

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

Hassan Ahmadzadeh; Hossein Maleki

¹ Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

² Master's degree graduate in Social Communications, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Abstract

The aim of the current study is to examine the reasons behind the reluctance of businesses to pay municipal fees from the perspective of employees and businesses. This research is applied in nature, cross-sectional in terms of time, and employs a field survey method for data collection. The data collection tool is a researcher-designed questionnaire, the validity of which was confirmed through face validity by specialists in the field, and its reliability was assessed and verified using Cronbach's alpha.

The statistical population comprises municipal experts (37 individuals) selected through purposeful sampling and businesses visiting the municipality of District 8 (14,186 individuals). Using Cochran's formula, 374 businesses were selected as an accessible sample. According to the beta coefficients obtained from the research results, the variables influencing the reluctance of businesses to pay fees include: media use ($\beta = -0.277$), issuance and distribution of fee bills ($\beta = -0.220$), satisfaction ($\beta = -0.172$), deterrent power and enforcement guarantees ($\beta = -0.150$), effective media culture and advertising ($\beta = -0.134$), and adherence to the law ($\beta = -0.125$). However, the impact of institutional trust on the dependent variable was not found to be significant.

Based on the results of the Pearson correlation test, it can be said that there is a significant negative relationship between the reluctance of businesses to pay fees and effective media culture and advertising. This means that as media culture and effective advertising increase, the reluctance of businesses to pay fees decreases.

Keywords: Businesses, Fees, Internal Factors, External Factors, Municipality, Tabriz Metropolis.

Cite as: Investigating the Factors Influencing the Economic Lifestyle of Guilds and Their Reluctance to Pay Municipal Fees: A Study from the Perspective of Employees and Guilds in District 8 of Tabriz Metropolis. *Sociology of lifestyle*. ??; ???

Owner and Publisher: University of Tabriz

ISSN (online): 2645-5641

Access Type: Open Access

DOI: [10.22034/sls.2024.19368](https://doi.org/10.22034/sls.2024.19368)

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

حسن احمدزاده؛ حسین ملکی

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

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

دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰

چکیده

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

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

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

صاحب امتیاز و ناشر: دانشگاه تبریز

شاپای الکترونیکی: ۵۶۴۱-۲۶۴۵

نوع دسترسی: آزاد

DOI: [10.22034/sls.2024.19368](https://doi.org/10.22034/sls.2024.19368)

مقدمه

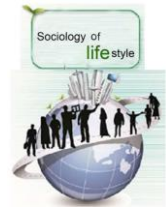
امروزه تجربه‌ی زندگی، تجربه‌ی امکانات و تجربه‌ی چگونه زیستن، تجربه‌ای است که در درون ساختارها شکل گرفته و تکرار می‌شود (برونی و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۳۷). تعداد اشخاصی که فرصت‌های زندگی مشابهی دارند، و این فرصت‌های زندگی به نظر او عبارتند از امکانات اختصاصی که شخص از لحاظ برخورداری از ثروت، از وضعیت بیرونی زندگی و از تجربه‌ی شغلی‌اش دارد (بندیکت، ۱۹۵۳: ۶۳-۷۵). به نظر ویلن داشتن سبک زندگی خاص و خودنمایی برای نشان دادن تعلق به گروهی خاص در جامعه به برجسته کردن تمایزهای گروه‌های دیار منجر شده است (گیبنز و ریمر، ۱۳۸۱: ۲۴).

از طرف دیگر شهرها محل استقرار و زندگی بخش عمده‌ای از جمعیت جهان می‌باشند. رشد دو برابری جمعیت جهان و سه و نیم برابری شهرنشینی، بر اساس آمارهای بانک جهانی، نشان از روند رو به رشد شهری شدن جوامع و شهرنشینی دارد و مشخصه بارز عصر حاضر می‌باشد (قنبری و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۹۶). طبق برآورد سازمان ملل متحد، بیش از ۵۰ درصد جمعیت جهان در شهرها و نواحی شهری زندگی می‌کنند (اسکوئی ارس و بابایی اقدم، ۱۴۰۲: ۶۹۰). به گونه‌ای که ۶۰ درصد جمعیت جهان تا سال ۲۰۳۰ (اسکوئی ارس و آذر، ۱۴۰۲: ۶۸) و تا ۷۰ درصد تا سال ۲۰۵۰ در شهرها زندگی خواهند کرد (پوراحمد و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۹۴). شهرها به ویژه کلان شهرها کانون‌های اصلی جمعیت، اشتغال، اقتصاد، تحولات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشورند. رشد و بالندگی همه جانبه و مطلوب شهرها و کلان‌شهرها در آینده، مشروط به برنامه‌ریزی، بودجه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت هدفمند امور آنهاست. از جمله موضوعات کلیدی و اثرگذار بر عملکرد شهرداری‌ها در دهه‌های گذشته مسئله تأمین درآمدهای مناسب و پایدار آنها بوده است (نصرافهانی، ۱۳۹۶). در کشور ما نیز براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن، سال ۱۳۹۵ نزدیک به ۷۵ درصد جمعیت کشورمان (حدود ۶۰ میلیون) در شهرها زندگی می‌کنند و کلان شهرها به تنهایی حدود ۳۵ درصد جمعیت کشور را در خود جای داده‌اند (فتحی، ۱۳۹۹: ۵).

در ایران، جمعیت شهرنشین سهم بالایی از جمعیت کشور را به خود اختصاص داده است. بنابراین توجه به جمعیت شهری و ویژگی‌های جمعیتی آنها در گذشته و آگاهی نسبت به آینده برای مدیریت و برنامه‌ریزی شهری از اهمیت به سزایی برخوردار است (فتحی، ۱۳۹۹: ۳). در حالی سهم جمعیتی کلانشهر تبریز در سال ۱۳۹۵ حدود ۲/۷ درصد بوده است (فتحی، ۱۳۹۹: ۱۲)؛ که براساس میانگین درآمد مناطق شهرداری در دوره ۵ ساله ۱۴۰۰-۱۳۹۵ این کلانشهر به سه طبقه درآمدی کم، متوسط و زیاد تقسیم شده است که در این میان منطقه دو شهرداری نماد درآمد بالا، منطقه هشت شهرداری نماد درآمد متوسط و منطقه ده شهرداری به عنوان نماد درآمدی کم محسوب می‌شود (قنبری و همکاران، ۱۴۰۳: ۲۱۰).

با توجه به سهم حداکثری عوارض در تأمین درآمد شهرداری و مدیریت بهتر شهری، بررسی عوامل مؤثر در کسب عوارض در چارچوب قوانین شهرداری (امانپور، ۱۳۹۷: ۲۳) و ضرورت شناسایی عوامل مؤثر در عدم پرداخت این درآمدها از سوی شهروندان به شدت احساس می‌شود (باغبانیان، ۱۴۰۲: ۳). زیرا افزایش جمعیت شهرها و گسترش شهرها نیازمند خدمات‌رسانی مناسب شهرداری‌ها به ساکنین آنها و بالطبع گسترش منابع مالی و درآمد پایدار است (نیکومرام و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۰۳).

مسلماً وجود چنین ساختار جمعیتی اهمیت شهرها را در اقتصاد ملی و جهانی به تصویر می‌کشد به طوری که امروزه الگوها و تحولات عمده اقتصادی ملی و جهانی از شهرها نشان می‌گیرد (اکبری نسب و فتاحی، ۱۳۹۵: ۳). از این رو شناخت



چالش‌ها و فرصت‌های اقتصادی شهر و دستیابی به چشم‌اندازی روشن و مورد توافق درباره‌ی آینده اقتصادی آن موضوع بسیار با اهمیتی است. در دهه‌های اخیر مدیریت شهری در عمده کشورهای جهان به طور فزاینده‌ای با چالش‌های فراوانی روبرو بوده است که این امر ناشی از عوامل گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اجرایی، مالی و حقوقی متعددی است (معزی مقدم، ۱۳۸۱). با وجود اینکه شهرها فرصت‌ها و خدمات منحصر به فردی را برای شهروندان خود فراهم می‌آورند (قنبری و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۹۶)؛ در میان چالش‌ها و معضلات بخش‌های مختلف مدیریت شهری، تأمین منابع مالی و درآمدی شهرداری‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد (رزایان، ۱۳۸۷). زیرا از یک سو کسب درآمد شهرداری‌ها تأثیر عمده‌ای در ارائه‌ی خدمات به شهروندان دارد و از سوی دیگر فقدان درآمد کافی نه تنها سبب عدم ایجاد خدمات ضروری در شهر می‌شود بلکه، اساساً اجرای تمامی طرح‌ها و برنامه‌های شهری را با مشکل مواجه خواهد ساخت (بیدرام و قربانی، ۱۳۹۵: ۲). در حالت کلی از دید اقتصاد شهری عواملی چون گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های شهرداری‌ها و بالا بردن سطح انتظارات مردم از آنها و مشکلات ناشی از افزایش جمعیت شهری نیاز به گسترش منابع مالی و درآمدی شهرداری‌ها را بیشتر می‌کند (قلعه دار، ۱۳۸۲: ۴۵). و انتظار می‌رود که شهرداری‌ها به طور مستمر برای شناسایی توانایی‌ها و ضعف‌ها، سرعت بخشیدن به اقدامات و بهبود کیفیت فرایندهای کسب درآمدهای پایدار اقدام کنند. در محیطی پویا همانند شهرداری، سازمان با یک سلسله مسائل ناخواسته و موقعیت‌های پیش‌بینی نشده‌ای روبه‌رو می‌شود که پایش آنها برای افراد دست‌اندرکار در شهرداری دشوار می‌باشد (خاکپور و همکاران، ۱۴۰۱: ۵۰۳).

در سراسر جهان و به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته، شهرداری‌ها از وظایف متنوع و متعددی برخوردار می‌باشند. شهرداری‌ها در ایران نیز عمده هزینه‌های ارائه خدمات خود را از محل دریافت عوارض مختلف از شهروندان تأمین می‌نمایند، در این راستا شهرداری‌ها به دنبال ایجاد منابع درآمدی پایدار هستند؛ بنابراین در شرایط موجود درآمد شهرداری‌ها با نوسان‌های خاصی همراه است و بخش قابل‌ملاحظه‌ای از منبع درآمدی شهرداری‌های کشور برای تأمین هزینه‌های شهری متکی بر عوارض و تراکم‌های ساختمانی و اراضی است. اتکای بیش از حد بسیاری از شهرداری‌های کشور، به‌ویژه در شهرهای بزرگ، به عواید ناشی از بخش مسکن و همچنین وجود نرخ‌های نامتناسب تراکم و عوارض شهرداری در بخش‌های مختلف، باعث تشدید قیمت‌ها و تسری آن به قیمت سایر کالاها می‌شود (اکبری و توسلی، ۱۳۸۷: ۶۴-۴۷). بر همین اساس است که پیتر هال و فایفر ۱ گفته‌اند: شهرهایی که درآمد کافی نداشته باشند به از دست‌دادن خودمختاری و وابستگی به بودجه ملی گرایش پیدا می‌کنند. خودمختاری مالی مبنای دموکراسی قدرتمند و پایدار است (هال و فایفر، ۱۳۸۸: ۴۱۴). به‌طور کلی ساختار مالی شهرداری‌ها از دو کفه تشکیل شده است که عبارت‌اند از: کفه هزینه‌ها و کفه درآمدها (مقیمی، ۱۳۸۶: ۱۵۰) که در این پژوهش کفه دوم؛ یعنی درآمدها مورد بحث قرار می‌گیرد.

شهرداری سازمانی است که ساکنان شهر با استفاده از حقوق طبیعی‌شان و اختیاری که قانون به آنها اعطا کرده است، به منظور ایجاد و اداره کردن تأسیسات عمومی، وضع و اجرای نظام‌ها شهری و تأمین نیازمندی‌های مشترک محلی به وجود می‌آورند (نصر، ۱۳۸۵: ۶۸). امروزه نقش و اهمیت خدمات شهرداری‌ها بر کسی پوشیده نیست به‌طوری که بیشتر شهروندان در طول روز بارها به صورت مستقیم و غیر مستقیم با شهرداری‌ها در ارتباط هستند (ابراهیمی، ۱۳۸۹: ۳). یکی از این منابع درآمدی پایدار وصول عوارض و بهره قانونی تعیین شده از شهروندان در قبال خدماتی که از شهرداری دریافت می‌کنند، این‌گونه عوارض عبارت‌اند از: عوارض نوسازی، کسب و پیشه، عوارض سالیانه خودرو و بهای خدمات ناشی از بهره‌برداری خدمات عمومی شهری (خمر و جوادیان، ۱۳۹۴: ۲۲). اما در بسیاری از شهرهای کشور، نحوه کسب درآمد توسط شهرداری‌ها به مسئله مهمی تبدیل

¹ . Peter Hall and Pfeiffer

شده است. دسترسی شهرداری‌ها به منابع درآمدی مطلوب و پایدار باعث می‌شود که شهرداری، نقش فعال‌تری در محیط شهری ایفا کرده و پاسخگویی مناسبی به نیازهای شهروندان داشته باشد (حاجی‌لو و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۱).

از سوی دیگر روابط عمومی یک کارکرد مدیریتی است که به طور سنتی کانون توجه آن بر الگوهای بلندمدت تعامل میان سازمان و کلیه افکار عمومی احاطه‌کننده آن اعم از حامیان و غیر حامیان متمرکز بوده است. هدف روابط عمومی بهبود این تعاملات و ارتباطات است. تا در پی آن، امکان شکل‌دهی تفاهم متقابل، حسن‌نیت و حمایت و پشتیبانی فراهم شود (اسمیت^۱، ۱۳۹۰: ۱۹). بی‌شک توجه به عملکرد روابط عمومی در بهبود روابط و تعاملات شهرداری و اصناف همچنین در فرایند پرداخت و دریافت عوارض ضرورت دارد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر مطالعه دلایل عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری از دیدگاه کارکنان و اصناف با رویکرد به وظایف روابط عمومی است. برای تحقق هدف پژوهش پاسخ به سؤال زیر ضروری می‌نماید: دلایل عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری از دیدگاه کارکنان و اصناف کدام‌اند؟

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

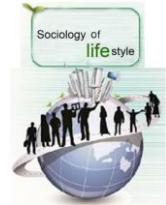
ادبیات پژوهش

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

تعریف مفهومی رضایت‌مندی: رضایت‌مندی، احساس یا نگرش یک مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت پس از استفاده از آن می‌باشد. اشنایدر رضایت‌مندی را به عنوان نتیجه فرآیندهای مقایسه روند شناسانه بین واقعیت محصول یا خدمت یا انتظارات و هنجارهای اجتماعی در ارتباط با محصول بیان می‌کند (آسوده و محمودی، ۱۳۹۴). رضایت‌مندی نتیجه یک فرآیند پردازش اطلاعات پیچیده می‌باشد که اساساً شامل یک مقایسه واقعی یا مورد انتظار از ادراک مشتری از یک محصول یا خدمت یا میزان تناسب با مقصود مورد انتظار می‌باشد (حیدرزاده، ۱۳۸۷).

اعتماد نهادی: اعتماد نهادی مبین اعتماد بین افراد و مقررات اجتماعی غیرشخصی می‌باشد. اعتماد نهادی در تغییر جهت از کنترل سازمان از سطح فردی به سطح تصمیمات جمعی، ریشه دارد. این شکل از اعتماد در جایی نمایان می‌شود که یک عامل اجتماعی از طریق ترتیبات نهادی خاصی، یک تعهد مقدماتی در خصوص بنیان‌گذاری مجموعه‌ای از مبانی مشترک و مقررات هنجاری مربوط به رفتار درون سازمان‌ها، به عامل دیگر می‌دهد (الوانی و حسینی، ۱۳۹۲).

¹ . Smith



قانون گرایی: قانون‌گرایی به معنای ضابطه‌مند و قاعده‌مند بودن رفتارهای انسانی در قالب هنجارهای تدوین شده و مورد پذیرش اکثریت افراد جامعه که باعث تداوم و قوام جامعه است. قانون‌گرایی پیامدها، آثار و تبعات بسیار زیادی برای جامعه دارد و تحقق بسیاری از اهداف اجتماعی متضمن رعایت قوانین و مقررات است (جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱).

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

قدرت بازدارندگی: بازدارندگی یکی از موضوعات روابط بین‌الملل می‌باشد که در هر دو حوزه‌ی استراتژی و دیپلماسی کاربرد دارد. بازدارندگی عبارت است از اقدام یا مجموعه‌ای از اقدامات که برای پیشی‌جستن از اقدامات خصمانه‌ی دشمن صورت می‌گیرد. تئوری بازدارندگی یعنی کوشش یکی برای اعمال نفوذ در دیگری تا او را از اقدام به عملی که متضمن خسارت یا هزینه‌ای برای اولی است باز دارد (ام‌البیوت و رجینالد، ۱۳۷۸).

فرهنگ سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای (تبلیغات مناسب رسانه‌ای): تبلیغات از طریق رسانه‌های مختلف اعم از مطبوعات، رادیو، تلویزیون، تبلیغات محیطی و غیره در اشاعه و شتاب فرهنگ هر جامعه مؤثر بوده و برای تغییر فرهنگ جوامع، نیاز به یک برنامه‌ریزی دقیق و همه‌جانبه ضروری می‌باشد. در واقع هر تبلیغ فرهنگی، علاوه بر اطلاع‌رسانی، پیام‌های آموزشی نیز همراه دارد که ممکن است این پیام‌ها فقط تصویر و یا نماد باشند و الزامی نیست که حتما این آموزش‌ها به صورت شعار یا تیتراژ ارائه شود (پیروزمند، ۱۳۸۴: ۱۸). «تبلیغات فرهنگی» به نوعی از تبلیغ گفته می‌شود که برای القای موضوعات فرهنگی، تقویت ریشه‌ها، آموزش و در مجموع، تزریق نوعی ایده فرهنگی در اذهان عمومی از آن استفاده می‌شود و در آن می‌توان از تمام ابزارهای تبلیغ سود جست.

تعریف مفهومی مسئولیت پذیری: مسئولیت‌پذیری، عبارت است از الزام و تعهد درونی فرد برای انجام مطلوب همه فعالیت‌هایی که بر عهده او گذاشته شده یا انتظاراتی که جامعه از او دارد. همچنین مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعهد تصمیم‌گیران برای اقداماتی است که بطور کلی علاوه بر تامین منافع خودشان، موجبات بهبود رفاه جامعه را نیز فراهم می‌آورد (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۳).

نظریه‌های اقناع: اگر به محیطی که در آن زندگی می‌کنیم، بادقت نظری بیافکنیم تلاش‌های اقناعی را به‌راحتی مشاهده می‌کنیم: در واقع اقناع به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی ما تبدیل شده است. آگهی‌دهنده‌ای که از ارتباطات جمعی برای فروش کالاهای خود استفاده می‌کند، دست به اقناع می‌زند. نامزد سیاسی که مبادرت به خرید آگهی‌های روزنامه می‌کند یا سازمان بهداری که از طریق رادیو افراد را به ترک سیگار تشویق می‌کند (تانکار، ۱۳۸۱).

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

1. McGuire and Papageorgis

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

شرطی شدن کلاسیک نگرش‌ها: نظریه دیگر در زمینه اقتناع نظریه شرطی شدن کلاسیک نگرش‌هاست. استاتس^۲ نظریه شرطی شدن کلاسیک را در یادگیری نگرش‌ها استفاده کرد. بر اساس اصطلاحات شرطی شدن کلاسیک محرک‌های احساسی را می‌توان محرک‌های شرطی نشده در نظر گرفته و واکنش‌های احساسی را استخراج می‌کنند.

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

سبک زندگی: سازمان بهداشت جهانی، سبک زندگی را این‌گونه تعریف می‌کند: «اصطلاح سبک زندگی به روش زندگی مردم و بازتابی کامل از ارزش‌های اجتماعی، طرز برخورد و فعالیت‌ها اشاره دارد. همچنین ترکیبی از الگوهای رفتاری و عادات فردی در سراسر زندگی است که در پی فرایند جامعه‌پذیری به وجود آمده است» سبک زندگی، مجموعه‌ای هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌های از عادات و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است (گیدنز، ۱۳۸۸: ۱۲۱).

پیشینه تحقیق

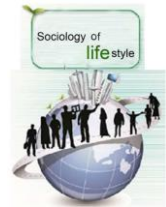
باغبانیان (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر توجیه اخلاقی اجتناب از پرداخت عوارض شهرداری با نقش تعدیلگر دینداری در شهرداری شیراز پرداخته است. جامعه‌ی آماری این تحقیق مدیران و کارشناسان درآمد و مالی شهرداری شیراز در سال ۱۴۰۲ که شامل ۱۷۰ نفر می‌باشند. نتایج این تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان داد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

ذوالفقاری (۱۴۰۲) به بررسی عوامل مؤثر در ماهیت عوارض نوسازی و وصول آن در نظام شهرداری‌ها پرداخته است. جامعه‌ی هدف تحقیق کلیه‌ی کارکنان شهرداری اسفراین، تیم تصمیم آن تعداد ۳۰ نفر از کارکنان بودند که پرسشنامه‌ی عملکرد برون

1. Krugman

2. Stats

3. Norman Anderson



سپاری وصول عوارض نوسازی با فرایند سلسله مراتب تحلیلی فازی (FAHP) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج بدست آمده نشان داد در نوبت اول عامل مشتری با وزن نسبی ۰/۵۰۵ در رتبه اول و پس از آن مالی با وزن نسبی ۰/۲۹۴ در رتبه دوم و فرآیندهای داخلی با وزن نسبی ۰/۱۱ در رتبه سوم و رشد و یادگیری با وزن نسبی ۰/۰۹۱ در رتبه چهارم اهمیت قرار گرفت. در نوبت دوم زیر معیارها با استفاده از پرسشنامه‌ی استاندارد مقایسات زوجی و نرم افزار انتخاب خبره، رتبه‌بندی شد. در معیارهای اصلی برای عامل مال، بازگشت سرمایه و ارزش خالص فعلی، عامل مشتری، میزان رضایت کاربران سایر واحدهای سازمان، عامل فرآیندهای داخلی، به هنگام بودن مسائل حل شده، عامل رشد و یادگیری، عامل توسعه سیستم‌های جدید در رتبه اول قرار گرفتند.

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

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

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

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

حاجی‌لو و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری‌ها (مورد مطالعه: شهر شبستر استان آذربایجان شرقی) چنین آوردند که امروزه در بسیاری از شهرهای کشور، نحوه کسب درآمد توسط شهرداری‌ها به مسئله مهمی

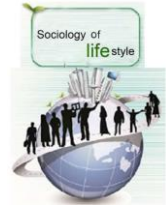
تبدیل شده است. نتایج این پژوهش نشان دادند که طی سال‌های ۱۳۹۳-۱۳۸۳، حدود ۲۵/۳۹ درصد از درآمدهای شهرداری، از عوارض عمومی (۳۰ درصد سهم عوارض بر ساختمان‌ها و اراضی) و ۳۶/۲۵ درصد از سایر منابع تأمین اعتبار؛ یعنی فروش اموال شهرداری تأمین شده است. در واقع، حدود ۴۳ درصد از درآمدهای شهرداری را درآمدهای با مطلوبیت پایین، ۸۵/۱۰ درصد را درآمدهای با مطلوبیت متوسط و ۱۵/۴۶ درصد را درآمدهای با مطلوبیت بالا تشکیل می‌دهند.

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

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

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

هاشمی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهش «پروژه پرداخت الکترونیکی عوارض شهرداری تهران» چنین آوردند که آیا تا قبل از سال ۱۳۸۳ اقدام به پرداخت قبض عوارض نوسازی یا قبوض دیگر عوارضی شهرداری تهران که به صورت سالانه یا مراجعه به



شهرداری‌ها ملزوم به پرداخت آن می‌باشید، نموده‌اید؟ آن دسته از صاحبان املاک و منازل و یا کسبه شهر تهران که برای بموقع پرداخت نمودن عوارض به بانک‌ها مراجعه می‌نمودند می‌دانند پس از تحول قبض به صندوق دار بانک و پرداخت وجه، بخشی از قبوض که متعلق به مشتری می‌باشد به همراه پرفراژ مخصوص بانک تحول ایشان گردیده و بخش دیگر قبض نزد بانک باقی می‌ماند. این نوع نحوه پرداخت سال‌ها در شهرداری تهران و نیز دیگر شهرداری‌ها تداوم داشته و در صورتی که مؤدی (شهروند) به دلیل خاصی پس از پرداخت عوارض بلافاصله ملزم به مراجعه به شهرداری باشد، بدیهی است که علی‌رغم در دست داشتن فیش پرداختی به دلیل تجارب نامطلوب از تقلب‌های صورت گرفته به احتمال بسیار زیاد پاسخ مناسب از مسئول مربوطه در شهرداری نگرفته و با یک تأخیر یک‌ماهه یا بیشتر مواجه می‌شد. این تأخیر زمانی علاوه بر اعتراض مراجعین مسئولین شهرداری را نیز همواره با مشکلات عدیده مواجه می‌نمود و هر چند تلاش می‌گردد ارتباط بین بانک و شهرداری از نظر زمانی کوتاه‌تر شود با توجه به امکانات موجود میسر نمی‌گردید.

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

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

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

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

سیبولا و فیگ^۳ (۲۰۱۰) تحقیقی با عنوان «اقتصاد زیر زمینی آمریکا: اندازه، رشد و تعیین فرار مالیاتی» در کشور آمریکا به انجام رسانیده‌اند. در این پژوهش با در نظر گرفتن درآمد مشمول مالیات افراد ساکن آمریکا به بررسی وضعیت فرار مالیاتی در این کشور طی دوره پرداخته‌اند. یافته‌های این دو محقق نشان دهنده آن است که فرار مالیاتی تابعی صعودی از نرخ

¹ - Dularif et al

² - McGee

³ - Cebula, R., & Feige, E. (2010).

مالیات، نرخ بیکاری، نارضایتی عمومی از دولت و درآمد سرانه افراد است؛ همچنین آن تابعی نزولی از اصلاح قانون مالیاتی در سال بوده است.

وینر^۱ (۲۰۱۸) جایی که مالیات بر املاک و مستغلات بین استفاده از زمین، اندازه ساختارهای ساختمانی، زمین‌های توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته، بر تصمیم زمین‌داران تأثیر می‌گذارد و چطور و چگونه باید ساخت. باین‌حال، مالیات بر املاک و مستغلات اغلب تنها برای ایجاد منبع پایدار درآمد برای مدیریت عمومی استفاده می‌شود، نه به‌عنوان یک مکانیزم کنترل فعال در سیاست و برنامه‌ریزی زمین، با وجود رابطه‌ی آن با توسعه شهری. به عنوان یک شکل از مالیات بر املاک و مستغلات، مالیات فقط در ارزش‌های زمین در ادبیات مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد تا اثرات مفیدی برای توسعه شهری داشته باشد. برنامه‌ریزان که پیشنهاد مالیات بر ارزش زمین (LVT) اغلب استدلال می‌کنند که منجر به تراکم ساختمان بیشتر و استفاده مجدد از مناطق کوهستانی بیشتر می‌شود. LVT می‌تواند «ناخودآگاه شهری» را کاهش دهد و منجر به استفاده بهتر از زمین، مطابق با منطقه‌بندی و تعیین برنامه‌ریزی شهری شود. باین‌حال، در اغلب کشورها، مالیات بر املاک و مستغلات، با ارزش یا اندازه ساختمان‌ها، و نه ارزش زمین تعیین می‌شود. فقط تعداد کمی از کشورها یک سیستم مالیاتی واقعی املاک و مستغلات را معرفی کرده‌اند. استونی تنها کشور در اتحادیه اروپا است که در سال ۱۹۹۳ این کار را انجام داده است، اما تاکنون مطالعات موردی در مورد اثرات آن بر ساختار شهری صورت نگرفته است. با توجه به پیاده‌سازی نسبتاً دقیق آن، شگفت‌آور است. در این مقاله، من به‌طور کلی از بحث در مورد مالیات بر ارزش زمین و برنامه‌ریزی شهری ارائه خواهم داد، قبل از اینکه به طور مختصر تجزیه و تحلیل پویایی سیاست‌های زمین که از معرفی مالیات بر ارزش زمین برای توسعه شهری در تالین استونی استون از زمان معرفی آن در سال ۱۹۹۳. من یافته‌های خود را با همسایه ریگا در لتونی که سیستم مالیاتی مبتنی بر ساختمان را حفظ کرده است، مقایسه می‌کنم. من نتیجه می‌گیرم که در حالی که نتایج آماری به نظر می‌رسد که افزایش نسبت سرمایه زمین و افزایش تراکم جمعیت در تالین را نسبت به ریگ نشان می‌دهد، هر دو مناطق حومه شهر و حوزه‌های قابل توجهی را به چالش می‌کشد و اثربخشی اجرای LVT در تالین را به چالش می‌کشد. نتیجه نیز به اهمیت تأثیرات دیگر بر توسعه شهری اشاره می‌کند و همچنین مشکلات در جداسازی اثرات LVT از آنها.

هاتوری^۲ (۲۰۱۸) در مقاله «گسترش توزیع اوراق قرضه شهرداری ژاپن: حق بیمه پیش‌فرض و نقدینگی در زمان بحران» بازار بورس اوراق بهادار ژاپن را بررسی می‌کند تا گسترش را به اجزای ریسک پیش‌بینی شده و نقدینگی تقسیم کند. تمایز بین این دو جزء ریسک بیشتر در زمینه ژاپن به‌آسانی قابل‌شناسایی است؛ زیرا در ایالات متحده به‌خوبی مطالعه شده است؛ زیرا اوراق قرضه شهری در ژاپن تحت درمان ترجیحی مالیات قرار نگرفته است، همان‌طور که در ایالات متحده است. داده‌های روزانه برای تجزیه و تحلیل اسپرد برای اوراق قرضه سه منطقه (توکیو، آیگی و اوزاکا) در طول دوره‌هایی که بحران یوباری ۲۰۰۶ و بحران مالی جهانی ۲۰۰۸ (دوره‌های نمونه از سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴) را می‌گیرند مورد استفاده قرار می‌گیرد. روش‌های تخمینی فیلتر کالمن استفاده می‌شود. ما بر این باوریم که بر خلاف افکار عمومی، افزایش گسترش در طول بحران یوباری به دلیل افزایش حق بیمه پیش‌فرض نبود؛ بلکه به دلیل عدم وجود نقدینگی بازار. در مقابل، افزایش گسترده گسترش در طول بحران مالی جهانی می‌تواند به افزایش شدید در حق بیمه پیش‌فرض پی ببرد.

¹. Wiener

². Hattori

روش‌شناسی

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

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

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

منبع: نگارندگان

در تحقیق حاضر برای آزمون پایایی پرسشنامه، با استفاده از داده‌های آزمون مقدماتی (پیش آزمون) به کمک نرم افزار SPSS، و میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که به صورت سازه تهیه شده بودند؛ محاسبه گردید که نتیجه‌ی همه‌ی متغیرهای آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ محاسبه شده و پایایی آن تأیید گردید و از میزان قابل قبولی برخوردار است.

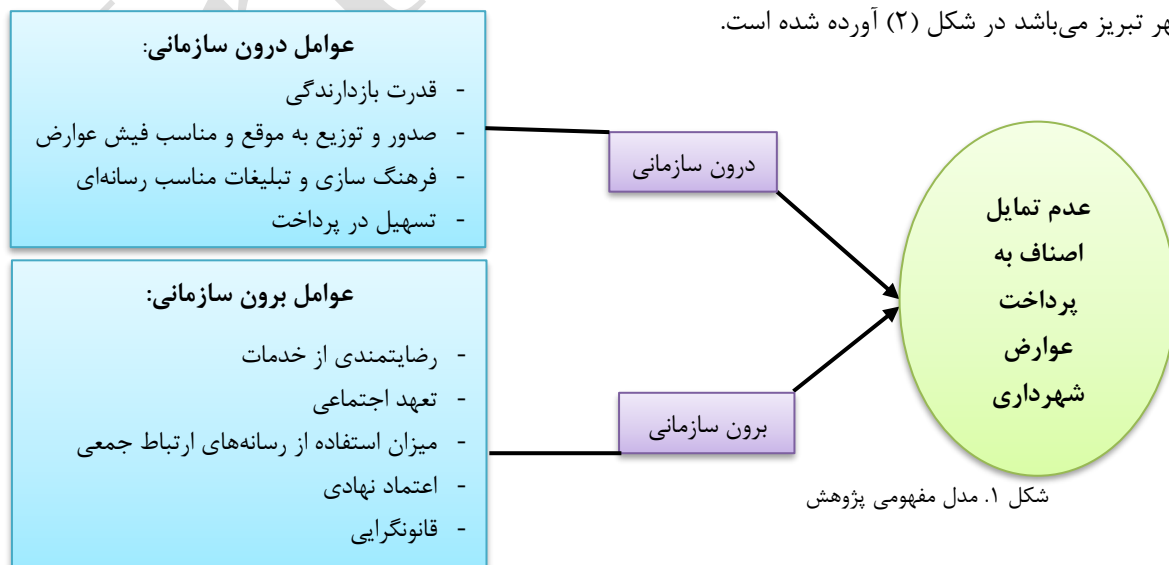
جدول شماره ۲. مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

مقدار آلفای کرونباخ	نام متغیرها
۰/۵۶۸۰	عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض
۰/۶۴۷	رضایتمندی
۰/۶۷۳	اعتماد نهادی
۰/۶۵۶	میزان استفاده از رسانه های جمعی
۰/۷۰۷	قانونگرایی
۰/۶۴۰	صدور و توزیع فیش عوارض
۰/۶۳۶	قدرت بازاریابی
۰/۶۴۳	فرهنگ سازی و تبلیغات مناسب رسانه ای

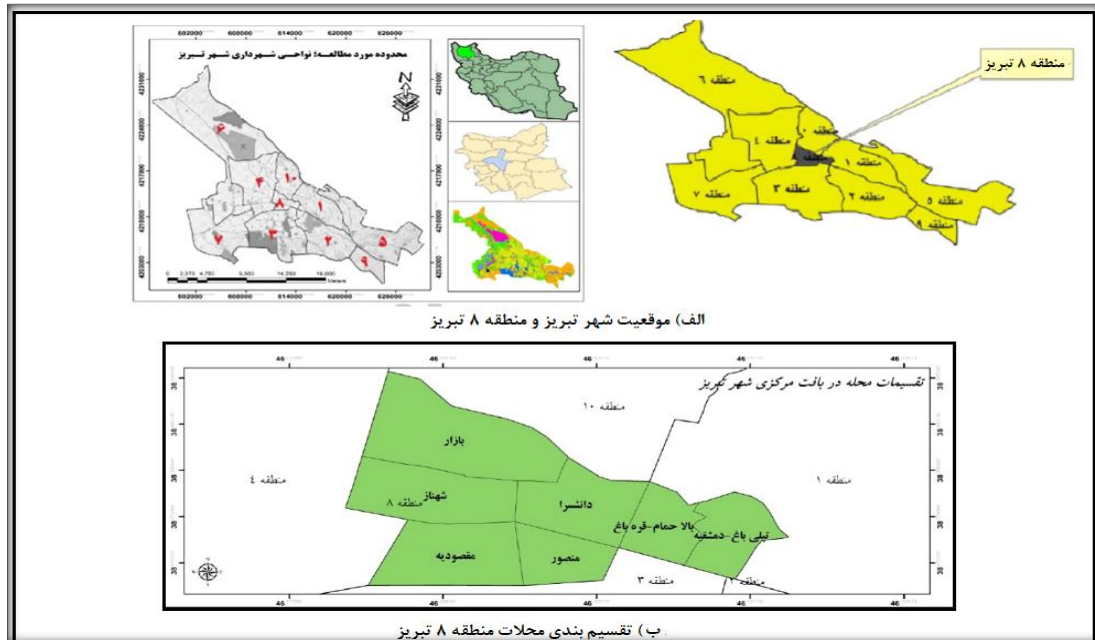
منبع: یافته‌های پژوهش

قلمرو جغرافیایی پژوهش

کلان‌شهر تبریز به عنوان ششمین کلان‌شهر ایران، با جمعیت ۱۵۵۸۶۹۳ نفری در سال ۱۳۹۵ (حسین‌زاده دلیر و پیش‌نماز اهری، ۱۴۰۲: ۴۰)؛ از شمال به کوه‌های عون بن علی (عینالی)، از غرب به جلگه‌ی تبریز و از جنوب به دامنه‌های کوهستان سهند محدود شده است و حدود ۶۰۰ هزار نفر از جمعیت آن در سکونتگاه‌های غیررسمی و حاشیه‌نشین زندگی می‌کنند (قربانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۸۲۴). بافت مرکزی و تاریخی-فرهنگی کلان‌شهر تبریز که جزء منطقه‌ی ۸ می‌باشد؛ در برگرفته‌ی هسته‌ی میانی شهر نیز هست. و به عنوان مرکزی‌ترین و مهم‌ترین منطقه‌ی کلان‌شهر تبریز به شمار می‌رود. و با وسعتی معادل ۲۶۰ هکتار ۲ درصد از مساحت کل شهر تبریز را در بر گرفته است و کوچکترین منطقه بین مناطق دهگانه‌ی شهر تبریز می‌باشد. (احمدزاده و همکاران ۱۴۰۳: ۶۶). موقعیت و تقسیم‌بندی محلات و تصاویر محلات منطقه‌ی ۸ تبریز که بافت تاریخی-فرهنگی شهر تبریز می‌باشد در شکل (۲) آورده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



شکل ۲. موقعیت و تقسیم بندی محلات منطقه‌ی هشت تبریز

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌ی اصلی تحقیق: عوامل درون و برون سازمانی بر عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری مؤثر است.

فرضیه‌های فرعی تحقیق:

- ۱) بین رضایت‌مندی از خدمات و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.
- ۲) بین اعتماد نهادی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.
- ۳) بین قانون‌گرایی و عملکرد شهرداری و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.
- ۴) بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط‌جمعی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.
- ۵) بین قدرت بازدارندگی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.
- ۶) بین صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.
- ۷) بین فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه وجود دارد.

یافته‌ها

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

الف) یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی تحقی نشان داد که از مجموع کل ۳۷۴ نفر کسبه و بازاریان شرکت داده شده در این تحقیق، تعداد ۳۳۴ نفر معادل (۸۹/۳) درصد از آنان را مردان و تعداد ۴۰ نفر معادل (۱۰/۷) درصد را نیز زنان تشکیل داده‌اند. ۳۳ نفر از بازاریان (۸/۸۲ درصد) در گروه سنی زیر ۲۵ سال، ۹۱ نفر (۲۴/۳۳ درصد) در گروه سنی ۲۵-۳۵ سال، ۹۹ نفر (۲۶/۴۷ درصد) از نمونه تحقیق در گروه سنی ۳۶-۴۵ سال، ۷۲ نفر (۱۹/۲۵ درصد) از کسبه مورد مطالعه در گروه سنی ۴۶-۵۵ و نهایتاً ۷۹ نفر (۲۱/۱۲ درصد) بالاتر از ۵۵ سال قرار دارند؛ بنابراین بیشترین نمونه آماری مربوط به برای گروه سنی ۳۶-۴۵ سال می‌باشد. باتوجه به نتایج بدست آمده ۱۲۵ نفر معادل ۳۳/۴۲ درصد از کسبه مورد مطالعه در مقطع تحصیلی زیر دیپلم، ۱۲۷ نفر معادل ۳۳/۹۶ درصد در مقطع تحصیلی دیپلم، ۵۲ نفر معادل ۱۳/۹ درصد، ۵۴ نفر معادل ۱۴/۴۴ درصد در مقطع کارشناسی و نهایتاً ۱۶ نفر معادل ۴/۲۸ درصد در مقطع تحصیلی ارشد و دکتری قرار دارند.

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

جدول شماره ۳: شاخص‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

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

منبع: یافته‌های پژوهش

میانگین نشان‌دهنده‌ی توافق نسبی درمورد متغیرها در نمونه می‌باشد. یافته‌های جدول شماره (۳) نشان می‌دهد کلیه‌ی متغیرها از توافق نسبی در نمونه برخوردار می‌باشند. چولگی بین (۳+ و ۳-) و کشیدگی بین (۵+ و ۵-) است؛ بنابراین توزیع ما یک توزیع نرمال می‌باشد و ما حق استفاده از هر نوع روش آماری که شرط نرمال بودن را دارد را خواهیم داشت.

(ب) آزمون‌های استنباطی

جدول شماره ۴: نتیجه‌ی آزمون کلموگروف - اسمیرنوف نرمال بودن داده‌ها

عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض	رضایت مندی	اعتماد نهادی	میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض	قدرت بازدارندگی	قانون‌گرایی	فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای
۰/۲۰	۰/۱۵	۰/۸۴	۰/۸۰	۰/۴۰	۰/۵۳	۰/۵۲	۰/۴۷
۰/۷۰	۰/۶۰	۰/۸۰	۰/۹۰	۰/۳۰۲	۰/۱۱۵	۰/۴۰	۰/۲۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

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

جدول شماره ۵: شیوه‌ی تفسیر شدت رابطه در همبستگی پیرسون

شدت رابطه	تفسیر
۰/۸ تا ۱	رابطه بسیار قوی
۰/۶ تا ۰/۸	رابطه قوی
۰/۴ تا ۰/۶	رابطه متوسط
۰/۲ تا ۰/۴	رابطه کم (ضعیف)
صفر تا ۰/۲	فقدان رابطه یا رابطه ناچیز

منبع: (میلر، ۱۳۸۰: ۲۹۹)

آزمون فرضیات

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

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی پیرسون فرضیه اول، می‌توان گفت با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و رضایت‌مندی رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۲۹- است، به صورت منفی و در حد متوسط می‌باشد. بدین معنی که با بالا رفتن رضایت‌مندی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت متوسطی پایین می‌آید.

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

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

فرضیه سوم: بین قانون‌گرایی و عملکرد شهرداری و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه

وجود دارد.

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده از جدول (۱۲) ماتریس همبستگی، می‌توان گفت با اطمینان ۹۹٪ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و قانون‌گرایی رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۲۴۸- است، به صورت منفی و در حد ضعیف می‌باشد. بدین معنی که با بالا رفتن قانون‌گرایی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت ضعیفی پایین خواهد آمد.

فرضیه چهارم: بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط‌جمعی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض

شهرداری رابطه وجود دارد.

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده ماتریس همبستگی، می‌توان گفت با اطمینان ۹۹٪ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط‌جمعی رابطه وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۳۷- است، به صورت منفی و در حد متوسط رو به بالا می‌باشد. بدین معنی که با بالا رفتن میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط‌جمعی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض نیز به نسبت متوسطی پایین خواهد آمد.

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

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی پیرسون، می‌توان گفت با اطمینان ۹۹٪ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و قدرت بازاریابی رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۴۴۵- است، به صورت منفی و در حد متوسط رو به بالا می‌باشد. بدین معنی که با بالا رفتن قدرت بازاریابی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت متوسطی پایین خواهد آمد.

فرضیه ششم: بین صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری

رابطه وجود دارد.

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی، می‌توان گفت با اطمینان ۹۹٪ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض رابطه وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر با ۰/۵۰۷- است، به صورت منفی و در حد قوی می‌باشد. بدین معنی که بازاریابان و کسبه نمونه مورد مطالعه بر این تأکید می‌ورزند که فیش عوارض هر چه به موقع در دستشان باشد برنامه‌ریزی جهت پرداخت در اولویت اول قرار می‌گیرد بنابراین با بالا رفتن صدور و توزیع به‌موقع فیش عوارض، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت قوی پایین خواهد آمد.

فرضیه هفتم: بین فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری

رابطه وجود دارد.

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس همبستگی، می‌توان گفت با اطمینان ۹۹٪ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱، بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض، فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای رابطه وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که

برابر با ۰/۴۰- است، به صورت منفی و در حد قوی می‌باشد. بدین معنی که بازاریان و کسبه نمونه مورد مطالعه بر این تاکید می‌ورزند که هر فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای بیشتر باشد برنامه‌ریزی جهت پرداخت در اولویت قرار می‌گیرد. بنابراین با بالا رفتن فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض به نسبت قوی پایین خواهد آمد.

فرضیه اصلی تحقیق: عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بر عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری

مؤثر است.

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

متغیر وابسته Y: عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری

متغیر مستقل X1: رضایت‌مندی

متغیر مستقل X2: اعتماد نهادی

متغیر مستقل X3: میزان استفاده از رسانه‌های جمعی

متغیر مستقل X4: قانون‌گرایی

متغیر مستقل X5: صدور و توزیع به موقع فیش عوارض

متغیر مستقل X6: قدرت بازدارندگی

متغیر مستقل X7: فرهنگ‌سازمانی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای

و مدل فرضی رابطه رگرسیونی به صورت:

$$Y_{ij} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \varepsilon \quad (1)$$

در این معادله α مقدار ثابت و β_1 ها ضرایب رگرسیونی و ε مقدار خطای تصادفی است.

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

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

از آماره‌های مهم دیگر در جدول زیر آماره بتای استاندارد است. این آماره نشان‌دهنده تأثیر استاندارد شده متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته است که اهمیت نسبی هر یک از متغیرهای مستقل را در تبیین متغیر وابسته نشان می‌دهد. هر قدر مقدار بتای یک متغیر بالاتر باشد نشان‌دهنده سهم بیشتر آن متغیر در تبیین متغیر وابسته است. بر اساس ضرایب استاندارد (Beta) مربوط به متغیرهای مستقل باقیمانده در مدل، به ترتیب متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، صدور و توزیع فیش عوارض، رضایتمندی، قدرت بازدارندگی، فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای و قانون‌گرایی بیشترین تأثیر را در تبیین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض دارند. مقدار ضریب تعیین (R^2) هم نشان می‌دهد حدود ۴۷/۱ درصد از کل تغییرات متغیر وابسته (عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض)، وابسته به متغیرهای مستقل باقی مانده در مدل رگرسیونی در این معادله می‌باشد.

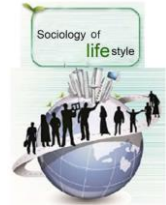
جدول شماره ۶: مدل رگرسیون گام به گام عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض

ضریب تعیین R^2	سطح معنی‌داری	آمار آزمون t	ضرایب استاندارد نشده		ضریب بتای استاندارد	متغیرهای مستقل
			Std. Error	B		
۰/۴۷۱	۱/۰۰۰	۴/۴۰۰	۲/۳۸۱	۱۰/۴۷۶	Beta	مقدار ثابت
	۱/۰۰۰	-۳/۸۱	۱/۱۳۲	-۰/۵۰۴	-۰/۱۷۲	رضایتمندی
	۱/۰۰۰	-۶/۷۲	۱/۰۶۵	-۰/۴۳۹	۰/۲۷۷	میزان استفاده از رسانه‌های جمعی
	۱/۰۰۲	-۳/۱	۱/۰۴۹	-۰/۱۵۳	-۰/۱۲۵	قانون‌گرایی
	۱/۰۰۰	-۴/۴۵	۱/۱۶۰	-۰/۷۱۵	-۰/۲۲۰	صدور و توزیع فیش عوارض
	۱/۰۰۱	-۳/۳۲	۱/۱۰۱	-۰/۳۳۸	-۰/۱۵۰	قدرت بازدارندگی
	۱/۰۰۳	-۳/۰۱	۱/۰۷۶	-۰/۲۲۹	-۰/۱۳۴	فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای

منبع: یافته‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد که بین اعتماد نهادی و عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض شهرداری رابطه معنادار و منفی وجود دارد. بدین معنی که با بالا رفتن اعتماد نهادی، عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض نیز به نسبت ضعیفی پایین خواهد آمد. این یافته با نتایج پژوهش‌های حاجی‌لو و همکاران، بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری شبستر (۱۳۹۶)، خمر و جوادیان، پیش‌بینی میزان درآمد حاصل از دریافت عوارض شهری شهرداری‌ها با استفاده از مدل شبکه عصبی شهر زابل (۱۳۹۴)، اکبری و یارمحمدیان، محاسبه میزان پایداری درآمد در صورت تقسیم عوارض ساختمانی شهرداری اصفهان (۱۳۹۱)؛ سعیدی رضوانی، فرهنگ‌سازی برای پرداخت عوارض نوسازی (۱۳۸۸)، هاشمی و همکاران، پروژه پرداخت الکترونیکی عوارض شهرداری تهران (۱۳۸۷)، اکبری و توسلی، تحلیل تأثیر عوارض شهرداری‌ها بر قیمت مسکن: مطالعه موردی شهر اصفهان (۱۳۸۷) تا



حدودی همخوانی دارد. زیرا که نتایج جملگی تحقیقات مذکور به‌نوعی به این یافته رسیده بودند که افزایش اعتماد نهادی موجب تمایل مردم و اصناف به پرداخت هزینه‌های خود می‌شود.

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

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

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

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

باتوجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، می‌توان گفت بین عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض و فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای رابطه معنادار و منفی وجود دارد. بدین معنی که با بالا رفتن فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسب رسانه‌ای،

مقاله پژوهشی



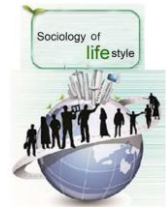
عدم تمایل اصناف به پرداخت عوارض پایین خواهد رفت. این یافته با نتایج پژوهش‌های حاجی‌لو و همکاران، بررسی منابع درآمدهای پایدار شهرداری شبستر (۱۳۹۶)، خمر و جوادیان، پیش‌بینی میزان درآمد حاصل از دریافت عوارض شهری شهرداری‌ها با استفاده از مدل شبکه عصبی شهر زابل (۱۳۹۴)، اکبری و توسلی، تحلیل تأثیر عوارض شهرداری‌ها بر قیمت مسکن: مطالعه موردی شهر اصفهان (۱۳۸۷) تا حدودی همسو می‌باشد.

تضاد منافع

این پژوهش فاقد هر گونه تضاد منافع می‌باشد.

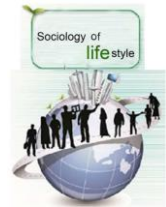
منابع

- Ahmadzadeh, H., & Pourhamrah, K. (2022). Evaluating the Relationship between Tourism Development, Economic Sustainability, and Municipal and Citizenship Incomes (Case Study: Tabriz Metropolis). *Urban Economics and Planning*, 3(4), 38-51. <https://doi.org/10.22034/uep.2022.350113.1255> [In Persian]
- Akbari Nasab, Seyyed Yusuf; Fatahi, Sara. (2015). Complications of modernization and ways to improve it in the financial system of municipalities, the fifth international conference on accounting and management and the second conference on entrepreneurship and open innovation, Tehran, 12 pages. <https://civilica.com/doc/501158/> [In Persian]
- Akbari, N. Tavassoli N. Analyzing the impact of municipal taxes on housing prices: a case study of Isfahan city (a spatial econometric approach). *Quantitative Economics (Economic Surveys)*. 2017; 15(1): 47-64. Available from: <https://sid.ir/paper/110795> [In Persian]
- Alvani, S. M., Hosseini, S. S. A Study on Theoretical Principles, Concepts and Models of Institutional Trust (Organizational). *Educational Measurement and Evaluation Studies*, 2013; 3(4): 105-141. https://jresearch.sanjesh.org/article_14894.html [In Persian]
- Amanpour, S (2018). Factors influencing the increase in the willingness of citizens to pay tax (Case Study: City izeh). *Urban Management Studies*, 35 (10). 23-32. <https://sanad.iau.ir/journal/ums/Article/13931?jid=13931> [In Persian]
- Amiri, M. (2017). Behavioral Economics and Tax Evasion. *Economics Research*, 17(64), 95-130. <https://doi.org/10.22054/joer.2017.7670> [In Persian]
- Arja Sadjiarto, Agatha Nathania Susanto, Evania Yuniar, Melissa Gunawan Hartanto. (2020). Factors Affecting Perception of Tax Evasion Among Chindos. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 144(3), 487-493. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200606.083>
- Asoudeh, Mohammad Reza, and Mahmoudi, Idris. (2014). Investigating the relationship between service quality and customer trust on customer satisfaction and purchase intention (case study: Refah chain stores in Khuzestan province). *International Conference on New Researches in Management, Economics and Accounting*. <https://sid.ir/paper/866619/fa> [In Persian]
- Baghbaneian, Y. (2023). Investigating factors affecting the moral justification of avoiding paying municipal taxes with the role of religiosity moderator (a case study of Shiraz Municipality). *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 7(27), 1604-1618. Retrieved from <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/2614>. [In Persian]
- Benedict (1953). *The Rule of Sain*, Publisher: Gracewing Publishing, Edition description: REV, Pages: 148.
- Bidram, M. Qurbani Kahriz Sangi, T. (2015). *Analysis and Pathology of Renovation and Urban Development Toll Collection (Study of Isfahan Municipality Clients)*, 6th International



- Conference on Sustainable Development and Urban Development, Isfahan, 15 pages. <https://civilica.com/doc/577459/> [In Persian]
- Boroni, A. Rahmati, M. Azizkhani, E. (2024). The Impact of Economic, Social, and Lifestyle Factors of Citizens on the Selection and Consumption of Iranian and Foreign Goods. *Mieaoi*; 13 (47): 6
<http://mieaoi.ir/article-1-1603-fa.html> . [In Persian]
- Cohan, Alvin Stanford. Theories of revolution. Translated by Alireza Tayyeb, 7th press, Gomes, Tehran, 304 pages.
- Dularif, M., Sutrisno, T., Nurkholis & Saraswati, E. (2019). Is the deterrence approach effective in combating tax evasion? A meta-analysis. *Problems and Perspectives in Management*, 17(2), 93-113. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(2\).2019.07](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(2).2019.07)
- Ebrahimi, Luqman (2009), Evaluation of the Quality of Municipal Services based on the Service Quality Model (MODEL QUAL SERV), master's thesis in geography and urban planning, University of Sistan and Baluchistan. [In Persian]
- Elliott, Jeffrey; Reginald, Robert (1994). Dictionary of Political and Strategic Terms, translated by Hassan Raieszadeh, Tehran: Moein Press. 413 pages.
- Fathi, Elham. (2020). The Urban Population of Iran and Its Future with a Focus on the Population of Metropolises. Statistical Research Center. Tehran. [In Persian]
- Ghanbari, A., Oskouee Aras, A., & Badamchizadeh, P. (2024). Assessing the Status of Tabriz Metropolis According to the Indicators of an Elderly-Friendly City in Formal and Informal Settlements (Case study: Regions 2, 8 and 10). *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 13(1), 195-230. [doi: 10.22034/jeds.2024.60738.1798](https://doi.org/10.22034/jeds.2024.60738.1798) [In Persian]
- Ghorbani, R., Oskouee Aras, A., & Tahmasebi Moghaddam, H. (2022). Survey of Satisfaction with the Quality of Urban Life in Informal Settlements (Case Study: Yousef Abad Neighborhood of Tabriz). *Geographical Engineering of Territory*, 6(4), 817-834. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381490.1401.6.4.3.6> [In Persian]
- Gibbins, John R. Reimer, Bo. (2002). The politics of postmodernity: an introduction to contemporary politics and culture. Pages: 296.
- Giddens, A. (2009). .Modernity and self - Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Pages: 336.
- Gioacchino, D., Fichera, D. (2020). Tax evasion and tax morale: A social network analysis. *European Journal of Political Economy*, 65(3), 65-89. DOI: [10.1016/j.ejpoleco.2020.101922](https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101922)
- Hadian E, Tahvili A. (2013). Tax Evasion and Its Determinants in the Iranian Economy (1971-2007). *JPBUD*. 18(2), 39-58. URL: <http://jpbud.ir/article-1-982-fa.html> [In Persian]
- Haghighatian, M., Hashemianfar, S. A., Moradi, G. The Survey of the Effect of Organizational Socialization on Social Responsibility of Employee's in Kermanshah Oil Company. *Journal of Applied Sociology*, 2013; 24(3): 71-96. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085745.1392.24.3.5.9> [In Persian]
- Hajilou M, Mirehei M, Pileh Var M. Studying Sustainable Revenue Sources of Municipalities (Case: Shabestar, East Azerbaijan Province). *IUESA* 2017; 5 (20) :1-22. [In Persian] <http://dx.doi.org/10.29252/iueam.5.20.1> [In Persian]
- Hajilu M. Mirrahi M. Pilehvar M. Studying sustainable revenue sources of municipalities (case: Shabestar, east Azarbayjan province). *Journal of urban economics and management*. 2017;5(4 (20)):1-22. Available from: <https://sid.ir/paper/240223/> [In Persian]
- Hall, Peter, and Ulrich, Pfeiffer (2009), The Urban Future of the 21st Century: A Global Agenda for 21st Century Cities. Translated by Ismail Sadegi and Nahid Safaei, Tehran: Iranian Society of Consulting Engineers, First Edition, 470 pages.
- Hashemi, Syed Manaf; Alireza Fallahzadeh and Hakimi, (2007), Tehran Municipality Electronic Toll Payment Project, Sixth International Management Conference, Tehran, Ariana Research Group. <https://civilica.com/doc/66631> [In Persian]

- Heydari, Arash (2009), investigation of social, economic, and cultural factors affecting the feeling of anomie (case study: high schools and pre-university centers of Ahvaz city). Master's thesis, Shahid Chamran University of Ahvaz, Department of Social Sciences. [In Persian]
- Hosseinzadeh Dalir, K., & Pishnamaz Ahari, R. (2023). Identifying the Factors Influencing the Planning and Design of Age-Friendly City (Case Study: Tabriz Metropolis). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 13(46), 33-60. <https://doi.org/10.22111/gaij.2023.43471.3060> [In Persian]
- Khakpour, M.R., Pourghasem, M. Esfandiari Zahedani, A. Aminzadeh, A. (2022). Study of Factors Affecting the Non-Payment of Public, Specialized Service Fees, and Other Taxes by Citizens to the Neyriz Municipality and Proposing Solutions for Improvement ..., *New Research Journal in Management and Accounting*, Vol. 5, No. 59, pp 503-529. <https://civilica.com/doc/1772246/> [In Persian]
- Khamar, G., Javadian, M. Prediction of the amount of the revenue from the complications of the municipality of using model neural network(case study: the city of Zabul). , 2016; 6(23): 21-34. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285229.1394.6.23.2.0> [In Persian]
- Khamar, G., Javadian, M. Prediction of the amount of the revenue from the complications of the municipality of using model neural network(case study: the city of Zabul). , 2016; 6(23): 21-34. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285229.1394.6.23.2.0> [In Persian]
- Lari Dashtbayaz M, Ghaemmaghami K, Kahromi G. The factors affect on tax evasion in South Khorasan province: An emphasis on cultural dimensions. *aapc* 2016; 1 (1) :139-164. <http://dx.doi.org/10.18869/acadpub.aapc.1.1.139> [In Persian]
- Malekshahi, G., Nikpour, A., & Gholami, S. (2019). Understanding and Assessment of Factors Affecting Citizens' Participation in Urban Management. *Sociology of Social Institutions*, 5(12), 327-350. <https://doi.org/10.22080/ssi.1970.2142> [In Persian]
- Martins N. A model for managing trust. *International Journal of Manpower*. 2002 Dec 1; 23(8):754-769. <http://dx.doi.org/10.1108/01437720210453984>
- McGee, R. W., Benk, S., (2011) The ethics of tax evasion: a study of Turkish opinion, *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 13:2, 249-262, [DOI:10. 1080/ 19448953. 2011. 578869](https://doi.org/10.1080/19448953.2011.578869)
- McGee, R. W., Benk, S., Yildirim, H., & Kayikci, M. (2011). The Ethics of Tax Evasion: A Study of Turkish Tax Practitioner Opinion. *European Journal of Social Sciences*, 18, 3. Pp468-480.
- Mirzaie, M. (2005). *Population and development with an emphasis on Iran (collection of articles)*. Translation, Center for Population Studies and Research of Asia and the Pacific, Tehran, 168 pages. [In Persian]
- Moaeezzi Moghadam, H. (2002). *Methods of providing revenue sources of municipalities*, Deputy Planning and Development Office, Publications of the Organization of Municipalities of the country. [In Persian]
- Mohammad Reza Javadi Yeganeh, Majid Fouladian, Hassan Rezaei Bahraabad. (2010). Factors affecting Legalism in the administrative system (With emphasis on government offices in two cities of Mashhad and Tehran). *Knowledge Assessment Quarterly*, Vol: 2 Issue: 5, pp9-34. Available from: <https://www.magiran.com/p976818> [In Persian]
- Moqimi, Seyed Mohammad (2007), *Managing Local Government Affairs: Management of Councils and Municipalities*. Tehran: Faculty of Management, University of Tehran, and Organization for the Study and Compilation of Humanities Books for Universities. Second Edition. [In Persian]
- Nasr Esfahani, Reza (2016), Criticism of the current way of financing municipalities, providing a model of urban development financing based on the principles of resistance economy, critical research paper of humanities texts and programs, *Research Institute of Humanities and Cultural Studies*, special issue of resistance economy, volume 16, No. 1 (44), pp. 145-168. <https://civilica.com/doc/1331407> [In Persian]



- Nasr Hassan. Urbanization and citizenship rights. Journal of Shahrdariha. (2006). 75, pp 67-72. Available from: <https://sid.ir/paper/493474/fa> [In Persian]
- Nikoumaram, S. Behzadfar, M. Safavi, B. Analysis of the effective factors of redefining sustainable income in the peri-urban spaces of Tehran metropolis. Peripheral Urban Spaces Development, 2023; 5(2): 203-220. <https://doi.org/10.22034/jpusd.2023.368449.1241> [In Persian]
- Oskouee Aras, A., & Azar, A. (2023). A Meta-Analysis of Researches Conducted on the Quality of Urban Life in Informal Settlements in Iran. Urban Planning Knowledge, 7(3), 67-89. <https://doi.org/10.22124/upk.2023.22756.1796> [In Persian]
- Oskouie Aras, A., & Babaie Aghdam, F. (2023). Assessing the satisfaction of female-headed households with residential environments in informal settlements (Case study: Islamabad neighborhood of Zanjan). Geographical Engineering of Territory, 7(3), 689-708. [doi: 10.22034/jget.2023.154400](https://doi.org/10.22034/jget.2023.154400) [In Persian]
- Pirouzmand, M. Concepts and tools in advertising. (2004). Tehran. Sina Tasvir Press. [In Persian]
- Pourahmad, A., Hataminejad, H., & Charkhan, S. (2021). Analysis of Spatial Inequality of Formal and Informal Settlements in Neighborhoods of Tehran's District Two. Journal of Geography and Regional Development, 19(1), 322-295. <https://doi.org/10.22067/jgrd.2021.69240.1023> [In Persian]
- Qalahedar, H. (2012). Comparison of the revenue sources of municipalities in Iran's metropolises and its physical effects, Master's Thesis, Shiraz University. [In Persian]
- Razazian, M. (2008). Sectoral efficiency of the revenue recognition and collection system, abstract of the Municipal Finance Conference "Problems and Solutions", Tehran Municipality Publications, Finance and Administrative Vice-Chancellor, Tehran. [In Persian]
- Saeedi Rezvani, Navid, (2008), a reflection on "cultural development" to pay the renovation costs, the second conference on municipal finance, problems, and solutions, Tehran, Technology Studies Center of Sharif University of Technology. <https://civilica.com/doc/83640>
- Sayadi Somar, A, Rahnama roodposhti, F, kakaei tabar, Z. (2018). The Causes of Tax Evasion in Iran with Concentration in Gap View of Taxpayers and Tax Staff Based on the AHP Model. The Journal of Accounting and Social Interest, Vol 8, Volume 1 (28), pp 27-52. <https://doi.org/10.22051/ijar.2018.3234> [In Persian]
- Severin, Werner Joseph, Tankard, James W. Communication theories. Translated by Alireza Dehgan, university of Tehran. 9th press, 576 pages.
- Statistical Center of Iran. (2016). Detailed results of the general population and housing censuses. Years 1956 to 2016, Tehran. [In Persian]
- Wenner.F. (2018). Sustainable urban development and land value taxation: The case of Estonia. Land Use Policy, Volume 77, September 2018, Pages 790 - 800. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2016.08.031>
- Zolfaqari, M. E. (2024). Study of Factors Affecting the Nature of Renovation Fees and Their Collection in Municipal Systems (Case Study of the Municipality of Esfarayen). The 6th international conference on strategic ideas in architecture, civil engineering and urban planning in Iran. Mashhad. <https://civilica.com/doc/1873699>. [In Persian]