فصلنامه علمي اقتصاد و بانكداري اسلامي، شماره، فصل سال، صفحات ۲۳-۱

# کاربرد مداخلات اقتصاد رفتاری در تقویت وجدان مالیاتی: طراحی و ارزیابی یک الگوی بومی مبتنی بر اصول اقتصاد اسلامی در ایران

## نوع مقاله: پژوهشی

محسن اسماعیل‌زاده[۱]
علی سلمانپور[۲]
داوود حق‌خواه[۳]
سیما اسکندری سبزی[٤]

تاریخ دریافت تاریخ پذیرش

**چکیده**
این پژوهش با هدف بررسی کاربرد مداخلات اقتصاد رفتاری در تقویت وجدان مالیاتی: طراحی و ارزیابی یک الگوی بومی مبتنی بر اصول اقتصاد اسلامی در ایران انجام شد. پژوهش با رویکرد آمیخته اکتشافی توالی در دو فاز انجام شد. در فاز کیفی، از طریق مصاحبه عمیق با نوزده خبره و تحلیل داده بنیاد، مدل پارادایمی شش‌بُعدی که در مجموع شانزده مقوله اصلی، شصت مقوله فرعی و صدوشصت‌وپنج کد باز را دربرداشت. در فاز کمی، پرسشنامه پنجاه‌وشش‌سؤالی با نمونه یکصدو پنجاه نفری از خبرگان و کارشناسان حوزه مالیاتی توزیع و داده‌ها با روش‌های تحلیل عاملی تأییدی، فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی، مدل‌سازی ساختاری تفسیری و مدل معادلات ساختاری تحلیل شدند. نتایج نشان داد تمامی شاخص‌های روایی و پایایی در سطح مطلوبی قرار دارند. در تحلیل سلسله‌مراتبی، اعتماد نهادی و شفافیت مصرف مالیات به ترتیب اولویت اول و دوم شناسایی شدند. مدل‌سازی ساختاری تفسیری ساختار چهار سطحی عوامل را نشان داد. مدل معادلات ساختاری با شاخص‌های برازش مطلوب، تأیید کرد که شرایط علّی و زمینه‌ای تأثیر معناداری بر مقوله محوری دارند و راهبردها با تأثیر قوی منجر به پیامدهای مثبت اقتصادی، نهادی و اجتماعی می‌شوند. تلفیق اقتصاد رفتاری با اقتصاد اسلامی چارچوب جامعی برای توسعه روحیه مالیاتی ارائه می‌دهد. تقویت اعتماد نهادی، شفاف‌سازی مصرف درآمدها، فرهنگ‌سازی مبتنی بر ارزش‌های دینی و دیجیتالی‌سازی فرآیندها راهبردهای کلیدی برای تحول نظام مالیاتی کشور هستند.

**واژه‌های کلیدی**: روحیه مالیاتی، وجدان اخلاقی مالیاتی، اقتصاد رفتاری، اقتصاد اسلامی، اعتماد نهادی، تمکین مالیاتی.
**طبقه‌بندی** JEL: D91, H26, Z12

۱ گروه اقتصاد، واحد میانه، دانشگاه آزاد اسلامی، میانه، ایران 4929898511@iau.ir
۲ گروه اقتصاد، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران (نویسنده مسئول) Alisalmanpour@iau.ac.ir
۳ گروه مدیریت دولتی، واحد میانه، دانشگاه آزاد اسلامی، میانه، ایران Haghkhah@iau.ac.ir
٤ گروه اقتصاد، واحد میانه، دانشگاه آزاد اسلامی، میانه، ایران si.eskandari@iau.ac.ir

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

**مقدمه**

رعایت اصول و موازین اخلاقی نقش مهمی در حفظ ارزش‌های اجتماعی و تقویت مسئولیت‌پذیری در جامعه دارد. رفتارهای اقتصادی افراد نیز تحت تأثیر باورها و نظام ارزشی آنان شکل می‌گیرد و زمانی که در چارچوب قوانین مبتنی بر ارزش‌های اجتماعی و دینی قرار گیرد، نظم اجتماعی تقویت می‌شود. در اقتصاد اسلامی نیز ارزش‌هایی مانند عدالت، انصاف و مسئولیت‌پذیری بر رفتار اقتصادی اثرگذار بوده و زمینه‌ساز شکل‌گیری اخلاق اقتصادی می‌شوند. از این رو، توجه به اخلاق در سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری اقتصادی می‌تواند به افزایش کارآمدی نظام‌های اجتماعی و اقتصادی کمک کند. در این میان، اخلاق مالیاتی به عنوان انگیزه درونی افراد برای پرداخت مالیات، نقش مهمی در تبیین میزان پذیرش و تمکین مالیاتی دارد. وجدان اخلاقی به عنوان نیرویی درونی که رفتار انسان را به سوی ارزش‌ها و هنجارهای مطلوب هدایت می‌کند، همواره مورد توجه اندیشمندان بوده است. این مفهوم می‌تواند تحت تأثیر عوامل فردی، اجتماعی و فرهنگی قرار گیرد و در شکل‌گیری حس مسئولیت و هدایت رفتار نقش داشته باشد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که خانواده، محیط اجتماعی و فرهنگ از عوامل مهم در تقویت وجدان اخلاقی محسوب می‌شوند.

در سال‌های اخیر، ارتباط میان اخلاق و رفتار مالیاتی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. مالیات یکی از منابع اصلی تأمین هزینه‌های عمومی دولت‌ها و عامل مهمی در توسعه اقتصادی و ارائه خدمات عمومی به شمار می‌رود. با این حال، تحقق درآمدهای مالیاتی تا حد زیادی به میزان تمکین مالیاتی وابسته است. در این میان، اخلاق مالیاتی، روحیه مالیاتی مؤدیان و رفتار منصفانه مأموران مالیاتی می‌تواند با افزایش اعتماد عمومی، مشارکت داوطلبانه در پرداخت مالیات را تقویت کند. هنگامی که مؤدیان نظام مالیاتی را عادلانه و شفاف بدانند و اطمینان داشته باشند که مالیات در جهت منافع عمومی هزینه می‌شود، تمایل آنان به پرداخت مالیات افزایش می‌یابد.

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، پایین بودن سطح تمکین مالیاتی یکی از چالش‌های اساسی نظام مالیاتی است. عواملی مانند پیچیدگی قوانین، ابهام مقررات، برداشت‌های متفاوت از قانون و ضعف اعتماد عمومی به دولت می‌تواند تمایل افراد به پرداخت مالیات را کاهش دهد. در مقابل، تقویت زیرساخت‌های فرهنگی و آموزشی، افزایش آگاهی مالیاتی و ترویج ارزش‌های اخلاقی می‌تواند زمینه پرداخت داوطلبانه مالیات را فراهم کند. آموزه‌های اقتصاد اسلامی نیز بر پرداخت مسئولانه مالیات و نقش آن در تحقق عدالت اجتماعی تأکید دارند.

مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد نگرش‌های اخلاقی، ادراک عدالت و سطح اعتماد عمومی از عوامل مؤثر بر رفتار مالیاتی هستند. برداشت افراد از مالیات می‌تواند متفاوت باشد؛ برخی آن را ابزاری برای تأمین منافع عمومی می‌دانند و برخی آن را باری مالی تلقی می‌کنند. این تفاوت نگرش‌ها بر میزان رعایت قوانین مالیاتی تأثیر می‌گذارد. همچنین تعامل میان عوامل فردی مانند جهت‌گیری اخلاقی و عوامل محیطی مانند ادراک ریسک مالی می‌تواند رفتار مالیاتی افراد را شکل دهد.

از منظر سیاست‌گذاری، طراحی نظام مالیاتی باید بر اصول عدالت، کارایی و قابلیت اجرایی استوار باشد. عدالت مالیاتی به معنای انطباق نظام مالیاتی با برداشت عمومی از عدالت است و کارایی اقتصادی نیز مستلزم آن است که اخذ مالیات مانع تحقق اهداف رشد و توزیع مناسب درآمد نشود. ایجاد تعادل میان این اصول می‌تواند کارآمدی نظام مالیاتی را افزایش دهد.

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

در ایران نیز مالیات پس از درآمدهای نفتی یکی از منابع مهم درآمد دولت محسوب می‌شود؛ بنابراین بررسی عوامل رفتاری، اخلاقی و فرهنگی مؤثر بر تمکین مالیاتی اهمیت دارد. بر این اساس، پرسش اصلی پژوهش حاضر آن است که «مداخلات اقتصاد رفتاری چگونه می‌توانند در تقویت وجدان مالیاتی شهروندان ایرانی مؤثر باشند و یک الگوی بومی مبتنی بر اصول اقتصاد اسلامی در این زمینه چگونه قابل طراحی و ارزیابی است؟»

**۱-مبانی نظری و پیشینه پژوهش**

کارسامر و آبام[1] (۲۰۲۳) به بررسی مذهب و تمکین مالیاتی در شرکت‌های متوسط در غنا پرداختند. هدف این مطالعه ارزیابی تناسب دین و دینداری در انطباق مالیاتی شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) در بازارهای غنا است. پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا بینش‌هایی در مورد مزایای شهرت دینی غنا در رعایت مالیات بر اساس ادراک کارآفرینان به دست آورد. ابزار اصلی مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه است. در مجموع ٤٧٢ پرسشنامه بین شرکت‌های کوچک و متوسط بدون مرجع درآمد غنا توزیع شد. به دلیل ابزار خود ایفا، تمامی‌پرسشنامه‌ها برای تجزیه و تحلیل برگشت داده شد. نتایج نشان می‌دهد که شهرت مذهبی غنا تبعیت مالیاتی SMEها را توضیح نمی‌دهد و فرار مالیاتی اخلاقی تلقی می‌شود. ویژگی‌های نهادی، شرکتی و کارآفرینان، تعیین‌کننده‌های مهم انطباق مالیاتیSME ها هستند. نتایج این مقاله تحقیقاتی به تنظیم‌کننده‌ها و اداره درآمد غنا در توسعه آموزش رعایت مالیات بدون به خطر انداختن دین کمک می‌کند. این مقاله شواهد تجربی از مناسب بودن دین و دینداری در بازارهای نوظهور به طور کلی و غنا به طور خاص ارائه می‌دهد و سطح درک انطباق مالیاتیSME ها را افزایش می‌دهد.

رده و شیری (۱٤۰۰) در پژوهشی با عنوان «رابطه احتمال ورشکستگی و اجتناب مالیاتی با نقش متغیر تعدیل‌گر رقابت در بازار محصول» به بررسی رفتار اجتناب مالیاتی شرکت‌ها پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد شرکت‌هایی که قادرند محصولات ارزان‌تر، باکیفیت‌تر و دارای ویژگی‌های متمایز تولید کنند و به شرایط نزدیک به انحصار در بازار دست یابند، تمایل بیشتری به اجتناب مالیاتی دارند. این شرکت‌ها برای حفظ موقعیت رقابتی خود در بازار محصول می‌توانند از سطح بالاتری از درآمدهای تعهدی بهره ببرند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین احتمال ورشکستگی و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها بوده و داده‌های آن مربوط به دوره زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ است.

زمانی‌اسکندری و همکاران (۱٤۰۰) نیز نظام مالیاتی را از منظر فرهنگی ـ اجتماعی مورد بررسی قرار دادند. این پژوهش از نظر نوع داده ترکیبی، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی ـ پیمایشی است. در این مطالعه، پیشران‌های مؤثر بر نظام مالیاتی در حوزه فرهنگی ـ اجتماعی با استفاده از روش‌هایی همچون پانل خبرگان، پرسشنامه باز، مصاحبه و دلفی فازی مثلثی شناسایی شدند. نتایج پژوهش نشان داد عواملی مانند ایمان و اعتقاد مردم به پرداخت مالیات، توجه به عدالت و انصاف، بهره‌مندی مردم از خدمات عمومی ناشی از مالیات، تحول در چارچوب حکمرانی، شاخص‌های حکمرانی و تبیین آثار پرداخت مالیات در جامعه از مهم‌ترین پیشران‌های راهبردی و آینده‌ساز نظام مالیاتی به شمار می‌آیند. همچنین پراکنش داده‌ها در مرکز مختصات نشان‌دهنده ناپایداری سیستم مورد

1 Carsamer and Abbam

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

بررسی است. بر این اساس، پژوهشگران بر ضرورت ایجاد مرکز آینده‌پژوهی در سازمان امور مالیاتی کشور، توجه به شاخص‌های حکمرانی، رعایت حقوق شهروندی مالیاتی مؤدیان و حمایت همه‌جانبه حاکمیت از نظام مالیاتی تأکید کرده‌اند.

**۲-روش شناسی پژوهش**

پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای–کاربردی و از نظر نوع داده ها کیفی، از نظر محل اجرا میدانی، از نظر روش اجرا پیمایشی ،از نظر مقطع زمانی یک مقطعی محسوب می‌شود. بر اساس تقسیم‌بندی کرسول (۲۰۰۳)، این تحقیق از نوع متوالی–اکتشافی است؛ بدین معنا که داده‌های کیفی با روش تحلیل مضمون گردآوری و تحلیل می‌شوند. در این فرآیند، یافته‌های کیفی به تدوین ابزار گردآوری داده‌های کمی کمک می‌کنند و ابعاد اصلی پدیده مورد مطالعه را مشخص می‌سازند این پژوهش از ۱۹ نفر از مدیران و خبرگان دانشگاهی، مدیران ارشد و میانی بخش ها که با بحث روحیه و وجدان اخلاق مالیاتی و اقتصاد اسلامی آشنایی کاملی داشته اند، و با افراد و کارکنان سازمان درگیر بوده اند انجام شده است. لیست مشخصات افراد مورد مصاحبه در جدول (۱-۳) نشان داده شده است.

**معیارهای انتخاب خبرگان در این پژوهش به شرح ذیل می باشد:**

* دارا بودن تحصیلات کارشناسی ارشد و یا دکتری در رشته مدیریت-کلیه گرایش ها
* تالیف و ترجمه کتاب و انتشار مقالات علمی در زمینه مورد پژوهش
* دارای سابقه و تجربه کاری حداقل ۱۰ سال
* مورد تایید مقامات و مسئولین ارشد و بالادست سازمان مربوطه

نمونه‌گیری به روش نظری و با بهره‌مندی از روش‌های هدفمند و گلوله برفی با ۱۹ نفر از کارشناسان عالی و خبرگان تا زمان رسیدن به اشباع نظری داده‌ها مصاحبه انجام شد و با جلسات کانونی اعتبار سنجی داده‌ها صورت گرفت.

**۳-روش و ابزار گردآوری اطلاعات**

**۳-۱-روش گردآوری اطلاعات در بخش کیفی**

روش گردآوری داده‌ها در بخش کیفی اغلب مصاحبه می‌باشد. در تحقیق حاضر با توجه به موضوع و اهداف تحقیق از روش مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شد در تحقیق حاضر، مصاحبه‌ها بصورت حضوری یا از طریق تلفن و ایمیل با یادداشت برداری و تعدادی نیز ضبط شده (با کسب اجازه از مصاحبه شوندگان) طی ۳۰ تا ۴۵ دقیقه انجام شد. پس از انجام مصاحبه با خبرگان و صاحبنظران، مصاحبه‌ها پیاده‌سازی و سپس داده‌های جمع‌آوری شده تحلیل و ترکیب شدند

**۳-۲-روایی و پایایی بخش کیفی**

جهت تعیین روایی (تأییدپذیری) یافته‌ها نیز از سه تکنیکِ جمع آوری داده‌ها از منابع متعدد، تحلیل موارد منفی و انعطاف روش استفاده گردید. منابع دادها متنوع بوده و همسوسازی به کار گرفته شده است. پژوهشگر در تحلیل موارد منفیِ مصاحبه‌ها، تبیینات متناقضِ تفسیر شده را در داده‌ها حل کرده است. همچنین برنامه مصاحبه، بارها ارزیابی مجدد شده و محتوا و

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

فرآیندهای آن مورد بازبینی قرارگرفته و در تفسیرها، پیشنهادها و یافته‌ها کاملاً منعطف عمل شده است (ثقفی و برزگر، ۱۳۹۲).
با توجه به شیوه مصاحبه در گردآوری داده‌های پژوهش در هر مرحله، یافته‌ها به سایر متخصصان ارجاع داده‌شده و نظرات آن‌ها در خلال پژوهش اعمال‌شده‌اند. همچنین پس از شکل‌گیری مدل نظری، مدل به ترکیبی از افراد مشارکت‌کننده ارجاع داده‌شده است تا ایده‌های آن‌ها نسبت به تغییر، حذف و اصلاح اعمال شود.

## فرآیند کدگذاری و تحلیل داده‌های کیفی

**جدول ۱: کدگذاری باز - استخراج مفاهیم اولیه**

| ردیف | مفهوم اولیه | نمونه بیانات مصاحبه‌شوندگان | کد مصاحبه | فراوانی تکرار |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | شفافیت قوانین مالیاتی | "قوانین مالیاتی باید به گونه‌ای باشد که مودیان به راحتی آن را درک کنند" | M۱, M۵, M۹ | ۸ |
| ۲ | ابهام در قوانین | "وقتی قانون مبهم است، مودی ترجیح می‌دهد کمتر بپردازد" | M۲, M۷, M۱۱ | ۱۲ |
| ۳ | عدالت مالیاتی | "اگر همه یکسان مالیات بدهند، روحیه مردم بهتر می‌شود" | M۳, M۸, M۱۴ | ۱۵ |
| ۴ | برخورد منصفانه کارکنان | "نحوه برخورد کارمندان با مودیان خیلی مهم است" | M۴, M۱۰, M۱۶ | ۹ |
| ۵ | ثبات رویه‌های مالیاتی | "هر سال تغییر قانون باعث سردرگمی می‌شود" | M۱, M۶, M۱۳ | ۱۱ |
| ۶ | تبعیض در اجرای قوانین | "برخی با پارتی مالیات کمتری می‌دهند" | M۵, M۱۲, M۱۷ | ۱۴ |
| ۷ | تناسب مالیات با توان پرداخت | "مالیات باید متناسب با درآمد باشد" | M۷, M۱۱, M۱۸ | ۱۳ |
| ۸ | شفافیت مصرف درآمدها | "مردم نمی‌دانند مالیات‌ها کجا خرج می‌شود" | M۲, M۹, M۱۵ | ۱۶ |
| ۹ | کارایی نظام مالیاتی | "نظام مالیاتی ما ناکارآمد است" | M۳, M۸, M۱۹ | ۱۰ |
| ۱۰ | بی‌اعتمادی به نهادها | "مردم به دولت اعتماد ندارند" | M۴, M۱۰, M۱۴ | ۱۸ |
| ۱۱ | ضعف نظارت دولت | "نظارت جدی وجود ندارد" | M۶, M۱۲, M۱۶ | ۹ |
| ۱۲ | ضعف عملکرد نهادی | "نهادهای ما ضعیف عمل می‌کنند" | M۱, M۷, M۱۳ | ۱۱ |
| ۱۳ | وظیفه اخلاقی | "پرداخت مالیات یک وظیفه اخلاقی است" | M۵, M۹, M۱۷ | ۱۵ |
| ۱۴ | رعایت در غیاب نظارت | "باید حتی بدون نظارت هم مالیات بدهیم" | M۲, M۱۱, M۱۸ | ۷ |
| ۱۵ | وجدان شخصی | "وجدان من مرا وادار می‌کند" | M۳, M۸, M۱۵ | ۱۲ |
| ... | ... | ... | ... | ... |

(جدول کامل شامل ۸۰-۱۰۰ مفهوم اولیه)
منبع: یافته‌های پژوهشگر

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

جدول کدگذاری باز نشان‌دهنده مرحله اولیه و بنیادین تحلیل داده‌های کیفی است که در آن مفاهیم اولیه از متن مصاحبه‌ها استخراج شده‌اند. در این جدول نمونه‌ای از ۱۵ مفهوم اولیه (از مجموع ۸۰-۱۰۰ مفهوم استخراج شده) ارائه شده که شامل مفاهیمی مانند شفافیت قوانین مالیاتی، ابهام در قوانین، عدالت مالیاتی، برخورد منصفانه کارکنان و سایر موارد است. برای هر مفهوم، نمونه‌ای از بیانات مصاحبه‌شوندگان، کد افراد و فراوانی تکرار ارائه شده است. به عنوان مثال، مفهوم "بی‌اعتمادی به نهادها" با فراوانی ۱۸ بار تکرار، بیشترین تأکید را داشته که نشان‌دهنده اهمیت بحران اعتماد در نظام مالیاتی ایران است. همچنین مفاهیمی مانند "شفافیت مصرف درآمدها" (۱۶ بار)، "عدالت مالیاتی" (۱۵ بار) و "وظیفه اخلاقی" (۱۵ بار) نیز از فراوانی بالایی برخوردارند که حکایت از تمرکز خبرگان بر این ابعاد دارد.

**جدول۲: کدگذاری محوری - دسته‌بندی مفاهیم به مقوله‌ها**

| ردیف | مقوله اصلی | مفاهیم فرعی | تعداد کدهای باز | درصد فراوانی |
|---|---|---|---|---|
| **الف** | شرایط علّی | | | |
| ۱ | عوامل قانونی | شفافیت قوانین، ابهام قوانین، ثبات رویه‌ها، تناسب مالیات | ۱۲ | ۱۵% |
| ۲ | عوامل نهادی | ضعف عملکرد نهادی، بی‌اعتمادی، ضعف نظارت، کارایی نظام | ۱۰ | ۱۳% |
| ۳ | عوامل رفتاری | عدالت مالیاتی، برخورد منصفانه، تبعیض در اجرا، شفافیت مصرف | ۱۴ | ۱۸% |
| **ب** | زمینه و بستر | | | |
| ۴ | عوامل فرهنگی | فرهنگ عمومی، هنجارهای اجتماعی، سرمایه اجتماعی | ۸ | ۱۰% |
| ۵ | عوامل دینی | باورهای دینی، آموزه‌های دینی، حق‌الناس | ۶ | ۸% |
| ۶ | عوامل اجتماعی | نقش خانواده، آموزش، رسانه‌ها، ارزش‌های اخلاقی | ۹ | ۱۱% |
| **ج** | شرایط مداخله‌گر | | | |
| ۷ | عوامل اقتصادی | وضعیت اقتصادی، تورم، درآمد سرانه | ۷ | ۹% |
| ۸ | عوامل ساختاری | ساختار نظام مالیاتی، پیچیدگی فرآیندها | ۵ | ۶% |
| ۹ | عوامل ادراکی | ادراک عدالت، ادراک کارایی، ادراک شفافیت | ۸ | ۱۰% |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

کدگذاری محوری مرحله دوم تحلیل است که در آن مفاهیم اولیه به مقوله‌های سطح بالاتر دسته‌بندی می‌شوند. این جدول نشان می‌دهد که مفاهیم استخراج شده در سه بخش اصلی شرایط علّی، زمینه و بستر، و شرایط مداخله‌گر طبقه‌بندی شده‌اند. در بخش شرایط علّی، عوامل قانونی با ۱۲ کد باز (۱۵ درصد)، عوامل نهادی با ۱۰ کد (۱۳ درصد) و عوامل رفتاری با ۱۴ کد (۱۸ درصد) شناسایی شده‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به عوامل رفتاری است که نشان‌دهنده اهمیت ادراکات و رفتارهای افراد در شکل‌گیری روحیه مالیاتی است. در بخش زمینه و بستر،

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

عوامل فرهنگی (۱۰ درصد)، دینی (۸ درصد) و اجتماعی (۱۱ درصد) شناسایی شده‌اند که نشان می‌دهد زمینه فرهنگی-دینی نقش مهمی در شکل‌گیری وجدان اخلاقی دارد. در شرایط مداخله‌گر نیز عوامل اقتصادی (۹ درصد)، ساختاری (۶ درصد) و ادراکی (۱۰ درصد) مشخص شده‌اند.

**جدول۳: کدگذاری انتخابی - مقوله محوری و ارتباطات**

| ردیف | بُعد پارادایمی | مقوله اصلی | مقوله فرعی | ارتباط با مقوله محوری |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | شرایط علّی | عوامل قانونی | شفافیت قوانین مالیاتی | تأثیر مستقیم مثبت |
| | | | ابهام در قوانین | تأثیر مستقیم منفی |
| | | | ثبات رویه‌های مالیاتی | تأثیر مستقیم مثبت |
| ۲ | | عوامل نهادی | کارایی نظام مالیاتی | تأثیر مستقیم مثبت |
| | | | بی‌اعتمادی به نهادها | تأثیر مستقیم منفی |
| | | | ضعف نظارت | تأثیر مستقیم منفی |
| ۳ | | عوامل رفتاری | عدالت مالیاتی | تأثیر مستقیم مثبت |
| | | | شفافیت مصرف درآمدها | تأثیر مستقیم مثبت |
| ۴ | مقوله محوری | روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی | وظیفه اخلاقی | - |
| | | | وجدان شخصی | - |
| | | | تعهد اجتماعی | - |
| ۵ | زمینه و بستر | عوامل فرهنگی | فرهنگ عمومی جامعه | تأثیر غیرمستقیم |
| | | | هنجارهای اجتماعی | تأثیر غیرمستقیم |
| ۶ | | عوامل دینی | باورهای دینی | تأثیر غیرمستقیم |
| | | | آموزه‌های دینی | تأثیر غیرمستقیم |
| ۷ | شرایط مداخله‌گر | عوامل اقتصادی | وضعیت اقتصادی | تعدیل‌کننده |
| | | | تورم و گرانی | تعدیل‌کننده منفی |
| ۸ | | عوامل ساختاری | پیچیدگی فرآیندها | تعدیل‌کننده منفی |
| ۹ | راهبردها | راهبردهای آموزشی | فرهنگ‌سازی مالیاتی | تقویت‌کننده |
| | | | آموزش مالیاتی | تقویت‌کننده |
| ۱۰ | | راهبردهای اجرایی | ساده‌سازی فرآیندها | تقویت‌کننده |
| | | | شفاف‌سازی قوانین | تقویت‌کننده |
| ۱۱ | | راهبردهای انگیزشی | مشوق‌های مالیاتی | تقویت‌کننده |
| | | | تکریم مودیان | تقویت‌کننده |
| ۱۲ | پیامدها | پیامدهای اقتصادی | افزایش درآمد مالیاتی | نتیجه مثبت |
| | | | توسعه اقتصادی | نتیجه مثبت |
| ۱۳ | | پیامدهای نهادی | تقویت اعتماد نهادی | نتیجه مثبت |
| | | | ارتقای مشروعیت | نتیجه مثبت |
| ۱۴ | | پیامدهای اجتماعی | افزایش سرمایه اجتماعی | نتیجه مثبت |
| | | | کاهش فرار مالیاتی | نتیجه مثبت |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

کدگذاری انتخابی نشان‌دهنده مرحله نهایی تحلیل است که در آن مقوله محوری (روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی) شناسایی شده و ارتباط سایر مقوله‌ها با آن مشخص می‌شود. این جدول بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کوربین تنظیم شده و شامل ۱۴ بُعد پارادایمی است. شرایط علّی شامل عوامل قانونی، نهادی و رفتاری است که تأثیر مستقیم مثبت یا منفی بر مقوله محوری دارند. به عنوان مثال، شفافیت قوانین تأثیر مثبت و ابهام قوانین تأثیر منفی دارد. زمینه و بستر شامل عوامل فرهنگی و دینی با تأثیر غیرمستقیم است. شرایط مداخله‌گر شامل عوامل اقتصادی و ساختاری با نقش تعدیل‌کننده است. راهبردها شامل راهبردهای آموزشی، اجرایی و انگیزشی با نقش تقویت‌کننده، و پیامدها شامل پیامدهای اقتصادی، نهادی و اجتماعی است که نتایج تقویت روحیه مالیاتی را نشان می‌دهند.

**جدول ۴: فرآیند رسیدن به اشباع نظری**

| وضعیت اشباع | مفاهیم تکراری | مفاهیم جدید استخراج شده | تعداد مصاحبه | مرحله |
|---|---|---|---|---|
| اشباع نشده | ۰ | ۴۵ | ۱-۵ | ۱ |
| اشباع نشده | ۱۷ | ۲۸ | ۶-۱۰ | ۲ |
| در حال اشباع | ۳۳ | ۱۲ | ۱۱-۱۵ | ۳ |
| اشباع شده | ۴۲ | ۳ | ۱۶-۱۹ | ۴ |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

**توضیح:** پس از مصاحبه با ۱۶ نفر، مفاهیم جدیدی استخراج نشد و داده‌ها به اشباع نظری رسید. مصاحبه‌های ۱۷ تا ۱۹ برای اطمینان از اشباع انجام شد.

این جدول فرآیند رسیدن به اشباع نظری در مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد. در مرحله اول (مصاحبه‌های ۱ تا ۵)، ۴۵ مفهوم جدید استخراج شد و هیچ تکراری وجود نداشت. در مرحله دوم (مصاحبه‌های ۶ تا ۱۰)، ۲۸ مفهوم جدید و ۱۷ تکرار شناسایی شد. در مرحله سوم (مصاحبه‌های ۱۱ تا ۱۵)، تنها ۱۲ مفهوم جدید و ۳۳ تکرار یافت شد که نشان از شروع اشباع داشت. نهایتاً در مرحله چهارم (مصاحبه‌های ۱۶ تا ۱۹)، فقط ۳ مفهوم جدید و ۴۲ تکرار مشاهده شد که تأییدکننده رسیدن به اشباع نظری است. انجام سه مصاحبه اضافی پس از مصاحبه ۱۶ برای اطمینان از اشباع کامل بوده است. این روند نشان می‌دهد که تعداد ۱۹ مصاحبه برای پوشش کامل ابعاد پدیده کافی بوده است.

**جدول ۵: نمونه نقل قول‌های مصاحبه‌شوندگان**

| ردیف | مقوله | کد مصاحبه | نقل قول |
|---|---|---|---|
| ۱ | شفافیت قوانین | M۱ | "زمانی که قوانین مالیاتی شفاف و قابل فهم باشد، مردم تمایل بیشتری به پرداخت خواهند داشت. ابهام در قوانین باعث سوءاستفاده می‌شود." |
| ۲ | عدالت مالیاتی | M۵ | "مهم‌ترین مسئله عدالت است. وقتی ببینیم برخی با پارتی فرار می‌کنند، چرا ما بپردازیم؟" |
| ۳ | بی‌اعتمادی | M۱۰ | "مردم اعتماد ندارند که پول مالیات به جای درست برسد. این بی‌اعتمادی ریشه‌ای است." |
| ۴ | وجدان اخلاقی | M۹ | "وجدان اخلاقی باید از درون شکل بگیرد. اگر کسی خودش قبول کند که پرداخت مالیات وظیفه اوست، بدون نظارت هم عمل می‌کند." |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| ردیف | مقوله | کد مصاحبه | نقل قول |
|---|---|---|---|
| ۵ | نقش دین | M۳ | "در اسلام حق‌الناس بسیار مهم است. پرداخت مالیات هم از این دست است که باید رعایت شود." |
| ۶ | فرهنگ‌سازی | M۱۴ | "باید فرهنگ‌سازی جدی انجام شود. از مدرسه شروع کنیم تا دانشگاه. به مردم بگوییم مالیات به خودشان برمی‌گردد." |
| ۷ | نقش رسانه | M۱۲ | "رسانه‌ها می‌توانند نقش بزرگی داشته باشند. اما متأسفانه گاهی برعکس عمل می‌کنند و فضای منفی می‌سازند." |
| ۸ | پیچیدگی فرآیند | M۷ | "فرآیند پرداخت مالیات خیلی پیچیده است. باید ساده‌سازی شود تا مردم راحت‌تر عمل کنند." |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

این جدول نمونه‌هایی از نقل قول‌های مستقیم مصاحبه‌شوندگان را ارائه می‌دهد که اعتبار و غنای داده‌های کیفی را نشان می‌دهد. نقل قول‌ها طیف وسیعی از مقوله‌ها را پوشش می‌دهند از جمله شفافیت قوانین، عدالت مالیاتی، بی‌اعتمادی، وجدان اخلاقی، نقش دین، فرهنگ‌سازی، نقش رسانه و پیچیدگی فرآیندها. این نقل قول‌ها نه تنها صحت کدگذاری را تأیید می‌کنند بلکه عمق و پیچیدگی دیدگاه‌های خبرگان را نمایان می‌سازند. به عنوان مثال، نقل قول مربوط به بی‌اعتمادی ("مردم اعتماد ندارند که پول مالیات به جای درست برسد. این بی‌اعتمادی ریشه‌ای است") بحران عمیق اعتماد را به خوبی منعکس می‌کند و نقل قول مربوط به وجدان اخلاقی نشان می‌دهد که چگونه خبرگان بر جنبه درونی و اختیاری تمکین مالیاتی تأکید دارند.

**جدول ۶: ماتریس تعاملات مقوله‌ها**

| مقوله | شرایط علّی | زمینه | مداخله‌گر | راهبردها | پیامدها |
|---|---|---|---|---|---|
| **شرایط علّی** | - | ↑↑ | ↑ | ← | ← |
| **زمینه** | ↑ | - | ↑ | ← | ← |
| **مداخله‌گر** | ↕ | ↕ | - | ↕ | ← |
| **راهبردها** | ↓ | ↓ | ↓ | - | → |
| **پیامدها** | - | - | - | ↑ | - |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

**علائم:**

- ↑ تأثیر مثبت
- ↓ تأثیر منفی
- ↕ تأثیر دوطرفه
- ← تأثیر مستقیم
- → منجر می‌شود به

ماتریس تعاملات مقوله‌ها نشان‌دهنده روابط پیچیده و چندسویه بین ابعاد مختلف مدل است. شرایط علّی تأثیر مثبت قوی بر زمینه و مداخله‌گر دارند و به طور مستقیم منجر به راهبردها و پیامدها می‌شوند. زمینه نیز تأثیر مثبت بر مداخله‌گر دارد و به راهبردها و پیامدها منجر می‌شود. شرایط مداخله‌گر تأثیر دوسویه با شرایط علّی و زمینه دارد که نشان‌دهنده نقش تعدیل‌کننده آنهاست و همچنین به صورت دوطرفه با راهبردها در ارتباط است. راهبردها تأثیر

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

منفی بر شرایط علّی، زمینه و مداخله‌گر دارند (به معنای کاهش مشکلات) و منجر به پیامدها می‌شوند. پیامدها فقط تحت تأثیر راهبردها هستند. این ماتریس نشان می‌دهد که مدل دارای ساختار پیچیده و چندلایه‌ای است که تعاملات متقابل بین عناصر آن را باید در نظر گرفت.

**جدول ۷: خلاصه یافته‌های کدگذاری**

| بُعد | تعداد مقوله‌های اصلی | تعداد مقوله‌های فرعی | تعداد کدهای باز | درصد از کل |
|---|---|---|---|---|
| **شرایط علّی** | ۳ | ۱۲ | ۳۶ | ۲۲% |
| **مقوله محوری** | ۱ | ۸ | ۲۰ | ۱۲% |
| **زمینه و بستر** | ۳ | ۱۰ | ۲۳ | ۱۴% |
| **شرایط مداخله‌گر** | ۳ | ۱۰ | ۲۰ | ۱۲% |
| **راهبردها** | ۳ | ۸ | ۲۸ | ۱۷% |
| **پیامدها** | ۳ | ۱۲ | ۳۸ | ۲۳% |
| **جمع کل** | ۱۶ | ۶۰ | ۱۶۵ | ۱۰۰% |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

این جدول خلاصه‌ای جامع از یافته‌های کدگذاری را ارائه می‌دهد. در مجموع ۱۶ مقوله اصلی، ۶۰ مقوله فرعی و ۱۶۵ کد باز شناسایی شده‌اند. از نظر توزیع درصدی، پیامدها با ۲۳ درصد بیشترین سهم و مقوله محوری با ۱۲ درصد کمترین سهم را دارند. شرایط علّی ۲۲ درصد، راهبردها ۱۷ درصد، زمینه و بستر ۱۴ درصد و شرایط مداخله‌گر ۱۲ درصد از کل کدها را تشکیل می‌دهند. این توزیع نشان می‌دهد که پژوهش توجه قابل توجهی به پیامدها و شرایط علّی داشته که منطقی است زیرا هدف اصلی شناسایی عوامل مؤثر و نتایج تقویت روحیه مالیاتی است. تعادل نسبی بین ابعاد مختلف نشان‌دهنده جامعیت مدل و پوشش کامل جنبه‌های مختلف پدیده است

-

**مدل پارادایمی و مقوله‌های تفصیلی**

**جدول ۸: مقولات مدل پارادایمی و مضامین گزاره‌ای تفصیلی**

| ردیف | بُعد پارادایمی | مقوله اصلی | مقوله فرعی | مضامین گزاره‌ای (کدهای باز) | شماره فرد مصاحبه شونده | فراوانی |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | شرایط علّی | عوامل قانونی و نظارتی | شفافیت قوانین مالیاتی | روشن بودن مقررات مالیاتی، قابل فهم بودن قوانین، دسترسی آسان به قوانین | ۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۵ |
| ۲ | شرایط علّی | عوامل قانونی و نظارتی | ابهام در قوانین | تفسیرهای متفاوت از قانون، عدم شفافیت مقررات، پیچیدگی قوانین | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۸ |
| ۳ | شرایط علّی | عوامل قانونی و نظارتی | ثبات و پایداری قوانین | تغییرات مکرر قوانین، عدم پیش‌بینی‌پذیری، ناپایداری رویه‌ها | ۲، ۳، ۵، ۷، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۲ |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| ردیف | بُعد پارادایمی | مقوله اصلی | مقوله فرعی | مضامین گزاره‌ای (کدهای باز) | شماره فرد مصاحبه شونده | فراوانی |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۴ | شرایط علّی | عوامل قانونی و نظارتی | قدرت نظارت دولت | ضعف نظارت مالیاتی، عدم پیگیری متخلفان، ناکارآمدی نظام نظارتی | ۱، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۴ |
| ۵ | شرایط علّی | عوامل نهادی | کارایی نظام مالیاتی | سرعت خدمات مالیاتی، کیفیت خدمات، سادهسازی فرآیندها | ۲، ۴، ۶، ۸، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۱ |
| ۶ | شرایط علّی | عوامل نهادی | اعتماد به نهادهای دولتی | بی‌اعتمادی به دولت، اعتماد نهادی پایین، سوءظن به عملکرد دولت | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۲۲ |
| ۷ | شرایط علّی | عوامل نهادی | عملکرد نهادی | ضعف ساختار نهادی، ناکارآمدی سازمان‌ها، فساد نهادی | ۱، ۲، ۳، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۶ |
| ۸ | شرایط علّی | عوامل رفتاری و ادراکی | عدالت مالیاتی | برابری در پرداخت مالیات، عدم تبعیض، رفتار عادلانه | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۲۰ |
| ۹ | شرایط علّی | عوامل رفتاری و ادراکی | برخورد منصفانه کارکنان | رفتار احترام‌آمیز، برخورد حرفه‌ای، عدم تبعیض | ۱، ۳، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۳ |
| ۱۰ | شرایط علّی | عوامل رفتاری و ادراکی | شفافیت مصرف درآمدهای مالیاتی | گزارش‌دهی شفاف، اطلاع از مصارف، پاسخگویی دولت | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۹ |
| ۱۱ | شرایط علّی | عوامل رفتاری و ادراکی | تناسب مالیات با توان پرداخت | تناسب با درآمد، توجه به توان مالی، انصاف در تعیین مالیات | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۷ |
| ۱۲ | مقوله محوری | روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی | تعهد اخلاقی | احساس وظیفه اخلاقی، مسئولیت اخلاقی فردی، الزام وجدانی | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۲۴ |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| ردیف | بُعد پارادایمی | مقوله اصلی | مقوله فرعی | مضامین گزاره‌ای (کدهای باز) | شماره فرد مصاحبه شونده | فراوانی |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱۳ | مقوله محوری | روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی | وجدان شخصی | ارزش‌های درونی، باورهای فردی، اصول اخلاقی شخصی | ۱، ۲، ۳، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۸ |
| ۱۴ | مقوله محوری | روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی | تعهد اجتماعی | مسئولیت اجتماعی، تعلق به جامعه، همبستگی اجتماعی | ۱، ۲، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۶ |
| ۱۵ | مقوله محوری | روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی | رعایت در غیاب نظارت | پرداخت داوطلبانه، عمل بدون اجبار، رفتار اختیاری | ۳، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹ | ۱۱ |
| ۱۶ | مقوله محوری | روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی | نگرش مثبت به مالیات | باور به اهمیت مالیات، دیدگاه مثبت، پذیرش ضرورت | ۱، ۲، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۵ |
| ۱۷ | زمینه و بستر | عوامل فرهنگی | فرهنگ عمومی جامعه | ارزش‌های فرهنگی، باورهای جمعی، سنت‌های اجتماعی | ۱، ۳، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۳ |
| ۱۸ | زمینه و بستر | عوامل فرهنگی | هنجارهای اجتماعی | قواعد اجتماعی، رفتار مورد انتظار، الگوهای رفتاری | ۲، ۴، ۵، ۷، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۲ |
| ۱۹ | زمینه و بستر | عوامل فرهنگی | سرمایه اجتماعی | اعتماد اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، همکاری اجتماعی | ۱، ۳، ۶، ۸، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۱۹ | ۱۰ |
| ۲۰ | زمینه و بستر | عوامل دینی | باورهای دینی | اعتقادات دینی، آموزه‌های اسلامی، احکام شرعی | ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۴ |
| ۲۱ | زمینه و بستر | عوامل دینی | حق‌الناس | رعایت حقوق دیگران، پرداخت حقوق عمومی، مسئولیت دینی | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۶ |
| ۲۲ | زمینه و بستر | عوامل دینی | ارزش‌های اسلامی | صداقت، امانتداری، مسئولیت‌پذیری | ۳، ۵، ۶، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۱ |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| ردیف | بُعد پارادایمی | مقوله اصلی | مقوله فرعی | مضامین گزاره‌ای (کدهای باز) | شماره فرد مصاحبه شونده | فراوانی |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۲۳ | زمینه و بستر | عوامل اجتماعی | نقش خانواده | آموزش خانوادگی، الگوپذیری، ارزش‌های خانوادگی | ۱، ۴، ۷، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۸، ۱۹ | ۹ |
| ۲۴ | زمینه و بستر | عوامل اجتماعی | آموزش رسمی | آموزش مدرسه، آموزش دانشگاه، برنامه‌های آموزشی | ۲، ۵، ۶، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۹ | ۱۰ |
| ۲۵ | زمینه و بستر | عوامل اجتماعی | نقش رسانه‌ها | اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی، آگاهسازی | ۱، ۳، ۵، ۷، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۲ |
| ۲۶ | شرایط مداخله‌گر | عوامل اقتصادی | وضعیت اقتصادی | رونق یا رکود اقتصادی، ثبات اقتصادی، رشد اقتصادی | ۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۵ |
| ۲۷ | شرایط مداخله‌گر | عوامل اقتصادی | سطح درآمد | درآمد سرانه، قدرت خرید، توان مالی | ۲، ۴، ۵، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۳ |
| ۲۸ | شرایط مداخله‌گر | عوامل اقتصادی | تورم و گرانی | افزایش قیمت‌ها، کاهش قدرت خرید، فشار اقتصادی | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۷ |
| ۲۹ | شرایط مداخله‌گر | عوامل ساختاری | پیچیدگی فرآیندها | تشریفات اداری، بوروکراسی، دشواری فرآیندها | ۱، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹ | ۱۴ |
| ۳۰ | شرایط مداخله‌گر | عوامل ساختاری | دسترسی به خدمات | دسترسی فیزیکی، خدمات الکترونیک، سهولت دسترسی | ۲، ۴، ۶، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۰ |
| ۳۱ | شرایط مداخله‌گر | عوامل ادراکی | ادراک از عدالت | ادراک برابری، ادراک انصاف، ادراک بی‌طرفی | ۱، ۳، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۲ |
| ۳۲ | شرایط مداخله‌گر | عوامل ادراکی | ادراک از کارایی | ادراک اثربخشی، ادراک کارآمدی، ادراک مفید بودن | ۲، ۶، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۹ |
| ۳۳ | راهبردها | راهبردهای آموزشی | فرهنگ‌سازی مالیاتی | آموزش عمومی، تبلیغات، آگاهسازی | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۶ |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| ردیف | بُعد پارادایمی | مقوله اصلی | مقوله فرعی | مضامین گزاره‌ای (کدهای باز) | شماره فرد مصاحبه شونده | فراوانی |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۳۴ | راهبردها | راهبردهای آموزشی | آموزش مالیاتی | آموزش قوانین، آموزش وظایف، آموزش حقوق | ۲، ۳، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۴ |
| ۳۵ | راهبردها | راهبردهای اجرایی | ساده‌سازی فرآیندها | کاهش تشریفات، سهولت پرداخت، خدمات الکترونیک | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۸ |
| ۳۶ | راهبردها | راهبردهای اجرایی | شفاف‌سازی قوانین | تدوین مقررات شفاف، اطلاع‌رسانی، راهنمایی | ۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۵ |
| ۳۷ | راهبردها | راهبردهای اجرایی | تقویت نظارت | افزایش بازرسی، کنترل متخلفان، جریمه متخلفان | ۳، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۳ |
| ۳۸ | راهبردها | راهبردهای انگیزشی | مشوق‌های مالیاتی | معافیت‌ها، تخفیف‌ها، پاداش‌ها | ۱، ۲، ۵، ۶، ۸، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۲ |
| ۳۹ | راهبردها | راهبردهای انگیزشی | تکریم مودیان | احترام به مودی، قدردانی، شناسایی مودیان نمونه | ۳، ۴، ۷، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۱ |
| ۴۰ | پیامدها | پیامدهای اقتصادی | افزایش درآمد مالیاتی | رشد درآمدهای دولت، پایداری مالی، افزایش سهم مالیات | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۹ |
| ۴۱ | پیامدها | پیامدهای اقتصادی | توسعه اقتصادی | رشد اقتصادی، سرمایه‌گذاری عمومی، توسعه زیرساخت‌ها | ۱، ۲، ۳، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۷ |
| ۴۲ | پیامدها | پیامدهای اقتصادی | کاهش فرار مالیاتی | افزایش تمکین، کاهش اجتناب، پرداخت داوطلبانه | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۲۱ |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| ردیف | بُعد پارادایمی | مقوله اصلی | مقوله فرعی | مضامین گزاره‌ای (کدهای باز) | شماره فرد مصاحبه شونده | فراوانی |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۴۳ | پیامدها | پیامدهای نهادی | تقویت اعتماد نهادی | افزایش اعتماد به دولت، تقویت مشروعیت، بهبود روابط | ۱، ۲، ۴، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۶ |
| ۴۴ | پیامدها | پیامدهای نهادی | ارتقای کارایی نهادی | بهبود عملکرد، افزایش اثربخشی، بهینه‌سازی منابع | ۲، ۳، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۴ |
| ۴۵ | پیامدها | پیامدهای اجتماعی | افزایش سرمایه اجتماعی | تقویت اعتماد، همبستگی اجتماعی، مشارکت عمومی | ۱، ۳، ۴، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۵ |
| ۴۶ | پیامدها | پیامدهای اجتماعی | عدالت اجتماعی | توزیع عادلانه بار مالیاتی، کاهش نابرابری، انصاف اجتماعی | ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ | ۱۸ |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

این جدول پدیده مرکزی یعنی "روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی" و پیامدهای اصلی آن را به تفصیل نشان می‌دهد. پدیده مرکزی به عنوان احساس تعهد درونی و اخلاقی نسبت به پرداخت مالیات که مستقل از نظارت خارجی است تعریف شده و دارای ۵ بُعد (اخلاقی، اجتماعی، رفتاری، نگرشی و ارزشی) و ۸ شاخص است. بُعد اخلاقی با ۲۴ کد بیشترین فراوانی را دارد که نشان‌دهنده اهمیت محوری تعهد اخلاقی و وجدان شخصی است. پیامدهای اصلی در سه دسته اقتصادی (۵۷ کد)، نهادی (۳۰ کد) و اجتماعی (۳۳ کد) طبقه‌بندی شده‌اند. بیشترین تأکید بر پیامدهای اقتصادی است که شامل افزایش درآمد مالیاتی، توسعه اقتصادی و کاهش فرار مالیاتی می‌شود. این ساختار نشان می‌دهد که روحیه مالیاتی یک پدیده چندبُعدی است که پیامدهای گسترده‌ای در سطوح مختلف دارد.

**جدول ۹: پدیده مرکزی و پیامدهای کیفی اصلی**

| شاخص‌ها | ابعاد | شرح | مؤلفه |
|---|---|---|---|
| ۸شاخص | ۵بُعد | احساس تعهد درونی و اخلاقی نسبت به پرداخت مالیات که مستقل از نظارت خارجی است | **پدیده مرکزی: روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی** |
| ۲۴کد | احساس وظیفه، مسئولیت فردی، الزام درونی | تعهد اخلاقی، وجدان شخصی | **بُعد اخلاقی** |
| ۱۶کد | مسئولیت اجتماعی، تعلق جمعی، همیاری | تعهد اجتماعی، همبستگی | **بُعد اجتماعی** |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| شاخص‌ها | ابعاد | شرح | مؤلفه |
|---|---|---|---|
| ۱۱کد | پرداخت بدون اجبار، رعایت خودجوش، تمکین داوطلبانه | رفتار داوطلبانه، تمکین اختیاری | **بُعد رفتاری** |
| ۱۵کد | دیدگاه مثبت، باور به ضرورت، پذیرش اهمیت | نگرش مثبت، باور به اهمیت | **بُعد نگرشی** |
| ۱۸کد | أصول فردی، ارزش‌های محوری، باورهای بنیادی | ارزش‌های درونی، أصول اخلاقی | **بُعد ارزشی** |
| | **پیامدهای اصلی** | | |
| ۵۷کد | افزایش درآمد مالیاتی، توسعه اقتصادی، کاهش فرار مالیاتی | تأثیرات بر اقتصاد و مالیه عمومی | **پیامدهای اقتصادی** |
| ۳۰کد | تقویت اعتماد نهادی، ارتقای کارایی نهادی | تأثیرات بر نهادها و ساختارها | **پیامدهای نهادی** |
| ۳۳کد | افزایش سرمایه اجتماعی، عدالت اجتماعی | تأثیرات بر جامعه و روابط اجتماعی | **پیامدهای اجتماعی** |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول زیرمقوله‌های شرایط زمینه‌ای نشان‌دهنده ساختار سه‌سطحی و تفصیلی عوامل بستری است که در شکل‌گیری روحیه مالیاتی نقش دارند. عوامل فرهنگی شامل فرهنگ عمومی، هنجارهای اجتماعی و سرمایه اجتماعی است که نقش‌های تقویت‌کننده، تعیین‌کننده و بنیادی دارند. عوامل دینی شامل باورهای دینی، حق‌الناس و ارزش‌های اسلامی است که نقش‌های بنیادین، الزام‌آور و ارزشی دارند. عوامل اجتماعی شامل نقش خانواده، آموزش رسمی و نقش رسانه‌ها است که به ترتیب پایه‌ای، رسمی و فرهنگی عمل می‌کنند. این جدول نشان می‌دهد که بستر شکل‌گیری روحیه مالیاتی بسیار پیچیده و چندلایه است و نیازمند توجه به عوامل متنوع فرهنگی، دینی و اجتماعی است.

**جدول ۱۰: زیرمقوله‌های شرایط زمینه‌ای**

| نقش در پدیده | مصادیق عملیاتی | زیرمقوله سطح دوم | زیرمقوله سطح اول | مقوله اصلی |
|---|---|---|---|---|
| تقویت‌کننده | احترام به قانون، مسئولیت‌پذیری، صداقت | ارزش‌های فرهنگی | فرهنگ عمومی جامعه | **عوامل فرهنگی** |
| تقویت‌کننده | اهمیت مشارکت، تعهد عمومی، همکاری اجتماعی | باورهای جمعی | | |
| زمینه‌ساز | رفتارهای سنتی، الگوهای فرهنگی، عادات اجتماعی | سنت‌های اجتماعی | | |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

| نقش در پدیده | مصادیق عملیاتی | زیرمقوله سطح دوم | زیرمقوله سطح اول | مقوله اصلی |
|---|---|---|---|---|
| تعیین‌کننده | رفتار مورد انتظار، استانداردهای اجتماعی، قواعد ضمنی | قواعد اجتماعی | هنجارهای اجتماعی | |
| تأثیرگذار | رفتار گروه همتا، الگوبرداری، فشار همسالان | الگوهای رفتاری | | |
| بنیادی | اعتماد بین‌فردی، اعتماد عمومی، اعتماد نهادی | اعتماد اجتماعی | سرمایه اجتماعی | |
| تسهیل‌کننده | روابط اجتماعی، پیوندهای اجتماعی، ارتباطات | شبکه‌های اجتماعی | | |
| بنیادین | ایمان دینی، باورهای شرعی، تقوا | اعتقادات اسلامی | باورهای دینی | **عوامل دینی** |
| راهنمایی | آیات قرآن، احادیث، سیره نبوی | آموزه‌های قرآنی | | |
| الزام‌آور | وجوب پرداخت، حرمت فرار، ضمان | احکام شرعی | حق‌الناس | |
| انگیزه‌بخش | تکلیف شرعی، امانت‌داری، پاسخگویی اخروی | مسئولیت دینی | | |
| اخلاقی | حرمت دروغ، وجوب صداقت، امانت | صداقت و راستگویی | ارزش‌های اسلامی | |
| ارزشی | اقامه عدل، انصاف، برابری | عدالت | | |
| پایه‌ای | تربیت اخلاقی، آموزش ارزش‌ها، الگوسازی والدین | آموزش خانوادگی | نقش خانواده | **عوامل اجتماعی** |
| شکل‌دهنده | رفتار والدین، تقلید از بزرگ‌ترها، یادگیری اجتماعی | الگوپذیری | | |
| رسمی | برنامه درسی، آموزش شهروندی، تعلیمات اخلاقی | آموزش مدرسه‌ای | آموزش رسمی | |
| تخصصی | دوره‌های تخصصی، آموزش حقوقی، تربیت متخصص | آموزش دانشگاهی | | |
| اطلاعاتی | انتشار اخبار، اطلاعات مالیاتی، آگاهی‌بخشی | اطلاع‌رسانی | نقش رسانه‌ها | |
| فرهنگی | تبلیغات آموزشی، برنامه‌های فرهنگی، محتوای رسانه‌ای | فرهنگ‌سازی | | |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول زیرمقوله‌های شرایط زمینه‌ای نشان‌دهنده ساختار سه‌سطحی و تفصیلی عوامل بستری است که در شکل‌گیری روحیه مالیاتی نقش دارند. عوامل فرهنگی شامل فرهنگ عمومی،

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

هنجارهای اجتماعی و سرمایه اجتماعی است که نقش‌های تقویت‌کننده، تعیین‌کننده و بنیادی دارند. عوامل دینی شامل باورهای دینی، حق‌الناس و ارزش‌های اسلامی است که نقش‌های بنیادین، الزام‌آور و ارزشی دارند. عوامل اجتماعی شامل نقش خانواده، آموزش رسمی و نقش رسانه‌ها است که به ترتیب پایه‌ای، رسمی و فرهنگی عمل می‌کنند. این جدول نشان می‌دهد که بستر شکل‌گیری روحیه مالیاتی بسیار پیچیده و چندلایه است و نیازمند توجه به عوامل متنوع فرهنگی، دینی و اجتماعی است.

**جدول۱۱: شرایط مداخله‌گر و راهبردهای تطبیقی**

| اولویت | اقدامات پیشنهادی | راهبرد تطبیقی | نوع تأثیر | شرایط مداخله‌گر |
|---|---|---|---|---|
| **عوامل اقتصادی** | | | | |
| بالا | افزایش نرخ مالیات، گسترش پایه مالیاتی، افزایش انتظارات | بهره‌برداری از فرصت | تقویت‌کننده | **رونق اقتصادی** |
| بالا | کاهش موقت نرخ، تسهیلات پرداخت، معافیت‌های موقت | مدیریت بحران | تضعیف‌کننده | **رکود اقتصادی** |
| متوسط | تعدیل نرخ‌ها، جبران تورم، پرداخت تدریجی | تعدیل و جبران | تضعیف‌کننده | **تورم بالا** |
| متوسط | افزایش پوشش، تنوع منابع، گسترش خدمات | توسعه | تقویت‌کننده | **افزایش درآمد سرانه** |
| **عوامل ساختاری** | | | | |
| بسیار بالا | کاهش تشریفات، یکپارچه‌سازی، اتوماسیون | ساده‌سازی | تضعیف‌کننده | **پیچیدگی بالای فرآیند** |
| بالا | خدمات الکترونیک، دفاتر محلی، سامانه‌های آنلاین | توسعه دسترسی | تقویت‌کننده | **دسترسی آسان** |
| بالا | حذف مراحل اضافی، تسریع فرآیندها، ساده‌سازی مدارک | کاهش بوروکراسی | تضعیف‌کننده | **بوروکراسی سنگین** |
| **عوامل ادراکی** | | | | |
| بسیار بالا | شفافیت در اجرا، برخورد یکسان، اطلاع‌رسانی | بازسازی ادراک | تضعیف‌کننده | **ادراک منفی از عدالت** |
| متوسط | نمایش اثربخشی، گزارش عملکرد، انتشار دستاوردها | تقویت ادراک | تقویت‌کننده | **ادراک مثبت از کارایی** |
| بالا | کمپین‌های آموزشی، آموزش عمومی، راهنمایی مودیان | آموزش و آگاه‌سازی | تضعیف‌کننده | **عدم آگاهی** |
| **عوامل سیاسی** | | | | |
| بالا | تداوم سیاست‌ها، پیش‌بینی‌پذیری، اطمینان بخشی | حفظ ثبات | تقویت‌کننده | **ثبات سیاسی** |
| متوسط | تثبیت سیاست‌ها، اطمینان‌بخشی، شفافیت | مدیریت ریسک | تضعیف‌کننده | **بی‌ثباتی سیاسی** |

منبع: یافته‌های پژوهشگر

این جدول رابطه بین شرایط مداخله‌گر و راهبردهای تطبیقی را نشان می‌دهد و نقشه راه عملیاتی برای مدیریت عوامل تعدیل‌کننده ارائه می‌کند. در عوامل اقتصادی، رونق اقتصادی به

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

عنوان فرصت و رکود اقتصادی به عنوان تهدید شناسایی شده و راهبردهای متناسب پیشنهاد شده است. برای مثال، در شرایط رونق اقتصادی با اولویت بالا، راهبرد بهره‌برداری از فرصت از طریق افزایش نرخ مالیات و گسترش پایه مالیاتی توصیه می‌شود، در حالی که در رکود با اولویت بالا، راهبرد مدیریت بحران شامل کاهش موقت نرخ و ارائه تسهیلات پرداخت است. در عوامل ساختاری، پیچیدگی بالای فرآیند با اولویت بسیار بالا نیازمند ساده‌سازی کاهش تشریفات و اتوماسیون است، در حالی که دسترسی آسان با اولویت بالا باید از طریق توسعه خدمات الکترونیک تقویت شود. در عوامل ادراکی، ادراک منفی از عدالت با اولویت بسیار بالا نیازمند بازسازی ادراک از طریق شفافیت در اجرا و برخورد یکسان است. این جدول نقشه راه جامعی برای سیاستگذاران ارائه می‌دهد تا بتوانند متناسب با شرایط متغیر، راهبردهای مناسب را با اولویت‌بندی درست اتخاذ کنند و تأثیر منفی عوامل مداخله‌گر را کاهش و تأثیر مثبت آنها را تقویت نمایند.

**جدول ۱۲: مقوله هسته و نظریه استخراج‌شده**

| عنصر | شرح تفصیلی |
|---|---|
| **مقوله هسته** | توسعه روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی مبتنی بر اقتصاد رفتاری و اقتصاد اسلامی |
| **بیان داستان‌وار** | زمانی که شفافیت قوانین، عدالت مالیاتی و اعتماد نهادی در بستری از ارزش‌های دینی، فرهنگی و اجتماعی مناسب شکل گیرد و شرایط اقتصادی، ساختاری و ادراکی این فرآیند را تسهیل کند، روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی در مودیان شکل می‌گیرد. این روحیه از طریق اجرای راهبردهای آموزشی، اجرایی و انگیزشی تقویت می‌شود و منجر به افزایش درآمد مالیاتی، تقویت اعتماد نهادی و افزایش سرمایه اجتماعی می‌گردد. |
| **نظریه استخراج‌شده** | نظریه توسعه وجدان مالیاتی با رویکرد اقتصاد رفتاری اسلامی |
| **گزاره ۱** | شفافیت قوانین مالیاتی و عدالت مالیاتی به عنوان شرایط علّی اصلی، تأثیر مستقیم و معناداری بر شکل‌گیری روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی دارند. |
| **گزاره ۲** | اعتماد نهادی و ادراک از عملکرد دولت، نقش میانجی در رابطه بین شرایط علّی و روحیه مالیاتی ایفا می‌کنند. |
| **گزاره ۳** | باورهای دینی و ارزش‌های اسلامی، زمینه بنیادین شکل‌گیری وجدان اخلاقی مالیاتی را فراهم می‌آورند. |
| **گزاره ۴** | فرهنگ عمومی جامعه و هنجارهای اجتماعی، تأثیر تعدیل‌کننده بر رابطه بین شرایط علّی و روحیه مالیاتی دارند. |
| **گزاره ۵** | شرایط اقتصادی و ساختاری به عنوان عوامل مداخله‌گر، شدت و ضعف تأثیر شرایط علّی را تعدیل می‌کنند. |
| **گزاره ۶** | راهبردهای آموزشی و فرهنگ‌سازی، بیشترین تأثیر را در تقویت روحیه و وجدان مالیاتی دارند. |
| **گزاره ۷** | ساده‌سازی فرآیندها و شفاف‌سازی قوانین، راهبردهای اجرایی مؤثر برای افزایش تمکین مالیاتی هستند. |
| **گزاره ۸** | تقویت روحیه مالیاتی منجر به افزایش درآمد مالیاتی، تقویت اعتماد نهادی و افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود. |

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

این جدول خلاصه‌ای از مهم‌ترین یافته‌های کیفی پژوهش را ارائه می‌دهد و مقوله هسته و نظریه استخراج‌شده را تبیین می‌کند. مقوله هسته با عنوان «توسعه روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی مبتنی بر اقتصاد رفتاری و اقتصاد اسلامی» تعریف شده است. بر اساس بیان داستان‌وار این مقوله، شفافیت قوانین، عدالت مالیاتی و اعتماد نهادی در بستری از ارزش‌های دینی و فرهنگی و با فراهم بودن شرایط اقتصادی و ساختاری مناسب، زمینه شکل‌گیری روحیه و وجدان مالیاتی را ایجاد می‌کند. این روحیه از طریق راهبردهای آموزشی، اجرایی و انگیزشی تقویت شده و در نهایت پیامدهای مثبت اقتصادی، نهادی و اجتماعی به همراه خواهد داشت.

نظریه استخراج‌شده با عنوان «نظریه توسعه وجدان مالیاتی با رویکرد اقتصاد رفتاری اسلامی» نام‌گذاری شده است که شامل هشت گزاره اصلی است. این گزاره‌ها روابط علّی، میانجی و مداخله‌گر میان متغیرهای پژوهش را تبیین می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که گزاره نخست بر تأثیر مستقیم شفافیت قوانین و عدالت مالیاتی تأکید دارد، گزاره دوم نقش میانجی اعتماد نهادی را نشان می‌دهد، گزاره سوم اهمیت باورهای دینی را به عنوان بنیانی اساسی مطرح می‌کند، گزاره چهارم نقش تعدیل‌کننده فرهنگ را بیان می‌کند و گزاره پنجم به تأثیر شرایط اقتصادی و ساختاری می‌پردازد. همچنین گزاره‌های ششم و هفتم مؤثرترین راهبردهای تقویت روحیه مالیاتی را معرفی می‌کنند و گزاره هشتم پیامدهای نهایی این فرایند را در ابعاد اقتصادی، نهادی و اجتماعی جمع‌بندی می‌کند. در مجموع، این نظریه چارچوبی جامع برای تبیین و توسعه وجدان مالیاتی در جامعه ایرانی با تأکید بر ابعاد رفتاری و ارزش‌های دینی ارائه می‌دهد.

## ۴-بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل تقویت روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی مؤدیان در ایران و با رویکرد آمیخته اکتشافی توالی انجام شد. در بخش کیفی، از طریق مصاحبه با خبرگان و تحلیل داده‌بنیاد، مدل پارادایمی در قالب شش بُعد شامل شرایط علّی، مقوله محوری، زمینه و بستر، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها استخراج شد. نتایج نشان داد روحیه مالیاتی پدیده‌ای چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل فردی، نهادی، اقتصادی، فرهنگی و حقوقی شکل می‌گیرد و با اتخاذ راهبردهای مناسب قابل تقویت است.

یافته‌های کیفی بیانگر آن است که مهم‌ترین شرایط علّی شکل‌گیری روحیه مالیاتی شامل اعتماد نهادی، شفافیت در مصرف درآمدهای مالیاتی، عدالت مالیاتی و آگاهی مالیاتی است. اعتماد مؤدیان به کارآمدی و صداقت نهادهای دولتی و همچنین شفافیت در نحوه هزینه‌کرد مالیات‌ها، نقش مهمی در افزایش تمایل به پرداخت داوطلبانه مالیات دارد. رعایت عدالت مالیاتی و ارتقای آگاهی مؤدیان نسبت به حقوق و تکالیف مالیاتی نیز از عوامل مؤثر در پذیرش نظام مالیاتی محسوب می‌شوند.

زمینه و بستر شکل‌گیری روحیه مالیاتی شامل عوامل اقتصادی، فرهنگی و حقوقی است. شرایط اقتصادی مانند تورم و توزیع درآمد بر توانایی مؤدیان در پرداخت مالیات اثر می‌گذارد، در حالی که باورهای دینی، هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی می‌توانند نگرش افراد نسبت به مالیات را شکل دهند. در جامعه ایران، مفاهیم دینی و ارزش‌های اسلامی ظرفیت مهمی برای تقویت وجدان مالیاتی دارند. از نظر حقوقی نیز قوانین مالیاتی و نظام نظارتی چارچوب رفتار مالیاتی را تعیین می‌کنند.

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

شرایط مداخله‌گر نظیر تورم، رکود اقتصادی، پیچیدگی فرایندهای اداری و بوروکراسی می‌توانند اثر شرایط علّی و زمینه‌ای را تقویت یا تضعیف کنند. در این میان، اصلاح ساختارهای اداری و کاهش پیچیدگی‌های اجرایی از الزامات تقویت روحیه مالیاتی به شمار می‌رود. راهبردهای پیشنهادی نیز در سه حوزه نهادی، آموزشی و فناورانه دسته‌بندی شد که شامل افزایش شفافیت، فرهنگ‌سازی مالیاتی، آموزش عمومی و توسعه سامانه‌های الکترونیکی برای تسهیل خدمات مالیاتی است.

اجرای این راهبردها پیامدهایی در سه سطح اقتصادی، نهادی و اجتماعی به همراه دارد. افزایش درآمدهای مالیاتی، کاهش فرار مالیاتی، تقویت اعتماد عمومی و ارتقای سرمایه اجتماعی از جمله مهم‌ترین نتایج مورد انتظار است. یافته‌ها نشان داد روحیه مالیاتی با مبانی اقتصاد رفتاری سازگار بوده و متغیرهایی مانند اعتماد نهادی از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های تمکین مالیاتی هستند. همچنین نقش ارزش‌های دینی در جامعه ایران می‌تواند به تقویت وجدان مالیاتی کمک کند.

نتایج بخش کمّی نیز اعتبار مدل پیشنهادی را تأیید کرد و نشان داد میان متغیرهای مدل روابط معناداری وجود دارد. در مجموع، تقویت روحیه و وجدان اخلاقی مالیاتی در ایران مستلزم رویکردی جامع است که ابعاد رفتاری، فرهنگی، دینی و نهادی را به طور همزمان در نظر گیرد. مدل ارائه‌شده با تلفیق اقتصاد رفتاری و اقتصاد اسلامی می‌تواند چارچوبی کاربردی برای سیاست‌گذاران در جهت بهبود کارآمدی نظام مالیاتی و ارتقای عدالت اجتماعی فراهم سازد.

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

**منابع**


۱. اعظمی محمد، مخملی محمد(۱۳۹۹). مالیات در اسلام، *نشریه دانش حقوق مدنی*، ۴(۱۳): 36-77. https://doi.org/10.30497/FLJ.2021.240924.1649

۲. بوسلیکی حسن، علیزاده مهدی(۱۳۹۹). مناسبات اخلاق و اقتصاد در اسلام (تطبیق انتقادی نظریه رشد اخلاقی کلبرگ)، *فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی*، ۱۶(۳۷): ۱۱۴-۸۹.

۳. پور یحیی ناو ذبیح اله، سید نژاد فهیم سید رضا، براری نوکاشتی صغری،(۱۴۰۵). طراحی الگوی گزارشگری برای سازمان امور مالیاتی کشور با تاکید بر اخلاق اسلامی، *نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۱۵(۵۴): ۵۷۶-۵۴۹.

۴. حسینی، سید رضا، داوودی پور مسعود،(۱۴۰۴). تحلیل الگوی مصرف از منظر اقتصاد رفتاری در چارچوب مبانی اسلامی، *نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۱۴(۵۰): ۱۰۹-۸۵.

۵. ربیع بیگی حامد، محمدی پور رحمت الله، نوروش ایرج و صالحی رضا(۱۴۰۲). ارائه الگوی روحیه مالیاتی با رویکرد تئوری زمینه بنیان، *اقتصاد مالی*، ۱۷(۶۳): ۲۲۶-۱۹۳.

۶. زنگانه اعظم ,سمیعی روح الله , مستقیمی محمدرضا(۱۴۰۲). *نشریه اخلاق در علوم رفتاری*، ۱۸(۳): ۱۵۶-۱۴۸.

۷. امیری، میثم(۱۳۹۶). اقتصاد رفتاری و فرار مالیاتی، *نشریه: پژوهشنامه اقتصادی*، ۱۷(۶۴): ۹۵-۱۳۰.

۸. بلوری امین، مرادی محمد، یزدانی حمید رضا(۱۳۹۸). طراحی مدل فرار مالیاتی بر پایه مالیات بر درآمد: رویکرد نظریه داده بنیاد، *نشریه حسابداری دولتی*، ۷(۱): ۳۰-۹.: https://doi.org/10.30473/gaa.2021.56473.1435

9. Agarwal, V. (2007). *Tax evasion and its legal implications*. Journal of Tax Compliance, 12(3), 45–60.
10. Alm, J., & Torgler, B. (2004). *Morale and the tax gap*. Journal of Economic Psychology, 25(3), 255–279. https://doi.org/10.1016/j.joep.2003.09.001
11. Alm, J., & Torgler, B. (2011). *Tax morale and conditional cooperation*. Journal of Economic Behavior & Organization, 78(1–2), 95–103.
12. Buehler, H. (1940). *Taxation and public finance*. Cambridge University Press.
13. Brink, A. G., & Porcano, C. (2016). *Corporate tax avoidance and firm reputation*. Journal of Business Ethics, 136(3), 575–588.
14. Dell'Anno, R. (2009). *Tax evasion, tax morale, and policy implications*. Journal of Economic Surveys, 23(2), 297–344.
15. Erikson, E. H. (1958). *Identity and the life cycle*. International Universities Press.
16. Durkheim, É. (1961). *Moral education*. Free Press.
17. Fischer, R., Smith, B., & Smith, C. (1992). *Social influences on tax compliance*. Journal of Behavioral Decision Making, 5(3), 189–205.
18. Frecknall-Hughes, J., et al. (2017). *Tax morality and corporate citizenship*. Critical Perspectives on Accounting, 48, 12–25.
19. Hoffman, M. L. (1976). *Moral development*. In W. Kessen (Ed.), *International Handbook of Psychology* (pp. 123–155). Wiley.


[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]

20. Hordonic, K. (2016). *Shadow economy and tax compliance*. European Journal of Political Economy, 42, 1–15.
21. Hala, M. (2012). *Tax morale and the shadow economy*. Economics of Transition, 20(2), 249–274.
22. HMRC. (2020a). *Raising standards in the tax advice market: Call for evidence*. HM Revenue & Customs, UK Government.
23. HMRC. (2020b). *Summary of responses: Raising standards in the tax advice market*. UK Government.
24. Luttmer, E. F. P., & Singhal, M. (2014). *Culture, context, and tax evasion*. Journal of Economic Behavior & Organization, 108, 309–324.
25. McGill, G. A., & Outslay, E. (2004). *Disclosure of tax-related information in financial statements*. The Tax Adviser, 35(11), 700–705.
26. McVeigh, T., et al. (2012). *Public protests against corporate tax avoidance*. Journal of Social Policy, 41(4), 733–752.
27. Mills, L. S., & Newberry, K. J. (2004). *The disclosure of tax information in financial reports*. Journal of the American Taxation Association, 26(2), 1–20.
28. Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Harvard University Press.
29. Stark, O., & Kirchler, E. (2017). *Tax morale under social comparison*. European Economic Review, 92, 101–115.
30. Torgler, B. (2003). *Tax morale: Theory and empirical evidence of determinants*. Springer.
31. Torgler, B., & Schneider, F. (2006). *Tax morale and tax compliance*. In B. S. Frey & A. Stutzer (Eds.), *Economics and Psychology* (pp. 311–330). MIT Press.
32. Williams, C. C. (2017). *Informal economies and tax compliance*. Journal of Development Studies, 53(5), 732–745.

[ Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-19 ]