرهنگ مالیاتی خاص یک کشور را می‌توان به همه مؤسسات رسمی و غیررسمی مرتبط با سیستم مالیاتی ملی و عملکرد آن شامل وابستگی‌ها و روابط ایجاد شده توسط تعاملات مداوم در نظر گرفت (طاهرپور، ۱۳۸۶: ۸۱). تحولات سریع در نظام‌های اقتصادی باعث شده ویژگی‌های مادی فرهنگ مالیاتی شامل به روز شدن قوانین مالیاتی و مدرن کردن روش‌های عملیاتی با رشد فناوری توسعه یابد. اما بخش معنوی فرهنگ مالیاتی به آن دلیل که به موارد کیفی و تحولات جامعه‌شناختی بازمی‌گردد، به کندی رشد می‌کند (گرایی‌نژاد و چپردار، ۱۳۹۴: ۷۰) و در برخی اوقات رشد آن منفی است. در این حالت، پدیده پس‌افتادگی در فرهنگ مالیاتی شکل می‌گیرد. از جمله مواردی که در وضعیت پس‌افتادگی فرهنگی رخ می‌دهد، احساس تبعیض بین مالیات‌دهندگان است. این عامل را می‌توان در توزیع ناعادلانه درآمد، تلاش برای استفاده بیشتر از ترفندهای قانونی و غیرقانونی و بی‌تفاوتی نخبگان جامعه نسبت به مسئله استراتژیک مالیات جستجو کرد. از طرف دیگر، احساس تبعیض نسبت به اجرای قانون در یک فرایند زمانی به باورهای گروه‌های اجتماعی تبدیل می‌شود (ثاقب‌فرد، ۱۳۸۶: ۱). فرهنگ مالیاتی در کشور ما پایین است (محسنی تبریزی و دیگران، ۱۳۸۶؛ کمالی، ۱۳۹۵؛ کوزه‌گر کالجی، ۱۳۸۳؛ لشگری‌زاده و عزیز، ۱۳۹۰؛ طاهرپور، ۱۳۸۶؛ قبله‌وی، ۱۳۸۶؛ مسیحی و محمدنژادعالی زمینی، ۱۳۹۴؛ صالحی و دیگران، ۱۳۹۳؛ همراهی و کهن منصورخانی، ۱۳۹۴؛ رزمی و کاووسی، ۱۳۹۴؛ لاری دشت بیاض، قائم مقامی و کهرمی، ۱۳۹۵؛ شهبازی و محبوبی، ۱۳۹۰، حیدری و دیگران، ۱۳۹۶؛ خادم حسینی و خادم حسینی، ۱۳۹۶؛ شهبازی و محبوبی، ۱۳۹۰) و افراد به دلایل مختلف از دادن مالیات فرار می‌کنند. غالباً در کشورهای در حال توسعه برخی از گروه‌ها از دادن مالیات سر باز می‌زنند. در نظام مالیاتی کشور ما فرهنگ پرداخت مالیات به‌طور داوطلبانه بر اساس

خوداظهاری پایین است؛ چرا که سیستم مالیاتی کارساز و مؤثر نیست، همچنین اعتماد متقابل هم بین مأموران تشخیص و مؤدیان مالیاتی وجود ندارد (قبله‌وی، ۱۳۸۶: ۶۸). به نظر نویسندگان مقاله فرهنگ مالیاتی در کشور کارا نیست به طوری که برخی (ثاقب‌فرد، ۱۳۸۶) از پدیده پس افتادگی در فرهنگ مالیاتی سخن به میان می‌آورند. سوال اساسی این است که رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی چگونه است؟ و هر یک از ابعاد سه گانه سرمایه اجتماعی (شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) چه نقشی در فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران دارند؟

پیشینه تجربی و چارچوب نظری

تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که عوامل مختلفی بر کنش مالیاتی و تمکین مالیاتی افراد اثرگذار هستند. در جوامع برخوردار از سطوح بالای سرمایه اجتماعی، میزان فرار مالیاتی کمتر است و افراد گرایش بیشتری به ارائه مالیات به دولت دارند. بررسی پیشینه‌های تجربی در زمینه موضوع نشان می‌دهد که جامعه‌شناسان کمتر به موضوع سرمایه اجتماعی و کنش مالیاتی یا فرهنگ مالیاتی پرداخته‌اند. هرچند که مطالعه مفهوم سرمایه اجتماعی به کرات صورت گرفته، اما کنش مالیاتی کمتر و به ندرت از سوی جامعه‌شناسان (رزمی و کاووسی ۱۳۹۴)، بهروان و دیگران (۱۳۹۵)، محسنی تبریزی و دیگران (۱۳۸۹)، حیدری و دیگران (۱۳۹۶) و جیمنز و لیر (۲۰۱۶) بررسی شده است. بیشتر تحقیقات توسط صاحب‌نظران رشته‌های مدیریت و اقتصاد انجام شده است. این مهم‌ترین خلاء در زمینه موضوع مورد مطالعه است و محقق درصد آن است تا با نگاه جامعه‌شناختی به موضوع فرهنگ مالیاتی به‌عنوان یکی از کنش‌های اقتصادی افراد جامعه پردازد و نقش سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن به خصوص اعتماد را بر کنش مالیاتی مورد بررسی قرار دهد.

مسیحی و محمدنژادعالی زمینی (۱۳۹۴) به احساس نگرش مثبت به شغل و تناسب محیط شغلی کارگزاران مالیاتی، ضمانت اجرایی و تکریم ارباب رجوع و حفظ و حراست از شأن کارگزاران اشاره دارند. لاری دشت بیاض، قائم مقامی و کهرمی (۱۳۹۵) به عوامل فرهنگی، اقتصادی و مؤلفه‌های سیاسی- قانونی، صالحی و دیگران (۱۳۹۳) به عدالت و کارکرد سازمان، صداقت و احساس مسئولیت مؤدیان و نیز تمایل به پرداخت مالیات، حیدری

و دیگران (۱۳۹۶) به عوامل نهادی (ساختاری) و عوامل مربوط به کنشگران (عاملیت)، محسنی تبریزی و دیگران (۱۳۸۹) به همکاران صنفی، التزام به دین، رسانه‌ها، وجود سنت مالیات‌دهی در خانواده، روحیه قانون‌گرایی در خانواده، عوامل برون‌سازمانی و عوامل برون سازمانی، توکلی و دیگران (۱۳۹۳) به سرمایه اجتماعی، خادم حسینی و خادم حسینی (۱۳۹۶) به سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی، همراهی و کهن منصورخانی (۱۳۹۴) به عوامل برون سازمانی و عوامل درون سازمانی توجه دارند و بهروان و دیگران (۱۳۹۵) معتقدند که عقلانیت ابزاری، اعتماد به مسئولان سازمان امور مالیاتی و عدالت نظام مالیات بر ارزش‌افزوده در کنش مالیاتی تأثیر دارند. لشگری‌زاده و عزیز (۱۳۹۰) بر این اعتقادند که سطح فرهنگ مالیاتی در میان مردم پایین‌تر از حد متوسط است؛ و عواملی مانند بی‌اطلاعی مردم از اهمیت پرداخت مالیات، ساده‌سازی متون قوانین مالیاتی و منطقی کردن مراحل اخذ مالیات، آموزش مردم با قوانین و مقررات مالیاتی، افزایش عدالت و کارکرد سازمان مالیاتی و صداقت و احساس بر ارتقای فرهنگ مالیاتی تأثیرگذار است. اسدی و رجبی (۱۳۹۴) به فرهنگ مالیاتی و رزمی و کاووسی (۱۳۹۴) به سرمایه اجتماعی و اخلاق مالیاتی، عرب باقرانی (۱۳۹۳) به سرمایه اجتماعی، ابوحمزه و میرزایی (۱۳۹۳) به فرهنگ سازمانی، گرای‌نژاد و چپر دار (۱۳۹۱) به وضعیت اقتصادی، رومان برگر^۱ (۲۰۰۰) به اصلاح نظام مالیاتی، التونی^۲ (۲۰۰۲) به اصلاح سیستم مالیاتی، جیمنز و لیر^۳ (۲۰۱۶) به هنجارهای اجتماعی، اعتماد به دولت و انصاف، چن، جابیلدو، کاپیسترانو و یین^۴ (۲۰۱۵) به اعتماد به فناوری و اعتماد به دولت، تورگلر^۵ (۲۰۰۴) به اعتماد به دولت و نظام حقوقی و نهادهای دموکراتیک، تورگلر (۲۰۰۳) به اعتماد، تئو، سریواستاوا و چیانگ^۶ (۲۰۰۸) به اعتماد به دولت و کیفیت خدمات و جهان‌بخشی و باوندپور (۱۳۹۴) به ضعف فرهنگی در تأخیر در وصول مالیات اشاره می‌کند.

1- Berger .Roman

2- Eltony

3- Jimenez and Iyer

4- Chen, J.V., Jubilado, R., Capistrano, E. & Yen

5- Torgler

6- Teo, T., Srivastava, S. & Jiang

مفهوم سرمایه اجتماعی به‌طور کلی از دو واژه «سرمایه و اجتماع» تشکیل شده است. وجود واژه اجتماع در این مفهوم تأکید بر این دارد که این منابع دارای شخصی و فردی نیستند این مفهوم در شبکه روابط قرار دارند. واژه سرمایه نیز تأکید بر آن دارد که سرمایه اجتماعی ماهیتی زاینده داشته و مانند سرمایه انسانی یا مالی مولد است (شارع‌پور: ۱۳۸۰ و صدیق‌بنای، ۲۰۰۸). به‌نظر کلمن، سرمایه اجتماعی به‌طور خاصی از پیوندهای خویشاوندی بروز می‌کند. وی بیان می‌کند که ریشه‌های مؤثرترین اشکال سرمایه اجتماعی به روابط ایجاد شده در دوران کودکی برمی‌گردد (جان فیلد، ۱۳۸۸: ۱۸۱). پاتنام مطرح می‌کند که «سرمایه اجتماعی به‌وجهی از سازمان اجتماعی مثل شبکه‌ها و هنجارها و اعتماد جمعی باز می‌گردد که همکاری و هماهنگی که برای منابع متقابل آسان می‌کند.» (پاتنام، ۱۳۸۰).

به عقیده بیکر، سرمایه اجتماعی به منابع فراوانی که در میان یا از طریق، شبکه‌های فردی یا سازمانی قابل دسترس هستند اشاره دارد این منابع شامل اطلاعات، نظریات، راهنمایی‌ها، فرصت کسب و کار، سرمایه‌های مالی، قدرت، حمایت احساسی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری می‌باشد (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۴: ۲۸۵). پس سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده است و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد (فو کوپاما، ۱۳۷۹). به اعتقاد پاتنام (۲۰۰۰)، سرمایه اجتماعی سه بعد دارد: ۱- شبکه‌ها، که همان روابط اجتماعی و تعاملات افراد باهم است و به‌عنوان جزء اساسی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود. ۲- هنجار همیاری، که ملاک سرمایه اجتماعی است. ۳- اعتماد، که از عناصر ضروری برای تقویت همکاری است و حاصل پیش‌بینی پذیری رفتار دیگران است که اعتماد شخصی و اعتماد تعمیم یافته را در بر می‌گیرد.

در یک دسته‌بندی کلی سرمایه اجتماعی به سه بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی تقسیم می‌شود که هر یک از این ابعاد کلی خود شامل شاخص‌های گوناگونی می‌باشد. چهار رویکرد عمده را در سرمایه اجتماعی می‌توان از همدیگر تفکیک نمود. این رویکردها شامل رویکرد

بر گرفته از تئوری توسعه و اصول اخلاقی، رویکرد سرمایه فکری، ضوابط مدیریت شرکتی و رویکرد مسئولیت اجتماعی و اصول اخلاقی می‌شود (بوئیو^۱، ۲۰۰۴: ۱۲۶).

بر اساس نظر جورج زیمل^۲ فرآیندهایی نظیر تقسیم کار فزاینده، عقلانیت مفرط، سلطه روزافزون و نظایر آن سبب پیدایش دزدگی و احتیاط در روابط اجتماعی موجود در کلان شهر شده است. نتیجه چنین شرایطی، ناپایداری روابط و کاهش اعتماد اجتماعی است (مسائل اجتماعی ایران، ۱۳۸۳: ۲۹۴). جورج زیمل توجهی به فرهنگ مالیاتی نداشته است، با مرور بر نظریات وی در مقاله کلانشهر و حیات ذهنی و همچنین کتاب فلسفه پول، می‌توان به نوع کنش‌های انسانی که مدنظر زیمل هست پی برد. به نظر زیمل، فرآیندهایی نظیر تقسیم کار فزاینده، عقلانیت مفرط، سلطه روزافزون و نظایر آن سبب پیدایش دزدگی و احتیاط در روابط اجتماعی موجود در کلان‌شهر شده است. بنابراین افراد وقتی روابط اجتماعی مناسب و یا دارای اعتماد به یکدیگر باشند، کنش‌های مالیاتی را به دلیل اعتماد به دولت و یا مسئولان نظام مالیاتی انجام می‌دهند.

ماکس وبر در کتاب اخلاق پروتستان و روحیه سرمایه‌داری، یک نوع کنش عقلانی را که موجب رشد و توسعه سرمایه‌داری در اروپا شده را بررسی کرده است. عقلانیت در نظر او نشانه عصر حاضر است و جامعه سنتی از آن بهره‌ای کافی ندارد. عقلانیت فرایندی است که از طریق آن هر ناحیه‌ای از مناسبات انسانی در معرض محاسبه و اداره قرار می‌گیرد. او عقلانیت را در تمام ابعاد، شناسایی می‌کند. نظرش این است که دین خود می‌تواند سرچشمه‌ای برای رشد عقلانیت باشد و یکی از سرچشمه‌های عقلانیت در جوامع غربی عبارت است از تغییرات فرهنگی ویژه‌ای که اخلاق پروتستان آن را به ارمغان آورده است. اخلاقی که اعتقاد به اصالت فرد، سخت‌کوشی، رفتار عقلانی و اعتماد به نفس را مورد تأکید قرار می‌دهد (ریتزر، ۱۳۷۴). در برخی از تحقیقات (بهروان و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۸۹) رابطه بین عقلانیت ابزاری و کنش مالیاتی قابل مشاهده است. از نظر وبر وقتی افراد کنش‌های عقلانی انجام می‌دهند، ممکن است کنش‌ها در زمینه پرداخت مالیات نیز عقلانی

1- Boiue

2- George Simmel

باشد. به عبارت دیگر اگر از عقلانیت ابزاری استفاده نمایند ممکن است دچار فرار مالیاتی شوند. پس می‌توان گفت که بین عقلانیت مؤدیان و فرار مالیاتی آنها رابطه وجود دارد. به طوری که مؤدیان دارای عقلانیت ابزاری بالا، از دادن مالیات فرار می‌کنند و به عبارت دیگر فرهنگ مالیاتی مناسبی نخواهند داشت.

آنتونی گیدنز^۱ نظریه ساخت‌یابی را با توجه به دو عامل ساختار و عاملیت بررسی کرده است. طبق نظریه ساختاربندی، قلمرو مطالعات علوم اجتماعی بررسی عملکردهای اجتماعی است که در پهنه زمان و مکان نظم پیدا کرده‌اند (پارکر، ۱۳۸۳: ۱۲۷). گیدنز نیاز به اعتماد به نظام‌های انتزاعی به معنای عام و نظام‌های تخصصی به معنای خاص را به‌عنوان یک نیاز مطرح کرده و بر مسئله بودن آن تأکید می‌کند و در کودکی مقداری از اعتماد در کودک تلقیح می‌شود (ریتزر، ۱۳۷۹: ۷۶۸). و از نظر او با وجود فاصله‌گیری زمانی و مکانی در ارتباط با دیگران، این اعتماد مهم‌تر هم می‌شود. گیدنز قدرت را بخش اصلی منطق اجتماعی می‌داند. هر چه قدرت کارگزار بیشتر باشد، نقش تعیین‌کنندگی آن در مقایسه با ساختارها بیشتر خواهد بود (پیترسون، ۱۳۸۴: ۱۰). یعنی اگر مؤدی احساس قدرت بیشتری کند کنش مالیاتیش را خودش تعیین می‌کند نه ساختارها (بهروان و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۹۴).

فوکویاما^۲ معتقد است که سرمایه اجتماعی از رابطه میان افراد به‌وجود می‌آید. روابطی که میان افراد جامعه شکل می‌گیرد اگر به اندازه کافی قوی باشد، می‌تواند باعث به‌وجود آمدن سرمایه اجتماعی گردد. مهم‌ترین منابع سرمایه اجتماعی مدنظر فوکویاما، عبارت از خانواده و هنجارهای اجتماعی است (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۱۰۶-۹۷). سرمایه اجتماعی چیزی است که در این روابط وجود دارد و افراد و جامعه از آن در جهت پیشبرد اهداف خود بهره می‌برند (شارع‌پور، ۱۳۸۳: ۳۰۱). از نظر فوکویاما روحیه مالیاتی تحت تأثیر عناصر سرمایه اجتماعی چون نگرش به مالیات؛ هنجارهای شخصی، اجتماعی و ملی؛ ادراک از عدالت نظام مالیاتی، اعتماد به نهادهای حکومتی، ماهیت مبادله مالیاتی بین مؤدیان و دولت و برداشت از اعمال قدرت توسط مسئولان است.

1- Anthony Giddens

از نظر پارسونز نظام اعتقادی کارکرد سکون را از طریق انتقال فرهنگ (هنجارها و ارزش‌ها) به کنشگران انجام می‌دهد و بدین‌سان، فرهنگ را ملکه ذهن آنها می‌سازد. کارکرد یکپارچگی را عرف اجتماعی انجام می‌دهد و همین عرف است که عناصر گوناگون سازنده جامعه را هماهنگ می‌سازد. بر اساس تحلیل پارسونزی، کنش عبارت از تمامی رفتار انسان اعم از فردی یا جمعی، آگاه یا ناخودآگاه در سازمان است. بنابراین اصطلاح کنش و کنش مالیاتی و در ابعاد وسیع کلمه نه فقط شامل رفتارهای بیرونی قابل مشاهده بلکه شامل تفکرات، احساسات، تمایلات و امیال کنشگران در سازمان نیز می‌شود (گی‌روشه، ۱۳۷۵: ۱۶۲). می‌توان از نظرات پارسونز چنین نتیجه گرفت که در صورتی که نظام اجتماعی کارکردها و وظایف خودش را به‌خوبی انجام دهد، مردم و مؤدیان مالیاتی نیاز متناسب با آن کنش مالیاتی خواهند داشت و از فرار مالیاتی جلوگیری می‌کنند. اما در صورتی که چهار خرده نظام اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی از انجام کارکردهای خود اجتناب نمایند، لذا از مؤدیان نیز نمی‌توان انتظار داشت تا فرهنگ مالیاتی و کنش مالیاتی درخور توجهی داشته باشند. پس با رویکرد ساختی کارکردی پارسونز می‌توان به تبیین کنش مالیاتی مؤدیان پرداخت.

در چند دهه اخیر به فرهنگ مالیاتی توجه ویژه‌ای شده است. علت افزایش توجه به فرهنگ مالیاتی در سال‌های اخیر را می‌توان وجود نارسایی در نظام مالیاتی کشورها دانست. این نارسایی‌ها را می‌توان در سه گروه مشکلات فرهنگی، مشکلات قوانین مالیاتی و مشکلات اجرایی طبقه‌بندی کرد (راداو وادیم^۱، ۲۰۰۱). فرهنگ مالیاتی خاص یک کشور را می‌توان به‌عنوان تمامی موسسات رسمی و غیررسمی مرتبط با سیستم مالیاتی و عملکرد آن شامل وابستگیها و روابط ایجاد شده توسط تعاملات مداوم در نظر گرفت که از گروه‌ها و عواملی مانند مسئولین مالیاتی، مالیات‌دهندگان، سیاست‌گذاران، کارشناسان مالیاتی و دانشگاهیان تشکیل شده است (بیرگر نر^۲، ۲۰۰۱: ۲). برای اجرای عدالت مالیاتی سه دیدگاه وجود دارد. این سه دیدگاه عبارت اند از: ۱. نظریه قدرت پرداخت: براساس این

1- Radaev; Vadim

2- Birger Nerre

نظریه هر کس که قدرت توانایی بیشتری در پرداخت انواع مالیات داشته باشد، بایستی مالیات بیشتری بپردازد. ۲. نظریه نفع حاصله از خدمات: بر اساس این نظریه، پرداخت انواع مالیات با منافع حاصله از خدمات دولت متناسب است. مشکلی که این روش دارد، عدم اندازه‌گیری درست و صحیح استفاده افراد از خدمات است. ۳. نظریه عدالت مالیاتی در راستای عدالت اجتماعی: بر اساس این نظریه، قدرت مالیات‌بندی بر توزیع مجدد درآمد از طبقات بالاتر به طبقات پایین تر اجتماع مبتنی است و تقریباً همه بار مالیاتی، بر دوش طبقات ثروتمند جامعه تحمیل می‌شود (رنگریز و خورشیدی، ۱۳۸۳: ۳۹-۴۰).

یکی از نظریاتی که به تبیین فرار مالیاتی و عدم تمکین مالیاتی است، نظریه اقتصادی جرم‌گری بکر^۱ است. افرادی مانند بیکر به نقش عوامل اجتماعی و رفتار آن‌ها در تبیین فرار مالیاتی تأکید می‌کنند. در این دیدگاه انسان‌ها موجوداتی هستند که دارای علم و نیت هستند و رفتار آن‌ها مبتنی بر دلیل، سنجش و ارزیابی محاسبه‌گرایانه است. اعتماد مهم‌ترین مؤلفه در فرهنگ و تمکین مالیاتی محسوب می‌شود، یعنی مؤدیان باید باور کنند که مالیات پرداختی آنان در جهت توسعه و رفاه اجتماعی هزینه می‌شود. مقبولیت و پذیرش دولت از سوی مؤدیان عامل مهمی در ایجاد باور و اطاعت از قوانین مالیاتی محسوب می‌شود. تمکین مالیاتی^۲ شامل همه هزینه‌ها و زحماتی است که مؤدی باید برای پرداخت مالیات به طور کامل و سر موعده متحمل شود (فرهنگ، ۱۳۵۴: ۱۲۶۹). تمکین مالیاتی به مفهوم پای بندی مؤدیان به تکالیف مالیاتی خود می‌باشد. مؤدیان قوانین مالیاتی کشور را تا چه میزان رعایت می‌کنند یا رعایت نمی‌کنند. این رعایت از جمله شامل اعلام درآمد، تسلیم اظهارنامه و پرداخت بدهی مالیاتی در زمان مقرر می‌باشد (توکل، ۱۳۷۹: ۱۸۳). مدل‌های تمکین مالیاتی را به چند دسته مدل می‌توان تقسیم نمود. مدل اقتصادی (افزایش موقعیت مالی مؤدی مدنظر است. در این مدل مؤدی به ارزیابی موقعیت پرداخته و هزینه‌های بالقوه عدم تمکین را با منافع بالقوه آن مورد مقایسه قرار می‌دهد. چهار متغیر ریسک شناسایی شدن، جریمه‌ها، نرخ مالیاتی و سطح درآمدی در این الگو مطرح است)، مدل عدم اطمینان (در

1- Gary Becker

2- Tax Compliance

راستای منطق مدل اقتصادی است و ضمن حفظ فرضیه افزایش منافع مالی این نکته را نیز اضافه می‌کند که در دنیای واقعی اطلاعات مربوط به مقررات جریمه‌ها و ریسک حسابرسی معمولاً کامل نیست و بنابراین مؤدیان مجبورند بیشتر به مشاهدات خود متکی باشند)، مدل هنجارهای تمکین (استانداردهای رفتار مؤدی تحت تأثیر فرهنگ مالیاتی قرار گرفته و عوامل اجتماعی بر رفتار مؤدی تأثیر می‌گذارند) و مدل اینرسی در زمینه فرهنگ مالیاتی (مبتنی بر تعارض شناختی است) (صالحی و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۸۸-۱۸۹).

با توجه به پیشینه تجربی تحقیق و همچنین بررسی ادبیات نظری تحقیق می‌توان به رابطه اعتماد و فرهنگ مالیاتی اشاره کرد. فرهنگ مالیاتی یا کنش مالیاتی دارای سه بعد کارکرد و عدالت سازمانی، صداقت و احساس مسئولیت مؤدیان و همچنین تمایل به پرداخت مالیات است (صالحی و دیگران، ۱۳۹۳). در نظریات رویکرد اقتصادی جرم‌گری بکر، ساختار کنشی پارسونز و نظریه ساختاربندی گیدنز تبیین کنش مالیاتی مؤدیان به خوبی می‌تواند صورت پذیرد. در این پژوهش تمایل بر این است تا رفتار مالیاتی مؤدیان شهرهای غرب استان مازندران با استفاده از نظریه تلفیقی ساختاربندی آنتونی گیدنز صورت پذیرد و این دیدگاه که به ترکیب بعد کلان جامعه (ساختار نهادهای اجتماعی) و بعد خرد (کنش انسانی) می‌پردازد، به‌عنوان چارچوب نظری تحقیق انتخاب شده است. ساختار جامعه زمینه را برای اعتمادسازی، اعتماد اجتماعی به دولت و سازمان امور مالیاتی، مشارکت اجتماعی افراد، آگاهی داده به اعضای جامعه و در نهایت انسجام و همبستگی اجتماعی اعضا فراهم می‌کند. در صورتی که نحوه اجتماعی شدن افراد توسط ساختارهای جامعه به‌خوبی صورت گیرد، در نتیجه اعتماد اجتماعی متقابل به‌وجود آمده و افراد کنش مالیاتی متناسب و مطلوب را انجام می‌دهند. پس از نظر آنتونی گیدنز توجه به ترکیب ساختار و عاملیت باعث افزایش اعتمادپذیری، افزایش ریسک‌پذیری، کاهش محیط مخاطره‌آمیز و در نهایت سبب کنش مالیاتی و افزایش فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران می‌شود.

فرضیه‌ها

فرضیه کلی این است که بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی (کنش مالیاتی) مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه‌های جزئی

- ۱- به نظر می‌رسد بین سرمایه اجتماعی شناختی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد بین سرمایه اجتماعی ارتباطی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد.
- ۳- به نظر می‌رسد بین سرمایه اجتماعی ساختاری و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد.
- ۴- بین اعتماد بنیادین و فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران رابطه معنادار وجود دارد.
- ۵- بین اعتماد تعمیم‌یافته و فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران رابطه معنادار وجود دارد.
- ۶- بین اعتماد نهادی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران رابطه معنادار وجود دارد.
- ۷- بین مشارکت رسمی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران رابطه معنادار وجود دارد.
- ۸- بین مشارکت غیررسمی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران رابطه معنادار وجود دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق، مبتنی بر پارادایم اثبات‌گرایی و رهیافت کمی است که با روش پیمایشی^۱ انجام شده است. با توجه به نوع متغیرها و فرضیات مورد نظر لازم شد تا از روش پیمایش استفاده شود و روابط بین متغیرها از طریق ضرایب همبستگی مورد بررسی قرار گیرد. اطلاعات براساس پرسشنامه جمع‌آوری گردیده است. ابتدا پرسشنامه اولیه تنظیم و پس از آزمون آن (pre-test)، پرسشنامه نهایی تدوین شد. سپس با به کارگیری پرسشگران مجرب از طریق مراجعه به مؤدیان واقع در جمعیت نمونه، پرسشنامه‌های مربوطه با تکنیک

1- Survey

مصاحبه حضوری، تکمیل شده و با استفاده از برنامه نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. جامعه آماری شامل مجموعه مؤدیان مراجعه کننده به اداره مالیاتی استان مازندران (شهرهای نوشهر و چالوس) می‌باشند که بر اساس آمار سال ۱۳۹۷ برابر ۲۴۵۰۰ نفر است. با توجه به فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۴ نفر بوده که این مقدار را برای کاهش خطای ناشی از نمونه‌گیری و احتمال ناقص بودن برخی از پرسشنامه‌ها، به ۴۰۰ نفر افزایش داده شد.

روش نمونه‌گیری نمونه‌گیری طبقه‌ای است. روش نمونه‌گیری در دو مرحله صورت گرفته است که ابتدا بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای، سهم هر طبقه (واحدهای صنفی شهرهای چالوس و نوشهر) از تعداد نمونه‌ها مشخص گردید و سپس با نمونه‌گیری تصادفی ساده مشخص شد که در دورن هر طبقه تعداد نمونه‌ها انتخاب شد. برای ارزیابی میزان اعتبار از اعتبار صوری استفاده شد. جهت سنجش قابلیت اعتماد^۱ و پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که برای سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۸۳۲ و ۰/۷۹۸ است.

تعریف مفاهیم و متغیرها

سرمایه اجتماعی: بانک جهانی سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل اثرگذاری نهاد اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است. تجارب این سازمان نشان داده است که سرمایه اجتماعی، تاثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۱-۳۲). سرمایه اجتماعی وجوه گوناگون سازمانهای اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها است که می‌تواند با ایجاد و تسهیل امکانات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشد (پاتنام، ۱۹۹۳: ۴۶۹). سرمایه اجتماعی جمع منابع بالفعل و بالقوه در دسترس افراد که ناشی از شبکه روابط متقابل متعلق به فرد یا واحد اجتماعی است، می‌باشد. سرمایه اجتماعی هم شامل شبکه و هم شامل دارایی‌هایی است که احتمال بسیج شدن آن از طریق شبکه‌ها وجود دارد (نهاییت و گوشال، ۱۹۹۸: ۵۱). گوشال و

1- reliability

نهایت سرمایه اجتماعی را به سه بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی تقسیم کرده‌اند (عباسی اسفجیر و دیگران، ۱۳۹۵).

بعد ساختاری: شامل الگوی پیوندهای میان اعضای گروه و ترکیب سازماندهی این اعضا است (نهایت و گوشال، ۱۹۹۸، ۵۱). این بعد از سرمایه اجتماعی با مشارکت اجتماعی در دو حوزه مشارکت رسمی و مشارکت غیررسمی قابل اندازه‌گیری است. شبکه‌های رسمی شامل آن دسته از روابط و پیوندهایی است که افراد را به موسسه‌ها و نهادهای رسمی مانند سازمان‌های داوطلبانه و نظایر آن مرتبط می‌کند. شبکه‌های غیررسمی شامل پیوندها و روابطی است که افراد جامعه را به نهادهای غیررسمی مانند خانواده، خویشاوندان و غیره جهت مشارکت در فعالیت‌های جمعی مرتبط می‌کند (خوشفر، ۱۳۸۷: ۱۶۲-۱۶۴). در مشارکت رسمی، میزان مشارکت مؤدیان در تشکلهای رسمی و در مشارکت غیررسمی، میزان مشارکت مؤدیان در تشکلهای غیررسمی مدنظر است.

بعد ارتباطی: به کیفیت تعاملات و ارتباطات اعضای در درون یک گروه اشاره دارد. در این بعد شاخص‌هایی نظیر اعتماد و ارتباط متقابل مطرح است (نهایت و گوشال، ۱۹۹۸: ۵۲). در واقع این بعد به ارتباط همکاری که همدیگر را دوست دارند مربوط می‌شود (حسن‌زاده، ۱۳۸۳). برای سنجش بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی از شاخص شبکه روابط اجتماعی استفاده شد.

شبکه روابط اجتماعی: کنش متقابل اجتماعی اشاره به وضعیتی دارد که در آن تأثیر رفتارهای کنشگر بر رفتارهای دیگری قابل تشخیص است. آنچه که در کنش متقابل اجتماعی بیشتر نمود دارد، انتقال اطلاعات، رسیدن به فهم مشترک از یک موضوع، دریافت بازخورد، ایجاد شبکه روابط اجتماعی، ارزیابی رفتار خودی و مقایسه آن با رفتار دیگران و مواردی جزء آن است (چوآ، ۲۰۰۲). در این پژوهش به منظور سنجش سطح تعامل میزان صمیمیت و مشورت با دوستان در کار گروهی، احساس لذت بردن با دوستان، تبادل نظر از طرق مختلف و در مجموع کلیه پیوندهای اجتماعی بین مؤدیان با سایر اعضای جامعه پرداخته می‌شود.

بعد شناختی: این بعد از سرمایه اجتماعی کمتر قابل اندازه‌گیری بوده و می‌توان آن را ارزش‌های مشترک در میان اعضای یک گروه دانست (نهایت و گوشال، ۱۹۹۸: ۵۲). ارزش‌ها، نگرش‌ها، باورها و غیره در این بعد قرار دارند. سرمایه‌ای است که از طریق همین امور، همکاری و فعالیت‌های جمعی دارای منافع متقابل را ترغیب می‌کند (حسینی، ۱۳۸۴: ۱۷). این بعد سرمایه اجتماعی با مفهوم اعتماد اجتماعی قابل سنجش است. آنتونی گیدنز اعتماد را عامل احساس امنیت می‌داند که موجود انسانی منفرد را در نقل و انتقال‌ها، در بحران و در حال و هوایی آکنده از خطرهای احتمالی قوت قلب می‌بخشد (گیدنز، ۱۳۸۷: ۶۳). اعتماد اجتماعی مفهومی است که در فرایند روابط اجتماعی بین افراد و سازمان‌های اجتماع با همدیگر تبلور می‌یابد. برای سنجش اعتماد اجتماعی از گویه‌هایی در ارتباط با اعتماد بین فردی یا تعمیم‌یافته (اعتماد بین شهروندان) و اعتماد انتزاعی یا نهادی (اعتماد مردم به دستگاه‌های اجرایی) و میزان خود اعتمادی که بیانگر میزان اعتماد افراد به خود است (اعتماد بنیادین یا امنیت وجودی)، استفاده می‌شود.

جدول شماره ۱: تعریف عملیاتی متغیر سرمایه اجتماعی

متغیر	ابعاد	شاخص‌ها	مولفه‌ها
سرمایه اجتماعی	بعد شناختی	اعتماد اجتماعی	اعتماد بنیادین یا امنیت وجودی
			اعتماد تعمیم‌یافته
بعد ساختاری	مشارکت اجتماعی	مشارکت اجتماعی	اعتماد نهادی یا انتزاعی
			مشارکت اجتماعی رسمی (مانند مشارکت سیاسی و مشارکت در انجمن‌ها)
بعد ارتباطی	روابط اجتماعی	شبکه روابط اجتماعی	مشارکت اجتماعی غیررسمی (مانند مشارکت در امور مذهبی، مشارکت در کارهای خیریه و مشارکت همیارانه)

فرهنگ مالیاتی: مجموعه‌ای از طرز تلقی، بینش و عکس‌العمل اشخاص در قبال سیستم مالیاتی دانست (محسنی تبریزی و دیگران، ۱۳۸۹). این طرز تلقی به‌طور قطع با یک قانون مناسب و نیز عملکرد ماموران مالیاتی در به کارگیری قانون در مراجعه به مؤدیان مالیاتی نقش اساسی دارد. فرهنگ مالیاتی دارای دو بعد سازمانی و فردی و دارای چهار مولفه یا

شاخص کارکرد و عدالت سازمانی، صداقت و احساس مسئولیت سازمانی مؤدیان، دانش مالیاتی و همچنین تمایل به پرداخت مالیات است (صالحی و دیگران، ۱۳۹۳؛ ایمانی خوشخو و امیرمستوفیان، ۱۳۹۷: ۱۳۰-۱۲۹). این تقسیم بندی بر اساس تحقیق (صالحی و دیگران، ۱۳۹۳) عیناً اقتباس شده است و صداقت و احساس مسئولیت سازمانی مؤدیان را مدنظر دارد و به همین خاطر به عنوان مولفه بعد سازمانی فرهنگ مالیاتی در نظر گرفته شد.

جدول شماره ۲: تعریف عملیاتی متغیر فرهنگ مالیاتی

متغیر	ابعاد	مولفه‌ها
فرهنگ	بعد سازمانی	کارکرد و عدالت سازمانی
		صداقت و احساس مسئولیت
مالیاتی	بعد فردی/کنشگر	دانش مالیاتی
		تمایل به پرداخت مالیات

یافته‌ها

یافته‌ها نشان داد که حدود ۳۵/۵ درصد در سن بیشتر از ۴۰ تا ۴۹ سال بوده و دارای بیشترین فراوانی بوده‌اند. همچنین تعداد ۲۸ نفر معادل ۷ درصد از افراد در سن ۲۹-۲۰ سال قرار داشته‌اند و دارای کمترین فراوانی می‌باشند. همچنین حدود ۱۵/۳ درصد در سنین ۳۹-۳۰ سالگی، حدود ۳۱ درصد در سنین بالای ۶۰ سالگی و ۱۱/۳ درصد در سنین ۵۹-۵۰ سالگی قرار دارند. حدود ۸۸ درصد متأهل بوده و ۱۲ درصد مجرد هستند. حدود ۳۹/۵ درصد دارای تحصیلات لیسانس بوده و در حالی که ۳ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات دکترا بوده‌اند. حدود ۲۳ درصد نیز از تحصیلات فوق لیسانس برخوردارند. تقریباً ۷۸/۲ درصد مرد بوده و ۲۱/۸ درصد زن می‌باشند. حدود (۳۰/۸ درصد) میزان درآمد ماهیانه‌ای بین چهار تا شش میلیون تومان داشته‌اند. حدود ۲۴/۱ درصد درآمد بیش از هشت میلیون و ۲۲ درصد نیز درآمد شش تا هشت میلیون تومان داشته‌اند. حدود ۱۸/۳ درصد میزان درآمد ماهیانه خانوارشان دو تا چهار میلیون تومان بوده است. حدود ۴۰/۲ درصد در مناطق مربوط به مرکز شهرهای مورد مطالعه نوشهر و چالوس سکونت داشته‌اند. حدود ۲۹/۵ درصد در منطقه

بالای شهر، و ۲۰/۳ درصد نیز در مناطق پایین شهر سکونت داشته‌اند. و حدود ۱۰ درصد ساکن در نقاط روستایی هستند.

یکی از سوالات مندرج در پرسشنامه، صنف شغلی است که از بین شش صنف لوازم خانگی، مشاور املاک، سوپر مارکت، پوشاک، چلوکبابی‌ها و غذاخوری و در نهایت صنف پلاژ و ویلای اجاره‌ای اطلاعات لازم به دست آمده است. بررسی صنف شغلی نشان می‌دهد که اکثر افراد یعنی حدود یک سوم (۳۳ درصد) در صنف سوپر مارکت و خرده فروشی فعالیت داشته، حدود ۱۸/۳ درصد در صنف پلاژ و ویلای اجاره‌ای و ۱۵/۷ درصد نیز در صنف پوشاک فعال می‌باشند. اکثر افراد (۵۷/۵ درصد) در در فعالیتهای خدماتی شاغل بوده، حدود ۱۶/۳ درصد در فعالیتهای تعاونی و ۹/۵ درصد نیز در فعالیتهای صنعتی قرار دارند. حدود ۱۳ درصد در فعالیتهای مربوط به بخش کشاورزی هستند.

جدول شماره ۳: میانگین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی

متغیر	میانگین
سرمایه اجتماعی شناختی	۳/۲۲
سرمایه اجتماعی ساختاری	۲/۳۰
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۱/۷۴
میزان تمایل به پرداخت مالیات	۳/۸۹
میزان دانش مالیاتی	۳/۷۸

بررسی متغیرهای اصلی نشان می‌دهد که میانگین سرمایه اجتماعی ارتباطی در بین افراد نسبتاً پایین بوده و میانگین آن برابر با ۱/۷۴ است. میانگین سرمایه اجتماعی ساختاری در بین افراد نسبتاً پایین بوده و میانگین آن برابر با ۲/۳ است. اما سرمایه اجتماعی شناختی بالاتر از حد متوسط بوده و برابر با ۳/۲۲ است. میانگین دانش مالیاتی در بین افراد بالا بوده و میانگین آن از عدد ۵ برابر با ۳/۷۸ است. میانگین تمایل به پرداخت مالیاتی در بین افراد بالا بوده و میانگین آن از عدد ۵ برابر با ۳/۸۹ است. سایر ابعاد فرهنگ مالیاتی نیز در حد متوسط رو به بالا است. در مجموع حدود ۱۹ درصد میزان فرهنگ مالیاتی پایینی برخوردار هستند. در بین حدود ۲۲ درصد فرهنگ مالیاتی در حد متوسطی است و در بین حدود ۵۹ درصد فرهنگ مالیاتی در حد زیادی قابل مشاهده است.

جدول شماره ۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان فرهنگ مالیاتی

میزان	فرهنگ مالیاتی		دانش مالیاتی		تمایل به پرداخت مالیات		صداقت و کارکرد و عدالت سازمانی			
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
کم	۱۸/۷	۷۵	۴۵	۱۱/۲	۳۹	۹/۸	۸۳	۲۰/۷	۱۲۲	۳۰/۴
متوسط	۲۲/۵	۹۰	۹۲	۲۳	۵۳	۱۳/۲	۹۸	۲۴/۵	۱۱۷	۲۹/۳
زیاد	۵۸/۸	۲۳۵	۲۶۳	۶۵/۸	۳۰۸	۷۷	۲۱۹	۵۴/۸	۱۶۱	۴۰/۳
جمع	۱۰۰	۴۰۰	۴۰۰	۱۰۰	۴۰۰	۱۰۰	۴۰۰	۱۰۰	۴۰۰	۱۰۰

در این مقاله یک فرضیه کلی تحقیق و تعداد هشت فرضیه جزئی وجود دارد. در ابتدا به تبیین فرضیه کلی و سپس به بررسی فرضیه های فرعی پرداخته می شود.

فرضیه کلی این است که بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی (کنش مالیاتی) مؤدیان استان مازندران رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به سطح سنجش کمی در متغیرهای سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی، برای بررسی رابطه متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. بررسی رابطه متغیرها گویای این است که بین دو متغیر همبستگی مثبت و مستقیم معناداری وجود دارد. بدین صورت که هر چه میزان سرمایه اجتماعی بیشتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی افزایش می یابد و هر چه میزان سرمایه اجتماعی کمتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش می یابد. این همبستگی مثبت با احتمال بیش از ۹۹ درصد معنادار است. پس کنش های مالیاتی در بین مؤدیان مالیاتی که از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار هستند، بیشتر به چشم می خورد. ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی برابر با $0/۸۳۲$ و سطح معناداری آن صفر است.

فرضیه نخست این بود که بین سرمایه اجتماعی شناختی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد. نتایج نشان داد بین سرمایه اجتماعی شناختی و فرهنگ مالیاتی آنان رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. هر چه سرمایه اجتماعی شناختی بیشتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی افزایش می یابد و برعکس هر چه سرمایه اجتماعی شناختی کمتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش می یابد.

جدول شماره ۵: ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با فرهنگ مالیاتی

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	نتیجه
سرمایه اجتماعی	۰/۸۳۲	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۰/۴۶۰	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
سرمایه اجتماعی شناختی	۰/۷۶۶	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
اعتماد بنیادین	۰/۷۲۷	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
اعتماد تعمیم یافته	۰/۷۰۳	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
اعتماد نهادی	۰/۷۰۸	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
سرمایه اجتماعی ساختاری	۰/۵۲۶	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
مشارکت رسمی	۰/۵۸۴	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار
مشارکت غیررسمی	۰/۲۵۳	۰/۰۰۰	همبستگی مثبت و معنادار

ضریب همبستگی پیرسون بین میزان سرمایه اجتماعی شناختی و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۷۶۶ و سطح معناداری آن صفر است. متغیر سرمایه اجتماعی شناختی دارای سه بعد بوده که رابطه هر سه این ابعاد با متغیر وابسته فرهنگ مالیاتی مثبت و معنادار می باشد. بعد اعتماد بنیادین بالاترین ضریب همبستگی را با متغیر وابسته داشته و ضریب همبستگی پیرسون بین آنها برابر با ۰/۷۲۷ است. همچنین بعد اعتماد تعمیم یافته کمترین همبستگی را با فرهنگ مالیاتی در بین ابعاد سرمایه اجتماعی شناختی را به خود اختصاص داده است با این وجود رابطه هر سه بعد سرمایه اجتماعی شناختی با متغیر وابسته فرهنگ مالیاتی مثبت و معنادار و در حد بالایی است.

فرضیه دوم این است که بین سرمایه اجتماعی ارتباطی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی ارتباطی و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۴۶۰ و سطح معناداری آن صفر است. هر چه سرمایه اجتماعی ارتباطی بیشتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی افزایش می یابد و هر چه سرمایه اجتماعی ارتباطی کمتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش می یابد.

در فرضیه سوم آمده است که بین سرمایه اجتماعی ساختاری و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی ساختاری و

فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۵۲۶ و سطح معناداری آن صفر است. ضریب همبستگی پیرسون بین مشارکت رسمی و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۵۸۴ و سطح معناداری آن صفر است. همچنین جدول فوق نشانگر آن است که رابطه مثبت و معناداری بین مشارکت غیررسمی با فرهنگ مالیاتی قابل مشاهده است. هر چه سرمایه اجتماعی ساختاری بالاتر باشد، میزان فرهنگ مالیاتی بیشتر می‌شود و هر چه سرمایه اجتماعی ساختاری پایین‌تر باشد، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش خواهد یافت.

فرضیه چهارم: بین اعتماد بنیادین و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۶: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد بنیادین و فرهنگ مالیاتی

نتیجه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	فرهنگ مالیاتی و ابعاد آن
تأیید فرضیه	۰/۷۲۷	۰/۰۰۰	فرهنگ مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۶۰۱	۰/۰۰۰	بعد فردی
تأیید فرضیه	۰/۶۳۰	۰/۰۰۰	دانش مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۵۱۱	۰/۰۰۰	تمایل به پرداخت مالیات
تأیید فرضیه	۰/۷۲۸	۰/۰۰۰	بعد سازمانی
تأیید فرضیه	۰/۵۹۸	۰/۰۰۰	کارکرد و عدالت سازمانی
تأیید فرضیه	۰/۷۱۳	۰/۰۰۰	صداقت و احساس مسئولیت

ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد بنیادین و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۷۲۷ و سطح معناداری آن صفر است. هر چه میزان اعتماد بنیادین بیشتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی افزایش می‌یابد و برعکس هر چه میزان اعتماد بنیادین کمتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش می‌یابد.

اعتماد بنیادین با ابعاد فردی فرهنگ مالیاتی و مؤلفه‌های آن و همچنین بعد سازمانی فرهنگ مالیاتی و ابعاد دوگانه آن نیز رابطه مثبت و معناداری را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر در صورتی اعتماد بنیادین در جامعه بالا باشد، ابعاد فردی و سازمانی فرهنگ مالیاتی نیز رو به افزایش خواهد بود. مؤلفه صداقت و احساس مسئولیت با همبستگی ۰/۷۱۳ و مؤلفه تمایل به پرداخت مالیات با همبستگی ۰/۵۱۱ به ترتیب بیشترین و کمترین همبستگی را با اعتماد بنیادین داشته‌اند.

فرضیه پنجم: بین اعتماد تعمیم یافته و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد تعمیم یافته و فرهنگ مالیاتی

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	فرهنگ مالیاتی و ابعاد آن
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۷۰۳	فرهنگ مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۷۵	دانش مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۳۹	تمایل به پرداخت مالیات
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۸۶	بعد فردی

ادامه جدول شماره ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد تعمیم یافته و فرهنگ مالیاتی

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	فرهنگ مالیاتی و ابعاد آن
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۷۴۷	کارکرد و عدالت سازمانی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۰۹	صداقت و احساس مسئولیت
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۷۰۱	بعد سازمانی

ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد تعمیم یافته و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۷۰۳ و سطح معناداری آن صفر است. هر چه اعتماد تعمیم یافته بیشتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی افزایش می‌یابد و برعکس هر چه اعتماد تعمیم یافته کمتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش می‌یابد.

اعتماد تعمیم یافته با ابعاد فردی فرهنگ مالیاتی و مؤلفه‌های آن و هم‌چنین بعد سازمانی فرهنگ مالیاتی و ابعاد دوگانه آن نیز رابطه مثبت و معناداری را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر در صورتی اعتماد تعمیم یافته در جامعه بالا باشد، ابعاد فردی و سازمانی فرهنگ مالیاتی نیز رو به افزایش خواهد بود. مؤلفه کارکرد و عدالت سازمانی با همبستگی ۰/۷۴۷ و مؤلفه صداقت و احساس مسئولیت با همبستگی ۰/۵۰۹ به ترتیب بیشترین و کمترین همبستگی را با اعتماد تعمیم یافته داشته‌اند.

فرضیه ششم: بین اعتماد نهادی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۸: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد نهادی و فرهنگ مالیاتی

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	فرهنگ مالیاتی و ابعاد آن
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۷۰۸	فرهنگ مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۵۹	دانش مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۴۷۲	تمایل به پرداخت مالیات
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۴۲	بعد فردی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۶۷۸	کارکرد و عدالت سازمانی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۶۴۵	صداقت و احساس مسئولیت
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۷۳۶	بعد سازمانی

ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد نهادی و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۷۰۸ و سطح معناداری آن صفر است. بین اعتماد نهادی و فرهنگ مالیاتی آنان رابطه مثبت و مستقیم موجود است. یکی دیگر از ابعاد سرمایه اجتماعی شناختی، اعتماد نهادی است. اعتماد نهادی با ابعاد فردی فرهنگ مالیاتی و مؤلفه‌های آن و همچنین بعد سازمانی فرهنگ مالیاتی و ابعاد دوگانه آن نیز رابطه مثبت و معناداری را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر در صورتی اعتماد نهادی در جامعه بالا باشد، ابعاد فردی و سازمانی فرهنگ مالیاتی نیز رو به افزایش خواهد بود. مولفه کارکرد و عدالت سازمانی با همبستگی ۰/۶۷۸ و مؤلفه تمایل به پرداخت مالیات با همبستگی ۰/۴۷۲ به ترتیب بیشترین و کمترین همبستگی را با اعتماد نهادی داشته‌اند.

فرضیه هفتم: بین مشارکت رسمی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۹: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان مشارکت رسمی و فرهنگ مالیاتی

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	فرهنگ مالیاتی و ابعاد آن
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۸۴	فرهنگ مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۴۰	دانش مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۴۱۰	تمایل به پرداخت مالیات
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۰۱	بعد فردی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۸۲	کارکرد و عدالت سازمانی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۴۴۷	صداقت و احساس مسئولیت
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۷۴	بعد سازمانی

ضریب همبستگی پیرسون بین میزان مشارکت رسمی و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۵۸۴ و سطح معناداری آن صفر است. هر چه مشارکت رسمی بیشتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی افزایش می‌یابد و برعکس هر چه مشارکت رسمی کمتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش می‌یابد.

مشارکت رسمی با ابعاد فردی فرهنگ مالیاتی و مولفه‌های آن و همچنین بعد سازمانی فرهنگ مالیاتی و ابعاد دوگانه آن نیز رابطه مثبت و معناداری را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر در صورتی مشارکت رسمی در جامعه بالا باشد، ابعاد فردی و سازمانی فرهنگ مالیاتی نیز رو به افزایش خواهد بود. مؤلفه کارکرد و عدالت سازمانی با همبستگی ۰/۵۸۲ و مؤلفه تمایل به پرداخت مالیات با همبستگی ۰/۴۱۰ به ترتیب بیشترین و کمترین همبستگی را با مشارکت رسمی داشته‌اند.

فرضیه هشتم: بین مشارکت غیررسمی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد. آخرین فرضیه فرعی این تحقیق، معتقد است که بین مشارکت غیررسمی و فرهنگ مالیاتی مؤدیان رابطه معنادار وجود دارد. سطح سنجش این دو متغیر مستقل و وابسته فاصله ای است. ضریب همبستگی پیرسون بین مشارکت غیررسمی و فرهنگ مالیاتی برابر با ۰/۲۵۳ و سطح معناداری آن صفر است. هر چه مشارکت غیررسمی بیشتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی افزایش می‌یابد و برعکس هر چه میزان مشارکت غیررسمی کمتر شود، میزان فرهنگ مالیاتی کاهش می‌یابد.

جدول شماره ۱۰: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان مشارکت غیررسمی و فرهنگ مالیاتی

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	فرهنگ مالیاتی و ابعاد آن
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۲۵۳	فرهنگ مالیاتی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۱۲۱	دانش مالیاتی
رد فرضیه	۰/۴۳۰	۰/۰۴۰	تمایل به پرداخت مالیات
رد فرضیه	۰/۰۹۰	۰/۰۸۵	بعد فردی
رد فرضیه	۰/۰۸۹	۰/۰۸۵	کارکرد و عدالت سازمانی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۵۲۴	صداقت و احساس مسئولیت
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۳۳۴	بعد سازمانی

متغیر سرمایه اجتماعی ساختاری دارای دو بعد مشارکت رسمی و مشارکت غیررسمی است. مشارکت غیررسمی با بعد فردی فرهنگ مالیاتی رابطه معناداری ندارد ولی با مولفه دانش مالیاتی از رابطه مثبت و معناداری برخوردار است. مشارکت غیررسمی با بعد سازمانی فرهنگ مالیاتی رابطه مثبت و معناداری را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر در صورتی مشارکت غیررسمی در جامعه بالا باشد، بعد سازمانی فرهنگ مالیاتی نیز رو به افزایش خواهد بود. مقدار این همبستگی برابر با $0/334$ است.

نتایج رگرسیون نشان می‌دهد که مقدار ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ مالیاتی برابر با $0/832$ بوده که نشان‌دهنده رابطه در حد بالای بین دو متغیر است. مقدار ضریب تعیین $0/692$ است. یعنی $69/2$ درصد از تغییرات فرهنگ مالیاتی توسط سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود. ضریب رگرسیونی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در سطح بیش از 99 درصد معنادار است و به ازای هر واحد تغییر در میزان سرمایه اجتماعی، حدود $0/832$ واحد در میزان فرهنگ مالیاتی تغییر به وجود می‌آید. بنابراین سرمایه اجتماعی اثرگذاری زیادی بر فرهنگ مالیاتی دارد.

جدول شماره ۱۱: مقادیر ضرایب رگرسیونی میزان فرهنگ مالیاتی

آزمون T		ضرایب رگرسیونی		متغیر
Sig	T	Beta	B	
$0/000$	$4/21$		$12/63$	مقدار ثابت
$0/000$	$29/9$	$0/832$	$0/467$	سرمایه اجتماعی
R تعدیل شده مجذور R		مجذور R		خلاصه مدل
$0/691$		$0/692$	$0/832$	
دوربین واتسون		Sig	F	ANOVA
$1/98$		$0/000$	$893/92$	

نتیجه گیری

در تبیین فرار مالیاتی که از آن نوان یک دو راهی اجتماعی تعبیر می‌شود، دو دیدگاه اساسی وجود دارد. یکی دیدگاهی که به نقش عاملان اجتماعی و رفتار آنها تأکید می‌کند مانند

نظریه اقتصادی جرم‌گری بیکر، مدل اقتصادی استاندارد فرار مالیاتی، نظریه اقتصاد فایده باور و رویکرد اقتصاد کلاسیک، در این دیدگاه انسان‌ها موجوداتی هستند که دارای علم و نیت هستند و رفتار آنها مبتنی بر دلیل، سنجش و ارزیابی محاسبه‌گرایانه است. این دیدگاه سوژه محور است و انسان را موجودی عقلانی در نظر می‌گیرد (لیتل، ۱۳۷۳: ۶۳). در این دیدگاه بر مقایسه منافع و لذت حاصل از فرار مالیاتی و جرایم و رنج حاصل از آن توسط مؤدیان تأکید شده و آن را مبنای انتخاب دو گزینه تمکین و فرار در نظر می‌گیرند. دومین دیدگاه به کنش متقابل اجتماعی بین مؤدیان مالیاتی و مسئولان امور مالیاتی تأکید می‌کند. در اینجا سرمایه اجتماعی به نهادها، هنجارها و شبکه‌هایی که همکاری را ارتقا می‌دهند، اشاره شده است. نظرات جیمز کلمن، فرانسیس فوکویاما، آنتونی گیدنز، ماکس وبر و پیر بوردیو در این گروه قرار می‌گیرند.

نتایج نشان می‌دهد که بین سه بعد سرمایه اجتماعی با فرهنگ مالیاتی همبستگی و ارتباط معناداری وجود دارد. در بعد ساختاری، میزان مشارکت مؤدیان در شبکه‌های اجتماعی رسمی و غیررسمی نقش بارزی در افزایش فرهنگ مالیاتی داشته و زمینه را برای افزایش دانش مالیاتی و احساس مسئولیت در قبال دادن مالیات افزایش داده است. همچنین در بعد شناختی سرمایه اجتماعی، زمینه برای اعتماد مؤدیان به دولت و سازمان مالیاتی افزایش یافته و موجب تقویت فرهنگ مالیاتی شده است. در بعد ارتباطی نیز باید اشاره کرد که شبکه روابط اجتماعی مؤدیان باعث افزایش کنش‌های مالیاتی مؤدیان شده است. به همین دلیل سه بعد شناختی، ساختاری و ارتباطی سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و متقابلی با فرهنگ مالیاتی داشته است. نتایج به دست آمده با یافته‌های صالحی و دیگران، ۱۳۹۳؛ همراهی و کهن منصورخانی، ۱۳۹۴؛ رزمی و کاووسی، ۱۳۹۴؛ لاری دشت بیاض، قائم مقامی و کهرمی، ۱۳۹۵؛ شهبازی و محبوبی، ۱۳۹۰، حیدری و دیگران، ۱۳۹۶؛ خادم حسینی و خادم حسینی، ۱۳۹۶ و هم‌چنین بهروان و دیگران (۱۳۹۵)، محسنی تبریزی و دیگران (۱۳۸۹) و جیمنز و لیر، ۲۰۱۶ هماهنگ و همسو است. مقدار ضریب همبستگی برابر با ۰/۸۳۲ بوده که نشان‌دهنده رابطه در حد بالای بین سرمایه اجتماعی و میزان فرهنگ مالیاتی است. حدود ۶۹/۲ درصد از تغییرات میزان فرهنگ مالیاتی توسط سرمایه اجتماعی قابل تبیین است.

طبق نظریات ارائه شده در مقاله نیز سرمایه اجتماعی و ابعاد آن مانند اعتماد، مشارکت و شبکه روابط اجتماعی زمینه را برای کنش مالیاتی، ارتقای فرهنگ مالیاتی و در نهایت کاهش فرار مالیاتی فراهم می‌سازد. در دیدگاه پاتنام و کلمن و فوکویاما، سرمایه اجتماعی موجب می‌شود، تا همکاری و تعامل میان اعضای گروه‌های اجتماعی به سهولت انجام گرفته و هزینه‌های عمل کاهش یابد. سرمایه اجتماعی عنصری مطلوب برای انجام همکاری‌های درون‌گروهی است و هرچه میزان آن بالاتر باشد دستیابی گروه به اهداف خود با هزینه کمتری انجام می‌گیرد. اگر در گروهی به سبب نبود ویژگی‌های مانند اعتماد و هنجارهای مشوق مشارکت، سرمایه اجتماعی به اندازه کافی فراهم نباشد، هزینه‌های همکاری افزایش خواهد یافت و تحقق عملکرد بستگی به برقراری نظام‌های نظارتی و کنترل پرهزینه پیدا خواهد کرد. در مقابل وجود سرمایه اجتماعی به میزان کافی و مناسب سبب برقراری انسجام اجتماعی و اعتماد متقابل شده و هزینه‌های تعاملات و همکاری‌های گروهی کاهش می‌یابد و در نتیجه عملکرد گروه بهبود می‌یابد. به عبارت دیگر ساختار جامعه زمینه را برای اعتمادسازی، اعتماد اجتماعی به دولت و سازمان امور مالیاتی، مشارکت اجتماعی افراد، آگاهی داده به اعضای جامعه و در نهایت انسجام و همبستگی اجتماعی اعضا فراهم می‌کند. در صورتی که نحوه اجتماعی شدن افراد توسط ساختارهای جامعه به خوبی صورت گیرد، در نتیجه اعتماد اجتماعی متقابل به وجود آمده و افراد کنش مالیاتی متناسب و مطلوب را انجام می‌دهند. پس از نظر آنتونی گیدنز توجه به ترکیب ساختار و عاملیت باعث افزایش اعتمادپذیری، افزایش ریسک‌پذیری، کاهش محیط مخاطره‌آمیز و در نهایت سبب کنش مالیاتی و افزایش فرهنگ مالیاتی مؤدیان استان مازندران می‌شود.

بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری نمود که افزایش سرمایه اجتماعی با توجه به سه بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی آن، می‌تواند زمینه را برای افزایش فرهنگ مالیاتی تقویت نماید. به عبارت دیگر بالا رفتن میزان مشارکت اجتماعی مؤدیان، افزایش در میزان اعتماد اجتماعی و همچنین تقویت شبکه روابط اجتماعی و پیوندهای اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای در جلوگیری از فرار مالیاتی مؤدیان و افزایش کنش مالیاتی مؤدیان در استان مازندران دارد.

منابع

- ابوحمزه، مینا و محمدمهدی میرزایی (۱۳۹۳) *بررسی تحلیلی اثر فرهنگ سازمانی بر تمکین مالیاتی*، سومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، گرگان، انجمن علمی و حرفه‌ای مدیران و حسابداران ایرانیان گلستان.
- اسدی، سیده‌محدثه و نیما رجیبی (۱۳۹۴) *بررسی عوامل مؤثر در ارتقای فرهنگ مالیاتی در ایران*، سومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت، تهران، موسسه همایشگران مهر اشراق.
- آقاباری، مهدی (۱۳۹۳) *نظام سیاسی و فرهنگ مالیات*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات ایران و سیاست‌گذاری عمومی، به راهنمایی عباس مصلی‌نژاد، دانشگاه تهران.
- بهروان حسین، نوغانی محسن، اوجاقلو کمال (۱۳۹۵) *کنش مالیاتی و عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر آن* (مطالعه موردی مؤدیان مشمول مالیات بر ارزش افزوده شهر زنجان)، *پژوهشنامه مالیات*، ۱۳۹۵: ۲۴-۳۰. (۳۰). ۲۱۲-۱۸۹.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۴)، *شکل‌های سرمایه اجتماعی در: سرمایه اجتماعی؛ دموکراسی و توسعه*، گردآوری کیان تاجبخش، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه.
- توکلی، عبدالله، عبدالصمد عزیزپور لیندی؛ الهام رضایی؛ اشرف میرزایی (۱۳۹۱) *بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری* (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)، *فصلنامه مدیریت سرمایه/اجتماعی*، ۱(۲)، زمستان ۱۳۹۳، ۲۶۵-۲۸۷.
- جهانبخشی، طاهره و امین باوندپور (۱۳۹۴) *بررسی عوامل مؤثر در فرهنگ مالیاتی جهت وصول مالیات*، اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم، رشت، شرکت پیشگامان پژوهش‌های نوین.
- حیدری، محمد، وحید قاسمی، محسن رنایی؛ محمدتقی ایمان (۱۳۹۶) *مروری نظامند بر مطالعات فرهنگ مالیاتی و عوامل مؤثر بر آن در ایران*، *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۶(۲)، پاییز و زمستان ۱۳۹۶، ۸۵-۱۱۶.
- خادم‌حسینی، راضیه و خادم‌حسینی، فاطمه (۱۳۹۶) *بررسی بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با فرار مالیاتی (مطالعه موردی سازمان امور مالیاتی و دارایی شهر یاسوج)*، پنجمین همایش ملی مدیریت و حسابداری ایران، تهران، ایران.

- خادم، حمید؛ لاری دشت بیاض، محمود؛ عبدی، علی و مرویان حسینی، زهرا (۱۳۹۳) بررسی رفتار اخلاقی مؤدیان بزرگ مالیاتی از دیدگاه اخلاقی پست‌مدرن، *پژوهشنامه مالیات*، شماره ۲۴ (مسلسل ۷۲)، زمستان، ۱۱-۳۵.
- رزمی، سیدمحمدجواد و کاووسی، شراره (۱۳۹۴) *رابطه سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی: نقش میانجی‌گر اخلاقی مالیاتی، خلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۰، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، ۸۳-۷۴.
- صالحی، مهدی؛ پرویزی‌فرد، سعید و استوار، مستوره (۱۳۹۳) تأثیر عوامل فرهنگ مالیاتی بر تمکین مالیاتی در بین مؤدیان امور مالیاتی، *پژوهشنامه مالیات*، شماره بیست و سوم (مسلسل ۷۱) پاییز ۱۳۹۳، ۲۱۴-۱۸۵.
- طاهرپور کلانتری، حبیب‌الله و علی یآوری شوره دلی، علی (۱۳۸۳) *مالیات بر ارزش‌افزوده، مالیات مدرن*، تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.
- قامتی‌آرانی، حسن (۱۳۸۴) «بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء فرهنگ مالیاتی و وصول مالیات از دیدگاه کارکنان اداره امور مالیاتی شهرستان آران و بیدگل»، تهران، موسسه عالی آموزش و پرورش.
- قبله‌وی، غلامرضا (۱۳۸۶) *فرهنگ مالیات و بررسی آن در میان جامعه پزشکان شمال تهران و ارائه یک مدل تحلیل رفتاری*، طرح پژوهش.
- فرهنگ، منوچهر (۱۳۵۴) *فرهنگ اصطلاحات علوم اقتصادی*، انتشارت نیل، تهران.
- کمالی، محمد (۱۳۹۵) بررسی نقش شفافیت اقتصادی در تقویت فرهنگ مالیاتی، *فصلنامه راهبرد توسعه*، شماره ۴۶، ۲۲۰-۲۰۲.
- گرابی‌نژاد، غلامرضا و چپردار، الهه (۱۳۹۱) بررسی عوامل مؤثر بر درآمدهای مالیاتی در ایران، *فصلنامه اقتصاد مالی*، ۶(۲۰)، پاییز ۱۳۹۱، ۶۹-۹۲.
- لاری دشت بیاض، محمود، قائم‌مقامی، کامران و کهرمی، قاسم (۱۳۹۵) بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در استان خراسان جنوبی با تأکید بر مؤلفه‌های فرهنگی، *فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۱۳۹۵، ۱(۱): ۱۳۹-۱۶۴.
- لشگری‌زاده، مریم و عزیزی، محمد (۱۳۹۰) عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ مالیاتی در ایران، *فصلنامه مدیریت*، ۸(۲۲)، تابستان ۱۳۹۰.

- محسنی تبریزی علیرضا، کمیجانی اکبر، عباسزاده، مرتضی (۱۳۸۹) بررسی عوامل مؤثر بر افزایش فرهنگ مالیاتی در میان مؤدیان بخش مشاغل (صنف لوازم التحریر) استان البرز، *پژوهشنامه مالیات*، ۱۸، ۱۳۸۹، ۱۸ (۹).
- مسیحی، محمد و محمدنژادعالی زمینی، ابوالقاسم (۱۳۹۴) بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ مالیاتی از دیدگاه مؤدیان و کارشناسان مالیاتی اداره کل مالیات بر ارزش افزوده شهر تهران، *فصلنامه مدیریت فرهنگی*، ۱۹ (۱) (پیاپی ۲۷)، بهار ۱۳۹۴.
- مرادی، مهدی؛ رستمی، امین و تقی‌زاده، رضا (۱۳۹۲) بررسی عوامل مؤثر بر فرار از پرداخت مالیات با تأکید بر عوامل فرهنگی، *پژوهشنامه مالیات*، تابستان، شماره هجدهم.
- موسوی، میرطاهر (۱۳۸۵) کارپایه مفهومی و مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، شماره ۲۳.
- نصراصفهان‌نای، مهدی و همکاران (۱۳۹۱) بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی از دیدگاه مؤدیان و کارشناسان امور مالیات مالیاتی، *دو فصلنامه پژوهش‌های مالیه اسلامی*، ۱ (۱)، ۲۷-۳۶.
- همراهی، مهرداد و یوسف، کهن منصورخانی (۱۳۹۴) *بررسی عوامل مؤثر بر افزایش فرهنگ مالیاتی در میان مؤدیان بخش مشاغل استان کهگیلویه و بویراحمد (صنف بنگاه املاک)*، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری، تهران، موسسه اطلاع‌رسانی نارکیش.
- Chen, J.V., Jubilado, R., Capistrano, E. & Yen, D. (2015) Factors affecting online tax filing- an application of the IS Success model and trust theory, *Computers in Human Behavior*, 43: 262-251.
- Berger, Roman / McNab, Robert M. (2000) The Tax Reform Experiment in Transitional Countries. *National Tax Journal*, 53(2), 273-298.
- Eltony, M. Nagy (2002) *Determinants of Tax Efforts in Arab Countries*, Arab Planning Institute Working Paper 207.
- Jimenez, Peggy & Iyer, Govind, S. (2016) *Tax compliance in a social setting: The influence of social norms, trust in government, and perceived fairness on taxpayer compliance*, *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 34, 17-26.
- Ogun State, N., (2013) Appraisal of factors influencing tax avoidance and evasion in Nigeria, *International Journal of Research in Commerce and Management* 05, 4(5), 107-111.

- Onyx, J. and Bullen, P. (1998). *Measuring Social Capital in Five Communities in NSW: An analysis*, Centre for Community Organisations and Management Working Paper Series No. 41, University of Technology, Sydney.
- Onyx, J., & Bullen, P. (2000) Measuring social capital in five communities. *The Journal of Applied Behavioural Science*, 36(1): 23-42.
- Onyx, Tenny, and Paul Bullen, (2001) *The Different Faces of Social Capital in NSW Australia*, in: Social Capital and Participation in Every life Edited by Paul Dekker and E. Uslaner, London :Routledge.
- Radaev; Vadim (2001) Informal Institutional Arrangement and Tax Evasion in the Russian Economy. (2001) *Economic Sociology State University*. Moscow.
- Rosen, H. (2005) *Public Finance*, London, McGraw-Hill.
- Torgler, B. (2003) *Theory and empirical analysis of tax compliance*, Basel: University of Basel.
- Torgler, B. (2004) Tax Morale in Asian Countries, *Journal of Economics* 15 (2004), 266-237.
- Teo, T., Srivastava, S. &Jiang, L. (2008). Trust and Electronic Government Success: an empirical study, *Journal of Management Information Systems*, 25(3): 99-132.
- Uadiale, M.O.T.O., Fagbemi, & J., and Ogunleye, O., (2010) An Empirical Study of the Relationship between Culture and Personal Income Tax Evasion in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, Issue 20.
- Pressman, Steven. Fifty Major Economists. Routledge, 2006. ISBN 978-0-203-01920-7. Retrieved 2013-07-27.