



## ارائه الگوی ساختاری - تفسیری اعتماد عمومی به نظام مالیاتی

محمد میرعرب رضی<sup>۱</sup>

روح الله سمیعی<sup>۲\*</sup>

سامره شجاعی<sup>۳</sup>

محمودرضا مستقیمی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۲

### چکیده

یکی از مهمترین چالش‌های موجود در نظام مالیاتی کشور، بحث اعتماد عمومی است. اهمیت این موضوع را می‌توان از سه حیث عدالت‌ورزی، اعتمادسازی و خطرپذیری مورد مذاقه قرار داد. از طرفی، عدم وجود پژوهش‌های مستقل و جامع در خصوص اعتماد عمومی به نظام مالیاتی، ضرورت پژوهش کنونی می‌باشد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر، ارائه الگوی اعتماد عمومی به نظام مالیاتی می‌باشد. جامعه آماری شامل سازمان‌های امور مالیاتی استان‌های گلستان، مازندران، گیلان است. روش تحقیق از لحاظ هدف، شبه‌تجربی و از نظر ماهیت، آمیخته از نوع اکتشافی است. در بخش کیفی، جهت شناسایی عوامل موثر از روش تحلیل محتوا، مرور متون و همچنین مصاحبه‌های اکتشافی با خبرگان به تعداد ۳۰ نفر استفاده گردید. جهت انتخاب خبرگان از روش غیر تصادفی با تکنیک گلوله‌برفی تا دستیابی به اشباع نظری استفاده شده است. در بخش کمی، از نظرات مدیران کل و معاونین مراکز استان و رؤسای ادارات به تعداد ۱۳۰ نفر استفاده شد که حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی مورگان به تعداد ۱۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برآورد گردید. برای غربالگری و انتخاب عوامل از روش دلفی‌فازی استفاده شد که از بین ۱۷ عامل شناسایی شده، ۱۵ عامل انتخاب و با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی عوامل تعیین شده در قالب سه عامل اصلی عدالت‌ورزی، اعتمادسازی و خطرپذیری مفهوم‌سازی شدند. همچنین برای سطح‌بندی از روش مدل‌سازی ساختاری - تفسیری استفاده شده است که به ترتیب در سطح اول عدالت‌ورزی، سطح دوم اعتمادسازی و در سطح سوم خطرپذیری قرار گرفته است. با توجه به نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر سه عامل در ناحیه خودمختار قرار گرفتند که قدرت نفوذ و میزان وابستگی پایینی دارند و تأثیرپذیری و نفوذپذیری کمی نسبت بهم خواهند داشت.

**واژگان کلیدی:** اعتماد عمومی، نظام مالیاتی، عدالت‌ورزی، دلفی فازی، مدل‌سازی ساختاری - تفسیری.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. [Mirarabrazi84@gmail.com](mailto:Mirarabrazi84@gmail.com)

۲. استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (نویسنده مسئول). [R-samiei@aliabadiu.ac.ir](mailto:R-samiei@aliabadiu.ac.ir)

۳. استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. [Shojaei@aliabadiu.ac.ir](mailto:Shojaei@aliabadiu.ac.ir)

۴. استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. [Mostaghimi@aliabadiu.ac.ir](mailto:Mostaghimi@aliabadiu.ac.ir)

## ۱- مقدمه

اعتماد عمومی از جمله مباحثی است که در علوم مختلف، همچون جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، رفتار سازمانی و اقتصاد مطرح است. مفهوم اعتماد عمومی در سازمان‌ها از اهمیت والایی برخوردار است، زیرا کارکرد اثربخش سازمان‌ها، به میزان اعتماد مردم به این سازمان‌ها بستگی دارد. موضوع اعتماد عمومی به عنوان محوری‌ترین و کلیدی‌ترین عنصر در ادبیات مدیریت دولتی تبدیل شده است. در حقیقت می‌توان گفت اعتماد عمومی به نهادها و سازمان‌های دولتی هر کشوری را می‌توان به عنوان یک شاخص مهم در ارزیابی آن دولت دانست (تودارو<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۲۳). اعتماد عمومی از ملزومات اساسی پیشرفت هر جامعه و زمینه‌ساز موفقیت دولت‌ها است و باعث افزایش نظم، ثبات و قابلیت پیش‌بینی آینده می‌شود. بدون اعتماد عمومی افراد نسبت به یکدیگر، جامعه تجزیه می‌شود. اعتماد منجر به بروز رفتارهای مشارکتی و کاهش تعارض و همچنین کاهش هزینه انجام کار می‌شود. کارکرد اثربخش سازمان‌ها در جامعه به میزان اعتماد مردم به این سازمان‌ها بستگی دارد. اگر اعتماد شهروندان از بین برود، کارکنان بخش دولتی در انجام دادن وظایف‌شان با دشواری‌های بیشتری مواجه می‌شوند، همچنین با افول اعتماد عمومی، مشارکت عموم مردم در فرآیندهای سیاسی خط‌مشی‌گذاری کاهش خواهد یافت (یاتسویا<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۲۲).

باید خاطر نشان کرد که اگر اعتماد در سطح تمام روابط اجتماعی جامعه منتشر شود، حسن‌ظن نسبت به همه افراد در روابط اجتماعی و در روابط افراد با نهادهای اجتماعی گسترش و تعمیم خواهد یافت و کنش‌های اجتماعی دیگران در آینده قابل پیش‌بینی می‌شود. بر این اساس اعتماد عمومی به این معنا است که عامه مردم انتظار دارند مقامات و کارکنان سازمان‌های دولتی با اقدامات خود در تعامل با عامه مردم به انتظارات آنان پاسخ مثبت دهند. در این نوع

تعامل نوعی عدم اطمینان و عدم شناخت از نحوه انجام امور در سازمان‌های دولتی وجود دارد. به عبارت دیگر اعتماد عمومی، یعنی انتظار عموم از دریافت پاسخ مطلوب به خواسته‌هایشان از سوی متولیان امور عمومی (کلور کلی و کراندال<sup>۳</sup>، ۲۰۲۲).

مسئله مهم آنجایی است که بطور طبیعی تحقق اهداف و آرمان‌های یک جامعه بدون پیوند تنگاتنگ مردم و حکومت غیرممکن خواهد بود. پیش‌نیاز مردم برای همکاری متقابل با دولت اعتماد و اطمینان از دولت است مرکب اصلی مردم برای همکاری با دولت و حرکت به سمت تحقق اهداف و آرمان‌ها، اعتماد به دولت است (ون<sup>۴</sup> و دیگران، ۲۰۲۲). اگر دولت‌ها و زیرمجموعه آن مشروعیت خود را نزد مردم از دست بدهند طبیعتاً توان راهبردی و هدایت مردم را برای رعایت موازین قانونی و مقررات موضوعه از دست خواهند داد و همراه کردن مردم در مسیر تحقق اهداف و آرمان‌ها بسختی صورت می‌پذیرد و نقطه برخورد و رویارویی دولت و مردم از همین جا شکل می‌گیرد. لذا دولت‌ها می‌کوشند تا اعتماد شهروندان را به خود جلب نمایند، چرا که عدم اعتماد عمومی و حتی کاهش آن احتمال مشارکت آحاد جامعه در فرآیندهای سیاسی و خط‌مشی‌گذاری نیز به همان نسبت کاهش خواهد یافت (کانچان<sup>۵</sup> و دیگران، ۲۰۲۱).

سازمان امور مالیاتی یکی از سازمان‌های دولتی و بسیار مهم در اقتصاد کشور محسوب می‌شود. از سویی سازمان امور مالیاتی در راستای همگام شدن با اهداف کلان رونق اقتصادی کشور و اجرای سیاست‌های دولت در زمینه ساماندهی و کمک به راه اندازی، تکمیل و تقویت واحدهای صنفی به سمت سیاست‌های ارتقاء اعتماد عمومی حرکت کرده است. این نگرش در سطح سازمانی امور مالیاتی نوید این را می‌دهد که با بررسی اجمالی بر این پدیده بتوان به سازمان در جهت رسیدن به اهداف تعیین شده‌اش کمک کرد. بدون تردید سازمان امور مالیاتی مانند سایر سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدهای گسترده ملی، منطقه‌ای و

4- Wen

5- Kanchan

1- Todaro

2- Yatsuya

3- Clover Kelly & Crandall

نوآوری، موفقیت در سطح سازمانی و کشوری و عوامل رشد تعمیم داده می‌شود (هلمان<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۲۳). براین اساس اعتماد عمومی به این معنا است که عامه مردم انتظار دارند مقامات و کارکنان سازمان‌های دولتی با اقدامات خود در تعامل با عامه مردم به انتظارات آنان پاسخ مثبت دهند. در این نوع تعامل نوعی عدم اطمینان و عدم شناخت از نحوه انجام امور در سازمان‌های دولتی وجود دارد. به عبارت دیگر اعتماد عمومی یعنی انتظار عموم از دریافت پاسخ مطلوب به خواسته‌هایشان از سوی متولیان امور عمومی (فونسکا<sup>۳</sup> و دیگران، ۲۰۲۳).

اعتماد مفهومی پیچیده و چندوجهی است و برای اعتمادسازی هیچ دستور ساده و ثابتی وجود ندارد. ایجاد اعتماد در واقع بیشتر یک هنر است تا علم. ایجاد اعتماد امری مشکل اما از دست دادن آن آسان است. به عقیده دینگ<sup>۴</sup> و دیگران (۲۰۲۳) اعتمادسازی به رفتار اخلاقی مداوم و مستمر نیاز دارد، در حالی که با یک اشتباه ممکن است تخریب شود. یک حادثه منفی می‌تواند بیشتر تخریب‌کننده اعتماد باشد تا حادثه مثبت که بتواند آن را ایجاد کند (دینگ و دیگران، ۲۰۲۳).

به نظر بسیاری از صاحب‌نظران اعتماد را می‌توان عامل مؤثر در حاکمیت قلمداد کرد. اعتماد به دولت از منظر سیاست مداران و دیوان‌سالاران امری ضروری است، زیرا کناره‌گیری شهروندان از حمایت دولت مشروعیت حاکمیت مردم‌سالار را با مشکل مواجه می‌کند. بنابراین، اعتماد به دولت می‌تواند سبب همراهی شهروندان با سیاست‌های دولت بدون توسل به زور شود (مازومدر و راثو<sup>۵</sup>، ۲۰۲۳). بی‌اعتمادی به دولت پدیده‌ای متداول در نظام‌های سیاسی کشورهاست. از نگاه مدیریت دولتی منشأ اصلی بی‌اعتمادی شهروندان به دولت است. دولت به علت داشتن خانواده‌ای بزرگ دخل و خرجش متعادل نیست و طبیعی است که نمی‌تواند همه اعضای خانواده را راضی کند؛ بودجه معینی دارد که باید به‌نحوی آن را توزیع کند که همگان تا حدی منتفع شوند، ولی معلوم

بین‌المللی روبه روست و تضمین و تداوم حیات و بقای سازمان‌ها نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است که به ابداع، خلق خدمات، فرایندها و روش‌های جدید بستگی زیادی دارد. در سازمان امور مالیاتی، عدم پرداخت به موقع مالیات‌ها از جانب شهروندان دال بر اعتماد کم شهروندان به سازمان امور مالیاتی است. بنابراین سازمان امور مالیاتی کشور باید با استفاده از راهکارهایی اعتماد شهروندان را به پرداخت مالیات ارتقاء نماید. اعتماد عمومی به تحول نظام مالیاتی در سازمان امور مالیاتی، ایجاد آگاهی نسبی به مفهوم اعتماد عمومی، به مسئولین و مدیران سازمان امور مالیاتی برای تدوین استراتژی‌های بلندمدت جهت ارتقاء اعتماد عمومی کمک می‌کند. بنابراین سوال اصلی پژوهش حاضر این است که الگوی ساختاری - تفسیری اعتماد عمومی به نظام مالیاتی در سازمان‌های امور مالیاتی استان‌های گلستان، مازندران و گیلان چگونه است؟

## ۲- مبانی نظری تحقیق؛ اعتماد عمومی

اعتماد عمومی نسبت به سازمان‌های دولتی از جمله سازمان امور مالیاتی برای مدیران، کارکنان و کارگزاران هر سازمان حائز اهمیت است، زیرا برای پشتیبانی از تدوین و اجرای خط‌مشی‌های عمومی و همین‌طور همراهی و همکاری اثربخش شهروندان با سازمان‌های دولتی نقش محوری ایفا می‌کند (کوزک و سینکیزک<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). متولیان امور عمومی در بخش دولتی در صورتی که از اعتماد عمومی برخوردار باشند، می‌توانند از مهارت‌ها، صلاح‌دید و استقلال خود به منظور افزایش کارایی، نشان دادن حساسیت نسبت به شهروندان و اثربخشی به صورت منعطف استفاده کنند چرا که اعتماد یکی از ارزشمندترین عناصر سرمایه‌های اجتماعی است که مخدوش شدن آن هزینه بسیار سنگینی را بر سازمان تحمیل خواهد کرد. در مطالعات متعددی اعتماد به عنوان کاتالیزوری قوی برای رشد اقتصادی، بهره‌وری، توسعه،

4- Ding

1- Mazumder & Rao

1- Kozuch & Sienkiewicz

2 - Hellmann

3- Fonseca

کاهش خواهد یافت. نتایج پژوهش کانت و ورتینسکی<sup>۶</sup> (۲۰۲۳) نشان داد کاهش اعتماد شهروندان به دولت و نهادهای دولتی از بحران‌های جهان امروز است. یکی از اساسی‌ترین چالش‌های فراروی مدیریت دولتی چگونگی حفظ و ارتقاء اعتماد عمومی نسبت به سازمان‌های دولتی است. نتایج این تحقیق نشان داد که عواملی نظیر: اعتماد به دولت، اوضاع اقتصاد، رسانه‌ها، صنعتی شدن، جرم و جنایات، مدیریت دولتی نوین اگر چه در اختیار سازمان‌های دولتی نیستند، اما بستر اعتماد عمومی به سازمان‌های دولتی را شکل می‌دهند. نتایج تحقیق جیانگ<sup>۷</sup> و دیگران (۲۰۲۳) نشان داد که: (۱) پاسخگویی عمومی و احساس اعتماد عمومی به سازمان با نقش میانجی شفافیت‌سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. (۲) پاسخگویی عمومی و احساس اعتماد عمومی به سازمان رابطه مثبت و معناداری دارد. (۳) پاسخگویی عمومی و شفافیت‌سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. (۴) شفافیت‌سازمانی و احساس اعتماد عمومی به سازمان رابطه مثبت و معناداری دارد. نتایج پژوهش ربیع بیگی و دیگران (۱۴۰۲) با عنوان: «ارائه الگوی روحیه مالیاتی با رویکرد تئوری زمینه بنیان» نشان داد الگوی روحیه مالیاتی حول مقوله محوری فضای مجازی، دموکراسی و تبلیغات قرار دارد که تحت تأثیر شرایط علی شکل می‌گیرد. این فرآیند با شرایط علی آغاز می‌گردد و موجب شکل‌گیری مقوله محوری می‌شود که با استفاده از راهبردها به تقویت روحیه مالیاتی کمک می‌کنند و پیامد آن بهبود شاخص‌های اقتصادی، بهبود شاخص‌های اجتماعی و مبارزه با پولشویی است. عدم عدالت مالیاتی، چابک‌سازی و پیچیدگی قوانین مالیاتی نیز از شرایط مداخله‌گر بر الگوی روحیه مالیاتی است و فرهنگ‌سازی و برقراری عدالت مالیاتی از جمله راهبردهای تقویت روحیه مالیاتی محسوب می‌شوند. نتایج پژوهش حاج محمود عطار و آرابی، (۱۴۰۱) با عنوان: «تأثیر اعتماد به دولت بر تمکین داوطلبانه مؤدیان مالیاتی با

نیست که آیا همگان از سهم خود راضی می‌شوند یا خیر. شهروندان در برابر بارکاری دولت یا از خود صبر نشان می‌دهند و همچنان به خدمات دریافتی دولت به هر نحو و شکل ممکن که باشد وفادار می‌مانند، یا از آن شکایت می‌کنند یا در نهایت از دریافت خدمات خودداری می‌کنند (ساکو<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۲۳). راه‌حل فراروی دولت این است که با توسل به ساز و کارهایی «انتظارات شهروندان» را مدیریت کند. بی‌تردید برای اعتمادسازی عمومی با هر نگاهی، پیوند شهروندان و دولت ضروری است. اعتماد در پیوستگی این دو شکل می‌گیرد. ظرف مهمی که می‌تواند این پیوند را برقرار کند شکل‌گیری مدیریت دولتی مشارکت‌جویانه است (لیو<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۲۳).

برخی از مهمترین پژوهش‌های صورت گرفته در این رابطه به اجمال در ذیل بررسی خواهند شد:

نتایج پژوهش ژو<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۳) نشان داد متغیرهای رضایت‌شهروندان از عملکرد و خدمات ارائه شده، کیفیت ارائه خدمات، مشارکت دادن مراجعان، اعتماد اجتماعی، سطح آگاهی مراجعان، فساد اداری، اطلاع‌رسانی بیشترین تأثیر را بر متغیر اعتماد داشته‌اند. نتایج پژوهش تینگ کائو<sup>۴</sup> و دیگران (۲۰۲۳) نیز نشانگر این مسئله بود که هر چه میزان اعتماد سازمانی در بین کارکنان این سازمان افزایش یابد، اعتماد عمومی نیز بالا می‌رود. یافته‌های مقاله باترانسی<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۲۳) نشان داد اعتماد عمومی از ملزومات اساسی پیشرفت هر جامعه و زمینه‌ساز موفقیت دولت‌ها است. اعتماد منجر به بروز رفتارهای مشارکتی و کاهش تعارض و همچنین کاهش هزینه انجام کار می‌شود. کارکرد اثربخش سازمان‌ها در جامعه به میزان اعتماد مردم به این سازمان‌ها بستگی دارد. اگر اعتماد شهروندان از بین برود، کارکنان بخش دولتی در انجام دادن وظایفشان با دشواری‌های بیشتری مواجه می‌شوند، همچنین با افول اعتماد عمومی، مشارکت عموم مردم در فرایندهای سیاسی خط‌مشی‌گذاری

6- Batrancea

7- Kant & Vertinsky

8- Jiang

2- Sacco

3- Lyu

4- Zhu

5- Ting Kuo

درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی افزایش یافته؛ افزایش شاخص درک فساد نیز باعث افزایش نسبت درآمدهای مالیاتی دولت به تولید ناخالص داخلی شده؛ همچنین، نتایج بیانگر تأثیر مثبت و معنادار رشد تولید ناخالص داخلی سرانه و باز بودن اقتصاد بر نسبت درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی است.

با توجه به بررسی ادبیات نظری و نیز گذری بر پژوهش‌های صورت گرفته، لازم است خلأ تحقیقاتی پژوهش کنونی مورد بررسی و تدقیق واقع گردد. در این راستا، نویسندگان برخی از مهمترین وجوه نوآوری پژوهش کنونی که در واقع تبیین گر خلأ تحقیقاتی می‌باشند به شرح ذیل تبیین می‌نمایند:

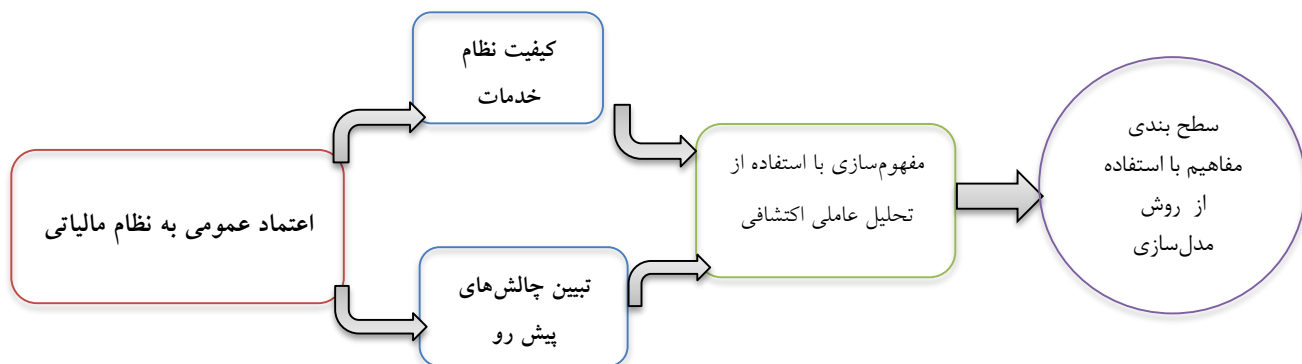
- تعیین و سطح‌بندی مولفه‌های اعتماد عمومی به نظام مالیاتی کشور با بهره‌گیری از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری؛

- بررسی قدرت نفوذ و میزان وابستگی (تأثیرپذیری و نفوذپذیری) مولفه‌های سه‌گانه اعتماد عمومی به یکدیگر؛

- نهایتاً ارائه الگوی ساختاری - تفسیری اعتماد عمومی به نظام مالیاتی کشور ایران.

همچنین با بهره‌گیری از ادبیات نظری و نیز خلأ مطالعاتی موجود، نویسندگان به ترسیم مدل مفهومی پژوهش حاضر مبادرت خواهند نمود:

نقش میانجی ادراک عدالت مالیاتی» نشان داد اعتماد به دولت بر تمکین داوطلبانه مؤدیان مالیاتی با توجه به نقش میانجی ادراک عدالت مالیاتی تأثیر می‌گذارد. اعتماد به دولت بر تمکین داوطلبانه و ادراک عدالت مالیاتی مؤدیان مالیاتی و نیز ادراک عدالت مالیاتی بر تمکین داوطلبانه مؤدیان مالیاتی تأثیر دارد. یافته‌های پژوهش قرنجیک و دیگران (۱۴۰۰) با عنوان: «نگاشت شناختی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت در پرداخت مالیات» نشان داد عوامل مؤثر در افزایش مشارکت عمومی در پرداخت مالیات عبارتند از: نظام مالیاتی بهره‌ور دولتی، به‌سامانی امور مالیاتی، توسعه فرهنگ ملی-مذهبی، نهادینه‌سازی عمومی امور مالیاتی، ویژگی‌های بوم‌شناختی مؤدیان مالیاتی، وضعیت خرد و کلان اقتصادی و یادگیری از الگوهای اثربخش بین‌المللی می‌باشد. نتایج مقاله رضائی پسته نوئی و دیگران (۱۳۹۸) با عنوان: «مدل‌بندی نقش تعدیلی حاکمیت شرکتی بر رابطه بین اعتماد اجتماعی و اجتناب مالیاتی» نشان داد اعتماد اجتماعی موجب کاهش اجتناب مالیاتی شرکت می‌گردد. علاوه بر این مطابق با پیش‌بینی نظریه جایگزینی، نتایج نشان می‌دهد که حاکمیت شرکتی رابطه منفی بین اعتماد اجتماعی و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها را تضعیف می‌کند. یافته‌های پژوهش ایزدخواستی (۱۳۹۵) با عنوان: «تحلیل تأثیر فساد و کیفیت حکمرانی بر عملکرد نظام مالیاتی: رویکرد داده‌های تابلویی پویا» نشان داد با افزایش شاخص حکمرانی خوب و شش مؤلفه آن، نسبت



نمودار (۱) مدل مفهومی پژوهش (طراحی: نویسندگان)

هدف پژوهش حاضر، ارائه الگوی اعتماد عمومی به نظام مالیاتی می‌باشد. از این‌رو، پژوهش از لحاظ هدف، شبه

همچنین مصاحبه حضوری با خبرگان امور مالیاتی استفاده گردید. در نهایت تعداد ۳۰ مصاحبه صورت گرفت که از مصاحبه ۲۴ به بعد اشباع نظری حاصل گردید. شایان ذکر است جهت انتخاب خبرگان از روش غیر تصادفی با تکنیک گلوله‌برفی استفاده شده است. ویژگی خبرگان در این بخش، در قالب جداول ۱ تا ۳ تبیین گردیده است:

جدول (۱) مشخصات مصاحبه شونده‌گان در بخش کیفی (بر حسب سن)

| ردیف | سن               | تعداد | درصد |
|------|------------------|-------|------|
| ۱    | بین ۳۵ تا ۴۰ سال | ۵     | ۱۷   |
| ۲    | از ۴۱ تا ۵۰ سال  | ۱۸    | ۶۰   |
| ۳    | بالای ۵۰ سال     | ۷     | ۲۳   |

جدول (۲) مشخصات مصاحبه شونده‌گان در بخش کیفی (بر حسب تحصیلات)

| ردیف | تحصیلات  | تعداد | درصد |
|------|----------|-------|------|
| ۱    | کارشناسی | ۴     | ۱۴   |
| ۲    | ارشد     | ۶     | ۲۰   |
| ۳    | دکتری    | ۲۰    | ۶۶   |

جدول (۳) مشخصات مصاحبه شونده‌گان در بخش کیفی (بر حسب سابقه و تخصص)

| ردیف | سابقه و تخصص     | تعداد | درصد |
|------|------------------|-------|------|
| ۱    | بین ۱۵ تا ۲۰ سال | ۹     | ۳۰   |
| ۲    | از ۲۱ تا ۲۵ سال  | ۱۵    | ۵۰   |
| ۳    | بیش از ۲۵ سال    | ۶     | ۲۰   |

رؤسای ادارات شهرستان‌های استان‌های مذکور به تعداد ۱۳۰ نفر استفاده گردید که حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی مورگان به تعداد ۱۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برآورد گردید. در این مرحله، با استفاده از خروجی روش دلفی‌فازی پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت طراحی، توزیع و جمع‌آوری گردید. سپس با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی با استفاده از روش واریامکس<sup>۱</sup> استخراج و با استفاده از کدگذاری باز و کدگذاری محوری دسته‌بندی و مفهوم‌سازی شدند.

تجربی و از نظر ماهیت، آمیخته از نوع اکتشافی است. جامعه آماری شامل استان‌های گلستان، مازندران و گیلان است که به دلیل همجواری بودن این سه استان از لحاظ جغرافیایی و نیز شباهت‌های فرهنگی و اجتماعی موجود انتخاب گردیدند. در بخش کیفی، جهت شناسایی عوامل موثر بر اعتماد عمومی از روش تحلیل محتوا، بررسی ادبیات نظری مرتبط و

در این مرحله با توجه به احتمال وجود سوگیری در نظرات خبرگان، به منظور حصول اطمینان از صحت، دقت، کاربردی بودن، جامعیت و رفع سوگیری‌های احتمالی از روش دلفی فازی جهت دستیابی به توافق گروهی بین خبرگان استفاده شد. بدین منظور پرسشنامه‌ای طراحی و بین خبرگان توزیع گردید. عواملی که در پرسشنامه این مرحله مورد سؤال قرار گرفتند با طیف لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد به صورت کلامی بکار گرفته شد سپس متغیرهای کلامی به مقادیر فازی تبدیل شده است.

در بخش کمی نیز جهت بررسی عوامل موثر بر اعتماد عمومی از نظرات مدیران کل، معاونین، رؤسای مرکز استان و

گام اول: تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری  
(SSIM)

این ماتریس بر اساس بحث و محاسبه مد نظرات خبرگان تشکیل می‌شود. برای تعیین نوع رابطه می‌توان از نمادهای ذیل استفاده کرد.

۱. اگر متغیر  $j$  بر  $i$  تاثیر داشته باشد علامت  $A$  را وارد کنید.
۲. اگر رابطه‌ای وجود نداشته باشد علامت  $O$  را وارد کنید.
۳. اگر متغیر  $i$  بر  $j$  تاثیر دارد داشته باشد علامت  $V$  را وارد کنید.
۴. اگر متغیر  $j$  بر  $i$  تاثیر داشته باشد و بالعکس علامت  $X$  را وارد کنید.

گام دوم: تشکیل ماتریس دستیابی اولیه ( $RM$ )  
ماتریس دسترسی اولیه از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی (صفر و یک) حاصل می‌گردد. به منظور جایگزینی اعداد صفر و یک به جای نمادهای چهارگانه ذکر شده در گام دوم برای استخراج ماتریس دستیابی اولیه قوانینی که در جدول شماره ۴ بیان شده است، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

برای سطح‌بندی و تعیین اولویت، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل موثر بر اعتماد عمومی و ترسیم شبکه تعاملی اعتماد عمومی از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری ( $ISM$ ) استفاده شده است. روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری ( $ISM$ ) که توسط وارفیلد<sup>۲</sup> (۱۹۷۴) مطرح شد. یک فرایند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از عناصر متفاوت در قالب یک مدل سیستماتیک جامع ساختاردهی می‌شوند. به عبارت دیگر، با استفاده از این رویکرد می‌توان روابط میان متغیرها را شناسایی نمود و مدل ساختاری-تفسیری از این عامل‌ها را ارائه داد و در نهایت متغیرها را بر اساس قدرت نفوذ و میزان وابستگی طبقه‌بندی نمود. رویکرد ( $ISM$ )، افراد و گروه‌ها را قادر می‌سازد که روابط پیچیده بین تعداد زیادی از عناصر را در یک موقعیت پیچیده تصمیم ترسیم کنند و به عنوان ابزاری برای نظم بخشیدن و جهت دادن به پیچیدگی روابط بین متغیرها عمل می‌کند. در این روش با تحلیل تأثیر یک عنصر بر دیگر عناصر، ترتیب و جهت روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم بررسی و بدین وسیله بر پیچیدگی بین عناصر غلبه می‌شود. برای اجرای تکنیک  $ISM$  به دست آوردن روابط و اولویت‌های عناصر در یک سیستم باید فرایند زیر طی شود:

جدول (۴) نحوه تبدیل روابط مفهومی به اعداد کمی

| نماد مفهومی | تبدیل نماد مفهومی به اعداد کمی  |
|-------------|---|
| $V$         | خانهٔ مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۱ و خانهٔ قرینه آن عدد ۰ قرار می‌گیرد. |
| $A$         | خانهٔ مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۰ و خانهٔ قرینه آن عدد ۱ قرار می‌گیرد. |
| $X$         | خانهٔ مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۱ و خانهٔ قرینه آن عدد ۱ قرار می‌گیرد. |
| $O$         | خانهٔ مربوط به این زوج در ماتریس دستیابی عدد ۰ و خانهٔ قرینه آن عدد ۰ قرار می‌گیرد. |

اصلاح ماتریس دریافتی، ماتریس نهایی به دست می‌آید. همچنین در این ماتریس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نیز نشان داده می‌شود.  
گام چهارم: تعیین روابط و سطح‌بندی عوامل موثر

گام سوم: تشکیل ماتریس دستیابی نهایی  
پس از آنکه ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد، باید سازگاری درونی آن برقرار شود. بدین صورت که اگر  $(i, j)$  باهم در ارتباط باشند و نیز  $(j, k)$  باهم رابطه داشته باشند؛ آنگاه  $(i, k)$  باهم در ارتباط هستند. با شناسایی روابط ثانویه و

مدل‌سازی ساختاری - تفسیری، مدل ساختاری یا دیاگرام نامیده می‌شود. در تجزیه و تحلیل میک‌مک عوامل بر حسب قدرت‌نفوذ و میزان وابستگی به چهار دسته تقسیم می‌شوند. به منظور محاسبه قدرت‌نفوذ شاخص‌ها کافی است تعداد ۱ ها در هر سطر ماتریس دسترسی نهایی را با هم جمع نماییم. به منظور محاسبه میزان وابستگی تعداد ۱ها در هر ستون مربوط به هر عامل را با یکدیگر جمع کنیم. ناحیه خودمختار (ناحیه ۱) شامل عواملی با قدرت‌نفوذ و میزان وابستگی پایین هستند. این عوامل تا حدودی از سایر عامل‌ها مجزا هستند و ارتباطات کمی دارند. ناحیه وابسته (ناحیه ۲) شامل عواملی با قدرت‌نفوذ پایین و میزان وابستگی بالا می‌باشد. ناحیه پیوندی (ناحیه ۳) از قدرت‌نفوذ و میزان وابستگی بالایی برخوردارند. این عوامل ناپایدارند، در واقع هرگونه تغییر در آنها می‌تواند منجر به تغییر کل سیستم شود. و در نهایت ناحیه مستقل (ناحیه ۴) که دارای قدرت‌نفوذ بالا و میزان وابستگی پایین هستند. این دسته همانند سنگ زیر بنای مدل عمل می‌کنند. اصطلاحاً به آن‌ها متغیرهای کلیدی گفته می‌شود.

#### ۴- یافته‌های پژوهش

در این بخش نتایج حاصل از غربالگری و تعیین عوامل اعتماد عمومی به کمک روش دلفی فازی در قالب جدول شماره ۵ آورده شده است.

در این گام، ماتریس دسترسی به سطوح مختلف دسته‌بندی می‌شود. با استفاده از ماتریس‌های دسترسی نهایی، مجموعه خروجی و ورودی برای هر عامل به دست می‌آید. مجموعه خروجی یک عامل شامل خود آن عامل و عواملی است که بر آن‌ها اثر می‌گذارد که با "۱" های موجود در سطر مربوطه قابل شناسایی است. مجموعه ورودی یک عامل شامل خود آن عامل و عواملی است که از آن‌ها اثر می‌پذیرد که با "۱" های موجود در ستون مربوطه قابل شناسایی است. پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک آن‌ها برای هر یک از عوامل تعیین می‌شود. عواملی که مجموعه خروجی و مشترک آن‌ها کاملاً مشابه باشند، در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل‌سازی ساختاری- تفسیری قرار می‌گیرند. به منظور یافتن اجزای تشکیل‌دهنده سطح بعدی سیستم، اجزای بالاترین سطح آن در محاسبات ریاضی جدول مربوط حذف می‌شوند و عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی مانند روش تعیین اجزای بالاترین سطح انجام می‌شود. این عملیات تا آنجا تکرار می‌شود که اجزای تشکیل‌دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شوند (آذر و همکاران، ۱۳۹۵).

گام پنجم: ترسیم شبکه تعاملات و تجزیه و تحلیل میک‌مک<sup>۱</sup>  
در این مرحله با توجه به سطوح متغیرها و ماتریس دسترسی نهایی مدل *ISM* ترسیم می‌گردد. که این شکل در

جدول (۵) میانگین فازی دیدگاه‌های خبرگان برای عوامل موثر بر اعتماد عمومی با رویکرد دلفی فازی

| وضعیت عامل | میانگین فازی زدایی شده | میانگین فازی مثلثی |      |      | عوامل                                      |
|------------|------------------------|--------------------|------|------|--|
|            |                        | U                  | M    | L    |  |
| تأیید      | ۰,۸۴                   | ۰,۹۸               | ۰,۸۹ | ۰,۶۴ | ۱ رفتار صادقانه با مردم                    |
| تأیید      | ۰,۸۴                   | ۰,۹۸               | ۰,۸۹ | ۰,۶۴ | ۲ توجه به امر درستکاری در محیط کار         |
| تأیید      | ۰,۷۹                   | ۰,۹۶               | ۰,۸۳ | ۰,۵۸ | ۳ درستکاری مسئولان                         |
| تأیید      | ۰,۸۵                   | ۱,۰۰               | ۰,۹۰ | ۰,۶۵ | ۴ حمایت مدیران از عدالت محوری              |
| تأیید      | ۰,۸۱                   | ۰,۹۸               | ۰,۸۵ | ۰,۶۰ | ۵ رفتار منصفانه سازمان در قبال مردم        |
| مردود      | ۰,۶۶                   | ۰,۸۶               | ۰,۶۸ | ۰,۴۳ | ۶ اعتماد به نفس                            |
| تأیید      | ۰,۸۱                   | ۰,۹۵               | ۰,۸۶ | ۰,۶۱ | ۷ تصمیم‌گیری‌های عادلانه                   |
| تأیید      | ۰,۸۹                   | ۱,۰۰               | ۰,۹۶ | ۰,۷۱ | ۸ تشکیل جلسات رسمی و غیر رسمی برای حل مشکل |



|       |      |      |      |       |  |    |
|-------|------|------|------|-------|--|----|
| تأیید | ۰,۸۸ | ۱,۰۰ | ۰,۹۵ | ۰,۷۰  | رسیدگی به موقع به مشکلات                         | ۹  |
| تأیید | ۰,۸۸ | ۰,۹۹ | ۰,۹۴ | ۰,۶۹  | گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل          | ۱۰ |
| مردود | ۰,۶۵ | ۰,۸۵ | ۰,۶۸ | ۰,۴۳  | مشروعیت  | ۱۱ |
| تأیید | ۰,۸۵ | ۰,۹۹ | ۰,۹۱ | ۰,۶۶  | قابل اطمینان بودن مسئولان                        | ۱۲ |
| تأیید | ۰,۸۴ | ۰,۹۹ | ۰,۸۹ | ۰,۶۴۸ | قابل اعتماد بودن اداره امور مالیاتی              | ۱۳ |
| تأیید | ۰,۸۳ | ۰,۹۸ | ۰,۸۸ | ۰,۶۳  | اعتماد مردم به شناسایی به موقع مشکلات و رفع آنها | ۱۴ |
| تأیید | ۰,۷۹ | ۰,۹۷ | ۰,۸۳ | ۰,۵۸  | بیان جسورانه نظرات به سازمان                     | ۱۵ |
| تأیید | ۰,۷۸ | ۰,۹۶ | ۰,۸۱ | ۰,۵۶  | خطرپذیری در برخورد با سازمان                     | ۱۶ |
| تأیید | ۰,۸۲ | ۰,۹۸ | ۰,۸۶ | ۰,۶۱  | عدم وجود محدودیت در روابط با سازمان              | ۱۷ |

منبع: یافته‌های پژوهش

عاملی، ابتدا باید از این مسئله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد یا نه؟ در جدول شماره ۶ خلاصه نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و ماتریس عاملی پس از چرخش به شیوه واریمکس را ارائه شده است.

میانگین قطعی بدست آمده نشان‌دهنده شدت موافقت خبرگان با هر کدام از عوامل مدل مفهومی پژوهش می باشد. عوامل مشروعیت و اعتماد به نفس به دلیل داشتن میانگین قطعی کمتر از ۰,۷۱ از نظرسنجی خارج شدند. سپس جهت اعتبار بخشی به یافته‌های پژوهش در بخش کیفی از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد، لیکن در انجام تحلیل

جدول (۶) خلاصه نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و ماتریس چرخش یافته عاملی پرسشنامه اعتماد عمومی

| عوامل اصلی استخراج شده |            |            | عوامل  |
|------------------------|------------|------------|--|
| خطرپذیری               | عدالت‌ورزی | اعتمادسازی |  |
| ۰/۴۹۹                  | ۰/۴۷۳      | ۰/۴۰۶      | رفتار صادقانه با مردم                            |
|                        | ۰/۶۲۴      | ۰/۶۳۰      | توجه به امر درستکاری در محیط کار                 |
| ۰/۳۷۹                  | ۰/۴۰۱      | ۰/۶۵۳      | تشکیل جلسات رسمی و غیر رسمی برای حل مشکل         |
|                        |            | ۰/۸۰۳      | رسیدگی به موقع به مشکلات                         |
| ۰/۵۶۵                  |            | ۰/۶۴۸      | قابل اطمینان بودن مسئولان                        |
| ۰/۴۶۷                  |            | ۰/۷۶۸      | قابل اعتماد بودن اداره امور مالیاتی              |
| ۰/۳۳۷                  |            | ۰/۷۳۴      | اعتماد مردم به شناسایی به موقع مشکلات و رفع آنها |
| ۰/۳۳۷                  | ۰/۳۳۵      | ۰/۷۳۱      | گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل          |
| ۰/۳۵۰                  | ۰/۷۵۰      |            | حمایت مدیران از عدالت محوری                      |
| ۰/۵۳۷                  | ۰/۷۲۶      |            | رفتار منصفانه سازمان در قبال مردم                |
| ۰/۳۲۳                  | ۰/۷۸۳      | ۰/۳۵۲      | تصمیم‌گیری‌های عادلانه                           |
|                        | ۰/۸۲۰      | ۰/۳۱۳      | درستکاری مسئولان                                 |
| ۰/۶۵۵                  |            | ۰/۴۳۷      | بیان جسورانه نظرات به سازمان                     |
| ۰/۸۸۷                  |            |            | خطرپذیری در برخورد با سازمان                     |
| ۰/۷۴۵                  | ۰/۳۱۳      | ۰/۳۸۷      | عدم وجود محدودیت در روابط با سازمان              |
|                        |            | ۰/۸۲۳      | آزمون <i>KMO</i>                                 |
|                        |            | ۱۴۰۸/۳۷*** | آزمون بارتلت ( $\chi^2$ )                        |
| ۷۵/۸۲                  | ۵۲/۸۹      | ۲۹/۰۲      | واریانس تبیین شده کل (%)                         |

|             |      |      |      |
|-------------|------|------|------|
| مقادیر ویژه | ۴/۳۵ | ۳/۵۸ | ۳/۴۴ |
|-------------|------|------|------|

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول (۷) ماتریس خودتعاملی ساختاری عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی

منبع: یافته‌های پژوهش  
گام دوم: با تبدیل ماتریس خودتعاملی به یک ماتریس دو ارزشی صفر و یک با استفاده از جدول شماره ۱، ماتریس دستیابی اولیه بدست آمده است.

جدول ۵- ماتریس دستیابی اولیه (RM)

منبع: یافته‌های پژوهش

گام سوم: در این مرحله، باید سازگاری درونی روابط برقرار شود و با شناسایی روابط ثانویه ماتریس نهایی بدست آمده، همچنین در این مرحله قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر بعد نیز در جدول شماره ۸ نشان داده شده است.

جدول (۸) ماتریس دستیابی نهایی

| منبع:             |    |    |    |           |
|-------------------|----|----|----|-----------|
|                   | C۳ | C۲ | C۱ | قدرت نفوذ |
| C۱                | ۱  | ۱  | ۱  | ۳         |
| C۲                | ۰  | ۱  | ۱  | ۲         |
| C۳                | ۰  | ۰  | ۱  | ۱         |
| میزان-<br>وابستگی | ۱  | ۲  | ۳  |           |

یافته‌های پژوهش

گام چهارم: در این مرحله با توجه به توضیحات داده شده در بخش روش‌شناسی پژوهش، عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی سطح‌بندی شده‌اند و در جدول شماره ۹ ارائه شده است.

گام پنجم: در این مرحله با توجه به سطوح عوامل و ماتریس دستیابی نهایی مدل ساختاری- تفسیری عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی در شکل شماره ۱ ترسیم گردیده است. همچنین قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر کدام از عوامل در نمودار شماره ۲ ارائه شده است.

برای دسته‌بندی عوامل استخراج شده از مقدار بار عاملی، هر

| عدالت-<br>ورزی | اعتماد-<br>سازی | خطرپذیری |
|----------------|-----------------|----------|
| C۱             | C۲              | C۳       |
| ۱              | ۱               | ۱        |
| A              | A               | A        |
| ۰              | ۰               | ۰        |

عامل در جدول ماتریس همبستگی از چرخش واریمکس استفاده شده است. بعد از ۱۰ چرخش ۳ عامل با مقادیر ویژه بالاتر از یک بعنوان عوامل موثر بر اعتماد عمومی مشخص گردید و به این صورت مفهوم‌سازی شدند: اعتمادسازی، عدالت‌ورزی، خطرپذیری. عامل اول متشکل از ۸ عامل فرعی با توجه به ماهیت و ارتباط معنایی آن‌ها در قالب عامل اعتمادسازی مفهوم سازی گردید. این عامل با مقدار ۲۹/۰۲ درصد بیشترین سهم را در ایجاد اعتماد عمومی داشته است. عامل دوم متشکل از ۴ عامل فرعی که با توجه به ماهیت و ارتباط معنایی و مفهومی آن‌ها در قالب عامل عدالت‌ورزی مفهوم سازی گردید و توانایی ۲۳/۸۸ درصد ایجاد اعتماد عمومی را دارد. عامل سوم که متشکل از ۳ عامل فرعی و با توجه به ماهیت و ارتباط معنایی و مفهومی آن‌ها با مفهوم خطرپذیری در قالب عامل خطرپذیری مفهوم‌سازی گردید و درصد ایجاد اعتماد عمومی این عامل ۲۲/۹۲ می باشد. در مرحله بعد سطح‌بندی و نمودار میزان قدرت نفوذ و میزان وابستگی (نموار تجزیه و تحلیل میک مک) و ترسیم شبکه تعاملی عوامل اصلی و فرعی موثر بر اعتماد عمومی با استفاده از مدل سازی ساختاری-تفسیری ارائه شده است.

مدل سازی ساختاری - تفسیری عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی

گام اول: در این مرحله، روابط بین عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی بدست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی به صورت زوجی با هم مورد بررسی قرار گرفته است.

شکل (۱) سطح بندی عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی



جدول (۹) سطح بندی عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی

| سطح   | مشترک | خروجی      | ورودی      | عوامل |
|-------|-------|------------|------------|-------|
| سطح ۳ | ۱C    | ۳, C۲, C۱C | ۱C         | C۱    |
| سطح ۲ | ۲C    | ۳, C۲C     | ۲, C۱C     | C۲    |
| سطح ۱ | ۳C    | ۳C         | ۳, C۲, C۱C | C۳    |

منبع: یافته‌های پژوهش

| قدرت نفوذ | میزان وابستگی |       |          |   |   |        |   |
|-----------|---------------|-------|----------|---|---|--------|---|
|           | ۱             | ۲     | ۳        | ۴ | ۵ | ۶      | ۷ |
| ۷         |               |       |          |   |   |        |   |
| ۶         |               | مستقل |          |   |   | پیوندی |   |
| ۵         |               |       |          |   |   |        |   |
| ۴         |               |       |          |   |   |        |   |
| ۳         | C۱            |       |          |   |   |        |   |
| ۲         |               | C۲    | خودمختار |   |   | وابسته |   |
| ۱         |               |       | C۳       |   |   |        |   |

نمودار (۲) قدرت نفوذ و میزان وابستگی عوامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی

کمی نسبت بهم خواهند داشت. عامل عدالت‌ورزی به عنوان مبنای مدل قرار می‌گیرد در نتیجه برای بهبود اعتماد عمومی باید سازمان‌ها به عدالت‌ورزی توجه ویژه‌ای داشته باشند تا

همانطور که مشخص است هر سه عامل اصلی موثر بر اعتماد عمومی در ناحیه خودمختار قرار گرفته‌اند که قدرت نفوذ و میزان وابستگی پایینی دارند و تاثیرپذیری و نفوذپذیری

گام سوم: تشکیل ماتریس نهایی: در این مرحله روابط ثانویه و اصلاح ماتریس دستیابی، ماتریس نهایی به دست آمده، و در جدول شماره ۱۲ ارائه شده است.

گام چهارم: سطح بندی عوامل موثر بر عدالت ورزی: در این مرحله با استخراج ورودی و خروجی سطوح هر عامل در جدول شماره ۱۳ ارائه شده است.

گام پنجم: ترسیم شبکه تعاملات و نمودار تأثیر پذیری و تأثیر گذاری: در این مرحله با توجه به سطوح عوامل و ماتریس دستیابی نهایی مدل ساختاری - تفسیری عوامل موثر بر عدالت ورزی در شکل شماره ۲ ترسیم گردیده است.

بتوانند فضای جامعه را برای اعتمادسازی شهروندان فراهم نمایند.

### مدل سازی ساختاری - تفسیری عوامل موثر بر عدالت ورزی

گام اول: پس از شناسایی عوامل موثر بر عدالت ورزی و جمع بندی مد نظرات خبرگان ماتریس خودتعاملی ساختاری مطابق جدول شماره ۱۰ تشکیل گردید.

گام دوم: تشکیل ماتریس دستیابی اولیه ( $RM$ ): با تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به صفر و یک ماتریس دستیابی اولیه مطابق جدول شماره ۱۱ بدست آمده است.

جدول (۱۰) ماتریس خودتعاملی ساختاری ( $SSIM$ )

| درستکاری مسئولان | تصمیم گیری های عادلانه | رفتار منصفانه سازمان در قبال مردم | حمایت مدیران از عدالت محوری            |
|------------------|------------------------|-----------------------------------|--|
| A                | V                      | V                                 | حمایت مدیران از عدالت محوری (C۱)       |
| A                | V                      |                                   | رفتار منصفانه سازمان در قبال مردم (C۲) |
| A                |                        | A                                 | تصمیم گیری های عادلانه (C۳)            |
|                  | V                      | V                                 | درستکاری مسئولان (C۴)                  |

منبع: یافته های پژوهش

جدول (۱۱) ماتریس دستیابی اولیه ( $RM$ )

| C۴ | C۳ | C۲ | C۱ |    |
|----|----|----|----|----|
| ۰  | ۱  | ۱  | ۱  | C۱ |
| ۰  | ۱  | ۱  | ۰  | C۲ |
| ۰  | ۱  | ۰  | ۰  | C۳ |
| ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | C۴ |

منبع: یافته های پژوهش

جدول (۱۲) ماتریس دستیابی نهایی

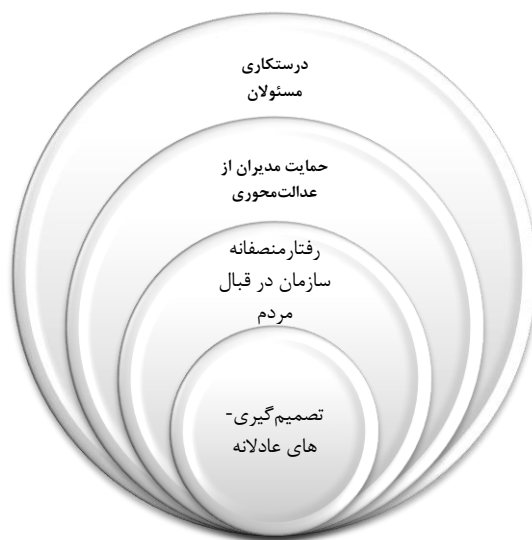
| قدرت نفوذ | C۴ | C۳ | C۲ | C۱ |               |
|-----------|----|----|----|----|---------------|
| ۳         | ۰  | ۱  | ۱  | ۱  | C۱            |
| ۲         | ۰  | ۱  | ۱  | ۰  | C۲            |
| ۱         | ۰  | ۱  | ۰  | ۰  | C۳            |
| ۴         | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | C۴            |
|           | ۱  | ۴  | ۳  | ۲  | میزان وابستگی |

منبع: یافته های پژوهش

جدول (۱۳) سطح‌بندی عوامل موثر بر عدالت‌ورزی

| عوامل          | ورودی   | خروجی   | اشتراک         | سطح   |
|----------------|---|---|----------------|-------|
| C <sub>1</sub> | C <sub>1</sub> , C <sub>4</sub>                                   | C <sub>1</sub> , C <sub>2</sub> , C <sub>3</sub>                  | C <sub>1</sub> | سطح ۳ |
| C <sub>2</sub> | C <sub>1</sub> , C <sub>2</sub> , C <sub>4</sub>                  | C <sub>2</sub> , C <sub>3</sub>                                   | C <sub>2</sub> | سطح ۲ |
| C <sub>3</sub> | C <sub>1</sub> , C <sub>2</sub> , C <sub>3</sub> , C <sub>4</sub> | C <sub>3</sub>  | C <sub>3</sub> | سطح ۱ |
| C <sub>4</sub> | C <sub>4</sub>  | C <sub>1</sub> , C <sub>2</sub> , C <sub>3</sub> , C <sub>4</sub> | C <sub>4</sub> | سطح ۴ |

منبع: یافته‌های پژوهش



شکل (۲) سطح‌بندی عوامل موثر بر عدالت‌ورزی

قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر کدام از عوامل در نمودار شماره ۳ ارائه شده است.

| قدرت نفوذ | میزان وابستگی  |                |                |                |   |        |   |
|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|---|--------|---|
|           | ۱              | ۲              | ۳              | ۴              | ۵ | ۶      | ۷ |
| ۷         |                |                |                |                |   |        |   |
| ۶         |                |                |                |                |   | پیوندی |   |
| ۵         |                |                |                |                |   |        |   |
| ۴         | C <sub>4</sub> |                |                |                |   |        |   |
| ۳         |                | C <sub>1</sub> |                |                |   |        |   |
| ۲         |                | خودمختار       | C <sub>2</sub> |                |   | وابسته |   |
| ۱         |                |                |                | C <sub>3</sub> |   |        |   |

(۳) قدرت

نمودار

تفوذ و میزان وابستگی عوامل موثر بر عدالت‌ورزی

گام دوم: تشکیل ماتریس دستیابی اولیه (*RM*): در جدول شماره ۱۵ با تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به صفر و یک، ماتریس دستیابی اولیه بدست می‌آید. گام سوم: تشکیل ماتریس نهایی: در این مرحله روابط تعدی در ماتریس اولیه و بررسی شده و ماتریس اصلاح شده با قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر عامل بدست می‌آید. گام چهارم: سطح بندی عوامل موثر بر اعتمادسازی: در این مرحله با استخراج ورودی و خروجی سطوح هر عامل در جدول شماره ۱۷ تعیین می‌شود. گام پنجم: ترسیم شبکه تعاملات و نمودار تأثیرپذیری و تأثیرگذاری: پس از استخراج سطوح، مدل ساختاری *ISM* و نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی ترسیم می‌شوند. همچنین قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر کدام از عوامل در نمودار شماره ۴ ارائه شده است.

با توجه به نمودار میک مک عوامل حمایت مدیران از عدالت محوری و رفتار منصفانه سازمان در قبال مردم در ناحیه خودمختار قرار گرفته‌اند که که قدرت نفوذ و میزان وابستگی پایینی دارند و تأثیرپذیری و نفوذپذیری کمی نسبت بهم خواهند داشت. همچنین عوامل درستکاری مسئولان و تصمیم‌گیری‌های عادلانه متغیرهای تنظیمی می‌باشند و با تغییر سایر عوامل نوع آن‌ها تغییر خواهد کرد.

**مدل سازی ساختاری - تفسیری عوامل موثر بر اعتمادسازی**

گام اول: پس از شناسایی عوامل موثر بر اعتمادسازی و جمع بندی محاسبه مد نظرات خبرگان، ماتریس خودتعاملی ساختاری (*SSIM*) مطابق جدول شماره ۱۴ تشکیل گردید.

جدول (۱۴) ماتریس خودتعاملی ساختاری (*SSIM*) عوامل موثر بر اعتمادسازی

| رفتار صادقانه با مردم (c۱)                     | توجه به امر درستکاری در محیط کار (c۲) | تشکیل جلسات رسمی و غیررسمی برای حل مشکل (c۳) | رسیدگی به موقع به مشکلات (c۴) | قابل اطمینان بودن مسئولان (c۵) | قابل اعتماد بودن اداره امور مالیاتی (c۶) | اعتماد مردم به شناسایی به موقع مشکلات و رفع آن (c۷) | گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل (c۸) |
|--|---------------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------------|--|---|--|
| رفتار صادقانه با مردم                          | A                                     | O  | O                             | V                              | V  | V   | O  |
| توجه به امر درستکاری در محیط کار               | O                                     | O  | O                             | V                              | V  | V   | V  |
| تشکیل جلسات رسمی و غیر رسمی برای حل مشکل       | O                                     | O  | V                             | V                              | V  | V   | V  |
| رسیدگی به موقع به مشکلات                       | A                                     | O  | A                             | V                              | V  | V   | V  |
| قابل اطمینان بودن مسئولان                      | A                                     | A  | A                             | A                              | V  | V   | V  |
| قابل اعتماد بودن اداره امور مالیاتی            | A                                     | A  | A                             | A                              | A  | V   | V  |
| اعتماد مردم به شناسایی به موقع مشکلات و رفع آن | A                                     | A  | A                             | A                              | A  | V   | V  |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | A | A | A | A | A | A | O | گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول (۱۵) ماتریس دستیابی اولیه (RM)

| C۸ | C۷ | C۶ | C۵ | C۴ | C۳ | C۲ | C۱ |    |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| ۰  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۱  | C۱ |
| ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۱  | ۱  | C۲ |
| ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | C۳ |
| ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | C۴ |
| ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۵ |
| ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۶ |
| ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۷ |
| ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۸ |

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول (۱۶) ماتریس دستیابی نهایی

| قدرت نفوذ | C۸ | C۷ | C۶ | C۵ | C۴ | C۳ | C۲ | C۱ |               |
|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|---------------|
| ۵         | *۱ | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۱  | C۱            |
| ۶         | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۱  | ۱  | C۲            |
| ۶         | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | C۳            |
| ۵         | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | C۴            |
| ۴         | ۱  | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۵            |
| ۳         | ۱  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۶            |
| ۲         | ۱  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۷            |
| ۱         | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | C۸            |
|           | ۸  | ۷  | ۶  | ۵  | ۲  | ۱  | ۱  | ۲  | میزان وابستگی |

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول (۱۷) سطح بندی عوامل موثر بر اعتمادسازی

| سطح | مشترک | خروجی                  | ورودی                          | عوامل |
|-----|-------|------------------------|--------------------------------|-------|
| ۵   | C۱    | C۱, C۵, C۶, C۷, C۸     | C۱, C۲                         | C۱    |
| ۶   | C۲    | C۱, C۲, C۵, C۶, C۷, C۸ | C۲                             | C۲    |
| ۸   | C۳    | C۳, C۴, C۵, C۶, C۷, C۸ | C۳                             | C۳    |
| ۷   | C۴    | C۴, C۵, C۶, C۷, C۸     | C۳, C۴                         | C۴    |
| ۴   | C۵    | C۵, C۶, C۷, C۸         | C۱, C۲, C۳, C۴, C۵             | C۵    |
| ۳   | C۶    | C۶, C۷, C۸             | C۱, C۲, C۳, C۴, C۵, C۶         | C۶    |
| ۲   | C۷    | C۷, C۸                 | C۱, C۲, C۳, C۴, C۵, C۶, C۷     | C۷    |
| ۱   | C۸    | C۸                     | C۱, C۲, C۳, C۴, C۵, C۶, C۷, C۸ | C۸    |

منبع: یافته‌های پژوهش



شکل (۳) سطح بندی عوامل موثر بر اعتمادسازی

|   |            |               |   |   |                 |        |       |        |   |
|---|------------|---------------|---|---|-----------------|--------|-------|--------|---|
| ۸ |            |               |   |   |                 |        |       |        |   |
| ۷ |            |               |   |   |                 |        |       |        |   |
| ۶ | $C_2, C_3$ | مستقل         |   |   |                 |        |       | پیوندی |   |
| ۵ | $C_1, C_4$ |               |   |   |                 |        |       |        |   |
| ۴ |            |               |   |   | $C_5, C_5, C_5$ |        |       |        |   |
| ۳ |            |               |   |   |                 | $C_6$  |       |        |   |
| ۲ |            | خودمختار      |   |   |                 | وابسته | $C_7$ |        |   |
| ۱ |            |               |   |   |                 |        |       | $C_8$  |   |
|   |            | ۱             | ۲ | ۳ | ۴               | ۵      | ۶     | ۷      | ۸ |
|   |            | میزان وابستگی |   |   |                 |        |       |        |   |

نمودار (۳) قدرت تفوذ و میزان وابستگی عوامل موثر بر اعتمادسازی

می‌باشد. همچنین با توجه به تجزیه و تحلیل میک مک عوامل رفتار صادقانه با مردم، توجه به امر درستکاری در محیط کار، تشکیل جلسات رسمی و غیر رسمی برای حل مشکل، رسیدگی به موقع به مشکلات در ناحیه مستقل قرار گرفته‌اند

با توجه به سطح بندی عوامل موثر بر اعتمادسازی، تشکیل جلسات رسمی و غیر رسمی برای حل مشکل به عنوان تأثیرگذارترین و عامل گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل، به عنوان تأثیرپذیرترین عامل اعتمادسازی



گام دوم : در جدول شماره ۱۹ با تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به صفر و یک، ماتریس دستیابی اولیه بدست می آید.

گام سوم: در این مرحله روابط تعدی در ماتریس اولیه و بررسی شده و ماتریس اصلاح شده با قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر عامل بدست می آید.

گام چهارم: در این مرحله با استخراج ورودی و خروجی، سطح بندی عوامل موثر بر خطرپذیری در جدول شماره ۲۱ ارائه شده است.

گام پنجم: پس از استخراج سطوح، مدل ساختاری عوامل موثر بر خطرپذیری و نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی ترسیم شده است.

همچنین نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر عامل در نمودار شماره ۴ ارائه شده است.

که دارای بیشترین نفوذپذیری و کمترین میزان وابستگی، عوامل کلیدی می باشند. عوامل قابل اطمینان بودن مسئولان، قابل اعتماد بودن اداره امور مالیاتی، اعتماد مردم به شناسایی به موقع مشکلات و رفع آن، گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل در ناحیه وابسته قرار گرفته اند که دارای کمترین قدرت نفوذپذیری و بیشترین میزان وابستگی می باشند.

### مدل سازی ساختاری - تفسیری عوامل موثر بر خطرپذیری

گام اول: بعد از شناسایی عوامل موثر بر خطرپذیری و جمع بندی و محاسبه مد نظرات ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM) مطابق جدول شماره ۱۸ تشکیل گردید.

جدول (۱۸) ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM) عوامل موثر بر خطرپذیری

| بیان جسورانه نظرات به سازمان (C۱)         | خطرپذیری در برخورد با سازمان (C۲) | عدم وجود محدودیت در ارتباط با سازمان (C۳) |
|---|-----------------------------------|---|
| بیان جسورانه نظرات به سازمان (C۱)         | A                                 | A   |
| خطرپذیری در برخورد با سازمان (C۲)         | V                                 | A   |
| عدم وجود محدودیت در ارتباط با سازمان (C۳) | V                                 | V   |

منبع: یافته های پژوهش

جدول (۱۹) ماتریس دستیابی اولیه (RM)

|    | C۳ | C۲ | C۱ |
|----|----|----|----|
| C۱ | ۰  | ۰  | ۱  |
| C۲ | ۰  | ۱  | ۱  |
| C۳ | ۱  | ۱  | ۱  |

منبع: یافته های پژوهش

جدول (۲۰) ماتریس دستیابی نهایی

| قدرت نفوذ     | C۳ | C۲ | C۱ |
|---------------|----|----|----|
| ۱             | ۰  | ۰  | ۱  |
| ۲             | ۰  | ۱  | ۱  |
| ۳             | ۱  | ۱  | ۱  |
| میزان وابستگی | ۱  | ۲  | ۳  |

منبع: یافته های پژوهش

جدول (۲۱) سطح‌بندی عوامل موثر بر خطرپذیری

| سطح | اشتراک | خروجی      | ورودی      | عوامل |
|-----|--------|------------|------------|-------|
| ۱   | C۱     | C۱         | C۱, C۲, C۳ | C۱    |
| ۲   | C۲     | C۱, C۲     | C۲, C۳     | C۲    |
| ۳   | C۳     | C۱, C۲, C۳ | C۳         | C۳    |

منبع: یافته‌های پژوهش



شکل (۴) سطح‌بندی عوامل موثر بر خطرپذیری

| قدرت نفوذ | میزان وابستگی |       |          |   |   |   |        |
|-----------|---------------|-------|----------|---|---|---|--------|
|           | ۱             | ۲     | ۳        | ۴ | ۵ | ۶ | ۷      |
| ۷         |               |       |          |   |   |   |        |
| ۶         |               | مستقل |          |   |   |   | پیوندی |
| ۵         |               |       |          |   |   |   |        |
| ۴         |               |       |          |   |   |   |        |
| ۳         | C۳            |       |          |   |   |   |        |
| ۲         |               | C۲    | خودمختار |   |   |   | وابسته |
| ۱         |               |       | C۱       |   |   |   |        |

نمودار (۴) قدرت نفوذ و میزان وابستگی عوامل موثر بر خطرپذیری

وابستگی و مجزا از یکدیگر می‌باشند، همچنین ارتباط کمی با یکدیگر دارند.

#### ۵- بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر، هدف اصلی نویسندگان، شناسایی، انتخاب و سطح‌بندی عوامل موثر بر اعتماد عمومی به نظام مالیاتی در سازمان امور مالیاتی استان‌های گلستان، مازندران و گیلان

با توجه به نمودار شماره ۴ و سطح‌بندی عوامل موثر بر خطرپذیری، عامل عدم وجود محدودیت در ارتباط با سازمان، بیشترین تأثیرگذاری و بیان جسورانه نظرات به سازمان، نفوذپذیرترین عامل می‌باشد. در نمودار تجزیه و تحلیل میک‌مک هر سه عامل موثر بر خطرپذیری در ناحیه خودمختار قرار گرفته‌اند که دارای کمترین میزان نفوذ و

دیگران (۲۰۲۳)، باترانسی و همکاران (۲۰۲۳) و تینگ کائو و دیگران (۲۰۲۳) بوده است ولی همسویی چندانی با یافته‌های مقالات ژو و همکاران (۲۰۲۳) و شی و همکاران (۲۰۲۳) نداشته است.

### پیشنهادها

با توجه به نتایج حاصل پیشنهاد می‌گردد:

✓ ایجاد شفافیت: یکی از مواردی که موجب می‌شود تمام تنگناها و مشکلات موجود بر سر راه اصلاح ساختار مالیاتی کشور اصلاح شود، آن است که تمام فعالیت‌های اقتصادی موجود به سمت شفافیت حرکت کنند. بدین منظور، اولین قدم، بحث شفافیت پایه‌های مالیاتی (منظور هر عامل یا متغیری که طبق قانون مالیات بر آن وضع می‌شود) است و هر میزان که این پایه‌ها به صورت شفاف و جامع تعریف شوند، افزایش درآمدهای مالیاتی با رعایت حقوق همه‌ی مؤدیان همراه خواهد شد. بر این اساس، تشکیل نظام جامع اطلاعات مالیاتی در کشور، با هدف ایجاد پایگاه اطلاعاتی پایه در خصوص مؤدیان مالیاتی و هماهنگ‌سازی فایل‌های اطلاعاتی، ضروری به نظر می‌رسد و لازم است ابتدا به شناسایی و ثبت‌نام اشخاص حقیقی و حقوقی و ایجاد پایگاه شماره‌ی شناسایی مؤدی و یک‌پارچه‌سازی اطلاعات پرداخته شود؛

✓ اصلاح قوانین و مقررات: تغییر و تقویت برخی از قوانین مرتبط با پایه مالیاتی مستقیم و غیرمستقیم، از دیگر اصلاحات اساسی در نظام مالیاتی کشور است؛ به این دلیل که پایه‌های مالیاتی در ارتباط نزدیک با مؤدیان مالیاتی قرار داشته و هر نوع کاستی در آن به طور مستقیم به آن‌ها منتقل می‌شود. به عنوان مثال، اصلاح قوانین مالیاتی با کاهش بار مالی مستقیم بر بنگاه و تمایل برای سرمایه‌گذاری بیشتر، موجب شادابی و پویایی فضای کسب‌وکار می‌شود؛

✓ تغییر نگاه منفی جامعه و احیای فرهنگ مالیات‌ستانی: این موضوع مهم، ایجاد یک باور دوسویه بین دولت و مردم را می‌طلبد و وجود ارتباط پی‌درپی با مؤدیان

پرداخته است. با توجه به یافته‌های پژوهش از بین ۱۷ عامل شناسایی شده، ۱۵ عامل از طریق روش دلفی فازی غربال گردید و با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی عوامل موثر بر اعتماد عمومی در قالب ۳ عامل مفهوم‌سازی شدند، که عبارتند از: عدالت‌ورزی، اعتمادسازی و خطرپذیری. عوامل فرعی موثر بر عدالت‌ورزی عبارتند از: حمایت مدیران از عدالت‌محوری، رفتار منصفانه سازمان در قبال مردم، تصمیم‌گیری‌های عادلانه، درستکاری مسئولان. عوامل فرعی موثر بر اعتمادسازی عبارتند از: رفتار صادقانه با مردم، توجه به امر درستکاری در محیط کار، تشکیل جلسات رسمی و غیر رسمی برای حل مشکل، رسیدگی به موقع به مشکلات، قابل اطمینان بودن مسئولان، قابل اعتماد بودن اداره امور مالیاتی، اعتماد مردم به شناسایی به موقع مشکلات و رفع آن‌ها، گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل. عوامل فرعی موثر بر خطرپذیری شامل: بیان جسورانه نظرات به سازمان، خطرپذیری در برخورد با سازمان و عدم وجود محدودیت در ارتباط با سازمان می‌باشد. به منظور سطح‌بندی عوامل موثر بر اعتماد عمومی به نظام مالیاتی و تعیین اولویت و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده گردیده است که با توجه به نتایج، عدالت‌ورزی در سطح اول، اعتمادسازی در سطح دوم و خطرپذیری در سطح سوم قرار گرفت که هر چه از سطح سوم به سطح اول نزدیک می‌شویم از شدت تأثیرگذاری کاسته و به شدت تأثیرپذیری افزوده می‌شود. در سطح بندی عوامل عدالت‌ورزی، تصمیم‌گیری‌های عادلانه در سطح اول و شاخص درستکاری مسئولان در سطح چهارم قرار گرفت. در سطح بندی عوامل اعتمادسازی، شاخص گردآوری اطلاعات توسط مدیران درباره مشکل در سطح اول و شاخص تشکیل جلسات رسمی و غیررسمی برای حل مشکل در پایین‌ترین سطح یعنی سطح هشتم قرار گرفت. در سطح بندی عوامل خطرپذیری، عامل بیان جسورانه نظرات به سازمان در سطح اول و عامل عدم وجود محدودیت در ارتباط با سازمان در سطح سوم قرار گرفت. یافته‌های این مقاله همراستا و همسو با یافته‌های پژوهش کانت و ورتینسکی (۲۰۲۳)، جیانگ و

ربیع بیگی، حامد؛ محمدی پور، رحمت الله؛ نوروش، ایرج؛ صالحی، رضا (۱۴۰۲). ارائه الگوی روحیه مالیاتی با رویکرد تئوری زمینه بنیان. فصلنامه اقتصاد مالی، سال ۱۷، شماره ۶۳، ص ۱۹۳-۲۲۶.

رضائی پسته نوئی، یاسر؛ صفری گرایلی، مهدی؛ نوروزی، محمد (۱۳۹۸). مدل‌بندی نقش تعدیلی حاکمیت شرکتی بر رابطه بین اعتماد اجتماعی و اجتناب مالیاتی. فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال ۹، شماره ۴، ص ۲۲۱-۲۴۶.

قرنجیک، اسماعیل؛ ضیالدینی، محمد؛ هادوی نژاد، مصطفی (۱۴۰۰). نگاشت شناختی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت در پرداخت مالیات. فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی، سال ۱۲، شماره ۳، ص ۵۷-۷۶.

Batrancea, L., Kudla, J., Blaszcak, B., & Kopyt, M. (2023). A dataset on declared tax evasion attitudes of students and entrepreneurs from Poland under the slippery slope framework. *Journal of Data in Brief*, (48): 168- 183. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109183>

Chun Lin, T., & Pursiainen, V. (2023). Social trust distance in mergers and acquisitions. *Journal of Banking & Finance*, (149): 1641-1658.

<https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.106759>  
Clover Kelly, E., & Crandall, M. (2022). State-level forestry policies across the US: Discourses reflecting the tension between private property rights and public trust resources. *Journal of Forest Policy and Economics*, (144): 617-632. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2022.102757>

Ding, F., Gau, M., Kuai, Y., & Niu, G. (2023). Social trust and firm innovation: Evidence from China. *International Review of Economics & Finance*, (84): 474-493. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2022.12.007>

Fonseka, M., Richardson, G., Shekhar, C., & Yang, X. (2023). The impact of social trust on loan grants and default risk: Evidence from China's regional commercial banks during branching policy changes. *Journal of Economics Letters*, (229): 2031- 2046. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2023.111218>

مالیاتی و توجیه آنان هرچند هزینه‌هایی در بر دارد، ولیکن آثار مطلوب اقتصادی و اجتماعی نیز در پی خواهد داشت.

✓ احیای فرهنگ مالیات ستانی: فرهنگ مالیاتی رکن بسیار مهم برای اصلاح در نظام مالیاتی ایران به شمار می‌رود. منظور از فرهنگ مالیاتی، مجموعه رفتارها و مناسبات میان مؤدیان مالیاتی و دستگاه مالیاتی کشور است و برای توسعه آن، لازم است اطلاع‌رسانی کافی و مستمر صورت بگیرد که این موضوع نیازمند ایجاد یک باور دوسویه بین دولت و مردم است. البته بایستی اذعان داشت وجود ارتباط پی‌درپی با مؤدیان مالیاتی و توجیه آنان هرچند هزینه‌هایی در بر دارد، ولیکن آثار مطلوب اقتصادی و اجتماعی نیز در پی خواهد داشت.

✓ همچنین پیشنهاد می‌شود تا فرهنگ مالیاتی از طریق آموزش در زندگی روزمره افراد جامعه، از جایگاهی ویژه برخوردار گردد. از آنجا که پرداخت مالیات به معنای کاهش درآمد و قدرت خرید مردم است و با کاهش مصرف کالاها و خدمات، مطلوبیت آن‌ها کاهش نیز خواهد یافت، در این شرایط، اگر افراد مطمئن باشند دولت با کسب درآمدهای مالیاتی، کالا و خدمات مضاعفی را به سبب مصرفی آن‌ها اضافه می‌کند، ضمن توسعه فعالیت‌های اقتصادی و افزایش درآمدهای مالیاتی، فشار مالیاتی نیز بر آن‌ها کاهش می‌یابد و حتی این امر می‌تواند موجب پرداخت داوطلبانه‌ی مالیات از سوی افراد شود.

#### فهرست منابع

ایزدخواستی، حجت (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر فساد و کیفیت حکمرانی بر عملکرد نظام مالیاتی: رویکرد داده‌های تابلویی پویا. فصلنامه تحلیل‌های اقتصادی توسعه ایران، سال ۴، شماره ۱، ص ۹۳-۱۱۸.

حاج محمود عطار، فرناز؛ آرای، وحید (۱۴۰۱). تأثیر اعتماد به دولت بر تمکین داوطلبانه مؤدیان مالیاتی با نقش میانجی ادراک عدالت مالیاتی. فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ۱۴، شماره ۵۶، ص ۲۴۳-۲۶۴.

267.

<https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2022.100781>

Sacco, P., Arenas, A., De Domenico, M. (2023). The political economy of big data leaks: Uncovering the skeleton of tax evasion. *Journal of Chaos, Solitons & Fractals*, (168): 37-55. <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2023.113182>

Stroppe, A. (2023). Left behind in a public services wasteland? On the accessibility of public services and political trust. *Political Geography*, (105): 179-196.

<https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2023.102905>

Ting Kuo, N., Li, S., & Jin, Z. (2023). Social trust and the demand for audit quality. *Research in International Business and Finance*, (65): 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.101931>

Todaro, N., Marzia Gusmerotti, N., Daddy, T., & Frey, M. (2023). Do environmental attitudes affect public acceptance of key enabling technologies? Assessing the influence of environmental awareness and trust on public perceptions about nanotechnology. *Journal of Cleaner Production*, (387): 166-180. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135964>

Wen, Y., & Zhang, X., Li, K., Sun, W., & Zheng, H. (2022). Generalized morality and the provision of public goods: The role of social trust and public participation. *Journal of Habitat International*, (125): 883- 899. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2022.102584>

Yatsuya, H., He, Y., Ota, A., & Tabuchi, T. (2022). The association of public trust with the utilization of digital contact tracing for COVID-19 in Japan. *Journal of Public Health in Practice*, 1(4): 22-39. <https://doi.org/10.1016/j.puhip.2022.100279>

Zhu, J., Cheng Ho, K., Luo, S., Peng, L. (2023). Pandemic and tax avoidance: Cross-country evidence. *Journal of Economic Modelling*, (124): 787-801. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106300>

Hellmann, D., Fishman, E., Lugo-Fagundo, E., & Rowe, S. (2023). Renegades, Rebels, and Revolutionaries: Making Medicine a Better Public Trust. *Journal of the American College of Radiology*, 20(2): 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jacr.2022.06.022>

Jiang, Q., Chen, Y., & Sun, T. (2023). Government social media and corporate tax avoidance. *China Journal of Accounting Research*, 16(2): 470-489. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2023.100304>

Kanchan, B., Chandan, G., & Gautom, O. (2021). Implication of lean practices in enhancing public trust: An empirical study. *Journal of Materialstoday Proceedings*, 47(11): 3358-3363. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.158>

Kant, S., & Vertinsky, I. (2023). The anatomy of social capital of a Canadian indigenous community: Implications of social trust field experiments for community-based forest management. *Journal of Forest Policy and Economics*, (114): 1172- 1190. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2022.102822>

Kozuch, B., & Sienkiewicz, K. (2022). Building collaborative trust in public safety networks. *Journal of Safety Science*, (152): 196- 213. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2022.105785>

Li, C., Khan, M., & Chen, Z. (2023). Public trust of physicians in China improved since the COVID-19 pandemic Began. *Journal of Social Science & Medicine*, (320): 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.115704>

Lyu, X., Ma, J., & Zhang, X. (2023). Social trust and corporate innovation: An informal institution perspective. *The North American Journal of Economics and Finance*, (64): 1096- 1110. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2022.101829>

Mazumder, S., & Rao, R. (2023). Social trust and the choice between bank debt and public debt: Evidence from international data. *Journal of Multinational Financial Management*, (67): 252-

## **Presenting a Structural-Interpretive Model of Public Trust in the Tax System**

*Mohammad MirArab Razi<sup>1</sup>*

*Rouhollah Samiei<sup>2\*</sup>*

*Samereh Shojaei<sup>3</sup>*

*Mahmoudreza Mostaghimi<sup>4</sup>*

### **Abstract**

*One of the most important challenges in the country's tax system is public trust. The importance of this issue can be highlighted from three aspects: justice, trusting and riskness. On the other hand, the lack of independent and comprehensive research regarding public trust in the tax system is the necessity of the current research. Therefore, the purpose of this research is to provide a model of public trust in the tax system. The statistical population includes the fiscal affairs organizations of Golestan, Mazandaran, and Gilan provinces. The research method is applied-developmental in terms of purpose, and mixed-exploratory in terms of nature. In the qualitative part, in order to identify the influential factors, the method of content analysis, literature review, and exploratory interviews with 30 experts was used. The non-random method with the snowball technique was used to select experts until reaching theoretical saturation. In the quantitative part, the opinions of general managers and deputy governors of provincial centers and heads of departments were used in the number of 130 people, and the sample size was estimated to be 100 people by simple random sampling using Morgan's Kargesi table. Delphi method was used to screen and select the factors, and among the 17 identified factors, 15 elements were selected, and using exploratory factor analysis, the determined factors were conceptualized in the form of three main factors fairness, trust building, and riskiness. Also, the structural-interpretive modeling method has been used for stratification, which is placed in the first level of fairness, the second level of trust building, and the third level of riskiness. According to the graph of the power of influence and degree of dependence, all three factors were placed in the autonomous region, which has low power of influence and degree of dependence and will have little influence and permeability.*

**Keywords:** *Public trust, Tax system, Fairness, Fuzzy Delphi, Structural-interpretive modeling*

---

*1. Ph. D Candidate, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. Mirarabrazi84@gmail.com*

*2. Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. R-samiei@aliabadiu.ac.ir (Corresponding Author)*

*3. Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. Shojaei@aliabadiu.ac.ir*

*4. Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. Mostaghimi@aliabadiu.ac.ir*