J. Sociol. Lifestyle, 2025, 10(1): 93-119, Doi: ۱۰,۲۲۰۳۴/sls.2024.19368

Journal of Sociology of LifeStyle SLS

University of Tabriz

Original Article

OPEN ACCESS

Investigating the Factors Influencing the Economic Lifestyle of Guilds and Their Reluctance to Pay Municipal Fees: A Study from the Perspective of Employees and Guilds in District 8 of Tabriz Metropolis

Hassan Ahmadzadeh[1*], Hosein Maleki[2]

1. *Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.*
2. *Master's degree graduate in Social Communications, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.*

*** Corresponding Author**: Hassan Ahmadzadeh. E-mail: h_ahmadzadeh@iaut.ac.ir,
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5178-0164

Received: 2024/11/06 **Revised: 2025/02/02** **Accepted: 2025/03/15**

Abstract

Lifestyle highlights behavioral distinctions among individuals within groups or society. Conversely, municipal fee collection from citizens in exchange for services constitutes a stable income source for local governments. This study therefore examines reasons behind guilds' reluctance to pay municipal fees from employee and guild perspectives. The applied, cross-sectional research employed a field survey method. Data were collected using a researcher-designed questionnaire validated through specialists' face validity, with reliability verified by Cronbach's alpha. The statistical population comprised municipal experts (37 purposively sampled) and District 8 guild members (14,186). Cochran's formula determined an accessible sample of 374 guilds. Beta coefficients identified significant predictors of payment reluctance: media use (β = -0.277), fee bill issuance/distribution (β = -0.220), satisfaction (β = -0.172), deterrent enforcement (β = -0.150), effective media culture/advertising (β = -0.134), and legal adherence (β = -0.125). Institutional trust showed no significant impact. Pearson correlation revealed a significant negative relationship between payment reluctance and effective media culture/advertising ($p<0.05$), indicating reduced reluctance with improved media outreach.

Keywords: Lifestyle, Guilds, Payment of fees / Taxes, Organizational factors, Municipality, Tabriz Metropolis.

How to Cite: Ahmadzadeh, H; Maleki, H.(2025). Investigating the Factors Influencing the Economic Lifestyle of Guilds and Their Reluctance to Pay Municipal Fees: A Study from the Perspective of Employees and Guilds in District 8 of Tabriz Metropolis. *Sociology of lifestyle*. 10(1): 93-119. [In Persian].

Extended Abstract

Background and Purpose

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

Contemporary lived experience is shaped and reiterated within social structures (Boroni et al., 2024:137). Veblen contends that lifestyle expression signifies group belonging, accentuating intergroup distinctions (Gibbins & Reimer, 2002:24). Given municipal fees' critical revenue role, examining collection factors within legal frameworks is essential (Amanpour, 2018:23). Identifying payment barriers remains imperative (Baghabanian, 2023:3). Urban expansion necessitates enhanced municipal services requiring sustainable financing (Nikoomaram et al., 2023:203). This study investigates factors influencing guilds' fee payment reluctance from employee and guild perspectives in Tabriz's District 8 Municipality.

Materials and Methods

This applied, cross-sectional study utilized field surveys. A researcher-designed questionnaire demonstrated face validity (specialist-verified) and reliability (Cronbach's alpha). Participants included municipal experts (n=37, purposive sampling) and District 8 guild members (N=14,186). Cochran's formula determined a guild sample (n=374).

Findings

Increased service satisfaction, institutional trust, legal adherence, media usage, deterrent enforcement, timely bill distribution, and effective media culture/advertising reduced payment reluctance. Regression modeling confirmed significance for satisfaction, media use, legal adherence, bill distribution, deterrent enforcement, and media culture/advertising (all $p<0.05$). Institutional trust was non-significant. Unstandardized coefficients indicated: 1-unit satisfaction increase → -0.504 reduction in reluctance; 1-unit legal adherence increase → -0.153 reduction in reluctance.

Discussion

Lifestyle highlights behavioral distinctions among individuals within groups or society. Conversely, municipal fee collection from citizens in exchange for services constitutes a stable income source for local governments. This study therefore examines reasons behind guilds' reluctance to pay municipal fees from employee and guild perspectives.

Conclusion

Significant predictors of payment reluctance include: media use ($\beta = -0.277$), fee bill issuance/distribution ($\beta = -0.220$), satisfaction ($\beta = -0.172$), deterrent enforcement ($\beta = -0.150$), effective media culture/advertising ($\beta = -0.134$), and legal adherence ($\beta = -0.125$). Institutional trust was non-significant. Pearson correlation confirmed an inverse relationship between reluctance and media culture/advertising effectiveness ($p<0.05$), indicating reduced reluctance with improved media outreach.

Funding

This research received no financial support.

Authors' Contributions

All authors contributed equally to this research.

Conflicts of Interest

No conflicts of interest declared.

Acknowledgement

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

We thank all individuals, institutions, and organizations supporting this research.

References

- Boroni, A. Rahmati, M. Azizkhani, E.(2024). The Impact of Economic, Social, and Lifestyle Factors of Citizens on the Selection and Consumption of Iranian and Foreign Goods. Mieaoi; 13(47): 131-154. http://mieaoi.ir/article-1-1603-fa.html . [In Persian]
- Gibbins, John R. Reimer, Bo.(2002). The politics of postmodernity: an introduction to contemporary politics and culture. Pages: 296.
- Amanpour, S(2018). Factors influencing the increase in the willingness of citizens to pay tax(Case Study: City izeh). Urban Management Studies, 35(10). 23-32. https://sanad.iau.ir/journal/ums/Article/13931?jid=13931 [In Persian]
- Baghbaneian, Y.(2023). Investigating factors affecting the moral justification of avoiding paying municipal taxes with the role of religiosity moderator(a case study of Shiraz Municipality). Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting, 7(27), 1604-1618. Retrieved from https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/2614. [In Persian]
- Nikoumaram, S. Behzadfar, M. Safavi, B. Analysis of the effective factors of redefining sustainable income in the peri-urban spaces of Tehran metropolis. Peripheral Urban Spaces Development, 2023; 5(2): 203-220. https://doi.org/10.22034/jpusd.2023.368449.1241 [In Persian]

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی، ۱۴۰۴، دوره ۱۰، شماره ۱، ۹۵-۱۲۱.

Doi: 10.22034/sls.2024.19368

SLS فصلنامه جامعه شناسی سبک زندگی

OPEN ACCESS

نوع مقاله: پژوهشی

بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی اقتصادی اصناف و عدم تمایل به پرداخت عوارض: مطالعه‌ای از دیدگاه کارکنان و اصناف شهرداری منطقه ۸ کلان‌شهر تبریز

حسن احمدزاده[1*]، حسین ملکی[2]

۱. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

*ایمیل نویسنده مسئول حسن احمدزاده Hassan Ahmadzadeh. E-mail: h_ahmadzadeh@iaut.ac.ir,

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5178-0164

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۶ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۱۱/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵

چکیده

سبک زندگی به معنای برجسته کردن تمایزهای رفتاری افراد در گروه‌ها یا جامعه است. وصول عوارض از شهروندان در قبال خدمات، از منابع درآمدی پایدار شهرداری‌ها محسوب می‌شود. هدف پژوهش حاضر، مطالعهٔ دلایل عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری از دیدگاه کارکنان و اصناف است. تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ زمانی، مقطعی و از نظر گردآوری داده‌ها، یک بررسی پیمایشی میدانی است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامهٔ محقق ساخته است که اعتبار آن از طریق اعتبار صوری و توسط متخصصان امر و پایایی آن از آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید شد. جامعهٔ آماری، کارشناسان شهرداری (۳۷ نفر) با گزینش هدفمند و اصناف مراجعه‌کننده به شهرداری منطقهٔ ۸ (۱۴۱۸۶ نفر) است که با استفاده از فرمول کوکران، ۳۷۴ نفر از اصناف به صورت نمونهٔ آماری در دسترس، گزینش شدند. طبق ضریب بتای حاصل از نتایج تحقیق، متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌های جمعی (۰/۲۷۷)، صدور و توزیع فیش عوارض (۰/۲۲۰)، رضایتمندی (۰/۱۷۲)، قدرت بازدارندگی و ضمانت اجرایی(۰/۱۵۰-)، فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای (۰/۱۳۴) و قانون‌گرایی (۰/۱۲۵) بر عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض مؤثر است. اما تأثیر متغیر اعتماد نهادی بر متغیر وابسته معنی‌دار نشد. با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، می‌توان گفت بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای، رابطه معنادار و منفی وجود دارد. بدین معنی که با بالا رفتن فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض کمتر می شود.

کلیدواژه‌ها: سبک زندگی، اصناف، پرداخت عوارض، عوامل سازمانی، شهرداری، کلان‌شهر تبریز.

استناد به این مقاله:

احمدزاده، حسن و ملکی حسین.(۱۴۰۴). بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی اقتصادی اصناف و عدم تمایل به پرداخت عوارض: مطالعه‌ای از دیدگاه کارکنان و اصناف شهرداری منطقه ۸ کلان‌شهر تبریز. *جامعه‌شناسی و سبک زندگی*، ۱۰(۲۳): ۹۵-۱۲۱.

Copyright ©The authors Publisher: University of Tabriz, Tabriz, Iran

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

مقدمه

امروزه تجربهٔ زندگی، تجربهٔ امکانات و تجربهٔ چگونه زیستن، تجربه‌ای است که در درون ساختارها شکل گرفته و تکرار می‌شود (Boroni et al., 2024: 137). تعداد اشخاصی که فرصت‌های زندگی مشابهی دارند، و این فرصت‌های زندگی به نظر او عبارتند از امکانات اختصاصی که شخص از لحاظ برخورداری از ثروت، از وضعیت بیرونی زندگی و از تجربهٔ شغلی‌اش دارد (Benedict, 1953: 63-75). به نظر *وبلن* داشتن سبک زندگی خاص و خودنمایی برای نشان دادن تعلق به گروهی خاص در جامعه به برجسته کردن تمایزهای گروه‌های دیگر منجر شده است (Gibbins & Reimer, 2002: 24).

از طرف دیگر شهرها محل استقرار و زندگی بخش عمده‌ای از جمعیت جهان هستند. رشد دو برابری جمعیت جهان و سه‌ونیم برابری شهرنشینی، بر اساس آمارهای بانک جهانی، نشان از روند رو به رشد شهری شدن جوامع و شهرنشینی دارد و مشخصهٔ بارز عصر حاضر است (Ghanbari et al., 2024:196). طبق برآورد سازمان ملل متحد، بیش از ۵۰ درصد جمعیت جهان در شهرها و نواحی شهری زندگی می‌کنند (Oskouie Aras & Babaie Aghdam, 2023: 690). به گونه‌ای که ۶۰ درصد جمعیت جهان تا سال ۲۰۳۰ (Oskouie Aras & Azar, 2023: 68) و تا ۷۰ درصد تا سال ۲۰۵۰ در شهرها زندگی خواهند کرد (Pourahmad et al., 2021: 294). شهرها به ویژه کلان‌شهرها کانون‌های اصلی جمعیت، اشتغال، اقتصاد، تحولات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشورند. رشد و بالندگی همه‌جانبه و مطلوب شهرها و کلان‌شهرها در آینده، مشروط به برنامه‌ریزی، بودجه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت هدفمند امور آن‌هاست. از جمله موضوعات کلیدی و اثرگذار بر عملکرد شهرداری‌ها در دهه‌های گذشته، مسئله تأمین درآمدهای مناسب و پایدار آنها بوده است (Nasr Esfahani, 2016:68). در کشور ما نیز براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن، سال ۱۳۹۵ نزدیک به ۷۵ درصد جمعیت کشورمان (حدود ۶۰ میلیون) در شهرها زندگی می‌کنند و کلان شهرها به تنهایی حدود ۳۵ درصد جمعیت کشور را در خود جای داده‌اند (Fathi, 2020: 5).

در ایران، جمعیت شهرنشین سهم بالایی از جمعیت کشور را به خود اختصاص داده است. بنابراین توجه به جمعیت شهری و ویژگی‌های جمعیتی آنها در گذشته و آگاهی نسبت به آینده برای مدیریت و برنامه‌ریزی شهری از اهمیت به‌سزایی برخوردار است (Fathi, 2020: 3). در حالی سهم جمعیتی کلان‌شهر تبریزدر سال ۱۳۹۵ حدود ۲/۷ درصد بوده است(Fathi, 2020: 12) که براساس میانگین درآمد مناطق شهرداری در دورهٔ ۵ ساله ۱۴۰۰-۱۳۹۵ این کلانشهر به سه طبقه درآمدی کم، متوسط و زیاد تقسیم شده است که در این میان منطقهٔ دو شهرداری نماد درآمد بالا، منطقه هشت شهرداری نماد درآمد متوسط و منطقه ده شهرداری به عنوان نماد درآمدی کم محسوب می‌شود (Ghanbari et al., 2024:210).

با توجه به سهم حداکثری عوارض در تأمین درآمد شهرداری و مدیریت بهتر شهری، بررسی عوامل مؤثر در کسب عوارض در چارچوب قوانین شهرداری (Amanpour, 2018: *23*) و ضرورت شناسایی عوامل مؤثر در عدم پرداخت این درآمدها از سوی شهروندان به شدت احساس می‌شود (Baghabanian, 2023: 3). زیرا افزایش جمعیت شهرها و گسترش شهرها نیازمند خدمات‌رسانی مناسب شهرداری‌ها به ساکنین آن‌ها و بالطبع گسترش منابع مالی و درآمد پایدار است (Nikoumaram et al., 2023: 203).

مسلماً وجود چنین ساختار جمعیتی اهمیت شهرها را در اقتصاد ملی و جهانی به تصویر می‌کشد؛ به طوری که امروزه

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

الگوها و تحولات عمدهٔ اقتصادی ملی و جهانی از شهرها نشات می‌گیرد (Akbari Nasab & Fatahi, 2015: 3). از این رو شناخت چالش‌ها و فرصت‌های اقتصادی شهر و دستیابی به چشم‌اندازی روشن و مورد توافق دربارهٔ آیندهٔاقتصادی آن موضوع بسیار با اهمیتی است. در دهه‌های اخیر، مدیریت شهری در عمدهٔ کشورهای جهان به طور فزاینده‌ای با چالش‌های فراوانی روبرو بوده است که این امر ناشی از عوامل گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اجرایی، مالی و حقوقی متعددی است (Moaezzi Moghadam, 2002). با وجود اینکه شهرها فرصت‌ها و خدمات منحصر به فردی را برای شهروندان خود فراهم می‌آورند (Ghanbari et al., 2024:196)، در میان چالش‌ها و معضلات بخش‌های مختلف مدیریت شهری، تأمین منابع مالی و درآمدی شهرداری‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد (Razazian, 2008). زیرا از یک سو کسب درآمد شهرداری‌ها تأثیر عمده-ای در ارائهٔ خدمات به شهروندان دارد و از سوی دیگر، فقدان درآمد کافی نه تنها سبب عدم ایجاد خدمات ضروری در شهر می‌شود بلکه، اساساً اجرای تمامی طرح‌ها و برنامه‌های شهری را با مشکل مواجه خواهد ساخت (Bidram & Qurbani Kahriz Sangi, 2015: 3). در حالت کلی از دید اقتصاد شهری عواملی چون گسترش دامنهٔ فعالیت‌های شهرداری‌ها و بالا بردن سطح انتظارات مردم از آنها و مشکلات ناشی از افزایش جمعیت شهری، نیاز به گسترش منابع مالی و درآمدی شهرداری‌ها را بیشتر می‌کند (Qalahedar, 2012: 45) و انتظار می‌رود که شهرداری‌ها به طور مستمر برای شناسایی توانایی‌ها و ضعف‌ها، سرعت بخشیدن به اقدامات و بهبود کیفیت فرایندهای کسب درآمدهای پایدار اقدام کنند. در محیطی پویا همانند شهرداری، سازمان با یک سلسله مسائل ناخواسته و موقعیت‌های پیش‌بینی‌نشده‌ای روبه‌رو می‌شود که پایش آنها برای افراد دست‌اندرکار در شهرداری دشوار است (Khakpour et al., 2022: 503).

در سراسر جهان و به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته، شهرداری‌ها وظایف متنوع و متعددی دارند. شهرداری‌ها در ایران نیز عمدهٔ هزینه‌های ارائهٔ خدمات خود را از محل دریافت عوارض مختلف از شهروندان تأمین می‌نمایند.در این راستا شهرداری‌ها به دنبال ایجاد منابع درآمدی پایدار هستند. بنابراین در شرایط موجود درآمد شهرداری‌ها با نوسان‌های خاصی همراه است و بخش قابل‌ملاحظه‌ای از منبع درآمدی شهرداری‌های کشور برای تأمین هزینه‌های شهری متکی بر عوارض و تراکم‌های ساختمانی و اراضی است. اتکای بیش از حد بسیاری از شهرداری‌های کشور، به‌ویژه در شهرهای بزرگ، به عواید ناشی از بخش مسکن و همچنین وجود نرخ‌های نامتناسب تراکم و عوارض شهرداری در بخش‌های مختلف، باعث تشدید قیمت‌ها و تسری آن به قیمت سایر کالاها می‌شود (Akbari & Tavassoli 2017: 49). بر همین اساس است که *پیتر هال* و *فایفر*[1] گفته‌اند: شهرهایی که درآمد کافی نداشته باشند، به از دست‌دادن خودمختاری و وابستگی به بودجهٔ ملی‌گرایش پیدا می‌کنند. خودمختاری مالی مبنای دموکراسی قدرتمند و پایدار است (Hall & Pfeiffer, 2009: 414). به‌طورکلی ساختار مالی شهرداری‌ها از دو کفه تشکیل شده است که عبارت‌اند از: کفهٔ هزینه‌ها و کفهٔ درآمدها (Moqimi, 2007: 150) که در این پژوهش کفه دوم، یعنی درآمدها مورد بحث قرار می‌گیرد.

شهرداری، سازمانی است که ساکنان شهر با استفاده از حقوق طبیعی‌شان و اختیاری که قانون به آنها اعطا کرده است، به منظور ایجاد و اداره کردن تأسیسات عمومی، وضع و اجرای نظام‌ها شهری و تأمین نیازمندی‌های مشترک محلی به وجود می‌آورند (Nasr, 2006: 68). امروزه نقش و اهمیت خدمات شهرداری‌ها بر کسی پوشیده نیست. به‌طوری که بیشتر شهروندان در طول روز بارها به صورت مستقیم و غیرمستقیم با شهرداری‌ها در ارتباط هستند (Ebrahimi, 2009: 3).

۱. Peter Hall and Pfeiffer

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

یکی از این منابع درآمدی پایدار، وصول عوارض و بهرهٔ قانونی تعیین‌شده از شهروندان در قبال خدماتی است که از شهرداری دریافت می‌کنند. این‌گونه عوارض عبارت‌اند از: عوارض نوسازی، کسب و پیشه، عوارض سالیانهٔ خودرو و بهای خدمات ناشی از بهره‌برداری خدمات عمومی شهری (Khamar & Javadian, 2016: 22). اما در بسیاری از شهرهای کشور، نحوهٔ کسب درآمد توسط شهرداری‌ها به مسئله مهمی تبدیل شده است. دسترسی شهرداری‌ها به منابع درآمدی مطلوب و پایدار باعث می‌شود که شهرداری، نقش فعال‌تری در محیط شهری ایفا کرده و پاسخگویی مناسبی به نیازهای شهروندان داشته باشد (Hajilu et al., 2017: 21).

از سوی دیگر روابط عمومی یک کارکرد مدیریتی است که به طور سنتی کانون توجه آن بر الگوهای بلندمدت تعامل میان سازمان و کلیهٔ افکار عمومی احاطه‌کنندهٔ آن اعم از حامیان و غیرحامیان متمرکز بوده است. هدف روابط عمومی، بهبود این تعاملات و ارتباطات است. تا در پی آن، امکان شکل‌دهی تفاهم متقابل، حسن‌نیت و حمایت و پشتیبانی فراهم شود (Smith, 2011: 190). بی‌شک توجه به عملکرد روابط عمومی در بهبود روابط و تعاملات شهرداری و اصناف همچنین در فرایند پرداخت و دریافت عوارض ضرورت دارد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر مطالعهٔ دلایل عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری از دیدگاه کارکنان و اصناف با رویکرد به وظایف روابط عمومی است. برای تحقق هدف پژوهش پاسخ به این سؤال ضروری می‌نماید: دلایل عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری از دیدگاه کارکنان و اصناف کدام‌اند؟

با توجه به مطالب فوق، هدف پژوهش حاضر مطالعهٔ عوامل مرتبط با عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض از دیدگاه کارکنان و اصناف شهرداری منطقه ۸ تبریز است. پرداخت عوارض شهرداری در جهت تأمین منابع درآمدی و مالی برای تأمین اداره‌ی شهر به گونه‌ای با عوامل متعددی مرتبط است که پژوهش حاضر در مسیر شناسایی آن با روش کمّی و پیمایشی عمل کرده و در فرایند پژوهش به آزمون فرضیه‌ها پرداخته است.

ادبیات پژوهش

تعریف مفهومی عوارض: عوارض عبارت است از مبلغ یا مبالغی که مستند به قوانین جاری، نوع و میزان آن به تصویب مرجع قانونی رسیده و به صورت آگهی عمومی توسط شهرداری اعلام می‌گردد.

تعریف مفهومی رضایت‌مندی: رضایت‌مندی، احساس یا نگرش یک مشتری است نسبت به یک محصول یا خدمت پس از استفاده از آن. *اشنایدر* رضایت‌مندی را به عنوان نتیجهٔ فرآیندهای مقایسهٔ روندشناسانه بین واقعیت محصول یا خدمت یا انتظارات و هنجارهای اجتماعی در ارتباط با محصول بیان می‌کند (Asoudeh & Mahmoudi, 2014). رضایت‌مندی نتیجهٔ یک فرآیند پردازش اطلاعات پیچیده است که اساساً شامل یک مقایسهٔ واقعی یا مورد انتظار از ادراک مشتری از یک محصول یا خدمت یا میزان تناسب با مقصود مورد انتظار می شود (Heydari, 2009).

اعتماد نهادی: اعتماد نهادی، مبین اعتماد بین افراد و مقررات اجتماعی غیرشخصی است. اعتماد نهادی در تغییر جهت از کنترل سازمان از سطح فردی به سطح تصمیمات جمعی، ریشه دارد. این شکل از اعتماد در جایی نمایان می‌شود که یک عامل اجتماعی از طریق ترتیبات نهادی خاصی، یک تعهد مقدماتی در خصوص بنیان‌گذاری مجموعه‌ای از مبانی مشترک و مقررات هنجاری مربوط به رفتار درون سازمان‌ها، به عامل دیگر می‌دهد (Alvani & Hosseini, 2013: 105).

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

قانون‌گرایی: قانون‌گرایی به معنای ضابطه‌مند و قاعده‌مند بودن رفتارهای انسانی در قالب هنجارهای تدوین‌شده و مورد پذیرش اکثریت افراد جامعه که باعث تداوم و قوام جامعه است. قانون‌گرایی پیامدها، آثار و تبعات بسیار زیادی برای جامعه دارد و تحقق بسیاری از اهداف اجتماعی متضمن رعایت قوانین و مقررات است (Javadi Yeganeh et al., 2010: 11).

توزیع به موقع فیش عوارض: صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض به این مسئله اشاره دارد که شهرداری‌های محلی هر شهر در ارائه به‌موقع، دقیق و منظم فیش عوارض هر یک از اصناف به چه صورت عمل می‌کنند.

قدرت بازدارندگی: بازدارندگی یکی از موضوعات روابط بین‌الملل است که در هر دو حوزهٔ استراتژی و دیپلماسی کاربرد دارد. بازدارندگی عبارت است از اقدام یا مجموعه‌ای از اقدامات که برای پیشی‌جستن از اقدامات خصمانهٔ دشمن صورت می‌گیرد. تئوری بازدارندگی یعنی کوشش یکی برای اعمال نفوذ در دیگری تا او را از اقدام به عملی که متضمن خسارت یا هزینه‌ای برای اولی است بازدارد (Elliott & Reginald, 1994).

فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای (تبلیغات مناسب رسانه‌ای): تبلیغات از طریق رسانه‌های مختلف اعم از مطبوعات، رادیو، تلویزیون، تبلیغات محیطی و غیره در اشاعه و شتاب فرهنگ هر جامعه مؤثر بوده و برای تغییر فرهنگ جوامع، به یک برنامه‌ریزی دقیق و همه‌جانبه ضروری نیاز است. در واقع هر تبلیغ فرهنگی، علاوه بر اطلاع‌رسانی، پیام‌های آموزشی نیز به همراه دارد که ممکن است این پیام‌ها فقط تصویر و یا نماد باشند و الزامی نیست که حتما این آموزش‌ها به صورت شعار یا تیتر ارائه شود (Pirouzmand, 2004: 18). «تبلیغات فرهنگی» به نوعی از تبلیغ گفته می‌شود که برای القای موضوعات فرهنگی، تقویت ریشه‌ها، آموزش و در مجموع، تزریق نوعی ایدهٔ فرهنگی در اذهان عمومی از آن استفاده می‌شود و در آن می‌توان از تمام ابزارهای تبلیغ سود جست.

تعریف مفهومی مسئولیت‌پذیری: مسئولیت‌پذیری، عبارت است از الزام و تعهد درونی فرد برای انجام مطلوب همهٔ فعالیت‌هایی که بر عهدهٔ او گذاشته شده یا انتظاراتی که جامعه از او دارد. همچنین مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعهد تصمیم-گیران برای اقداماتی است که بطور کلی علاوه بر تأمین منافع خودشان، موجبات بهبود رفاه جامعه را نیز فراهم می‌آورد (Haghighatian et al., 2013: 73).

نظریه‌های اقناع: اگر به محیطی که در آن زندگی می‌کنیم، با دقت نظری بیافکنیم تلاش‌های اقناعی را به‌راحتی مشاهده می‌کنیم. در واقع اقناع به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی ما تبدیل شده است. آگهی‌دهنده‌ای که از ارتباطات جمعی برای فروش کالاهای خود استفاده می‌کند، دست به اقناع می‌زند. نامزد سیاسی که مبادرت به خرید آگهی‌های روزنامه می‌کند یا سازمان بهداری که از طریق رادیو افراد را به ترک سیگار تشویق می‌کند، در جهت اقناع عمل می‌کنند (Severin & Tankard, 2018).

تلقیح: یکی از نظریاتی که در زمینهٔ اقناع ارائه شده، نظریهٔ تلقیح است. بر اساس این نظریه که توسط *مک‌گوایر* و *پاپاجورجیس*[۱] ارائه شده است، بیشتر افراد باورهایی دارند که در معرض چالش قرار نگرفته است. هنگامی که به این باورها حمله شود، ممکن است به‌آسانی تغییر کنند. زیرا فرد عادت ندارد تا به دفاع از آنها بپردازد.

۱ McGuire and Papageorgis

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

درگیری پایین: نظر متعارف دربارهٔ تقدم نگرش بر رفتار در نظریه‌ای که به‌ویژه به اثرهای تبلیغات می‌پردازد، معکوس شده است. بر اساس این نظریه که توسط *کروگمان*[۱] مطرح شده است، افراد پیام‌های تلویزیونی را به‌گونه‌ای متفاوت با پیام‌های رسانه‌ای نوشتاری پردازش می‌کنند. این نظریه تصدیق می‌کند که تکرار مواجهه با تبلیغ، اثری دارد که به شکل آنی مشهود نیست تا اینکه نوعی جرقه رفتاری پیدا شود.

شرطی‌شدن کلاسیک نگرش‌ها: نظریهٔ دیگر در زمینهٔ اقناع، نظریهٔ شرطی‌شدن کلاسیک نگرش‌هاست. *استاتس*[۲] نظریهٔ شرطی‌شدن کلاسیک را در یادگیری نگرش‌ها استفاده کرد. بر اساس اصطلاحات شرطی‌شدن کلاسیک، محرک‌های احساسی را می‌توان محرک‌های شرطی‌نشده در نظر گرفت و واکنش‌های احساسی را استخراج کرد.

یکپارچگی اطلاعات: یکی از رویکردهای جدید به نظریهٔ اقناع، نظریهٔ یکپارچگی اطلاعات است. *نورمن اندرسون*[۳] از جمله کسانی است که این نظریه را پرورانده است. در این رویکرد، فرض بر این است که تغییر نگرش، نتیجهٔ شیوه‌ای است که افراد تمام اطلاعات در دسترس و مرتبط با موضوع نگرش را یکپارچه یا ترکیب می‌کنند. هنگامی که شخصی اطلاعات جدیدی دریافت می‌کند که مرتبط با تغییر نگرش اوست، وزن و ارزش آن تغییر می‌کند. این وزن عقیدهٔ شخصی به‌درستی آن اطلاعات است. واضح است که نظریهٔ یکپارچگی اطلاعات در مقایسه با بسیاری از مدل‌های قدیمی‌تر اقناع، نقش خیلی فعال‌تری به دریافت‌کننده می‌دهد.

سبک زندگی: سازمان بهداشت جهانی، سبک زندگی را این گونه تعریف می‌کند: «اصطلاح سبک زندگی به روش زندگی مردم و بازتابی کامل از ارزش‌های اجتماعی، طرز برخورد و فعالیت‌ها اشاره دارد. همچنین ترکیبی از الگوهای رفتاری و عادات فردی در سراسر زندگی است که در پی فرایند جامعه‌پذیری به وجود آمده است». سبک زندگی، مجموعه‌ای هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است (Giddens, 2009: 121).

پیشینه تحقیق

باغبانیان (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر توجیه اخلاقی اجتناب از پرداخت عوارض شهرداری با نقش تعدیلگر دینداری در شهرداری شیراز پرداخته است. جامعهٔ آماری این تحقیق، مدیران و کارشناسان درآمد و مالی شهرداری شیراز در سال ۱۴۰۲ است که شامل ۱۷۰ نفر می‌شوند. نتایج این تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان داد که در واقع رابطهٔ بین عدالت، سیستم وصول عوارض، پول‌دوستی بر توجیه اخلاقی اجتناب از پرداخت عوارض شهرداری،یک رابطهٔ معنادار است. همچنین نقش تعدیلگر دینداری بر این سه رابطه نیز معنادار است.

ذوالفقاری (۱۴۰۲) به بررسی عوامل مؤثر در ماهیت عوارض نوسازی و وصول آن در نظام شهرداری‌ها پرداخته است. جامعهٔ هدف تحقیق او، کلیهٔ کارکنان شهرداری اسفراین، و تیم تصمیم آن تعداد ۳۰ نفر از کارکنان بودند که پرسش‌نامهٔ عملکرد برون‌سپاری وصول عوارض نوسازی با فرایند سلسله‌مراتب تحلیلی فازی (FAHP) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج به‌دست آمده در نوبت اول نشان داد که عامل مشتری با وزن نسبی ۰/۵۰۵ در رتبه اول، و پس از آن مالی با وزن نسبی

---

۱. Krugman

۲. Stats

۳. Norman Anderson

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

۰/۲۹۴ در رتبهٔ دوم، و فرآیندهای داخلی با وزن نسبی ۰/۱۱ در رتبهٔ سوم، و رشد و یادگیری با وزن نسبی ۰/۰۹۱ در رتبهٔ چهارم اهمیت قرار گرفت. در نوبت دوم زیر معیارها با استفاده از پرسش‌نامهٔ استاندارد مقایسات زوجی و نرم‌افزار انتخاب خبره، رتبه‌بندی شد. در معیارهای اصلی برای عامل مال، بازگشت سرمایه و ارزش خالص فعلی، عامل مشتری، میزان رضایت کاربران سایر واحدهای سازمان، عامل فرآیندهای داخلی، به‌هنگام بودن مسائل حل‌شده، عامل رشد و یادگیری، عامل توسعه سیستم‌های جدید در مرتبهٔ اول قرار گرفتند.

خاکپور و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی به تبیین عوامل مؤثر بر پرداخت و یا عدم پرداخت عوارض بر عملکرد شهرداری نیریز می‌پردازند. شاخص‌های مربوط به پرداخت و یا عدم پرداخت عوارض شامل ۵ دسته عوامل سازمانی و اجرایی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل قانونی و عوامل اطلاعاتی می‌شود. همچنین ۱۷ عامل مهم در پرداخت و یا عدم پرداخت عوارض شناسایی شد که مهم‌ترین آن‌ها جایزه و امکان پرداخت قسطی، فقدان فرهنگ مالیات‌دهی و عوارض‌دهی، به‌روز نبودن قانون عوارض، کمبود آگاهی نسبت به جریمه و به‌روز نبودن بانک اطلاعات است.

امانپور (۱۳۹۷) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر افزایش تمایل شهروندان به پرداخت عوارض شهرداری در شهر ایذه پرداخته است. به همین منظور، شاخص‌ها در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و قانونی در قالب ۱۵ متغیر دسته‌بندی شده و از دیدگاه شهروندان ایذه‌ای مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که شاخص اقتصادی با میانگین (۹۰/۵) و شاخص اجتماعی با میانگین (۸۵) و شاخص قانونی با میانگین (۵۲/۵) درصد، به ترتیب بیشترین تأثیر را بر روی تمایل شهروندان برای پرداخت عوارض دارند. نتایج این پژوهش گویای آن است که عوارض دریافتی شهرداری با شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و قانونی مطابقت ندارد.

صیادی و همکاران (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان «علل پدیدهٔ فرار مالیاتی در ایران با تأکید بر شکاف بین دیدگاه مؤدیان و کادر مالیاتی» انجام داده‌اند. این مطالعه با گردآوری اطلاعات لازم از طریق روش کتابخانه‌ای و سپس توزیع پرسش‌نامه در دو مرحله، اطلاعات جمع‌آوری شده را با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی در دو گروه مؤدیان و کادر مالیاتی رتبه‌بندی و مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که از دیدگاه مؤدیان عواملی نظیر عدالت، شرایط سیاسی کشور و استفاده از روش‌ها و تکنولوژی‌های نوین جهت اطلاع مؤدیان و کادر مالیاتی مهم‌ترین عوامل فرار مالیاتی هستند. در حالی که از دیدگاه کادر مالیاتی تأثیر وضعیت اقتصادی و شرایط سیاسی کشور در این امر از بقیهٔ عوامل تأثیرگذارتر هستند.

امیری (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان «اقتصاد رفتاری و فرار مالیاتی» پیرامون مسألهٔ فرار مالیاتی انجام داده است. بررسی‌های صورت‌گرفته نشان می‌دهد که میزان فرار مالیاتی در کشور ما با وجود اقدامات صورت‌پذیرفته، روند رو به رشدی داشته و میزان قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهد. بنابراین به نظر می‌رسد، بررسی مؤلفه‌های مطرح شده در اقتصاد رفتاری در خصوص عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی و همچنین بهره‌گیری از ظرفیت‌های سیاست‌گذاری مطرح شده در این رویکرد می‌تواند در کاهش فرار مالیاتی در کشور و همچنین افزایش کارایی نظام مالیاتی مؤثر باشد.

حاجی‌لو و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری‌ها(موردمطالعه: شهر شبستر استان آذربایجان شرقی) بیان می کنند که امروزه در بسیاری از شهرهای کشور، نحو] کسب درآمد توسط شهرداری‌ها به مسئل] مهمی تبدیل‌شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که طی سال‌های ۱۳۹۳-۱۳۸۳، حدود ۲۵/۳۹ درصد از درآمدهای

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

شهرداری، از عوارض عمومی (۳۰ درصد سهم عوارض بر ساختمان‌ها و اراضی) و ۳۶/۲۵ درصد از سایر منابع تأمین اعتبار، یعنی فروش اموال شهرداری تأمین شده است. در واقع، حدود ۴۳ درصد از درآمدهای شهرداری را درآمدهای با مطلوبیت پایین، ۸۵/۱۰ درصد را درآمدهای با مطلوبیت متوسط و ۱۵/۴۶ درصد را درآمدهای با مطلوبیت بالا تشکیل می‌دهند.

لاری دشت بیاض و همکاران (۱۳۹۵) تحقیقی را با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در استان خراسان جنوبی با تأکید بر مولفه‌های فرهنگی» بر روی نمونه‌ای با حجم ۱۱۷ نفر از کارشناسان امور مالیاتی استان خراسان جنوبی انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی در ایجاد باور و اطلاعات از قوانین و مقررات مالیاتی مؤثر است. همچنین بین عوامل اقتصادی و فرار مالیاتی رابط] مثبت و معناداری وجود دارد و شاید بتوان گفتکه عوامل اقتصادی یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در پرداخت مالیات مؤدیان است. عدالت و کارکرد مؤثر سازمان مالیاتی، ساده‌سازی متون قوانین مالیاتی، منطقی کردن مراحل أخذ مالیات، آموزش قوانین و مقررات مالیاتی به مردم می‌تواند از مؤلفه‌های تأثیرگذار در تمکین مالیاتی محسوب شود.

هادیان و تحویلی (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در اقتصاد ایران» به بررسی فرار مالیاتی در ایران و عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند. پژوهش‌های انجام شده در خصوص شناسایی عوامل مؤثر بر پدیده فرار مالیاتی در کشورهای در حال توسعه، حاکی از آن است که چهار متغیر نرخ مالیات، پیچیدگی قوانین و مقررات، نبود سرمایهٔ اجتماعی و تورم، علاوه بر اینکه به طور تقریبی میان این کشورها به عنوان عامل مشترک به شمار می‌آیند، در این حوزه بیشترین تأثیر را نیز دارند. نتایج حاصل از تخمین الگو حاکی از آن است که در بلندمدت، هر چهار متغیر مورد نظر با فرار مالیاتی رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار داشته‌اند. در خصوص دورهٔ کوتاه‌مدت نیز تمامی نتایج به طور تقریبی شبیه به نتایج بلندمدت است؛ البته با این تفاوت که تورم نقش تعیین‌کننده‌ای بر فرار مالیاتی نداشته است.

اکبری و توسلی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «تحلیل تأثیر عوارض شهرداری‌ها بر قیمت مسکن: مطالعهٔ موردی شهر اصفهان(یک رهیافت اقتصادسنجی فضایی)» می‌نویسند که که تأثیر عوامل مختلف تأثیرگذار بر اقتصاد شهر، در قیمت زمین و مسکن جلوه‌گر می‌شود. تغییر و تحولات جمعیتی، سیاست‌گذاری‌های کلان و منطقه‌ای و تحولات بازار کار از مهم‌ترین مسائل تأثیرگذار بر اقتصاد زمین و مسکن شهری است. در مقابل، تغییر در قیمت‌های زمین و مسکن، منجر به تغییر در میزان عرضهٔ مسکن یا ساخت‌وساز در کل بازار زمین و مسکن می‌شود. این پژوهش، ضمن بررسی ساختارهای تأمین مالی، به بررسی اثرات وضع عوارض بر بخش مسکن در شهر اصفهان پرداخته است. در این تحقیق با استفاده از تکنیک اقتصادسنجی فضایی به‌منظور نشان‌دادن تأثیرات قیمت زمین‌های مسکونی یک منطقه بر قیمت زمین‌های مسکونی مناطق دیگر، از متغیری تحت عنوان *متغیر فضایی* استفاده شده است. برای تخمین مدل از ترکیب داده‌های سری زمانی و مقطعی اطلاعات آماری دوره ۸۵-۱۳۷۷ برای ۱۰ منطقهٔ شهر اصفهان استفاده شده است. بر اساس نتایج تحقیق، قیمت زمین‌های تجاری و عوارض بر پروانه‌های ساختمانی و عوارض بر مازاد تراکم از نظر آماری تأثیر معنی‌داری بر قیمت زمین‌های مسکونی داشته است. همچنین، قیمت زمین‌های تجاری بیشترین تأثیرات را بر قیمت زمین‌های مسکونی داشته است.

هاشمی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «پروژهٔ پرداخت الکترونیکی عوارض شهرداری تهران» سؤال می‌کنند که آیا تا قبل از سال ۱۳۸۳ اقدام به پرداخت قبض عوارض نوسازی یا قبوض دیگر عوارضی شهرداری تهران که به‌صورت سالانه یا مراجعه به شهرداری‌ها ملزوم به پرداخت آن هستید، نموده‌اید؟ آن دسته از صاحبان املاک و منازل و یا کسبهٔ شهر تهران که برای به‌موقع پرداخت نمودن عوارض به بانک‌ها مراجعه می‌نمودند می‌دانند که پس از تحویل قبض به

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

صندوق‌دار بانک و پرداخت وجه، بخشی از قبوض که متعلق به مشتری است، به همراه پرفراژ مخصوص بانک تحویل ایشان گردیده و بخش دیگر قبض نزد بانک باقی می‌ماند. این نوع نحوهٔ پرداخت، سال‌ها در شهرداری تهران و نیز دیگر شهرداری‌ها تداوم داشت و در صورتی‌که مؤدی(شهروند) به دلیل خاصی بلافاصله پس از پرداخت عوارض ملزم به مراجعه به شهرداری باشد، بدیهی است که علی‌رغم در دست داشتن فیش پرداختی به دلیل تجارب نامطلوب از تقلب‌های صورت‌گرفته به‌احتمال بسیار زیاد از مسئول مربوطه در شهرداری پاسخ مناسب نگرفته و با یک تأخیر یک‌ماهه یا بیشتر مواجه می‌شد. این تأخیر زمانی علاوه بر اعتراض مراجعین، مسئولین شهرداری را نیز همواره با مشکلات عدیده مواجه می‌ساخت و هر چند تلاش می‌شد که ارتباط بین بانک و شهرداری از نظر زمانی کوتاه‌تر شود با توجه به امکانات موجود، این امر میسر نمی‌گردید.

جیاسچینو و فیچرا (۲۰۲۰)، در مطالعه‌ای به بررسی رابطه بین اخلاق مالیاتی و ارزش‌های اجتماعی رسیدند و دریافتند که افراد در پرداخت مالیاتی به شدت تحت تأثیر اطرافیان(همتایان) خود قرار دارند و با مشاهدهٔ رفتار آنها، تغییراتی در سطح اخلاق مالیاتی خود ایجاد می‌کنند (Gioacchino and Fichera, 2020).

آرجا و همکاران (۲۰۱۹)، در مطالعه‌ای با استفاده از پرسش‌نامه و با رویکرد معادلات ساختاری، به بررسی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در کشور اندونزی پرداختند. آنها عوامل مؤثربر این امر را در چهار گروه عوامل سنتی، فرهنگ و شخصیتی، عوامل سازمانی و عوامل مربوط به اخلاق مالیاتی تقسیم‌بندی نموده و دانش مالیاتی را نیز به عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده بر روابط این چهار عامل با فرار مالیاتی بررسی نمودند. نتایج مطالعهٔ آنها نشان داد که هر چهار عامل بر فرار مالیاتی تأثیرگذار بوده ولی دانش مالیاتی، نقش تعدیل‌کنندگی در روابط بین آنها نداشته است (Arja et al, 2019).

دولاریف و همکاران[۱](۲۰۱۹)، رابطهٔ بین عوامل تعیین‌کننده بر فرار مالیاتی را بر اساس فراتحلیل ۴۷۸ مقاله منتشر شده بین سال‌های ۱۹۷۸ تا ۲۰۱۸، بررسی نمودند. آنها به این نتیجه رسیدند که تنها نرخ مالیات، تأثیر قابل توجهی بر فرار مالیاتی دارد و تأثیرگذاری حساب‌رسی و حق بیمه بر فرار مالیاتی قابل توجه نیست (Dularif et al, 2019).

مک گی[۲]*و همکاران* (۲۰۱۱) تحقیقی با عنوان «اخلاق و فرار مالیاتی» در کشور ترکیه انجام داده‌اند. در این تحقیق بیان می‌شود که درک اخلاقی فرار از پرداخت مالیات به صورت پراکنده در دین و مذهب مورد بحث قرار گرفته است. اگرچه ادبیات اخلاق کسب و کار، توجه کمتری به این مسئله داشته است. و شاید دلیل آن اعتقاد به این امر باشد که فرار از پرداخت مالیات همیشه غیراخلاقی است. این مقاله نتایج یک مطالعهٔ تجربی از ترکیه را گزارش می‌دهد که به بررسی نظرات ۱۱۶ متخصص حسابداری ترکیه برای تعیین میزان توافق یا عدم موافقت آنها با ۱۵ موضوع اصلی که کراو (۱۹۴۴) به آن اشاره کرد، می‌پردازد

سبولا و فیگ[۳](۲۰۱۰) تحقیقی با عنوان «اقتصاد زیرزمینی آمریکا: اندازه، رشد و تعیین فرار مالیاتی» در کشور آمریکا به انجام رسانیده‌اند. آنها در این پژوهش با در نظر گرفتن درآمد مشمول مالیات افراد ساکن آمریکا به بررسی وضعیت فرار مالیاتی در این کشور طی دوره پرداخته‌اند. یافته‌های این دو محقق نشان‌دهندهٔ آن است که فرار مالیاتی، تابعی صعودی از نرخ مالیات، نرخ بیکاری، نارضایتی عمومی از دولت و درآمد سرانهٔ افراد است. همچنین فرار مالیاتی، تابعی نزولی از اصلاح

۱ Dularif et al

۲ McGee

۳ Cebula, R., & Feige, E.(2010).

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

قانون مالیاتی در سال بوده است.

وینر[1](۲۰۱۸) جایی که مالیات بر املاک و مستغلات بین استفاده از زمین، اندازهٔ ساختارهای ساختمانی، زمین‌های توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته، بر تصمیم زمین‌داران تأثیر می‌گذارد و چطور و چگونه باید ساخت. با این حال، مالیات بر املاک و مستغلات با وجود رابطهٔ آن با توسعهٔ شهری، اغلب تنها برای ایجاد منبع پایدار درآمد برای مدیریت عمومی استفاده می‌شود، نه به‌عنوان یک مکانیزم کنترل فعال در سیاست و برنامه‌ریزی زمین. به عنوان یک شکل از مالیات بر املاک و مستغلات، مالیات فقط در ارزش‌های زمین در ادبیات مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد تا اثرات مفیدی برای توسعهٔ شهری داشته باشد. برنامه‌ریزانی که پیشنهاد مالیات بر ارزش زمین (LVT) را می‌دهند، اغلب استدلال می‌کنند که این امر منجر به تراکم ساختمان بیشتر و استفادهٔ مجدد از مناطق کوهستانی بیشتر می‌شود. LVT می‌تواند «ناخودآگاه شهری» را کاهش دهد و منجر به استفادهٔ بهتر از زمین، مطابق با منطقه‌بندی و تعیین برنامه‌ریزی شهری شود. با این حال، در اغلب کشورها، مالیات بر املاک و مستغلات، متناسب با ارزش یا اندازهٔ ساختمان‌ها، و نه ارزش زمین تعیین می‌شود. فقط تعداد کمی از کشورها یک سیستم مالیاتی واقعی املاک و مستغلات را معرفی کرده‌اند. استونی، تنها کشور در اتحادیهٔ اروپا است که در سال ۱۹۹۳ این کار را انجام داده است. اما تاکنون مطالعات موردی دربارهٔ اثرات آن بر ساختار شهری صورت نگرفته است که این امر با توجه به پیاده‌سازی نسبتاً دقیق آن، شگفت‌آور است.

در این مقاله، من به‌طورکلی بحثی در مورد مالیات بر ارزش زمین و برنامه‌ریزی شهری ارائه خواهم داد، قبل از اینکه به طور مختصر تجزیه و تحلیل پویایی سیاست‌های زمین که از معرفی مالیات بر ارزش زمین برای توسعهٔ شهری در تالین استونی استون از زمان معرفی آن در سال ۱۹۹۳. من یافته‌های خود را با همسایهٔ ریگا در لتونی که سیستم مالیاتی مبتنی بر ساختمان را حفظ کرده است، مقایسه می‌کنم. من نتیجه می‌گیرم که در حالی که نتایج آماری به نظر می‌رسد که افزایش نسبت سرمایه زمین و افزایش تراکم جمعیت در تالین را نسبت به ریگ نشان می‌دهد، هر دو مناطق حومه شهر و حوزه‌های قابل‌توجهی را به چالش می‌کشد و اثربخشی اجرای LVT در تالین را به چالش می‌کشد. نتیجه نیز به اهمیت تأثیرات دیگر بر توسعه شهری اشاره می‌کند و همچنین مشکلات در جداسازی اثرات LVT از آنها.

هاتوری[2](۲۰۱۸) در مقالهٔ «گسترش توزیع اوراق قرضه شهرداری ژاپن: حق بیمه پیش‌فرض و نقدینگی در زمان بحران»، بازار بورس اوراق بهادار ژاپن را بررسی می‌کند تا گسترش را به اجزای ریسک پیش‌بینی شده و نقدینگی تقسیم کند. تمایز بین این دو جزء ریسک بیشتر در زمینهٔ ژاپن به‌آسانی قابل‌شناسایی است. زیرا در ایالات متحده به‌خوبی مطالعه شده است. زیرا اوراق قرضهٔ شهری در ژاپن تحت درمان ترجیحی مالیات قرار نگرفته است، همان‌طور که در ایالات متحده است. داده‌های روزانه برای تجزیه و تحلیل اسپرد برای اوراق قرضه سه منطقه (توکیو، آیگی و اوزاکا) در طول دوره‌هایی که با بحران یوباری ۲۰۰۶ و بحران مالی جهانی ۲۰۰۸ (دوره‌های نمونه از سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴) مواجه می شوند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. روش‌های تخمینی فیلتر کالمن نیز استفاده می‌شود. ما بر این باوریم که بر خلاف افکار عمومی، افزایش گسترش در طول بحران یوباری به دلیل افزایش حق بیمه پیش‌فرض نبود، بلکه به دلیل عدم وجود نقدینگی بازار بوده است. در مقابل، افزایش گستردهٔ گسترش در طول بحران مالی جهانی می‌تواند به افزایش شدید در حق بیمه پیش‌فرض منجر شود.

---

۱. Wiener

۲. Hattori

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ زمانی، مقطعی است. از نظر گردآوری داده‌ها یک بررسی پیمایشی - میدانی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخته است که اعتبار آن از طریق اعتبار صوری و توسط متخصصان امر، و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید شد. جامعهٔ آماری در مرحلهٔ اول، شامل کارکنان و کارشناسان شهرداری (۳۷ نفر) بود که به‌صورت هدفمند گزینش شد. سپس مصاحبه برای شناسایی عوامل درون و برون‌سازمانی انجام گرفت. در مرحلهٔ دوم، ۳۷۴ نفر از اصناف شهرداری منطقهٔ ۸ که به شهرداری مراجعه کرده‌اند و شامل (۱۴۱۸۶ واحد) بودند با استفاده از فرمول احتساب نمونه کوکران، به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی گزینش شدند. در تحقیق حاضر ابتدا مصاحبه با کارکنان و کارشناسان و متخصصین شهرداری صورت گرفت و بر اساس تحلیل متن مصاحبه‌ها مقوله‌های محوری در زمینهٔ عوامل أثرگذار بر عدم پرداخت عوارض استخراج و پرسش‌نامه بر اساس آن تنظیم گردید. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامهٔ محقق ساخته است که در سطوح مختلف سنجش طراحی شده است. برخی سؤالات مطرح‌شده در پرسش‌نامه به‌صورت مقیاس‌های چندگویه‌ای مطرح شده است که علاوه بر بالا بردن میزان پاسخگویی، هم امکان شناخت مقاصد ذهنی را فراهم می‌کند و هم امکان سنجش متغیرها در سطح فاصله‌ای و در نتیجه امکان به‌کارگیری آزمون‌های پیشرفتهٔ آماری را فراهم می‌سازد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، با توجه به مقیاس اندازه‌گیری داده‌ها، از روش‌های مناسب آماری استفاده گردید. برای آزمون یک‌به‌یک و غیرهم‌زمان رابطهٔ مستقیم متغیرهای پنهان و آشکار، از همبستگی پیرسون و برای آزمون هم‌زمان تأثیرات مستقیم متغیرهای پنهان و آشکار از آزمون رگرسیون استفاده شد. همچنین مدل مفهومی پژوهش در شکل(۱) مشخص شده است.

جدول شماره ۱. شناسایی متغیرها، نوع آزمون مورد استفاده و نظریهٔ پایه

متغیر مستقل	متغیر وابسته	سطح سنجش	نوع آزمون	نظریه
درون‌سازمانی و برون‌سازمانی	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	رگرسیون	-
رضایت‌مندی	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	همبستگی پیرسون	نظریهٔ استفاده و رضایت‌مندی الی هوکاتز
اعتماد نهادی	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	همبستگی پیرسون	نظریهٔ اعتماد اجتماعی گیدنز و نظریه اعتماد نهادی مارتینز
میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	همبستگی پیرسون	رسانه‌ها، شکل‌گیری و دگرگونی افکار عمومی فردیناند تونیس
قانون‌گرایی	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	همبستگی پیرسون	نظریات فردگرا و جامعه‌گرا و تلفیقی در مبانی قانون‌گرایی
صدور و توزیع فیش عوارض	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	همبستگی پیرسون	-
قدرت بازدارندگی	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	همبستگی پیرسون	دیدگاه‌های بازدارندگی برنارد برودی
فرهنگ سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	فاصله‌ای	همبستگی پیرسون	مراحل تحول اجتماعی به اعتقاد مک لوهان

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

منبع: نگارندگان

در تحقیق حاضر برای آزمون پایایی پرسش‌نامه، با استفاده ازداده‌های آزمون مقدماتی(پیش‌آزمون) به کمک نرم‌افزار SPSS، و میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که به صورت سازه تهیه شده بودند، محاسبه گردید که نتیجهٔ همهٔ متغیرهای آلفای کرونباخ، بالای ۷٪ محاسبه شده و پایایی آن تأیید گردید که از میزان قابل قبولی برخوردار است.

جدول شماره ۲. مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

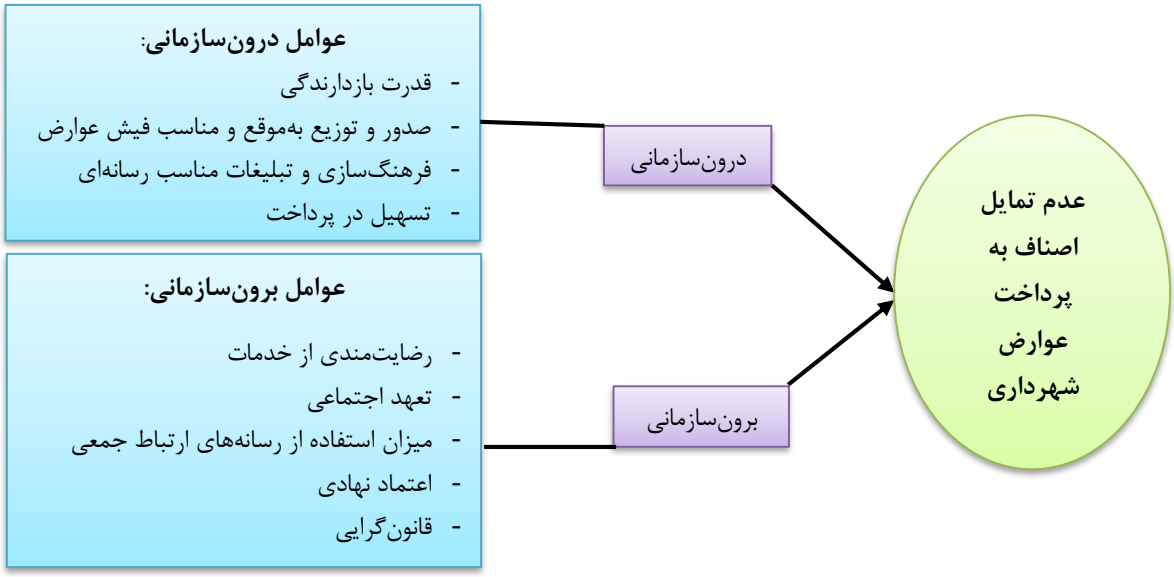
نام متغیرها	مقدار آلفای کرونباخ
عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	۰/۵۶۸۰
رضایت‌مندی	۰/۶۴۷
اعتماد نهادی	۰/۶۷۳
میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۶۵۶
قانون‌گرایی	۰/۷۰۷
صدور و توزیع فیش عوارض	۰/۶۴۰
قدرت بازدارندگی	۰/۶۳۶
فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای	۰/۶۴۳

منبع: یافته‌های پژوهش

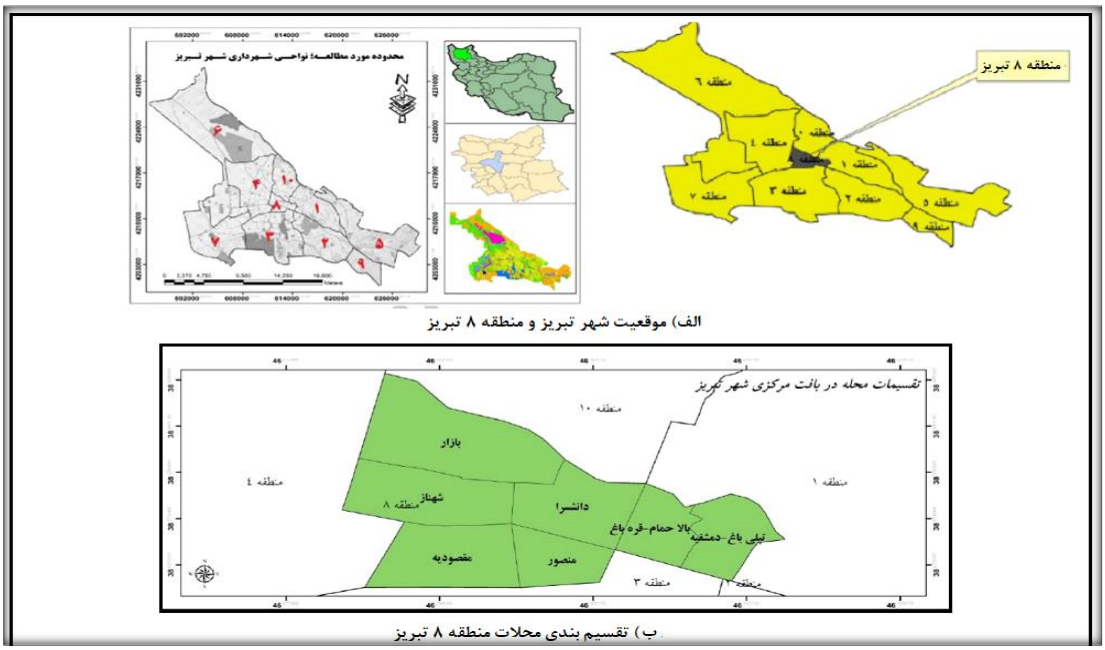
قلمرو جغرافیایی پژوهش

کلان‌شهر تبریز به عنوان ششمین کلان‌شهر ایران، با جمعیت ۱۵۵۸۶۹۳ نفری در سال ۱۳۹۵ (Hosseinzadeh Dalir, & Pishnamaz Ahari, 2023: 41)، از شمال به کوه‌های عون‌بن‌علی (عینالی)، از غرب به جلگهٔ تبریز، و از جنوب به دامنه‌های کوهستان سهند محدود شده است و حدود ۶۰۰ هزار نفر از جمعیت آن در سکونتگاه‌های غیررسمی و حاشیه‌نشین زندگی می‌کنند (Ghorbani et al., 2022: 824). بافت مرکزی و تاریخی- فرهنگی کلان‌شهر تبریز که جزء منطقهٔ ۸ است، در برگیرندهٔ هستهٔ میانی شهر نیز هست و به عنوان مرکزی‌ترین و مهم‌ترین منطقهٔ کلان‌شهر تبریز به شمار می‌رود و با وسعتی معادل ۲۶۰ هکتار ۲ درصد از مساحت کل شهر تبریز را تشکیل می‌دهد و کوچکترین منطقه بین مناطق دهگانهٔ شهر تبریز است (احمدزاده و همکاران ۱۴۰۳: ۶۶). موقعیت و تقسیم‌بندی محلات و تصاویر محلات منطقهٔ ۸ تبریز که بافت تاریخی- فرهنگی شهر تبریز می‌باشد در شکل (۲) آورده شده است.

Copyright ©The authors Publisher: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)



شکل شماره ۱. مدل مفهومی پژوهش



شکل شماره ۲. موقعیت و تقسیم‌بندی محلات منطقهٔ هشت تبریز

فرضیه‌های تحقیق

فرضیهٔ اصلی تحقیق: عوامل درون و برون‌سازمانی بر عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری مؤثر است.

فرضیه‌های فرعی تحقیق:

۱) بین رضایت‌مندی از خدمات و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

۲) بین اعتماد نهادی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

۳) بین قانون‌گرایی و عملکرد شهرداری و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

۴) بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط‌جمعی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

۵) بین قدرت بازدارندگی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

۶) بین صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

۷) بین فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

یافته‌های پژوهش

پس از گردآوری داده‌های تحقیق، محقق با استفاده از روش‌های مختلف آماری سعی دارد داده‌ها را در جهت اهداف پژوهش مورد بررسی و آنالیز آماری قرار دهد. در اینجا ابتدا با استفاده از آمار توصیفی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (دموگرافیک) مورد بررسی قرار گرفت و سپس با آزمون‌های آماری استنباطی، فرضیه‌های پژوهش، سنجش و آزمون شد

الف) یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داد که از مجموع کل ۳۷۴ نفر کسبه و بازاریان شرکت داده شده در این تحقیق، تعداد ۳۳۴ نفر معادل (۸۹/۳) درصد از آنان را مردان و تعداد ۴۰ نفر معادل (۱۰/۷) درصد را زنان تشکیل داده‌اند. ۳۳ نفر از بازاریان (۸/۸۲ درصد) در گروه سنی زیر ۲۵ سال، ۹۱ نفر (۲۴/۳۳ درصد) در گروه سنی ۲۵-۳۵ سال، ۹۹ نفر (۲۶/۴۷ درصد) از نمونه تحقیق در گروه سنی ۳۶-۴۵ سال، ۷۲ نفر (۱۹/۲۵ درصد) از کسبه مورد مطالعه در گروه سنی ۴۶-۵۵ و نهایتاً ۷۹ نفر (۲۱/۱۲ درصد) بالاتر از ۵۵ سال قرار دارند. بنابراین بیشترین نمونهٔ آماری مربوط به گروه سنی ۳۶-۴۵ سال است.

با توجه به نتایج به‌دست آمده، ۱۲۵ نفر معادل ۳۳/۴۲ درصد از کسبهٔ مورد مطالعه در مقطع تحصیلی زیر دیپلم، ۱۲۷ نفر معادل ۳۳/۹۶ درصد در مقطع تحصیلی دیپلم، ۵۲ نفر معادل ۱۳/۹درصد، ۵۴ نفر معادل ۱۴/۴۴ درصد در مقطع کارشناسی و نهایتاً ۱۶ نفر معادل ۴/۲۸ درصد در مقطع تحصیلی ارشد و دکتری قرار دارند.

توزیع فراوانی نوع مالکیت کسبه نشان داد که ۶۰ نفر معادل ۱۶/۰۴ درصد کسبهٔ مورد مطالعه، مالک مغازه‌اند. ۱۵۱ نفر معادل ۴۰/۳۷ درصد استفادهٔ سرقفلی دارند، و نهایتاً ۱۶۳ نفر معادل ۴۳/۵۸ درصد اجاره‌ای هستند. بررسی سوابق اشتغال جامعهٔ مورد مطالعه نشان داد که ۷۵ نفر معادل ۲۰/۰۵ درصد از بازاریان، زیر ۵ سال سابقه، ۷۸ نفر معادل ۲۰/۸۵ درصد دارای ۵-۱۰ سال سابقه، ۶۵ نفر معادل ۱۷/۳۸درصد در گروه ۱۱- ۱۵ سال سابقه، ۵۴ نفر معادل ۱۴/۲۸درصد از بازاریان دارای سابقهٔ ۱۶-۲۰ سال و نهایتاً ۱۰۲ نفر معادل ۲۷/۲۷ از بازاریان دارای سابقهٔ بالاتر از ۲۰ سال هستند. توزیع فراوانی نوع فعالیت بازاریان هم نشان می‌دهد که ۱۲۳ نفر معادل ۳۲/۹ درصد از کسبه خدماتی بوده و ۲۵۱ نفر معادل ۶۷/۱ به فعالیت‌های تجاری می‌پردازند.

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

جدول شماره ۳: شاخص‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

	میانگین	انحراف معیار	چولگی		کشیدگی	
	آماره	آماره	آماره	انحراف استاندارد	آماره	استاندار
عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	۲/۱۷	۱/۲۲۹	۰/۸۵۲	۰/۱۲۴	-۰/۲۲۱	۰/۲۴۷
رضایت‌مندی	۲/۲۲	۰/۹۴۳	۰/۸۱۲	۰/۱۲۴	۰/۶۶۹	۰/۲۴۷
اعتماد نهادی	۲/۱۵	۰/۹۷۱	۰/۹۰۲	۰/۱۲۴	۰/۶۵۹	۰/۲۴۷
میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	۲/۲۲	۰/۹۴۳	۰/۸۱۲	۰/۱۲۴	۰/۶۶۹	۰/۲۴۷
قانون‌گرایی	۲/۱۸	۰/۸۰۶	۰/۸۰۰	۰/۱۲۴	۱/۳۴۴	۰/۲۴۷
صدور و توزیع فیش عوارض	۲/۱۵	۰/۹۷۱	۰/۹۰۲	۰/۱۲۴	۰/۶۵۹	۰/۲۴۷
قدرت بازدارندگی و ضمانت اجرایی	۲/۲۲	۰/۹۴۳	۰/۸۱۲	۰/۱۲۴	۰/۶۶۹	۰/۲۴۷
فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای	۱/۷۷	۰/۷۸۹	۰/۸۸۹	۰/۱۲۴	۱/۴۹۹	۰/۲۴۷

منبع: یافته‌های پژوهش

میانگین، نشان‌دهندۀ توافق نسبی در مورد متغیرها در نمونه است. یافته‌های جدول شماره ۳ نشان می‌دهد کلیۀ متغیرها از توافق نسبی در نمونه برخوردار هستند. چولگی بین (۳+ و ۳-) و کشیدگی بین (۵+ و ۵-) است. بنابراین توزیع ما یک توزیع نرمال است و ما حق استفاده از هر نوع روش آماری را که شرط نرمال بودن را دارد، خواهیم داشت.

ب) آزمون‌های استنباطی

جدول شماره ۴: نتیجۀ آزمون کلموگروف – اسمیرنف نرمال بودن داده‌ها

	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	رضایت مندی	اعتماد نهادی	میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض	قدرت بازدارندگی	قانون گرایی	فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای
آزمون آماری	/۰۲۰	/۰۱۵	/۰۸۴	/۰۸۰	/۰۴۰	/۰۵۳	۰/۵۲	/۰۴۷
سطح معناداری	/۰۷۰	/۰۶۰	/۰۸۰	/۰۹۰	/۳۰۲	/۱۱۵	/۴۰	/۲۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که در جدول ۴ ملاحظه می‌گردد، سطح معناداری محاسبه شده بزرگتر از مقدار (۰/۰۵) است، بنابراین دلیلی برای رد فرضیه صفر مبنی بر توزیع نرمال داده ها وجود ندارد. پس نتیجه می‌شود که داده‌ها از یک توزیع نرمال پیروی می‌کنند.

جدول شماره ۵: شیوۀ تفسیر شدت رابطه در همبستگی پیرسون

شدت رابطه	تفسیر
۸/. تا ۱	رابطۀ بسیار قوی
۶/. تا ۸/.	رابطۀ قوی
۴/. تا ۶/.	رابطۀ متوسط
۲/. تا ۴/.	رابطۀ کم(ضعیف)
صفر تا ۲/.	فقدان رابطه یا رابطۀ ناچیز

منبع: (میلر، ۱۳۸۰:۲۹۹)

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

آزمون فرضیات

فرضیهٔ اول: بین رضایت‌مندی از خدمات و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی پیرسون فرضیهٔ اول، می‌توان گفت با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از۰۱ /۰ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و رضایت‌مندی رابطهٔ معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۲۹- است، به صورت منفی و در حد متوسط است. بدین معنی که با بالا رفتن سطح رضایت‌مندی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت متوسطی پایین می‌آید.

فرضیهٔ دوم: بین اعتماد نهادی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی پیرسون فرضیهٔ دوم، می‌توان گفت با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و اعتماد نهادی رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۲۴۵- است، به صورت منفی و در حد ضعیف است. بدین معنی که با بالا رفتن اعتماد نهادی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت ضعیفی پایین خواهد آمد.

فرضیهٔ سوم: بین قانون‌گرایی و عملکرد شهرداری و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از جدول۱۲ ماتریس همبستگی، می توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و قانون‌گرایی، رابطهٔ معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۲۴۸- است، به صورت منفی و در حد ضعیف است. بدین معنی که با بالا رفتن قانون‌گرایی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت ضعیفی پایین خواهد آمد.

فرضیهٔ چهارم: بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده ماتریس همبستگی، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی رابطه وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۳۷- است، به صورت منفی و در حد متوسط رو به بالا است. بدین معنی که با بالا رفتن میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض نیز به نسبت متوسطی پایین خواهد آمد.

فرضیهٔ پنجم: بین قدرت بازدارندگی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی پیرسون، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و قدرت بازدارندگی، رابطهٔ معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۴۵- است، به صورت منفی و در حد متوسط رو به بالا است. بدین معنی که با بالا رفتن قدرت بازدارندگی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت متوسطی پایین خواهد آمد.

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

فرضیهٔ ششم: بین صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و صدور و توزیع به موقع فیش عوارض، رابطه وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۵۰۷- است، به صورت منفی و در حد قوی است. بدین معنی که بازاریان و کسبهٔ نمونهٔ مورد مطالعه بر این تأکید می ورزند که فیش عوارض هر چه به موقع در دستشان باشد برنامه‌ریزی جهت پرداخت در اولویت اول قرار می‌گیرد بنابراین با بالا رفتن صدور و توزیع به موقع فیش عوارض، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت قوی، پایین خواهد آمد.

فرضیهٔ هفتم: بین فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض، فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای، رابطه وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۰- است، به صورت منفی و در حد قوی است. بدین معنی که بازاریان و کسبهٔ نمونهٔ مورد مطالعه بر این تأکید می‌ورزند که هر چه فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای بیشتر باشد، برنامه‌ریزی جهت پرداخت در اولویت قرار می‌گیرد. بنابراین با بالا رفتن فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت قوی پایین خواهد آمد.

فرضیهٔ اصلی تحقیق: عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بر عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری مؤثر است.

تحلیل رگرسیونی به روش گام‌به‌گام جهت بررسی ارتباط بین متغیر کلی عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بر عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری صورت گرفت. در این روش ابتدا مؤلفه‌های عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی وارد مدل شده و سپس متغیرهایی که کمترین مقدار همبستگی جزئی را دارند، از مدل خارج می‌شوند. متغیرها در این مدل عبارت‌اند از:

متغیر وابسته Y: عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری

متغیر مستقل X1: رضایت‌مندی

متغیر مستقل X2: اعتماد نهادی

متغیر مستقل X3: میزان استفاده از رسانه‌های جمعی

متغیر مستقل X4: قانون‌گرایی

متغیر مستقل X5: صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض

متغیر مستقل X6: قدرت بازدارندگی

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

متغیر مستقل X7: فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای

و مدل فرضی رابطهٔ رگرسیونی به‌صورت:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \varepsilon \qquad (۱$$

در این معادله α مقدار ثابت و β1 ها ضرایب رگرسیونی و ε مقدار خطای تصادفی است.

نتایج نشان می‌دهد که در مدل رگرسیونی عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض متغیرهای رضایتمندی، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، قانون‌گرایی، صدور و توزیع فیش عوارض، قدرت بازدارندگی و نهایتاً فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای در مدل معنی‌دار شده است و فقط متغیر اعتماد نهادی از بین متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیونی معنی‌دار نشده است.

دقت در مقدار ضریب رگرسیونی غیراستاندارد (B) مربوط به متغیر رضایت‌مندی، حاکی از آن است که یک واحد افزایش در نمرهٔ رضایتمندی، موجب می‌شود تا متغیر وابسته(عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض) با ضریب ۰/۵۰۴- کاهش یابد. همچنین ضریب (B غیراستاندارد) مربوط به متغیر قانون‌گرایی، بیانگر آن است که یک واحد افزایش در نمرهٔ قانون‌گرایی باعث می‌شود تا عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض با ضریب ۰/۱۵۳- پایین بیاید.

از آماره‌های مهم دیگر در جدول زیر آمارهٔ بتای استاندارد است. این آماره نشان‌دهندهٔ تأثیر استانداردشدهٔ متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته است که اهمیت نسبی هر یک از متغیرهای مستقل را در تبیین متغیر وابسته نشان می‌دهد. هر قدر مقدار بتای یک متغیر بالاتر باشد، نشان‌دهندهٔ سهم بیشتر آن متغیر در تبیین متغیر وابسته است. بر اساس ضرایب استاندارد(Beta) مربوط به متغیرهای مستقل باقی‌مانده در مدل، به ترتیب متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، صدور و توزیع فیش عوارض، رضایت‌مندی، قدرت بازدارندگی، فرهنگ‌سازی وتبلیغات مناسب رسانه‌ای و قانون‌گرایی بیشترین تأثیر را در تبیین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض دارند. مقدار ضریب تعیین (R2) هم نشان می‌دهد که حدود ۴۷/۱ درصد از کل تغییرات متغیر وابسته(عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض)، وابسته به متغیرهای مستقل باقی‌مانده در مدل رگرسیونی در این معادله است.

جدول شماره ۶ : مدل رگرسیون گام‌به‌گام عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض

متغیرهای مستقل	ضریب بتای استاندارد	ضرایب استاندارد نشده		آمار آزمون t	سطح معنی‌داری	ضریب تعیین R2
	Beta	B	Std. Error			
مقدار ثابت		۱۰/۴۷۶	۲/۳۸۱	۴/۴۰۰	/۰۰۰	۰/۴۷۱
رضایتمندی	-۰/۱۷۲	-۰/۵۰۴	/۱۳۲	-۳/۸۱	/۰۰۰	
میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۲۷۷	-۰/۴۳۹	/۰۶۵	-۶/۷۲	/۰۰۰	
قانون‌گرایی	-۰/۱۲۵	-۰/۱۵۳	/۰۴۹	-۳/۱	/۰۰۲	
صدور و توزیع فیش عوارض	-۰/۲۲۰	-۰/۷۱۵	/۱۶۰	-۴/۴۵	/۰۰۰	
قدرت بازدارندگی	-۰/۱۵۰	-۰/۳۳۸	/۱۰۱	-۳/۳۲	/۰۰۱	
فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای	-۰/۱۳۴	-۰/۲۲۹	/۰۷۶	-۳/۰۱	/۰۰۳	

منبع: یافته‌های پژوهش

Copyright ©The authors Publisher: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد که بین اعتماد نهادی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری، رابطهٔ معنادار و منفی وجود دارد. بدین معنی که با بالارفتن اعتماد نهادی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض نیز به نسبت ضعیفی پایین خواهد آمد. این یافته با نتایج پژوهش‌های *حاجی‌لو* و همکاران(بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری شبستر (۱۳۹۶))، خمر و *جوادیان*(پیش‌بینی میزان درآمد حاصل از دریافت عوارض شهری شهرداری‌ها با استفاده از مدل شبکهٔ عصبی شهر زابل (۱۳۹۴))، اکبری و یارمحمدیان (محاسبهٔ میزان پایداری درآمد در صورت تقسیط عوارض ساختمانی شهرداری اصفهان (۱۳۹۱))، *سعیدی رضوانی* (فرهنگ‌سازی برای پرداخت عوارض نوسازی (۱۳۸۸))، *هاشمی* و همکاران (پروژهٔ پرداخت الکترونیکی عوارض شهرداری تهران(۱۳۸۷)) و *اکبری* و *توسلی*(تحلیل تأثیر عوارض شهرداری‌ها بر قیمت مسکن: مطالعهٔ موردی شهر اصفهان (۱۳۸۷)) تا حدودی همخوانی دارد. زیرا که نتایج جملگی تحقیقات مذکور به‌نوعی به این یافته رسیده بودند که افزایش اعتماد نهادی، موجب تمایل مردم و اصناف به پرداخت هزینه‌های خود می‌شود.

طبق نتایج، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض رابطه معناداری وجود دارد. این رابطه به‌صورت منفی و در حد قوی است. بدین معنی که با بالارفتن صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت قوی پایین خواهد آمد. این یافته با نتایج پژوهش‌های *حاجی‌لو* و همکاران(بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری شبستر (۱۳۹۶))، خمر و *جوادیان*(پیش‌بینی میزان درآمد حاصل از دریافت عوارض شهری شهرداری‌ها با استفاده از مدل شبکه عصبی شهر زابل (۱۳۹۴))، *اکبری* و *یارمحمدیان*(محاسبهٔ میزان پایداری درآمد در صورت تقسیط عوارض ساختمانی شهرداری اصفهان (۱۳۹۱))، سعیدی رضوانی (فرهنگ‌سازی برای پرداخت عوارض نوسازی (۱۳۸۸))، *هاشمی* و همکاران(پروژهٔ پرداخت الکترونیکی عوارض شهرداری تهران (۱۳۸۷)) و *اکبری* و *توسلی* (تحلیل تأثیر عوارض شهرداری‌ها بر قیمت مسکن: مطالعهٔ موردی شهر اصفهان (۱۳۸۷)) تا حدودی همسو است.

طبق نتایج آزمون همبستگی پیرسون، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط‌جمعی، رابطهٔ معنادار و منفی وجود دارد. بدین معنی که با بالارفتن میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط‌جمعی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض پایین خواهد آمد. این یافته با نتایج پژوهش‌های *سعیدی رضوانی* (فرهنگ‌سازی برای پرداخت عوارض نوسازی (۱۳۸۸)) و *هاشمی* و همکاران(پروژهٔ پرداخت الکترونیکی عوارض شهرداری تهران (۱۳۸۷)) همخوانی دارد. همچنین نظریه‌های اقناع (تلقیح، شرطی شدن کلاسیک نگرش‌ها، درگیری پایین و یکپارچگی اطلاعات) یافته‌ی مذکور را تبیین می‌کند. در واقع اقناع به بخش جدایی ناپذیر زندگی ما تبدیل شده است. بر اساس نظریهٔ اقناع به مدد رسانه‌ها و از طریق پیام‌های ارتباط جمعی همه تلاش می‌کنند تا تغییراتی در اشخاص به وجود آورند.

بر اساس نتایج روابط دومتغیره، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و قدرت بازدارندگی، رابطهٔ معنادار و منفی وجود دارد. بدین معنی که با بالارفتن قدرت بازدارندگی و ضمانت اجرایی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض، پایین خواهد آمد. این یافته با نتایج پژوهش‌های *حاجی‌لو* و همکاران(بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری شبستر (۱۳۹۶))، خمر و *جوادیان*(پیش‌بینی میزان درآمد حاصل از دریافت عوارض شهری شهرداری‌ها با استفاده از مدل شبکهٔ عصبی شهر زابل (۱۳۹۴))، *اکبری* و *یارمحمدیان* (محاسبهٔ میزان پایداری درآمد در صورت تقسیم عوارض ساختمانی شهرداری اصفهان (۱۳۹۱))، *اکبری* و *توسلی*(تحلیل تأثیر عوارض شهرداری‌ها بر قیمت مسکن: مطالعهٔ موردی شهر اصفهان (۱۳۸۷)) تا حدودی همسو است.

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

طبق نتایج تحقیق، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض، رابطهٔ معناداری وجود دارد. این رابطه به‌صورت منفی و در حد قوی است. بنابراین با بالارفتن صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت قوی پایین خواهد آمد. این یافته با نتایج پژوهش‌های *حاجی‌لو* و همکاران(بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری شبستر (۱۳۹۶))، *خمر* و *جوادیان* (پیش‌بینی میزان درآمد حاصل از دریافت عوارض شهری شهرداری‌ها با استفاده از مدل شبکهٔ عصبی شهر زابل (۱۳۹۴)) و *اکبری* و *یارمحمدیان*(محاسبهٔ میزان پایداری درآمد در صورت تقسیط عوارض ساختمانی شهرداری اصفهان (۱۳۹۱)) همخوانی دارد.

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، می‌توان گفت که بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای رابطهٔ معنادار و منفی وجود دارد. بدین معنی که با بالارفتن فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض پایین خواهد رفت. این یافته با نتایج پژوهش‌های *حاجی‌لو* و همکاران(بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری شبستر (۱۳۹۶))، *خمر* و *جوادیان*(پیش‌بینی میزان درآمد حاصل از دریافت عوارض شهری شهرداری‌ها با استفاده از مدل شبکهٔ عصبی شهر زابل (۱۳۹۴)) و *اکبری* و *توسلی*(تحلیل تأثیر عوارض شهرداری‌ها بر قیمت مسکن: مطالعهٔ موردی شهر اصفهان (۱۳۸۷)) تا حدودی همسو است.

تعارض منافع

این پژوهش فاقد هر گونه تعارض منافع می‌باشد.

سپاسگزاری

از همهٔ افراد، نهادها و سازمان‌هایی که به نوعی ما را در انجام این پژوهش یاری نمودند، تقدیر و تشکر می‌کنیم.

References

- Ahmadzadeh, H., & Pourhamrah, K.(2022). Evaluating the Relationship between Tourism Development, Economic Sustainability, and Municipal and Citizenship Incomes(Case Study: Tabriz Metropolis). Urban Economics and Planning, 3(4), 38-51. https://doi.org/10.22034/uep.2022.350113.1255 [In Persian]
- Akbari Nasab, S. Y.; Fatahi, S.(2015). Complications of modernization and ways to improve it in the financial system of municipalities, the fifth international conference on accounting and management and the second conference on entrepreneurship and open innovation, Tehran, 12 pages. https://civilica.com/doc/501158/ [In Persian]
- Akbari, N. Tavassoli N.(2017). Analyzing the impact of municipal taxes on housing prices: a case study of Isfahan city(a spatial econometric approach). Quantitative Economics(Economic Surveys). 15(1): 47-64. Available from: https://sid.ir/paper/110795 [In Persian]
- Alvani, S. M., Hosseini, S. S. A Study on Theoretical Principles, Concepts and Models of Institutional Trust(Organizational). Educational Measurement and Evaluation Studies, 2013; 3(4): 105-141. https://jresearch.sanjesh.org/article_14894.html [In Persian]
- Amanpour, S.(2018). Factors influencing the increase in the willingness of citizens to pay tax(Case Study: City izeh). Urban Management Studies, 35(10). 23-32. https://sanad.iau.ir/journal/ums/Article/13931?jid=13931 [In Persian]

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

- Amiri, M.(2017). Behavioral Economics and Tax Evasion. Economics Research, 17(64), 95-130. https://doi.org/10.22054/joer.2017.7670 [In Persian]
- Arja S., Agatha N. S., Evania Y., Melissa G. H.(2020). Factors Affecting Perception of Tax Evasion Among Chindos. Advances in Economics, Business and Management Research,144(3), 487-493. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200606.083
- Asoudeh, M. R., and Mahmoudi, I.(2014). Investigating the relationship between service quality and customer trust on customer satisfaction and purchase intention(case study: Refah chain stores in Khuzestan province). International Conference on New Researches in Management, Economics and Accounting. https://sid.ir/paper/866619/fa [In Persian]
- Baghbaneian, Y.(2023). Investigating factors affecting the moral justification of avoiding paying municipal taxes with the role of religiosity moderator(a case study of Shiraz Municipality). Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting, 7(27), 1604-1618. Retrieved from https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/2614. [In Persian]
- Benedict(1953). The Rule of Sain, Publisher: Gracewing Publishing, Edition description: REV, Pages: 148.
- Bidram, M. Qurbani Kahriz Sangi, T.(2015). Analysis and Pathology of Renovation and Urban Development Toll Collection(Study of Isfahan Municipality Clients), 6th International Conference on Sustainable Development and Urban Development, Isfahan, 15 pages. https://civilica.com/doc/577459/ [In Persian]
- Boroni, A. Rahmati, M. Azizkhani, E.(2024). The Impact of Economic, Social, and Lifestyle Factors of Citizens on the Selection and Consumption of Iranian and Foreign Goods. Mieaoi; 13(47): 131-154.
  http://mieaoi.ir/article-1-1603-fa.html . [In Persian]
- Cohan, Alvin Stanford. Theories of revolution. Translated by Alireza Tayyeb, 7th press, Gomes, Tehran, 304 pages.
- Dularif, M., Sutrisno, T., Nurkholis & Saraswati, E.(2019). Is the deterrence approach effective in combating tax evasion? A meta-analysis. Problems and Perspectives in Management, 17(2), 93-113. http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(2).2019.07
- Ebrahimi, L.(2009). Evaluation of the Quality of Municipal Services based on the Service Quality Model(MODEL QUAL SERV), master's thesis in geography and urban planning, University of Sistan and Baluchistan. [In Persian]
- Elliott, J. Reginald, R.(1994). Dictionary of Political and Strategic Terms, translated by Hassan Raieszadeh, Tehran: Moein Press. 413 pages.
- Fathi, E.(2020). The Urban Population of Iran and Its Future with a Focus on the Population of Metropolises. Statistical Research Center. Tehran. [In Persian]
- Ghanbari, A., Oskouee Aras, A., & Badamchizadeh, P.(2024). Assessing the Status of Tabriz Metropolis According to the Indicators of an Elderly-Friendly City in Formal and Informal Settlements(Case study: Regions 2, 8 and 10). Journal of Economic & Developmental Sociology, 13(1), 195-230. doi: 10.22034/jeds.2024.60738.1798 [In Persian]
- Ghorbani, R., Oskouee Aras, A., & Tahmasebi Moghaddam, H.(2022). Survey of Satisfaction with the Quality of Urban Life in Informal Settlements(Case Study: Yousef Abad Neighborhood of Tabriz). Geographical Engineering of Territory, 6(4), 817-834. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381490.1401.6.4.3.6 [In Persian]

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

- Gibbins, John R. Reimer, Bo.(2002). The politics of postmodernity: an introduction to contemporary politics and culture. Pages: 296.
- Giddens, A.(2009). .Modernity and self - Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Pages: 336.
- Gioacchino, D., Fichera,D.(2020). Tax evasion and tax morale: A social network analysis. European Journal of Political Economy,65(3), 65-89. DOI: 10.1016/j.ejpoleco.2020.101922
- Hadian E, Tahvili A.(2013). Tax Evasion and Its Determinants in the Iranian Economy(1971-2007). JPBUD. 18(2), 39-58. URL: http://jpbud.ir/article-1-982-fa.html [In Persian]
- Haghighatian, M., Hashemianfar, S. A., Moradi, G. The Survey of the Effect of Organizational Socialization on Social Responsibility of Employee's in Kermanshah Oil Company. Journal of Applied Sociology, 2013; 24(3): 71-96. https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085745.1392.24.3.5.9 [In Persian]
- Hajilu M. Mirrahi M. Pilehvar M.(2017). Studying sustainable revenue sources of municipalities(case: Shabestar, east Azarbayjan province). Journal of urban economics and management. 5(20). 1-22. Available from: https://sid.ir/paper/240223/ [In Persian]
- Hall, P. and Ulrich, P.(2009), The Urban Future of the 21st Century: A Global Agenda for 21st Century Cities. Translated by Ismail Sadegi and Nahid Safaei, Tehran: Iranian Society of Consulting Engineers, First Edition, 470 pages.
- Hashemi, Syed Manaf; Alireza Fallahzadeh and Hakimi,(2007), Tehran Municipality Electronic Toll Payment Project, Sixth International Management Conference, Tehran, Ariana Research Group. https://civilica.com/doc/66631 [In Persian]
- Heydari, Arash(2009), investigation of social, economic, and cultural factors affecting the feeling of anomie(case study: high schools and pre-university centers of Ahvaz city). Master's thesis, Shahid Chamran University of Ahvaz, Department of Social Sciences. [In Persian]
- Hosseinzadeh Dalir, K., & Pishnamaz Ahari, R.(2023). Identifying the Factors Influencing the Planning and Design of Age-Friendly City(Case Study: Tabriz Metropolis). Geography and Territorial Spatial Arrangement, 13(46), 33-60. https://doi.org/10.22111/gaij.2023.43471.3060 [In Persian]
- Javadi Yeganeh, M. R. , Fooladian, M. and Rezaee Bahrabad, H.(2010). Factors affecting Legalism in the administrative system(With emphasis on government offices in two cities of Mashhad and Tehran). *Journal of Evaluation Knowledge*, *2*(3), 9-34.
- Khakpour, M.R., Pourghasem, M. Esfandiari Zahedani, A. Aminzadeh, A.(2022). Study of Factors Affecting the Non-Payment of Public, Specialized Service Fees, and Other Taxes by Citizens to the Neyriz Municipality and Proposing Solutions for Improvement ..., New Research Journal in Management and Accounting, Vol. 5, No. 59, pp 503-529. https://civilica.com/doc/1772246/ [In Persian]
- Khamar, G., Javadian, M.(2016). Prediction of the amount of the revenue from the complications of the municipality of using model neural network(case study: the city of Zabul). 6(23), 21-34. https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285229.1394.6.23.2.0 [In Persian]
- Lari Dashtbayaz M, Ghaemmaghami K, Kahromi G. The factors affect on tax evasion in South Khorasan province: An emphasis on cultural dimensions. aapc 1(1), 139-164. http://dx.doi.org/10.18869/acadpub.aapc.1.1.139 [In Persian]
- Malekshahi, G., Nikpour, A., & Gholami, S.(2019). Understanding and Assessment of Factors Affecting Citizens' Participation in Urban Management. Sociology of Social Institutions, 5(12), 327-350. https://doi.org/10.22080/ssi.1970.2142 [In Persian]

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

- Martins N. A model for managing trust. International Journal of Manpower. 2002 Dec 1; 23(8):754-769. http://dx.doi.org/10.1108/01437720210453984
- McGee, R. W., Benk, S.,(2011) The ethics of tax evasion: a study of Turkish opinion, Journal of Balkan and Near Eastern Studies, 13:2, 249-262, DOI:10. 1080/ 19448953. 2011. 578869
- McGee, R. W., Benk, S., Yildirim, H., & Kayikci, M.(2011). The Ethics of Tax Evasion: A Study of Turkish Tax Practitioner Opinion. European Journal of Social Sciences, 18, 3. Pp468-480.
- Mirzaie, M.(2005). Population and development with an emphasis on Iran(collection of articles). Translation, Center for Population Studies and Research of Asia and the Pacific, Tehran, 168 pages. [In Persian]
- Moaezzi Moghadam, H.(2002). Methods of providing revenue sources of municipalities, Deputy Planning and Development Office, Publications of the Organization of Municipalities of the country. [In Persian]
- Mohammad Reza Javadi Yeganeh, Majid Fouladian, Hassan Rezaei Bahraabad.(2010). Factors affecting Legalism in the administrative system(With emphasis on government offices in two cities of Mashhad and Tehran). Knowledge Assessment Quarterly, Vol: 2 Issue: 5, pp9-34. Available from: https://www.magiran.com/p976818 [In Persian]
- Moqimi, Seyed Mohammad(2007), Managing Local Government Affairs: Management of Councils and Municipalities. Tehran: Faculty of Management, University of Tehran, and Organization for the Study and Compilation of Humanities Books for Universities. Second Edition. [In Persian]
- Nasr Esfahani, Reza(2016), Criticism of the current way of financing municipalities, providing a model of urban development financing based on the principles of resistance economy, critical research paper of humanities texts and programs, Research Institute of Humanities and Cultural Studies, special issue of resistance economy, volume 16, No. 1(44), pp. 145-168. https://civilica.com/doc/1331407 [In Persian]
- Nasr Hassan. Urbanisation and citizenship rights. Journal of Shahrdariha.(2006). 75, pp 67-72. Available from: https://sid.ir/paper/493474/fa [In Persian]
- Nikoumaram, S. Behzadfar, M. Safavi, B. Analysis of the effective factors of redefining sustainable income in the peri-urban spaces of Tehran metropolis. Peripheral Urban Spaces Development, 2023; 5(2): 203-220. https://doi.org/10.22034/jpusd.2023.368449.1241 [In Persian]
- Oskouee Aras, A., & Azar, A.(2023). A Meta-Analysis of Research Conducted on the Quality of Urban Life in Informal Settlements in Iran. Urban Planning Knowledge, 7(3), 67-89. https://doi.org/10.22124/upk.2023.22756.1796 [In Persian]
- Oskouie Aras, A., & Babaie Aghdam, F.(2023). Assessing the satisfaction of female-headed households with residential environments in informal settlements(Case study: Islamabad neighborhood of Zanjan). Geographical Engineering of Territory, 7(3), 689-708. doi: 10.22034/jget.2023.154400 [In Persian]
- Pirouzmand, M. Concepts and tools in advertising.(2004). Tehran. Sina Tasvir Press. [In Persian]
- Pourahmad, A., Hataminejad, H., & Charkhan, S.(2021). Analysis of Spatial Inequality of Formal and Informal Settlements in Neighborhoods of Tehran's District Two. Journal of Geography and Regional Development, 19(1), 322-295. https://doi.org/10.22067/jgrd.2021.69240.1023 [In Persian]
- Qalahedar, H.(2012). Comparison of the revenue sources of municipalities in Iran's metropolises and its physical effects, Master's Thesis, Shiraz University. [In Persian]
- Razazian, M.(2008). Sectoral efficiency of the revenue recognition and collection system, abstract of the Municipal Finance Conference "Problems and Solutions", Tehran Municipality Publications,

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

Finance and Administrative Vice-Chancellor, Tehran. [In Persian]

- Saeedi Rezvani, Navid,(2008), a reflection on "cultural development" to pay the renovation costs, the second conference on municipal finance, problems, and solutions, Tehran, Technology Studies Center of Sharif University of Technology. https://civilica.com/doc/83640
- Sayadi Somar, A, Rahnama roodposhti, F, kakaei tabar, Z.(2018). The Causes of Tax Evasion in Iran with Concentration in Gap View of Taxpayers and Tax Staff Based on the AHP Model. The Journal of Accounting and Social Interest, Vol 8, Volume 1(28), pp 27-52. https://doi.org/10.22051/ijar.2018.3234 [In Persian]
- Severin, W. J., Tankard, J. W.(2018). Communication theories. Translated by Alireza Dehgan, university of Tehran. 9th press, 576 pages.
- Statistical Center of Iran.(2016). Detailed results of the general population and housing censuses. Years 1956 to 2016, Tehran. [In Persian]
- Wenner.F.(2018). Sustainable urban development and land value taxation: The case of Estonia. Land UsePolicy, Volume 77, September 2018, Pages 790 - 800.https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2016.08.031
- Zolfaqari, M. E.(2024). Study of Factors Affecting the Nature of Renovation Fees and Their Collection in Municipal Systems(Case Study of the Municipality of Esfarayen).The 6th international conference on strategic ideas in architecture, civil engineering and urban planning in Iran.Mashhad. https://civilica.com/doc/1873699. [In Persian]

Copyright ©The authors **Publisher**: University of Tabriz, Tabriz, Iran
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)