

## بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و اخلاق مالیاتی با پذیرش مالیاتی تعاونی های فعال شهر یاسوج

ناهید بنوان<sup>۱</sup>، محمد بهرامی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش مالی

<sup>۲</sup> عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج

نام نویسنده مسئول:

ناهید بنوان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۵

### چکیده

**مقدمه:** هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و اخلاق مالیاتی با پذیرش مالیاتی تعاونی های فعال شهر یاسوج می باشد.

**روش پژوهش:** پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر جمع آوری داده ها پیمایشی (میدانی) می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه تعاونی های فعال شهر یاسوج به تعداد ۲۴۵ تعاونی تشکیل می دهند که حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۱۵۰ بدست آمد. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه سرمایه اجتماعی مقیمی و همکاران (۱۳۸۵)، اخلاقی مالیاتی حیدری (۱۳۹۴) و پذیرش مالیاتی پژوهش نیا (۱۳۹۳) استفاده گردید. برای آزمون فرضیه ها، با استفاده از نرم افزار *SPSS* روش های آماری همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون انجام شد.

**یافته ها:** بین سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد. بین اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد. بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد. بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد. بین نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد. بین هنجارهای اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد. بین اعتماد افراد نسبت به دولت و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

**واژگان کلیدی:** سرمایه اجتماعی، پذیرش مالیاتی، اخلاق مالیاتی.

## مقدمه

اهمیت مالیات در تأمین هزینه تدارک کالاهای عمومی و نقش آن در توزیع مجدد درآمد، از مباحث مورد توجه اقتصاددانان بخش عمومی است. لازمه تدارک بهینه کالاهای عمومی و بهبود توزیع درآمد توجه به پذیرش از مالیات است. پرداخت مالیات یکی از عوامل رشد و توسعه جامعه است و موجب رونق اقتصادی و ارتقای شاخصهای آن، تحقق عدالت اجتماعی، افزایش خدمات و عمران و آبادانی کشور می شود. با وصول مالیات عادلانه از مؤدیان، میتوان بسیاری از مشکلات اجتماعی و اقتصادی کشور از جمله کسری بودجه سالانه، تورم و بیکاری را رفع و زمینه ایجاد عدالت اجتماعی از طریق توزیع دوباره درآمدها را فراهم کرد. مناسب ترین وسایل برای تأمین موفقیت سازمان مالیاتی کشورها، علاوه بر انسجام دستگاه مالیاتی به مفهوم اجرای درست قانون و ضوابط، افزایش انگیزه های درونی و جلب همکاری و همفکری مؤدیان است. این امر می تواند آنان را مجاب سازد که پذیرش از مالیات را روشی منطقی در افزایش منافع اقتصادی و برخورداری از مواهب اجتماعی بدانند (صامتی و همکاران، ۱۳۹۴).

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۱</sup> در تعریف مفهوم پذیرش، آن را به دو بخش تقسیم می کند: پذیرش اجرایی<sup>۲</sup> و پذیرش تکنیکی و فنی<sup>۳</sup>. پذیرش اجرایی به قوانین اجرایی کشور مورد نظر و پذیرش فنی به پذیرش در گزارش دهی، پذیرش فرآیندهای مورد نظر قانون و پذیرش مقررات تکنیکی لازم در محاسبات مالیات یا پرداخت آن باز می گردد (رزمی و کاوسی، ۱۳۹۴). در برابر پذیرش مالیاتی، مسأله عدم پذیرش مالیاتی از سوی مؤدیان مطرح است. باید توجه داشت اجتناب مالیاتی و فرار مالیاتی هر دو مصادیقی از عدم پذیرش هستند با این تفاوت که اجتناب مالیاتی، عدم پذیرش قانونی و فرار مالیاتی، عدم پذیرش غیر قانونی محسوب می شود (همان منبع).

اخلاق مالیاتی<sup>۴</sup> به عنوان "تعهد اخلاقی افراد به پرداخت مالیات"، "باور به مشارکت در جامعه به وسیله پرداخت مالیات" و وجود انگیزش درونی افراد یا تمایل آنان برای پرداخت مالیات تعریف می شود. به عبارتی دیگر، اخلاق مالیاتی نوعی تعهد اخلاقی برای پرداخت مالیات بوده، که نمی توان آن را مشابه فرار مالیاتی و یا اندازه اقتصاد سایه ای به عنوان یک متغیر مقداری قلمداد نمود (تکلی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۱).

همچنین اخلاق مالیاتی با مفهوم "اخلاق مالیات دهندگان"، ارتباط نزدیکی دارد، محققان این اصطلاح را به عنوان هنجارهایی دانسته اند که رفتار افراد به عنوان مالیات دهندگان را در ارتباط با دولت کنترل می نماید (کونتورسا و رموندون<sup>۶</sup>، ۲۰۱۳).

براساس دیدگاه بسیاری از صاحب نظران اخلاق مالیاتی را می توان به عنوان یک ویژگی مهم و بنیادی مرتبط با پذیرش مالیات و حلقه مفقوده بین نظریات و داده های گردآوری شده در نظر گرفت و در نهایت معمای پذیرش مالیاتی را حل نمود (کومینگز<sup>۷</sup>، ۲۰۰۹). همچنین شواهد پژوهشی قابل توجهی نیز وجود دارد که نشان می دهد اخلاق مالیاتی به عنوان انگیزش درونی افراد برای پرداخت مالیات می تواند درجه پذیرش مالیاتی افراد را تبیین نماید (همان منبع).

اگر اخلاق مالیاتی به عنوان توضیح چرایی بالا بودن نرخ پذیرش مالیاتی فرض شود، ارزیابی آنچه آن را شکل می دهد نیز حائز اهمیت است. این امر در حالی است که در بیشتر مطالعات انجام شده، اخلاق مالیاتی بدون هیچگونه توضیحی درباره چگونگی افزایش و یا حفظ آن به عنوان یک جعبه سیاه، بخشی از رفتارهای "ورای ترجیحات" مالیات دهندگان و یا به عنوان بخش ناشناخته مؤثر بر فرار مالیاتی در نظر گرفته شده است. در محدود پژوهشهای انجام شده، محققان با تأکید بر این که پدیده های اقتصادی نباید تنها از دیدگاه سنتی نئوکلاسیک مورد ارزیابی قرار گیرد، درصد برآمدند پیوندی میان اقتصاد و روانشناسی اجتماعی ایجاد نمایند (هال، ۲۰۱۲).

<sup>1</sup> Organization for Economic Cooperation Development

<sup>2</sup> Administrative Compliance

<sup>3</sup> Technical Compliance

<sup>4</sup> Tax Morale

<sup>5</sup> Tekeli

<sup>6</sup> Kountourisa and Remoundou

<sup>7</sup> Cummings et al

براساس دیدگاه برخی از صاحب نظران، سرمایه اجتماعی<sup>۸</sup> اشاره ای است به ارتباط میان افراد، شبکه های اجتماعی<sup>۹</sup> هنجارهای رفتاری<sup>۱۰</sup> و متقابل و اعتماد ناشی از آنها که ظرفیت مشارکت برای نیل به مقاصد شخصی را افزایش می دهد. بر اساس اندیشه صاحب نظران، جوهره سرمایه اجتماعی اعتماد مبتنی بر هنجارهای عمومی است (کومینگر، ۲۰۰۹). به عبارت دیگر، وقتی کسی کاری برای دیگری انجام می دهد به خاطر جبران بلافاصله از سوی وی نبوده، بلکه ناشی از انتظارات مبهمی مبنی بر اینکه دیگران به احتمال زیاد در آینده آنرا جبران خواهند نمود، می باشد (همان منبع).

مشارکت در شبکه های اجتماعی یکی دیگر از ابعاد حائز اهمیت سرمایه اجتماعی است. جوامعی که اعضای آن از سطح بالایی از مشارکت برخوردار می باشند، از امکان بیشتری برای ایجاد روابط دو سویه و خلق اعتماد میان فردی برخوردارند. اعتماد نه تنها برای مشارکت در شبکه های مشارکت مدنی ضروریست بلکه برای ادامه روابط اجتماعی نیز حیاتی می باشد. روابط اجتماعی اگر حفظ نشوند سست و به تدریج محو شده، انتظارات و وظایف در طول زمان کمرنگ می شوند. از این رو روابط اجتماعی دارایی افراد محسوب می شوند که همانند هر منبع دیگری وقتی انباشته شود می توان در موقع نیاز از آن برداشت نمود، منبعی که دیگر اهداف ناممکن را امکان پذیر می نماید (هال، ۲۰۱۲).

با توجه به اهمیت مالیات در هر جامعه ای و با توجه به اینکه مالیات می تواند موجب توسعه و پیشرفت کشور شود و امروزه دولت توجه زیادی به مالیات دارند در این تحقیق سعی گردید به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و اخلاق مالیاتی با پذیرش مالیاتی تعاونی های فعال شهر یاسوج پرداخته شود. حال این سوال برای محقق مطرح می باشد که آیا بین سرمایه اجتماعی و اخلاق اسلامی با پذیرش مالیاتی تعاونی های فعال شهر یاسوج رابطه معنی داری وجود دارد؟

### مبانی نظری تحقیق

ناهایپیت و گوشال (۱۹۹۸) عناصر مختلف سرمایه اجتماعی را با رویکرد سازمانی در سه بعد به صورت زیر بیان کرده اند (مشبکی و قلیچ لی، ۱۳۸۵):

#### ۱- بعد ارتباطی

این بعد توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر بخاطر سابقه تعاملات خود برقرار می کنند و مهمترین جنبه های آن عبارتند از :

الف) اعتماد<sup>۱۱</sup>

اعتماد عامل بسیار مهم و حیاتی در فراهم آوردن ارتباطات متقابل اثربخش میان اعضا می باشد. مواردی مانند میزان اعتماد اعضا به یکدیگر، تمایل به همکاری با افراد با نظر مخالف در یک واحد و میزانی که اعضا روی گفته همکاران خود حساب می کنند، نشان دهنده میزان اعتماد متقابل در میان اعضای یک واحد اجتماعی است. تحقیقات نشان می دهند در جایی که روابط مبتنی بر اعتماد در سطح بالایی وجود دارد، افراد تمایل زیادی برای تبادل اجتماعی و تعامل همکارانه دارند. میستال<sup>۱۲</sup> (۱۹۹۶) می گوید: اعتماد تامین کننده ارتباطات و گفتمان است (همان منبع).

#### ب) الزامات و انتظارات

الزامات نشان دهنده یک تعهد یا وظیفه برای انجام فعالیتی در آینده است. کلمن (۱۹۹۰) الزامات را از هنجارهای عمومی شده متمایز می سازد و آن را به عنوان انتظاراتی ایجاد شده در درون روابط شخصی خاص در نظر می گیرد.

#### ج) هنجارها

<sup>۸</sup> Social Capital

<sup>۹</sup> Social Networks

<sup>۱۰</sup> Social Norms

<sup>۱۱</sup> Trust

<sup>۱۲</sup> Misztal

هنجارهای همکاری می توانند پایه ای قوی برای ایجاد سرمایه فکری به وجود آورند. استارباک<sup>13</sup> (۱۹۹۵) اهمیت هنجارهای اجتماعی صداقت و کار گروهی را به عنوان ویژگی های کلیدی سازمان های دانش محور یادآور می شود. هنجارهای تعاملی از قبیل: روحیه انتقادی، تحمل شکست، کار گروهی و ...

(د) هویت<sup>14</sup>

هویت فرآیندی است که در آن افراد احساس می کنند که با افراد یا گروهی از افراد دیگر، عضو یک گروه واحد هستند. کرامر و همکاران<sup>15</sup> (۱۹۹۶) (نقل از: مشبکی و قلیچ لی، ۱۳۸۵) دریافتند که احساس همانندی کردن با یک گروه یا جمع، نگرانی درباره فرایندها و نتایج جمعی را افزایش می دهد. به همین ترتیب احتمال فرصت تبادل اطلاعات افزایش می یابد. در مقابل، جایی که گروه ها هویت های متمایز و مغایر هم دارند، ممکن است موانع عمده ای در برابر تسهیم اطلاعات، یادگیری و ایجاد دانش به وجود آید (مشبکی و قلیچ لی، ۱۳۸۵).

## ۲- بعد ساختاری

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به الگوی ارتباطی اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی اشاره دارد یعنی اینکه شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید و این بعد شامل جنبه های زیر است:

الف) روابط شبکه ای<sup>16</sup>

روابط شبکه در بر دارنده شیوه های خاصی است که اعضای واحد اجتماعی با یکدیگر مرتبط شده اند و با یکدیگر همکاری می نمایند. پیشنهاد اصلی تئوری سرمایه اجتماعی این است که روابط شبکه ای امکان دسترسی به منابع مثل دانش را فراهم می سازند. روابط اجتماعی، ایجاد کننده کانال های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه گذاری مورد نیاز برای گردآوری اطلاعات را کاهش می دهند.

ب) ترتیبات شبکه<sup>17</sup>

ترتیبات شبکه تعیین کننده الگوهای روابط میان اعضای واحد اجتماعی است. ترتیبات کلی روابط شبکه ای یک جنبه مهم سرمایه اجتماعی را شکل می دهد که می تواند بر توسعه سرمایه فکری تاثیر بگذارد. برای مثال سه ویژگی ساختار شبکه، تراکم، روابط و سلسله مراتب همگی از طریق تاثیر بر میزان تماس یا قابلیت دسترسی اعضای شبکه باعث انعطاف پذیری و سهولت تبادل اطلاعات می شوند.

ج) سازمان مناسب<sup>18</sup>

سازمان مناسب در بر دارنده میزان نزدیکی و شباهت افراد در یک واحد اجتماعی است. سازمان های اجتماعی مناسب می توانند یک شبکه بالقوه دسترسی به افراد و منابعشان از جمله اطلاعات و دانش را فراهم کنند و از طریق ابعاد شناختی و رابطه ای سرمایه اجتماعی، ممکن است انگیزش و قابلیت را برای تبادل تضمین کنند، اما این سازمان ها ممکن است مانع تبادل شوند، تحقیقات نشان می دهند که چگونه فعالیت های جاری سازمانی ممکن است گروه های سازمانی را به عوض هماهنگ ساختن، از همدیگر جدا سازند یا به عوض قادر ساختن به یادگیری و ایجاد سرمایه فکری، آنها را محدود سازند.

## ۳- بعد شناختی

اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم های معانی مشترک در میان گروه ها است و شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی است و مهمترین جنبه های آن عبارتند از:

<sup>13</sup> Starbak

<sup>14</sup> Identification

<sup>15</sup> Kramer and et al

<sup>16</sup> Network ties

<sup>17</sup> Network configuration

<sup>18</sup> Appropriable organization

## الف) زبان و کدهای مشترک

به دلایل مختلفی زبان مشترک بر شرایط ترکیب و تبادل دانش تاثیر می گذارد. اول اینکه زبان کارکرد مستقیم و مهمی در روابط اجتماعی دارد، زیرا ابزاری است که از طریق آن افراد با یکدیگر بحث می کنند، اطلاعات را مبادله می کنند، از یکدیگر سوال می پرسند و در جامعه امور تجاری انجام می دهند. دوم اینکه زبان بر ادراک ما تاثیر می گذارد. سوم اینکه زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات را افزایش می دهد. کدها همچنین یک چارچوب مرجع برای مشاهده و تفسیر ما از محیط فراهم می کنند.

## ب) حکایات مشترک

علاوه بر زبان و کدهای مشترک، محققان معتقدند اسطوره ها، داستان ها و استعاره ها ابزارهای قدرتمندی در اجتماعات برای ایجاد، تبادل و نگهداری مجموعه های غنی معانی فراهم می کنند. ظهور حکایت های مشترک در یک اجتماع باعث خلق و انتقال تفسیرهای جدیدی از رویدادها شده و ترکیب اشکال مختلف دانش را، که عموماً به صورت پنهان هستند، تسهیل می کند.

علوم دیگر مانند جامعه شناسی و روانشناسی براهمیت رفتار مبتنی بر ملاحظات اخلاقی و معنوی تأکید می کنند. در تجزیه و تحلیل اقتصادی، ارزشهای درونی به عنوان متغیرهای برونزا، که تحت تأثیر قیمت یا قوانین نیستند، در نظر گرفته می شوند (بیکر، ۱۹۷۶ و هیرشلیفر<sup>19</sup>، ۱۹۸۵). با این حال، دیدگاه اقتصاددانان همچون هیرشمن<sup>20</sup> (۱۹۶۵) و سن<sup>21</sup> (۱۹۷۷) رابطه بین انگیزش درونی و بیرونی را در محاسبات در نظر گرفت.

فری (۱۹۹۷) اثبات کرد که انگیزش درونی در مقابل انگیزش بیرونی رابطهای برای توضیح رفتار پذیرش مالیاتی است. او اخلاق مالیاتی را به عنوان نوع خاصی از انگیزش درونی در نظر می گیرد. انگیزه درونی یک تأثیر روانی بر اقتصاد است بدون آنکه چارچوب انتخاب عقلانی در نظر گرفته شود. روش او شامل اثر تراکمی انگیزش درونی در تحلیلهای پذیرش مالیاتی است. با افزایش نظارت و جریمه برای عدم پذیرش، متوجه خواهید شد که انگیزش بیرونی افراد افزایش یافته است و از سوی دیگر، به ایجاد انگیزشهای درونی برای پرداخت مالیات منجر می شود. بنابراین، اثر خالص یک سیاست مالیاتی به شدت نامشخص است. اگر انگیزه درونی به رسمیت شناخته نشود، مالیات دهندگان احساس می کنند که آنها به خوبی می توانند فرصت طلب باشند. این امر، ارتباط بین سیاستهای ابزاری در حفظ یا زیان انگیزش درونی را به حساب می آورد.

انگیزش درونی بستگی به کاربرد سیاستهای ابزاری دارد. فری (۱۹۹۷) ادعا میکند که اگر مالیات دهندگان صادق بفهمند که سیاست سختگیرانه برای هدایت شدن مالیات دهندگان متقلب وضع شده است، انتظار نمی رود که اخلاق مالیاتی ایجاد شود. مقرراتی که مانع عمل غیراخلاقی و ایجاد عدالت و برابری می شود به حفظ اخلاق مالیاتی کمک می کند (همان منبع). از زمان های قدیم تا کنون مالیات یکی از مهمترین ارکان نظام اقتصادی هر جامعه ای محسوب می گردد. مالیات و پرداخت به موقع مالیات موجب پویایی و رشد اقتصادی آن جامعه می گردد. این در حالی است که بسیاری از جوامع دارای افرادی هستند که بخواهند از پرداخت مالیات فرار کنند. در این تحقیق سعی بر این است که به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و اخلاق مالیاتی با پذیرش مالیاتی پرداخته شود. نظریه های مورد بررسی نشان دهنده این است که سرمایه اجتماعی دارای سه بعد می باشد که این ابعاد شامل بعد ارتباطی، بعد ساختاری و بعد شناختی سرمایه اجتماعی می باشد.

## پیشینه پژوهش

صامتی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان تأثیر اخلاق مالیاتی بر پذیرش مالیاتی، مطالعه موردی شهر اصفهان نشان دادند که متغیرهای نگرش نسبت به فرار مالیاتی، هنجارهای اجتماعی و اعتماد به دولت و سیستم مالیاتی، حقوقی و

<sup>19</sup> Hirshleifer<sup>20</sup> Hirschman<sup>21</sup> Sen

قضایی در سطح اطمینان ۹۵٪ و متغیر سن در سطح اطمینان ۹۰٪ اثر مثبت و معناداری بر اخلاق مالیاتی دارند. همچنین، در سطح اطمینان ۹۵٪ متغیر اخلاق مالیاتی اثر مثبت و معناداری بر پذیرش مالیاتی دارد.

رزمی و کاوسی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی: نقش میانجیگر اخلاق مالیاتی یافته های تحقیق نشان داد متغیر سرمایه اجتماعی با ضریب استاندارد (۰/۴۹) و معنی داری (۵/۰۳) متغیر اخلاق مالیاتی افراد رابطه دارد. همچنین اخلاق مالیاتی با تخمین استاندارد (۰/۸۶) و معناداری (۶/۱۶) با پذیرش مالیاتی رابطه مثبت دارد. مجیبی و نبوی (۱۳۹۳) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه رابطه معنی داری وجود دارد. مثبت بودن ضریب همبستگی بیانگر رابطه مستقیم و مثبت این دو مولفه است.

هال<sup>22</sup> (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «اخلاق مالیاتی و رفتار پذیرش مالیاتی، اولین شاهد مبنی بر یک رابطه علی» آورده است که تحقیقات اخیر در خصوص فرار مالیاتی، به اهمیت ملاحظات اخلاقی برای توضیح رفتار پذیرش مالیاتی تأکید می‌کنند. برای تبیین بحث باید عوامل شکل دهنده اخلاق مالیاتی را شناسایی کنیم هرچند هنوز رابطه علی بین اخلاق مالیاتی و رفتار پذیرش مالیاتی ثابت نشده است. او در مقاله‌اش اولین شواهد مبنی بر وجود رابطه علی بین اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی را ارائه می‌کند. رفتار برون‌گرا و تغییرپذیر اخلاق مالیاتی که توسط بخشی از اخلاق مالیاتی موروث اجداد آمریکایی به دست آمده است، با روش تخمین حداقل مربعات دو مرحله‌ای، اولین شاهد مبنی بر وجود رابطه علی بین اخلاق مالیاتی و اندازه تولیدات زیرزمینی است. در واقع، این تخمین‌ها نشان می‌دهد که اخلاق مالیاتی بالاتر اندازه تولیدات اقتصاد زیرزمینی را کاهش می‌دهد. این شواهد اهمیت مطالعه اخلاق مالیاتی را افزایش می‌دهد. این امر نشان می‌دهد که اخلاق مالیاتی می‌تواند به توضیح این مسئله که چرا افراد با وجود اینکه احتمال حسابرسی و نرخ جریمه پایین است ولی باز هم به پرداخت مالیات مبادرت می‌ورزند، کمک کند. به طور کلی، نتیجه این فرض را که هم انگیزه‌های اقتصادی و هم هنجارهای اجتماعی (یا ملاحظات اخلاقی) موجب تحریک رفتار افراد می‌شود، ثابت می‌کند.

ساموئل<sup>23</sup> (۲۰۱۱) در پایان‌نامه‌اش تحت عنوان «تحلیل اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی در نیجریه» معتقد است که مالیات اشاره به سهم اجباری اعمال شده از سوی دولت دارد. در حالی که مالیات دهندگان ممکن است جواب محسوسی در ازای سهم خود دریافت نکنند. با این حال آن‌ها با زندگی در یک جامعه سالم و امن و فرهیخته نفع می‌برند. ظهور حکومت دموکراتیک در سال ۱۹۹۹، تمرکز بیشتری بر روی سه موضوع تولید درآمد به اندازه کافی و مواجه شدن با وعده های انتخاباتی از نظر تأمین نیازهای اساسی و ایجاد زیرساخت برای توانمندسازی اقتصادی مردم اعمال کرده است. برای دستیابی به این اهداف، یک اخلاق مالیاتی بالا برای افزایش پذیرش مالیاتی مورد نیاز است. هدف از این مطالعه تعیین اثر اخلاق مالیاتی بر پذیرش مالیاتی مالیات دهندگان در تطابق با سیاست‌های مالیاتی دولت در نیجریه است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در مطالعات مقطعی پرسشنامه است. نتیجه نشان داده است که ارتباط معناداری بین پذیرش مالیاتی و اخلاق مالیاتی وجود دارد. وی پیشنهاد می‌کند که احتیاج به ارائه خدمات قوی به مالیات دهندگان، به ویژه در مرحله تشکیل پرونده، وجود دارد، اظهارنامه مالیاتی تحت نظارت دقیق و یا به طور مشترک با یک مقام ارشد مالیاتی بررسی شود به طوری که با اعمال نفوذ این قدرت مالی به حقوق کسی تجاوز نشود.

گابریل ریو و گائتانولیزی<sup>24</sup> (۲۰۱۱) در مقاله‌ای تجربی تحت عنوان «اخلاق مالیاتی، چارچوب شیب ناپایدار و پذیرش مالیاتی» به دنبال دو جریان مهم از ادبیات پذیرش مالیاتی، به توسعه تحلیل‌های مقطعی به منظور آزمون هر دو نقش اخلاق مالیاتی بر تصمیم‌های پذیرش مالیاتی و پیش‌بینی‌های عمده چارچوب شیب ناپایدار پرداخته‌اند. وی با استفاده از داده‌های نظرسنجی‌های ارزش جهانی نشان داد که متغیرهای فرهنگ، همچون اعتماد افقی و وابستگی‌های مذهبی، به طور معنادار و مثبت نه به اخلاق مالیاتی، بلکه به اعتماد عمودی وابسته است. وقتی که در رگرسیون اخلاق مالیاتی در مقابل اعتماد عمودی

<sup>22</sup> Halla

<sup>23</sup> Fakile Adeniran Samuel

<sup>24</sup> Gabriele Rui and Gaetano Lisi

فرهنگ کنترل می شود، فقط این حالت از لحاظ آماری معنادار می شود. وی پیشنهاد می کند که اعتماد عمودی مجرای است که از طریق فرهنگ ملی بر اخلاق مالیات اثر می گذارد. همچنین، افزایش مقبولیت فساد منجر به افزایش اندازه اقتصاد پنهان می شود. از این رو، یافته های تجربی در چارچوب شیب ناپایدار تأیید می شود، در حالی که اعتماد به قدرت و مقامات مالیاتی (در واقع، شاخص قدرت مقامات مالیاتی) به طور منفی و معنی دار با اندازه اقتصاد پنهان وابسته است. به ویژه اینکه، اعتماد به مقامات مالیاتی نسبت به قدرت مقامات مالیاتی اثر بیشتری بر اقتصاد سایه دارد. در عوض، ارتباط بین اخلاق مالیاتی و نماینده فرار مالیاتی در این مطالعه از لحاظ آماری معنادار نمی باشد. این نتایج قوی برحسب مشخصات متمایز مدل هستند. یک دلالت سیاسی مهم این است که دولت باید از تأسیس فضای پلیس و دزد با مالیات دهندگان اجتناب کند. در عوض، مقامات مالیاتی باید سعی کنند تا اعتماد شهروندان خود را به دست آورند.

## فرضیات پژوهش

### فرضیات اصلی

بین سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

بین اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

### فرضیات فرعی

بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

بین نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

بین هنجارهای اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

بین اعتماد افراد نسبت به دولت و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

## روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف پژوهشی کاربردی و از نظر جمع آوری داده ها پیمایشی (میدانی) میباشد. جامعه آماری شامل کلیه تعاونی های فعال شهر یاسوج به تعداد ۲۴۵ تعاونی می باشد که حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۱۵۰ تعاونی برآورد گردید. همچنین جهت نمونه گیری و با توجه به ماهیت جامعه آماری از روش تصادفی ساده استفاده شد. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش را می توان به دو دسته کتابخانه ای و میدانی تقسیم نمود. در ارتباط با جمع آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوعی و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه ای و در خصوص گردآوری اطلاعات برای تأیید یا رد فرضیات پژوهش، از پرسشنامه استفاده گردید. بدین منظور، جهت سنجش متغیر سرمایه اجتماعی از پرسشنامه مقیمی و همکاران (۱۳۸۵)، برای سنجش متغیر اخلاق مالیاتی از پرسشنامه حیدری (۱۳۹۴) و برای سنجش متغیر پذیرش مالیاتی از پرسشنامه پژوهش نیا (۱۳۹۳) استفاده گردید. بعد از جمع آوری پرسشنامه و پاسخ های آزمودنی ها به سؤال های آن، نوبت به تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از طریق روشهای آماری توصیفی و استنباطی مناسب با استفاده از نرم افزار اس پی اس می رسد. در سطح توصیفی به محاسبه شاخص هایی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار پرداخته شده و در سطح استنباطی از آزمونهای همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده خواهد شد.

## روایی و پایایی

جهت تعیین روایی و بومی سازی پرسشنامه ها و اطمینان بیشتر از روایی آن، از دیدگاه ۱۰ نفر از خبرگان و متخصصان استفاده شده است. این ارزیابی در اصل، بر روایی محتوای شاخص های ارائه شده برای سنجش ابعاد موردنظر در طرح پژوهش، تمرکز داشت. برای پایایی پرسشنامه نیز از آلفای کرونباخ استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: ضرایب آلفای کرونباخ

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	۰/۷۹
بعد ارتباطی	۰/۸۱
بعد ساختاری	۰/۸۳
بعد شناختی	۰/۷۷
اعتماد افراد نسبت به دولت	۰/۹۱
هنجارهای اجتماعی افراد	۰/۸۹
نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی	۰/۸۰
اخلاق مالیاتی	۰/۷۸
پذیرش مالیاتی	۰/۸۱

با توجه به اینکه آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بالای ۰/۷ می باشد، ادعا می شود که این داده ها از نظر پایایی در سطح بسیار خوبی قرار دارند و مورد تایید می باشند.

### یافته های پژوهش

در این بخش ابتدا آمار توصیفی هرکدام از متغیرهای پژوهش شامل میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه مربوط ارائه می گردد.

جدول ۲: آمار توصیفی

میانگین	انحراف معیار	
۲/۴۹	۰/۵۹	سرمایه اجتماعی
۲/۴۹	۰/۵۹	بعد ارتباطی
۲/۷۸	۰/۶۴	بعد ساختاری
۲/۴۸	۰/۷۸	بعد شناختی
۲/۸۴	۰/۷۸	اعتماد افراد نسبت به دولت
۲/۷۹	۰/۷۶	هنجارهای اجتماعی افراد
۲/۸۲	۰/۷۳	نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی
۲/۷۶	۰/۶۶	اخلاق مالیاتی
۲/۳۸	۰/۵۹	پذیرش مالیاتی

همانگونه که در جدول ۲ مشاهده می شود، اعتماد افراد نسبت به دولت دارای بیشترین میانگین و پذیرش مالیاتی دارای کمترین میانگین می باشد



## آزمون نرمال بودن توزیع نمرات

جدول ۳: آزمون نرمال بودن توزیع نمرات

متغیرها	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی	۰/۷۳۳
بعد ارتباطی	۰/۳۵۹
بعد ساختاری	۰/۴۷۲
بعد شناختی	۰/۷۶۰
اعتماد افراد نسبت به دولت	۰/۷۳۶
هنجارهای اجتماعی افراد	۰/۱۸۵
نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی	۰/۵۸۵
اخلاق مالیاتی	۰/۲۶۷
پذیرش مالیاتی	۰/۰۸۵

همانگونه که در جدول ۳ مشاهده می شود سطح معناداری مقادیر آماره بیشتر از ۰/۰۵ می باشد، بنابراین نتیجه می گیریم که توزیع پراکندگی نمرات متغیرها نرمال هست و می توان برای تعیین رابطه متغیرها از ضریب همبستگی استفاده نمود.

## فرضیات تحقیق

## فرضیه اصلی اول: بین سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۴ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۹۹٪ می باشد ( $r = ۰/۵۶۲$ ) ( $p = ۰/۰۰۰۱$ ). بنابراین با افزایش میزان مسئولیت اجتماعی، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

جدول ۴: همبستگی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
سرمایه اجتماعی	۰/۵۶۲**	۰/۰۰۰۱	بالا

\*\*\*: معنی داری در سطح ۹۹٪    \*\*: معنی داری در سطح ۹۵٪

## فرضیه فرعی اول: بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۵ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۹۹٪ می باشد ( $r = ۰/۵۳۸$ ) ( $p = ۰/۰۰۰۱$ ). بنابراین با افزایش بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

## جدول ۵: همبستگی بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی	۰/۵۳۸**	۰/۰۰۰۱	بالا
***: معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ *: معنی داری در سطح ۰/۰۵			

## فرضیه فرعی دوم: بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۶ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ می باشد ( $r = ۰/۶۴۵$ ) ( $p = ۰/۰۰۰۱$ ). بنابراین با افزایش بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

## جدول ۶: همبستگی بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	۰/۶۴۵**	۰/۰۰۰۱	متوسط
***: معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ *: معنی داری در سطح ۰/۰۵			

## فرضیه فرعی سوم: بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۷ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که بعد شناختی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ می باشد ( $r = ۰/۸۱۲$ ) ( $p = ۰/۰۰۰۱$ ). بنابراین با افزایش بعد شناختی سرمایه اجتماعی، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

## جدول ۷: همبستگی بعد شناختی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
بعد شناختی سرمایه اجتماعی	۰/۸۱۲**	۰/۰۰۰۱	بالا
***: معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ *: معنی داری در سطح ۰/۰۵			

## فرضیه اصلی دوم: بین اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۸ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ می باشد ( $r = ۰/۵۷۱$ ) ( $p = ۰/۰۰۰۱$ ). بنابراین با افزایش اخلاق مالیاتی، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

## جدول ۸: همبستگی اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
اخلاق مالیاتی	۰/۵۷۱**	۰/۰۰۰۱	بالا
***: معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ *: معنی داری در سطح ۰/۰۵			

#### فرضیه فرعی چهارم: بین نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۹ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ (p) باشد (r= ۰/۵۴۰) (p= ۰/۰۰۰۱). بنابراین با افزایش نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

جدول ۹: همبستگی نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی	۰/۵۴۰**	۰/۰۰۰۱	بالا
***: معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ *: معنی داری در سطح ۰/۰۵			

#### فرعی پنجم: بین هنجارهای اجتماعی افراد و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین هنجارهای اجتماعی افراد و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۱۰ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که هنجارهای اجتماعی افراد و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ (p) باشد (r= ۰/۵۳۷) (p= ۰/۰۰۰۱). بنابراین با افزایش هنجارهای اجتماعی، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

جدول ۱۰: همبستگی هنجارهای اجتماعی افراد و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
هنجارهای اجتماعی افراد	۰/۵۳۷**	۰/۰۰۰۱	بالا
***: معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ *: معنی داری در سطح ۰/۰۵			

#### فرضیه فرعی ششم: بین اعتماد افراد نسبت به دولت و پذیرش مالیاتی رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین اعتماد افراد نسبت به دولت و پذیرش مالیاتی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۱۱ آمده است. این نتایج نشان دهنده این است که اعتماد افراد نسبت به دولت و پذیرش مالیاتی دارای رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ (p) باشد (r= ۰/۳۸۱) (p= ۰/۰۰۰۱). بنابراین با افزایش اعتماد افراد نسبت به دولت، پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. لذا این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

جدول ۱۱: همبستگی اعتماد افراد نسبت به دولت و پذیرش مالیاتی

متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	توصیف همبستگی
اعتماد افراد نسبت به دولت	۰/۳۸۱**	۰/۰۰۰۱	متوسط
***: معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ *: معنی داری در سطح ۰/۰۵			

#### نتایج رگرسیون خطی پیش بینی پذیرش مالیاتی با استفاده از ابعاد سرمایه اجتماعی و ابعاد اخلاق مالیاتی

به منظور تبیین سازه های اثرگذار بر پذیرش مالیاتی تعاونی های شهر یاسوج از تحلیل رگرسیونی چندگانه به روش همزمان بهره گرفته شده است. جدول ۱۲ اطلاعات مربوط به این تجزیه و تحلیل را نشان میدهد.

همانگونه که جدول ۱۲ نشان می دهد، متغیرهای مستقل عبارتند از: ۱- بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی ( $X_1$ )، ۲- بعد ساختاری سرمایه اجتماعی ( $X_2$ )، ۳- بعد شناختی سرمایه اجتماعی ( $X_3$ )، ۴- نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی ( $X_4$ )، ۵- هنجارهای اجتماعی ( $X_5$ ) و ۶- اعتماد افراد نسبت به دولت ( $X_6$ ).

جدول ۱۲: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه پیش بینی پذیرش مالیاتی با استفاده از ابعاد سرمایه اجتماعی و ابعاد اخلاق مالیاتی

متغیر	B	Beta	خطای استاندارد	T	P
عدد ثابت	۱/۱۲۹	-	۰/۲۲۳	۲/۰۷۱	۰/۰۰۰۱
بعد ارتباطی	۰/۲۱۰	۰/۲۵۷	۰/۰۷۷	۲/۷۴۰	۰/۰۰۷
بعد ساختاری	۰/۲۰۷	۰/۲۰۲	۰/۰۹۱	۲/۲۷۰	۰/۰۲۵
بعد شناختی	۰/۲۲۳	۰/۲۸۹	۰/۰۷۷	۲/۸۹۵	۰/۰۰۵
نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی	۰/۴۵۱	۰/۵۸۴	۰/۱۰۰	۴/۵۰۹	۰/۰۰۰۱
هنجارهای اجتماعی	۰/۱۹۹	۰/۲۶۱	۰/۰۷۵	۲/۶۴۴	۰/۰۰۹
اعتماد افراد نسبت به دولت	۰/۳۰۱	۰/۴۲۳	۰/۰۹۱	۳/۳۱۳	۰/۰۰۱

Sig= ۱۸/۶۶۰ F=

R<sup>2</sup>= ۰/۷۴۱ R<sup>2</sup> Adjust= ۰/۵۵۰

متغیر وابسته ی تحقیق، پذیرش مالیاتی می باشد. منبع: یافته های پژوهش

مقدار F محاسبه شده در سطح ۹۹ درصد ( $F= ۱۸/۶۶۰$ ) ( $Sig= ۰/۰۰۰۱$ ) نشان دهنده ی معنی دار بودن مدل رگرسیون می باشد. در این مدل بعد ارتباطی، بعد ساختاری و بعد شناختی سرمایه اجتماعی، نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی، هنجارهای اجتماعی و اعتماد افراد نسبت به دولت در پیش بینی متغیر وابسته (پذیرش اجتماعی) موثر می باشد. به منظور برآورد تخمین، با توجه به اطلاعات به دست آمده و معنی دار بودن مدل نهایی رگرسیون چندگانه در این پژوهش (جدول ۱۲)، با معادله ی ذیل می توان پذیرش اجتماعی را تخمین زد:

$$Y=۱/۱۲۹+۰/۲۱۰X_1+۰/۲۰۷X_2+۰/۲۲۳X_3+۰/۴۵۱X_4+۰/۱۹۹X_5+۰/۳۰۱X_6$$

میزان ضریب بتای برای هر یک از متغیرهای مستقل نشان دهنده این است نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی بیشترین سهم را در پیش بینی پذیرش مالیاتی دارد. همچنین نتایج جدول ۱۲ نشان می دهد که متغیرهای پیشین ۵۵ درصد ( $R^2= ۰/۵۵$ ) از میزان نوسانات متغیر ملاک (پذیرش مالیاتی) را پیش بینی می کند.

### نتیجه گیری

امروزه سازمان ها دریافته اند که دارایی های ناملموس مانند سرمایه فکری، تجربیات، دانش و شایستگیهای نیروی انسانی، نوآوری، روابط با مشتری، فرهنگ سازمانی، سیستم ها، ساختار، ارتباطات سازمانی و اطلاعات موجب موفقیت و بقای آنها می شود. یکی از قابلیت های مهم سازمانی که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار کند و برای آنها در مقایسه با سازمان های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است. در این پژوهش سعی شده رابطه بین سرمایه اجتماعی و اخلاق مالیاتی با پذیرش مالیاتی در بین تعاونی های فعال شهر یاسوج بررسی و ارزیابی شود. یافته های حاصل از فرضیه اصلی اول پژوهش حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. این رابطه به این معنا است که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی میزان پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد.

همچنین میزان سرمایه اجتماعی نشان دهنده این است که فرد یا جامعه به خوبی شرایط جامعه و نیازهای جامعه را درک می کند. همچنین در جوامع ای که سرمایه اجتماعی بالاتر باشد فرهنگ بهتری حاکم می باشد. وجود فرهنگ بالا باعث می گردد فرهنگ مالیاتی نیز بالاتر برود و افراد پرداخت به موقع مالیات را یک ضرورت برای جامعه بدانند. بنابراین با ارتقا میزان سرمایه اجتماعی میزان پذیرش مالیاتی نیز افزایش می یابد. همچنین نتایج حاصل از فرضیه اول و دوم فرعی پژوهش نشان دهنده آن است که بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی و همچنین بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی نشان دهنده آن است که هر چه میزان ارتباط افراد در جامعه‌های که حضور بیشتر باشد از توان فکری و بدنی این افراد بیشتر می‌تواند استفاده کنند. همچنین در چنین محیطی افراد بیشتر از مشارکت دیگران استفاده می‌کنند در کنار دیگران حرفه‌های جدیدی می‌آموزند، توانایی‌ها فردی باعث ارتقا درآمد تعاونی شده و راحت مالیات را می‌پذیرند. علاوه بر این اگر بین افراد ارتباطات باز و شفاف برقرار گردد، باعث می‌گردد فرهنگ‌های موجود در جامعه را به خوبی درک کنند و در نهایت مالیات را به عنوان راه درآمد دولت برای مدیریت جامعه بپذیرد و در نهایت پذیرش مالیاتی افزایش می‌یابد. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، در شبکه اجتماعی مناسب مستقر است و فرصتی برای نگهداری رابطه فعلی و توسعه روابط جدید است. هر نقطه اتصال یک فرد برای فرد دیگر مفید نیست. بنابراین می‌بایست بررسی مفید بودن هر تماس در مراحل اولیه روابط به عنوان هدف قرار گیرد. نتایج حاصل فرضیه فرعی سوم حاکی از آن است که بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی جود دارد. بعد شناختی در واقع اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است و شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی است. افرادی که در سازمان در پی معرفی خود به سازمان می‌باشند و همچنین افرادی که تعهد نسب به سازمان در آنها بیشتر به چشم می‌خورد نسبت به جامعه نیز تعهد بالاتری دارند و به موقع مالیات خود را پرداخت می‌کنند. بنابراین بعد شناختی سرمایه اجتماعی با پذیرش مالیاتی رابطه مثبت دارد. پس میتوان با ارتقا بعد شناختی سرمایه اجتماعی، پذیرش مالیاتی را بهبود بخشید. نتایج حاصل از فرضیه اصلی دوم حاکی از آن بود که بین اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. اخلاق مالیاتی نشان می‌دهد که آیا فرد در برابر تعهدش نسبت پرداخت مالیات وظیفه شناس می‌باشد یا خیر؟ مالیات یکی از راه‌های درآمد دولت برای اداره جامعه می‌باشد و بی شک اگر به مقع پرداخت نگردد دولت برای مدیریت جامعه با مشکلات فراوانی روبرو می‌گردد. اخلاق مالیاتی در واقع مجموعه رفتاری است که فرد در برابر مالیات از خود بروز می‌دهد. پذیرش میزان کل مالیات و عدم اعتراض نسبت به مبلغ آن یکی از این عوامل می‌باشد که اگر جامعه آن را نپذیرد درآمد دولت به شدت کاهش می‌یابد. یکی دیگر از اخلاق مالیاتی زمان پرداخت است. پرداخت به موقع مالیات از جمله عوامل مهم است چرا که اگر مالیات به موقع پرداخت نشود بودجه سالیانه دولت با مشکلات مواجه می‌گردد. اخلاق مالیاتی باعث می‌گردد که فرد مالیات را بپذیرد. بنابراین بین اخلاق مالیاتی و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج حاصل از فرضیه فرعی چهارم حاکی از آن بود که بین نگرش افراد نسبت به فرار مالیاتی و و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. نگرش و طرز تفکر افراد مهمترین عامل در رفتاری است که هر فرد در جامعه از خود بروز می‌دهد. اگر فرد دارای طرز تفکر مثبت نسبت به مالیات باشد به موقع آن را پرداخت می‌کند. این درحالی است بسیاری از مودیان در اصناف مختلف همواره به دنبال راهی برای فرار از مالیات هستند که گاهی نیز موفق می‌شوند. بنابراین نگرش نسبت به فرار مالیاتی با پذیرش مالیاتی رابطه معنی داری دارد. نتایج حاصل از فرضیه فرعی پنجم نشان داد که بین هنجارهای اجتماعی افراد و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. افرادی که هنجارهای اجتماعی را رعایت می‌کنند هنجارها و ناهنجاریها را به خوبی می‌شناسند و آنها را رعایت می‌کنند. این افراد مالیات را به عنوان یک هنجار می‌شناسند و به آن پذیرش می‌کنند. بنابراین بین هنجارهای اجتماعی و پذیرش مالیاتی رابطه معنی داری وجود دارد. و در نهایت نتایج فرضیه فرعی ششم حاکی از آن بود که بین اعتماد افراد نسبت به دولت و پذیرش مالیاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همه افرادی که نسبت به مالیات پذیرش دارند به خاطر پیشرفت و توسعه کشور و جامعه است. این درحالی است که مالیات‌های مردم در اختیار دولت قرار گرفته و سپس دولت آن را هزینه جامعه می‌کند. اگر افراد به دولت

اعتماد نداشته باشند در نهایت منجر به این می شود که افراد مالیات را پرداخت نمی کنند چون توجهی برای انجام این کار نمی بینند.

### پیشنهادات کاربردی

در راستای نتایج تحقیق و به منظور استفاده بهتر سازمانها و تعاونی ها از این نتایج پیشنهاد می شود که:

- ۱- فواید پرداخت مالیات به جامعه معرفی شود؛
- ۲- ابزارهای ارتباطی در تعاونی ها ارتقا داده شوند؛
- ۳- مشاغل را با دقت بیشتری طبقه بندی کرد تا مشاغل کم درآمد مالیات کمتری پرداخت کنند؛
- ۴- این نگرش به جامعه داده شود که مالیات می تواند در کاهش فقر به جامعه کمک کند؛
- ۵- مالیات را به یک فرهنگ در جامعه تبدیل کنند؛
- ۶- از به روز ترین سیستم های مالیاتی استفاده کرد که امکان فرار از مالیات وجود نداشته باشد؛
- ۷- دولت در هزینه کردن مالیات برای جامعه شفاف سازی کند.

## منابع و مراجع

- [۱] رزمی، س.، و کاوسی، ش. (۱۳۹۴). "رابطه سرمایه اجتماعی و پذیرش مالیاتی: نقش میانجیگر اخلاق مالیاتی". فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شال دهم، شماره ۲، ۸۲-۷۳.
- [۲] صامتی، م.، امیری، ه.، و حیدری، ز. (۱۳۹۴). "تاثیر اخلاق مالیاتی بر پذیرش مالیاتی، مطالعه موردی شهر اصفهان. فصلنامه پژوهش ها و سیاست هاس اقتصادی". سال بیست و سوم. شماره ۷۵. ۲۶۲-۲۳۱.
- [۳] مشبکی، ا.، و قلیچ لی، ب. (۱۳۸۵). "نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (مطالعه دو شرکت خودرو ساز ایرانی)". فصلنامه دانش مدیریت، سال ۱۹، شماره ۷۵، صفحه ۱۲۵ تا ۱۴۷.
- [۴] مجیبی، ت.، و نبوی، ف. (۱۳۹۳). "رابطه بین سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه)". فصلنامه مدیریت، سال ۱۱، شماره ۳۶، ۴۰-۳۱.
- [5] Cummings R, Martinez-Vazquez J, McKee M, Torgler B. (2009). Tax Morale Affects Tax Compliance: Evidence from Surveys and an Art Factual Field Experiment. *Journal of Economic Behavior & Organization*; 70 (3) : 447–457.
- [6] Frey, B. (1997), "Human Behaviour: Possibilities Explain Action", *Journal of Economic Psychology*, 7, pp. 137-160.
- [7] Gabriele Ruiui; Gaetano Lisi (2011), Tax Morale, Slippery-Slope Framework and Tax Compliance: A Cross-section Analysis, Working Paper (2011), pp. 1-33.
- [8] Halla M. (2012). Tax Moral and Compliance Behavior: First Evidence on Causal Link. *The B. E. Journals of Economic Analysis & Policy*; 5:20-42.
- [9] Kountourisa Y, Remoundou k. (2013). Is there a Cultural Component in Tax Morale? Evidence from immigrants in Europe. *Journal of Economic Behavior & Organization*; 96: 104– 119.
- [10] Nahapiet ,j & Ghoshal , s ( 1998 ) , " social capital ,intellectual capital & the organizational advantage " , *Academy of management Review* , Vol 23 , no 2 , pp 242 – 260 .
- [11] Samuel ,Fakile Adeniran, (2011), Analysis of Tax Morale and Tax Compliance in Nigeria, *The School of Postgraduate Studitted Tuditted Covenant University*, Vol 12 , no 4 , pp 101 – 134 .
- [12] Tekeli r. (2011). *The Determinants of Tax Morale: the Effects of Cultural Differences and Politics*. Tokyo: Research Department Policy Research Institute Working Paper.p . 3-18