

بررسی تاثیر استفاده از اینترنت برای دریافت اظهارنامه‌های مالیاتی بر رضایت

مؤدیان درادارات امور مالیاتی شهرستان اراک

داوود طاهری*

چکیده

امروزه کیفیت خدمات به دلیل ارتباط روشن آن با موضوعات رضایت مندی مشتری، حفظ مشتری و سود آوری در اغلب صنایع خدماتی مساله‌های حیاتی است. سطوح بالاتر رضایت مشتریان، وفا داری بیشتر در آنان ایجاد می‌کند و مشتریان کاملاً راضی، خیلی بیشتر از مشتریان صرفاً راضی، وفادار می‌مانند. تحقیق حاضر یک تحقیق میدانی است و هدف از آن بررسی مدل SERVQUAL در زمینه خدمات عمومی و آن لاین، بویژه ارائه اظهارنامه مالیاتی بر مبنای وب سایت از طریق اینترنت می‌باشد. برای پژوهش پنج فرضیه در خصوص ارتباط بین راحتی با کیفیت خدمات و رضایت مندی، و کیفیت خدمات آنلاین با رضایت مندی و قصد استفاده مجدد از وب سایت سازمان و رضایت مندی با قصد استفاده مجدد مؤدیان ارائه شده است. و پرسشنامه استاندارد با پایایی ۰/۹۴ بین مؤدیان مالیاتی (شرکت‌ها) در محدوده شهر اراک توزیع و پس از جمع آوری، بوسیله نرم افزار لیزرل مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که فرضیه اول مبنی بر اینکه راحتی اظهارنامه آنلاین موجب رضایت مندی بیشتر مؤدیان می‌شود رد و چهار فرضیه دیگر پذیرفته شده است.

واژه‌های کلیدی: اظهارنامه مالیاتی، اینترنت، خدمات الکترونیک، وب سایت،

امروزه جهان، محیط‌های کاری، رفتارها و منش‌های انسانی و مدیریتی بطور انکارناپذیری دستخوش تغییرات اساسی شده است که ریشه آن ورود به عصر اطلاعات، افزایش ارزش اطلاعات و سرعت و سهولت دسترسی به منابع اطلاعاتی است. ظهور اینترنت شیوه جدیدی از ارتباط بین انسانها، بنگاه‌ها و سازمان‌ها بدون در نظر گرفتن زمان و مکان را معرفی نموده است. سازمان‌های عمومی می‌توانند با استفاده از اینترنت روشهای نوین ارائه خدمات را جایگزین شیوه‌های کهنه سنتی نمایند، تا ضمن برآوردن انتظارات اربابان رجوع (مصرف کنندگان) موجب رضایت مندی و همکاری بیشتر آنها با سازمان و کمتر شدن هزینه‌های سازمان شوند.

یکی از بارزترین نشانه‌های دولت الکترونیک در کشورهای پیشرفته تعامل شهروندان با دولت در نظام‌های مالیاتی تعریف شده است که در سازمان امور مالیاتی کشور از سیستم‌های قدیمی و کاغذی استفاده می‌شود. پایان تیرماه هر سال با توجه به اتمام مهلت تحویل اظهارنامه مالیاتی مشاغل و در سایر موارد در طی سال، سازمان‌های مالیاتی کشور با خیل مراجعات مردمی مواجه می‌شوند که برای انجام ساده ترین پروسه اداری می‌بایست هزینه و زمانی را صرف کنند، که با بهره‌گیری از سیستم اینترنتی تسلیم اظهار نامه مالیاتی می‌توان از صرف هزینه‌های وارده مستقیم و غیرمستقیم آن جلوگیری به عمل آورد. سازمان امور مالیاتی دارای پایگاه اینترنتی می‌باشد که بیشترین بهره‌برداری از آن نشراخبار و اطلاعات مرتبط با سازمان است که فایده خاصی برای اصلی ترین مخاطبان یعنی مودیان مالیاتی ندارد. لذا با استفاده از این پایگاه و تقویت آن می‌توان از آن به عنوان یک کانال ارتباط با مؤدیان خصوصا در جهت تسلیم اظهارنامه‌های مالیاتی مطرح شده در قانون مالیات‌ها استفاده نمود.

امروزه با پیشرفت فناوری، گسترش اینترنت و افزایش کاربرد کامپیوتر در میان افراد، نیاز به وب سایت برای ادارات، کارخانجات، شرکت‌های دولتی و خصوصی و حتی برای افراد، بیش از پیش احساس می‌شود. داشتن وب سایت یک استاندارد تلقی می‌شود که حداقل کاربرد آن تهیه مشخصات و اطلاعات اولیه سازمان یا فرد مانند اطلاعات تماس، اطلاعات بروشورها، آگهی‌ها، تاریخچه سازمان، اخبار و ... می‌باشد.



سازمان‌ها با قراردادن اطلاعات خود در سایت می‌توانند در میزان هزینه‌هایی مانند هزینه تبلیغات و زمان صرفه جویی کنند.

با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در فضای مجازی می‌توان، به سوی راحتی بیشتر، تعاملات و ارتباطات روان تر، بهتر سازنده تر در اجتماع و ارائه هرچه بهتر و با کیفیت تر خدمات به مؤدیان و کسب رضایت آنها حرکت نمود. این پژوهش قصد دارد استفاده اینترنت را بعنوان یکی از ابزارهای جدید وصول و ارائه خدمات مالیاتی مورد بررسی قرار دهد.

۲- پیشینه تحقیق

با بررسی بعمل آمده مشخص شده با موضوع این مقاله هیچ گونه تحقیقی انجام نشده است، اما در خصوص استفاده از اینترنت در بازاریابی، تولید و فروش و بانکداری تحقیقات زیادی صورت گرفته است. اما مطالعات زیادی در این خصوص در سطح جهانی صورت گرفته که سه نمونه زیر آورده شده است.

- سانتوز در سال ۲۰۰۳ کیفیت خدمات را در تجارت الکترونیک بدین گونه شرح داده است؛ کیفیت خدمات الکترونیک و مزیت ارائه شده در یک بازار مجازی که توسط مصرف کننده مورد ارزشیابی و قضاوت قرار می‌گیرد. وی ابعاد اندازه گیری کیفیت خدمات آن لاین را شامل؛ قابلیت اعتماد، کارائی (استفاده آسان از یک وب سایت)، پشتیبانی (کمک فنی و توصیه‌های شخصی)، ارتباطات امنیت و انگیزه را مورد مطالعه قرار داد.

- یوو و دونتو در سال ۲۰۰۱ مطالعاتی درباره کیفیت وب سایت در چهار بعد شامل؛ استفاده آسان از یک وب سایت، طراحی زیبا و جذاب، سرعت فرآیند و امنیت انجام داده‌اند.

- لویاکونو و دیگران در سال ۲۰۰۲ مطالعاتی درباره کیفیت وب با در نظر گرفتن ۱۲ بعد به شرح ذیل انجام داد؛ اطلاعات متناسب با وظایف، تعامل، اطمینان، زمان پاسخ، فهم آسان، ابتکار، تصویر سازگار، برتر بودن از کانالهای متناوب ارتباطی، مراجعه حضوری، جریان عاطفی تقاضا، تکامل آن‌لاین.

- باکلی در سال ۲۰۰۳ در یک مقاله تحقیقاتی تحت عنوان «کیفیت خدمات الکترونیک و بخش عمومی» به این نتیجه رسید که کیفیت خدمات الکترونیکی در بخش خصوصی و عمومی مهم و یکسان است و دارای سه جنبه شامل؛ تمرکز بر استفاده کننده، رضایت مصرف کننده و بازده می‌باشد. این سه فرض اصولی بوسیله انگیزه منفعت، گروه مشتریان متجانس، وظایف قابل تعریف و بازده قابل سنجش اندازه گیر می‌شوند (باکلی، ۲۰۰۳، ۴۶۱).

۳- مبانی نظری

کیفیت خدمات دارای یک ساختار چند بعدی است اما هیچ گونه اتفاق نظری در مورد ماهیت و محتوای واقعی این ابعاد وجود ندارد. این موضوع توسط محققان بازاریابی کشف و شناسایی شد. آنها درحال ارائه انواع خدمات بودند و به این واقعیت رسیدند که کیفیت یک پدیده تک بعدی نیست بلکه پدیده‌ای چند بعدی است. بنابراین رسیدن به کیفیت خدمات یا کیفیت محصول بدون شناسایی جنبه‌های مهم کیفیت ممکن نمی‌باشد. دو زنجیره‌ی پژوهشی مهم در زمینه خدمات وجود دارد یکی بنام «بعد شمال اروپا» دو مدل گرونروز و مدل لهتینن و لهتینن و دیگری بنام «بعد آمریکایی» مدل پاراسورامان است. "زیتها مل" و همکاران (۲۰۰۰) کیفیت خدمات الکترونیکی را آن حد و اندازه‌ای تعریف می‌کنند که بر طبق آن یک وب سایت، ارائه‌ی محصولات و خدمات مفید و سازنده و کار آمد را تسهیل می‌بخشد. این مولفان یازده بعد کیفیت خدمات الکترونیک را شناسایی و معرفی کرده اند که مشابه ابعاد یافت شده‌ی پژوهش قبلی آنها در محیط آن - لاین است. "یانگ" و "جونگ" (۲۰۰۰) برداشت‌های مربوط به کیفیت خدمات را از طریق نمونه گیری از خریداران اینترنت و افرادی که از اینترنت خرید نمی‌کنند مورد بررسی قرار داده‌اند. آنها از طریق خریداران اینترنت به شش بعد کیفیت خدمات دست یافته‌اند شامل: معتبر بودن، میزان دسترسی، سهولت کاربرد، اختصاصی بودن، امنیت و اعتبار. "کای" و "جون" (۲۰۰۳) در یک اقدام بعدی، چهار بعد مهم کیفیت خدمات آن - لاین را که توسط دو گروه کاربران اینترنت، خریداران آن - لاین و جستجو گران اطلاعات یافت شده شناسایی کردند. این ابعاد عبارت اند از: طراحی و محتوای وب سایت، قابل اعتماد بودن،



خدمات به موقع و معتبر، مرتبط بودن. " لویاکونو " و دیگران (۲۰۰۲) واژه‌ی webQual را مورد استفاده قرار داده و معیارهای متعددی را دریافته اند که با تعاریف خدمات الکترونیکی که توسط "زیتهامل" و دیگران (۲۰۰۰) ارائه شده هم پوشی دارد. وان ایواردن " و دیگران (۲۰۰۳) با اتکا بر ابزار SERVQUAL که پنج بعد کیفیت را شناسایی می‌کند به نتایج مشابه و یکسانی برای وب سایت‌ها دست یافتند. این ابعاد که به عنوان مهم ترین ابعاد کیفیت خدمات وب سایت‌ها شناسایی شده عبارتند از: واقعی بودن (عینیت)، معتبر بودن، پاسخگویی، تضمین وهمدلی. در راستای این امر، خدمات آن-لاین سرو کوال یک ابزار تصویب شده است که در تحقیق حاضر به کار رفته است (پینهو و دیگران، ۲۰۰۷، ۱۶۱).

۴- اظهارنامه مالیاتی

اظهارنامه مالیاتی اظهارنامه مالیاتی فرم‌های خاصی است، که برطبق مقررات از طرف سازمان امور مالیاتی تهیه و در اختیار مودیان مالیاتی قرار می‌گیرد. صاحبان درآمد اعم از اشخاص حقیقی یا حقوقی مکلفند مشخصات خود، آدرس محل کسب و سکونت، منبع تحصیل درآمد، نوع فعالیت کسبی و نیز اطلاعاتی را که درباره فعالیت، درآمد و حسب مورد حساب دارایی، سود و زیان، استهلاکات و تراز نامه در فرم اظهار نامه پیش بینی شده، منعکس نموده و ظرف مدت تعیین شده قانونی آن را به واحد مالیاتی مربوطه تسلیم نمایند.

تسلیم اظهارنامه مالیاتی یک تکلیف است که قانون مالیات‌های مستقیم در طی چند ماده صاحبان درآمد اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی را مکلف به تکمیل و تحویل آن به ادارات امور مالیاتی در موعد مقرر می‌نماید، در برخی از کشورها، قانون استفاده از کارشناسان ذیصلاح را در تهیه و تنظیم اظهار نامه‌ها مجاز میداند علت آن این است که اظهار نامه تهیه شده از سوی کارشناسان مبنای محکمتری داشته و احتمال تقلب و فریب کمتری در آن بروز خواهد کرد، در برخی دیگر از کشورها اظهارنامه مالیاتی ابتدا باید به تایید حسابرسان یا یکی از مشاوران مالی سوگند خورده برسانند (ویکتور ثورنی، ۱۳۸۲، ۱۸۲).

خود اظهار مالیاتی عبارت است از این که مودیان مالیاتی در هر بخش اعم از مالیات

بر درآمد یا دارایی، اشخاص حقیقی یا حقوقی طبق موازین قانونی، خود با تسلیم اظهار نامه مالیاتی در زمان قانونی و بر اساس صداقت نسبت به پرداخت سهم مالیات خود اقدام کنند و سازمان امور مالیاتی نیز با خوش بینی و اعتماد به مودیان ضمن قبول اظهارنامه آنها فقط جنبه‌ی نظارتی بر وصول مالیات داشته باشد. اظهارنامه مالیات به اقتصاد، ارتقای فرهنگ مالیاتی و سلامت اداری کمک نموده و عامل موثر در سلامت اداری، کمتر شدن ارتباط بین مؤدی و ادارات امور مالیاتی است.

لذا بر اساس تبصره ۶ ماده ۱۰۰ و ماده ۱۵۸ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب اسفند ۱۳۶۶ امکان صدور برگ قطعی بر اساس اظهار نامه مودی فراهم شد که تبصره ۶ ماده ۱۰۰ ق. م. م. توفیقات با اتحادیه صنف مربوطه و اداره کل امور مالیاتی را بیان می‌نمود که اصلاحیه سال ۳۸۰ قانون مالیات‌های مستقیم توافق با اتحادیه‌ها فقط در خصوص مودیان بند ج امکان پذیر شد و بر اساس ماده ۱۵۸ این قانون مودیان مشمول بند الف و ب می‌توانند از تسهیلات خود اظهار استفاده نمایند.

از مزایای طرح خود اظهاری به مواردی چون؛ گسترش فرهنگ مالیاتی با ایجاد اعتماد بین مودیان و ادارات امور مالیاتی، افزایش رضایتمندی با ایجاد حس تفاهم و همکاری متقابل فی مابین، وصول سریع تر مالیات و کم شدن هزینه وصول مالیات، کوتاه شدن زمان رسیدگی به پرونده‌های مالیاتی و صرفه جویی در زمان با رسیدگی نمونه‌ای پرونده‌ها را می‌توان نام برد.

۵- وب سایت

سرویس دهنده وبی است که در آن مجموعه‌ای از صفحات وب در مورد موضوعی خاص وجود دارند و توسط فرآیندها این صفحات به هم متصل شده اند. در هر سایت وب یک صفحه آغازین یا ابتدایی موجود است که به آن صفحه خانه گویند و بیشتر شامل اطلاعات راجع موضوعات خاصی که توسط آن سایت ارائه می‌شود، است.

در ادبیات تجارت الکترونیک کیفیت وب سایت کاملاً مطالعه شده و مهم است لیوآرنت در سال ۲۰۰۰ یک چارچوبی از ادبیات بازاریابی و سیستم اطلاعات مدیریت استخراج نموده و چهار عامل را که برای موفقیت یک وب سایت در تجارت الکترونیک



حساس است شناسایی نموده اند شامل: کیفیت اطلاعات مانند؛ صحت اطلاعات اغلب توانایی‌های بنیادی یک وب سایت به ارائه اطلاعات درست درباره محصول، خدمات، افراد، حوادث یا عقاید بستگی دارد. اطلاعات نامناسب در وب سایت می‌تواند ارزش تجاری شرکت را به خطر بیندازد بنابراین برای شرکتها ضروری است که مراقب کیفیت اطلاعات خود باشند. مرتبط بودن اطلاعات به این اشاره دارد که اطلاعات موجود در وب سایت تا چه اندازه‌ای با اطلاعات مورد نیاز استفاده کننده نزدیک است و کیفیت سیستم مانند؛ قابلیت استفاده (مفید بودن)، قابلیت دسترسی، زمان پاسخگویی تمایل کمک به مشتریان آن لاین بوسیله‌ی دو روش زمان بارگیری و زمان جستجو است. زمان جستجو اغلب به اندازه پایگاه داده ارتباط دارد. و کیفیت خدمات مانند؛ اعتماد یعنی اینکه یک وب سایت به عقیده مشتریان تا چه اندازه قانونی، اخلاقی و باورکردنی است، هم‌دلی عبارت است از ارائه مکانیسم پاسخ برای پیشرفت کیفیت ارتباط وب سایت است مثل ایمیل و چت روم و جذابیت (سرگرمی) شامل تدبیری است که توجه استفاده کننده از وب سایت را بوسیله طرح‌های جذاب جلب کند مانند بازی‌های آن لاین و نرم افزار دانلود.

۶- تعریف کیفیت خدمات

ارزیابی کیفیت خدمات حین فرآیند ارائه خدمات انجام می‌گیرد. هر تماس دریافت کننده خدمات بعنوان لحظه‌ای برابر ایجاد اعتماد و فرصتی برای راضی کردن یا ناراضی کردن وی به شمار می‌رود. رضایت دریافت کننده (مشتری) از یک خدمت را می‌توان از طریق مقایسه انتظارات یا برداشت او از خدمت ارائه شده، تعریف نمود. اگر خدمات ارائه شده از حد انتظارات مشتری فراتر باشد، آن خدمات فرح بخش و فوق العاده قلمداد می‌شود. وقتی انتظارات مشتری از خدمات ارائه شده با برداشت او منطبق باشد، کیفیت خدمات ارائه شده رضایت بخش است (ای و دیگران، ۱۳۸۲: ۶۵). از نظر پاراسورامان کیفیت ادراک شده عبارتست از قضاوت مشتری درباره برتری یا مزیت کلی یک شی. کیفیت ادراک شده شکلی از نگرش است که با رضایت مرتبط است ولیکن با آن یکی نیست و از مقایسه انتظارات با ادراکات عملکرد نتیجه می‌شود. پاراسورامان و همکارانش (۱۹۸۵ و ۱۹۸۸) ارزیابی‌های کیفی روی نتیجه خدمات و فرآیند ارائه خدمات انجام داد

خدمات الکترونیک، اعمال، تلاشها یا عملکردهایی که بوسیله تکنولوژی اطلاعات نظیر وب سایت، کیوسکهای اطلاعاتی و تلفن همراه ارائه می‌شوند(رولی، ۲۰۰۶، ۳۴۱)

۷- مدل تحلیلی تحقیق

مدل این تحقیق مدل ارائه شده توسط دو محقق بنامهای جوز کارلوس پینهو و ایزابل ماریا ماکدو است. در این مدل از ابزار SERVQUAL به منظور بررسی کیفیت خدمات در محیط آنلاین استفاده شده است.

علیرغم آنکه یک توافق کلی مبنی بر اینکه کیفیت خدمات دارای یک ساختار چند بعدی است وجود دارد اما هیچ گونه اتفاق نظری در مورد ماهیت و محتوای واقعی این ابعاد وجود ندارد پاراسورمان و همکارانش در سالهای ۱۹۸۵ و ۱۹۸۸ ارزیابی‌های کیفی بر روی فرآیند ارائه خدمات و نتیجه آن انجام دادند و ابزار SERVQUAL را پیشنهاد دادند که بر پنج بعد؛ قابلیت اعتماد، قابلیت دسترسی، همدلی، امنیت و پاسخگویی متکی است و یک تمایز را بین انتظارات مصرف کننده و خدمات دریافت شده بیان می‌نماید در این مدل چهار عامل اصلی، راحتی و سهولت، کیفیت خدمات، رضایتمندی و قصد استفاده مجدد از وب سایت که هر یک دارای ابعاد فرعی به شرح ذیل می‌باشند:

۷-۱- راحتی و سهولت

متغیرهای راحتی شامل؛ فرآیند مالیات ستانی بوسیله ارسال اظهارنامه اینترنتی از طریق وب سایت ساده تر شده، فرآیند مالیاتی آنلاین در مقایسه با شیوه سنتی موجب صرفه‌جویی زمان می‌شود، فرآیند مالیاتی آنلاین می‌تواند در شبانه روز اجرا شود و فرآیند مالیات ستانی آنلاین راحت تر است

۷-۲- متغیرهای کیفیت خدمات

قابلیت اعتبار شامل: اطلاعات کامل درباره مالیات‌ها و سایر هزینه‌ها به طور واضح شرح داده شود، اطلاعات موجود در سایت صحیح و به روز باشد، ثبت فرآیند ساده است، اظهارنامه مالیاتی قبل از ارسال بوسیله وب سایت مورد تایید قرارگیرد، وب سایت یک

بازنگری کلی بعد از ارسال اظهارنامه ارائه دهد.

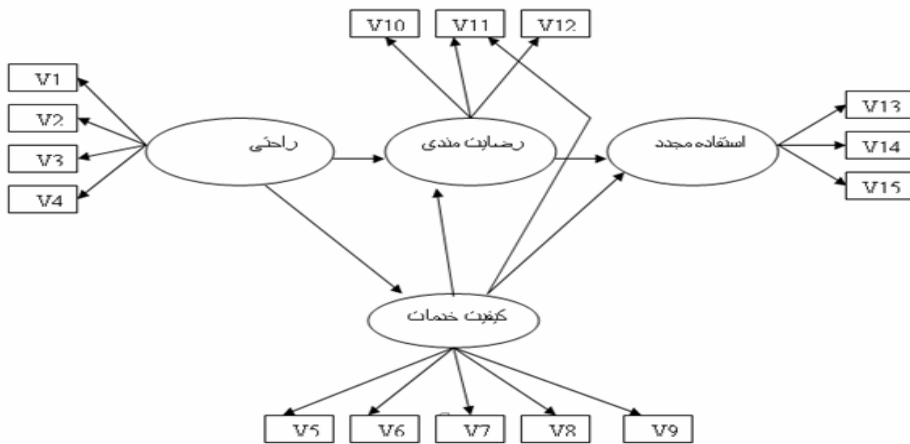
عوامل محسوس شامل: پیدا کردن مسیر در وب سایت آسان است، اطلاعات لازم به سادگی و با کمترین کلیک کردن پیدا می‌شود، وب سایت بصورت جذاب طراحی شود، اطلاعات لازم برای الزامات مالی انجام شده به سادگی قابل یافت باشد، زمان و اندازه فایل‌های قابل دانلود نمایش داده شود، هر سند یا اطلاعات موجود دارای تاریخ انتشار باشد. همدلی شامل: برقراری اتصال برای پرسش سوالات فنی آسان باشد، در وب سایت ارتباطات مهم مانند فکس، آدرس، تلفن و ایمیل موجود باشد، وب سایت دارای زبانهای مختلف برای مؤدیان باشد، یک خبرنامه برای مبادله عقاید آماده شود. امنیت شامل: برای ثبت اطلاعات محرمانه در سایت احساس اطمینان شود، هنگام ورود اطلاعات محرمانه وب سایت پیغامی نشان میدهد که ورود به سایت ایمن اعلام می‌دارد، رویه محرمانه بودن اطلاعات به طور واضح در وب سایت مشاهده شود. پاسخگویی شامل: لینکهای مربوطی برای مبادله عقاید آماده شود، وجود صفحه وبی که سؤالات مؤدیان واجد شرایط در آن پرسیده شود، جهت یابی در آن سریع باشد، باز کردن هرسند مورد نیازی در آن ساده باشد، هنگامی که سندی باز نمی‌شود نرم افزار دانلود آن در دسترس باشد.

۷-۳- رضایتمندی

متغیرهای رضایتمندی شامل؛ مالیات ستانی آنلاین باهدفی طراحی شود که احتیاجات مالیات دهندگان را برآورده سازد، فرآیند مالیات آنلاین یک تجربه خوشایند است و رضایت از تجربه استفاده فرآیند مالیات آنلاین

۷-۴- قصد استفاده مجدد

متغیرهای قصد استفاده عبارتنداز؛ استفاده مجدد از وب سایت، قصد استفاده مجدد از وب سایت و اجبار در استفاده مجدد



شکل ۱-۱ طرح کلی پژوهش

۸- فرضیه‌های تحقیق

دو فرضیه به بررسی روابط بین سهولت و راحتی، رضایتمندی و کیفیت خدمات پرداخته شده که عبارتند از:

فرضیه اول- سهولت و راحتی ارائه اظهارنامه‌ها بصورت آنلاین رابطه معناداری با رضایتمندی مؤدیان دارد.

فرضیه دوم- سهولت و راحتی ارائه اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین رابطه معناداری با کیفیت بهتر خدمات مالیاتی دارد.

سه فرضیه هم به بررسی روابط بین کیفیت خدمات، رضایتمندی و قصد استفاده مجدد از وب سایت پرداخته شده است که عبارتند از:

فرضیه سوم- کیفیت بهتر خدمات آنلاین رابطه معناداری با رضایت مندی مؤدیان دارد.

فرضیه چهارم- کیفیت خدمات آنلاین بهتر رابطه معناداری با استفاده مجدد مؤدیان از وب سایت سازمان دارد.

فرضیه پنجم- رضایت مندی از خدمات ارائه شده آن لاین رابطه معناداری با استفاده مجدد از وب سایت سازمان دارد.

۹- روش تحقیق (متدلوژی)

این پژوهش از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است. از آنجا که در این تحقیق بدنبال مشخص کردن رابطه بین مولفه‌های کیفیت بهتر خدمات و رضایتمندی مودیان با قصد مجدد استفاده آنها از وب سایت اداره کل امور مالیاتی می‌باشد. این تحقیق براساس روش تحقیق از نوع تحقیقات همبستگی (همخوانی) است. جامعه آماری این پژوهش کلیه مودیان مالیاتی شرکت‌ها است که هر سال در تیرماه و یا با توجه سال مالی آنها ملزم به تسلیم اظهارنامه مالیاتی می‌باشند و نیز باید دفاتر قانونی مانند روزنامه و کل برای ثبت وقایع مالی خود نگهداری نمایند.

در این پژوهش تعداد ۳۱۰۰ نفر از مودیان مالیاتی شرکت‌ها (اشخاص حقوقی) که تا پایان تیرماه سال ۱۳۸۷ بابت عملکرد مالی خود در سال ۱۳۸۶ اقدام به تسلیم اظهارنامه مالیاتی نموده اند می‌باشد. بنابراین به طور کلی حجم نمونه در روش شناسی معادل یابی معادلات ساختاری می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه گیری تعیین شود.

$$5q \leq n \leq 15q$$

که در آن:

حجم نمونه = n

q = تعداد متغیرهای مشاهده شده (گویه‌های پرسشنامه)

پرسشنامه این پژوهش ۲۵ گویه دارد. بنابراین با در نظر گرفتن حداقل ۵ و حداکثر ۱۵ مشاهده به ازای هر گویه حداقل ۱۲۵ و حداکثر ۳۷۵ نمونه را می‌توان محاسبه نمود. محقق در این تحقیق ۲۵۰ نمونه را به عنوان حجم نمونه، مد نظر قرارداد است. در روش میدانی برای گردآوری اطلاعات و بررسی روابط بین راحتی، کیفیت خدمات، رضایتمندی و قصد استفاده مجدد از اینترنت در مدل ارائه شده از پرسشنامه‌ای با بهره گرفتن از پرسشنامه استاندارد طراحی گردید. و برای بالا بردن روایی آن همچنین بومی کردن آن متناسب با سازمان مورد بررسی، نظرساآتید محترم و متخصصین را جویا شده و نیز با بهره جستن از برخی تحقیقات تغییرات لازم اعمال شده است. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق براساس طیف درجه بندی لیکرت و از نوع سؤالات بسته و پنج گزینه‌ای که به سؤالات نگرش سنج نیز معروفند می‌باشد (جدول ۱-۳). سؤالات پنج گزینه‌ای به شرح،

بسیار کم، کم، متوسط، زیاد، بسیار زیاد و به ترتیب نمره ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ در نظر گرفته شده است که برای ارزیابی فرضیه‌ها به شرح جدول زیرمورد استفاده قرار می‌گیرد. برای به دست آوردن پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. با استفاده از نرم افزار SPSS15 ضریب آلفای کرونباخ برای آنها محاسبه گردید که مقدار آن ۰/۹۴. به دست آمد که بیانگر ثبات و همسانی درونی پرسشنامه می‌باشد.

۱۰- تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش تحلیل پژوهش مدل معادلات ساختاری است که شامل تعدادی متغیر مکنون و روابط علی میان آنهاست. هر یک از این متغیرهای از طریق گویه‌هایی که از طریق ممیزی و پرسش از مؤدیان مالیاتی اندازه‌گیری شده توصیف می‌شود. در متدولوژی معادلات ساختاری دو دسته ضرایب بین متغیرهای مکنون برآورد می‌شود:

اول: گاما (γ) که معرف ضریب همبستگی بین یک متغیر مکنون برون زا و یک متغیر مکنون درون زا است.

دوم: بتا (β) که معرف ضریب همبستگی بین متغیر مکنون درون زا و یک متغیر مکنون درون زای دیگر است.

آماره T که نشان دهنده معنی داری رابطه بین متغیرهای مکنون است نیز در اثر انجام تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری محاسبه و بدست می‌آید. چنانچه آماره T بین دو متغیر در سطح اطمینان ۹۵٪ بزرگ تر از ۱/۹۶ باشد فرضیه صفر مبنی عدم رابطه بین دو متغیر مکنون رد و فرضیه جایگزین مبنی بر رابطه معنی دار دو متغیر مکنون پذیرفته می‌شود.

از طرف دیگر مدل اندازه‌گیری روابط بین متغیرهای اندازه‌گیری شده و متغیرهای مکنون را که برای برآورد تقریبی آنها بکار می‌رود تعریف می‌کند در مدل اندازه‌گیری به ازای هر یک از متغیرهای مکنون تعدادی گویه یا نشانگر وجود دارد. در متدولوژی معادلات ساختاری برای هر یک از گویه‌ها ضریب λ برآورد می‌شود. در مورد متغیرهای مکنون برون زا این ضریب با λy معرف بار عاملی بین گویه X با متغیر مکنون برون زای مربوطه است. بار عاملی نشان دهنده نسبتی از واریانس گویه X است که توسط متغیر مکنون برون زای مربوطه بیان

می‌شود. از طرف دیگر λy بار عاملی بین نشانگر y با متغیر مکنون درون زای متناظر را معرفی می‌کند. به علاوه آماره T معنی داری λx و λy را نشان می‌دهد.

۱۱- آزمون فرضیه‌ها

H_0 سهولت و راحتی اظهارنامه‌ها بصورت آنلاین رابطه معناداری با رضایت مندی مؤدیان ندارد.

H_1 سهولت و راحتی اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین رابطه معناداری با رضایتمندی مودیان دارد.

- آزمون فرضیه اول، بر اساس معادله اول از معادلات ساختاری، میزان همبستگی میان سهولت و راحتی اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین و رضایتمندی مودیان $0/08-$ و مقدار تی مربوطه $0/73-$ می‌باشد که بر طبق تست t با مقدار $0/5$ در سطح معنی داری $0/05$ این فرضیه قبول است. در نتیجه ادعای اول محقق مورد تایید واقع نشده است و سهولت و راحتی اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین تاثیر مثبت بر روی رضایتمندی بیشتر مودیان ندارد.

- آزمون فرضیه دوم، سهولت و راحتی اظهارنامه‌ها بصورت آنلاین تاثیر مثبت بر روی کیفیت خدمات مالیاتی دارد بر طبق

معادله دوم از معادلات ساختاری، میزان همبستگی میان سهولت و راحتی اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین و کیفیت خدمات مالیاتی $0/79$ و مقدار تی مربوط به آن $6/96$ می‌باشد که بر طبق تست t با مقدار $0/5$ در سطح معنی داری $0/05$ این فرضیه رد شده است. در نتیجه ادعای دوم محقق با اطمینان 95% مورد تایید واقع شده است و سهولت و راحتی اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین موجب کیفیت بهتر خدمات مالیاتی می‌شود.

- آزمون فرضیه سوم، بر طبق معادله سوم از معادلات ساختاری، میزان همبستگی میان کیفیت بهتر خدمات آنلاین و رضایتمندی مودیان $0/92$ و مقدار تی مربوطه $5/92$ می‌باشد که بر طبق تست t با مقدار $0/5$ در سطح معنی داری $0/05$ این فرضیه پذیرفته شده است. در نتیجه ادعای سوم محقق مورد تایید واقع نشده است.

- آزمون فرضیه چهارم، بر طبق معادله چهارم از معادلات ساختاری، میزان همبستگی

میان کیفیت بهتر خدمات آنلاین و استفاده مجدد مودیان از وب سایت ۰/۴۴ و مقدار تی آزمون آن ۲/۹۱ می‌باشد که بر طبق تست t با مقدار ۰/۵ در سطح معنی داری ۰/۰۵ این فرضیه رد شده است. در نتیجه ادعای چهارم محقق مورد تایید واقع شده است و کیفیت بهتر خدمات آنلاین موجب استفاده مجدد مودیان از وب سایت می‌شود.

-آزمون فرضیه پنجم، بر طبق معادله پنجم از معادلات ساختاری، همبستگی میان رضایتمندی از خدمات ارائه شده آنلاین و استفاده مجدد از وب سایت استفاده ۰/۴۱ و مقدار تی آزمون ۲/۷۳ می‌باشد که بر طبق تست t با مقدار ۰/۵ در سطح معنی داری ۰/۰۵ این فرضیه پذیرفته نشده است. در نتیجه ادعای پنجم محقق مورد تایید واقع شده است و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت، رضایتمندی از خدمات ارائه شده آنلاین موجب استفاده مجدد از وب سایت می‌شود.

خلاصه نتایج مدل ساختاری

| فرضیات | ضرایب مسیر | مقادیر t | رد یا قبول فرض |
|---|-----------------------|----------|-------------------|
| سهولت و راحتی اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین تاثیر مثبت بر روی رضایتمندی بیشتر مودیان ندارد | $\gamma_{11} = -0,08$ | -۰,۷۳ | قبول |
| سهولت و راحتی اظهار نامه‌ها بصورت آنلاین تاثیر مثبت بر روی کیفیت خدمات مالیاتی ندارد | $\gamma_{12} = 0,79$ | ۶,۹۶ | رد |
| کیفیت بهتر خدمات آنلاین تاثیر مثبت بر روی رضایتمندی مودیان ندارد | $\beta_{11} = 0,92$ | ۵,۹۲ | رد |
| کیفیت بهتر خدمات آنلاین تاثیر مثبت بر روی استفاده مجدد مودیان از وب سایت ندارد | $\beta_{12} = 0,44$ | ۲,۹۱ | رد |
| رضایتمندی از خدمات ارائه شده آنلاین تاثیر مثبت بر روی استفاده مجدد از وب سایت ندارد | $\beta_{21} = 0,41$ | ۲,۷۳ | رد |

۱۲- نتایج و پیشنهادات

با قرار دادن اینترنت و امکانات لازم آن در اختیار تمام کارکنان و آموزش آنان در رابطه با ارائه خدمات مالیاتی از طریق وب سایت به مؤدیان و اتصال تمام واحدهای مالیاتی

به اینترنت، راهکارهای قانونی لازم را بوجود آورده و کیفیت خدمات و رضایت مندی را در محیطی آن لاین تعریف نمایند. و با طراحی وب سایت قوی و توانا و ایجاد یک شبکه داخلی پر قدرت و بوجود آوردن فضای آن لاین ارائه اطلاعات، قوانین و بخشنامه‌های لازم در جهت تسلیم اظهارنامه‌های مالیاتی که موجب افزایش راحتی در ارائه خدمات مالیاتی می‌شود، ضمن افزایش کیفیت خدمات و ارائه شده و رضایت مندی مؤدیان و افزایش تمایل آنها در تسلیم اظهارنامه مالیاتی اینترنتی، موجب کاهش هزینه مالی و زمانی مؤدیان می‌شود و شرایطی را فراهم آورد که شیوه سنتی تسلیم اظهارنامه (مراجعه حضوری) به ارائه از طریق اینترنت منجر شود و نظام مالیاتی منعطف، مطلوب و هوشمند را بوجود آورد.

دریافت اظهارنامه‌های مالیاتی بصورت آن لاین به سازمان این فرصت را می‌دهد تا ضمن کاهش هزینه‌های اداری و مالی با حذف کاغذ در ارائه خدمات مالیاتی موجب افزایش بهروری و نوآوری شده و گامی مؤثر در مسیر دولت الکترونیک بردارد.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل فصل چهاردر خصوص تحقیق حاضر تحت عنوان بررسی تأثیر استفاده از اینترنت برای دریافت اظهارنامه‌های مالیاتی آن لاین بر رضایت مؤدیان در ادارات امور مالیاتی شهراراک به شرح ذیل می‌باشد

- سهولت و راحتی ارائه اظهارنامه‌ها بصورت آن لاین موجب رضایتمندی بیشتر مؤدیان نمی‌شود.

- سهولت و راحتی ارائه اظهارنامه‌ها بصورت آن لاین موجب کیفیت بهتر خدمات مالیاتی می‌شود.

- کیفیت بهتر خدمات آن لاین موجب افزایش رضایتمندی مؤدیان می‌شود.

- کیفیت خدمات آن لاین بهتر موجب استفاده مجدد مؤدیان از وب سایت می‌شود.

- رضایت مندی از خدمات ارائه شده آن لاین موجب استفاده مجدد از وب سایت می‌شود.

۱۳- دلایل رد فرضیه اول

دلایل رد فرضیه اول می‌توان به دو دسته تقسیم نمود اول ابزاری مانند پائین بودن سرعت اینترنت خصوصاً در محدوده توزیع پرسشنامه‌های این تحقیق (خرداد و تیر ماه

۱۳۸۸) قطع ارتباط با وب سایت سازمان عدم ایجاد اطمینان در ارسال اظهارنامه الکترونیکی و ثبت آن در سایت سازمان عدم پاسخگویی به سوالات در حین تکمیل نمودن اظهارنامه و دوم فردی شامل عادت در ارائه اظهارنامه مالیاتی بصورت سنتی رویت فرآیند ارائه اظهارنامه و ثبت آن دریافت پاسخ لازم بصورت شفاهی از کارکنان هم صنف‌های خود مراجعه حضوری در سایر پروسه‌های اداری احتمال افزایش سوءاستفاده اشخاص ثالث که مسولیت حقوقی در برابر شرکت ندارند

۱۴- یافته‌های پژوهش

با استفاده از اینترنت و طراحی وب سایت قوی و توانا و ایجاد یک شبکه داخلی پر قدرت و بوجود آوردن فضای آن لاین ارائه اطلاعات، تصویب و تدوین و یا اصلاح قوانین و بخشنامه‌های لازم در جهت تسلیم اظهارنامه‌های مالیاتی موجب افزایش راحتی در ارائه خدمات مالیاتی شده که ضمن افزایش کیفیت خدمات و ارائه شده و رضایت مندی مؤدیان و افزایش تمایل آنها در تسلیم اظهارنامه مالیاتی اینترنتی، موجب کاهش هزینه مالی و زمانی مؤدیان می‌شود.

۱- متغیر راحتی تسلیم اظهار نامه الکترونیکی نیاز به ایجاد یک وب سایت قوی و شبکه ارتباطی بین کلیه ادارات امور مالیاتی در سراسر کشور می‌باشد. در این راستا آموزش کارکنان در جهت اعلام اطمینان به مؤدیان و نیز آموزش خود مؤدیان ضروری به نظر می‌رسد.

۲- ابعاد مورد مطالعه متغیرهای کیفیت خدمات در این تحقیق به خوبی بیان کننده رضایتمندی مؤدیان و قصد استفاده مجدد آنها از سایت سازمان می‌باشد. لذا ضروری به نظر می‌رسد که وب سایت سازمان دارای مشخصات مذکور باشد.

۳- دریافت اظهارنامه‌های مالیاتی بصورت آن لاین به سازمان این فرصت را می‌دهد تا ضمن کاهش هزینه‌های اداری و مالی با حذف کاغذ در ارائه خدمات مالیاتی (paperLess) موجب افزایش بهروری و نوآوری شده و گامی مؤثر در مسیر دولت الکترونیک بردارد.

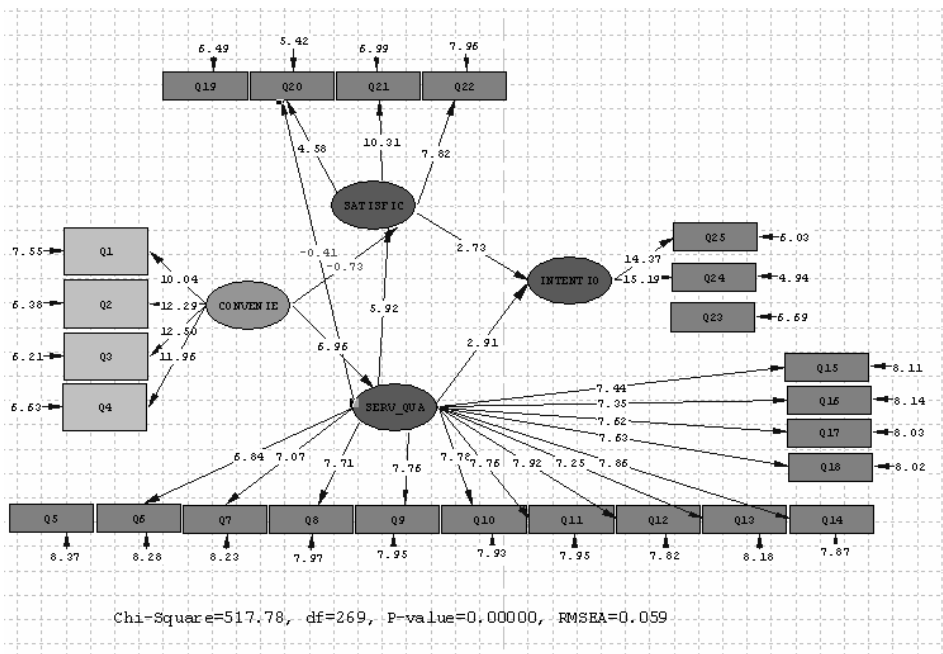
جدول (۳-۱)

| مؤلفه | محدوده سؤالات | تعداد سؤالات | نوع سؤال |
|------------------|---------------|--------------|----------------------|
| راحتی | ۱-۴ | ۴ | طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای |
| کیفیت خدمات | ۵-۱۸ | ۱۴ | ۵ گزینه‌ای |
| رضایت مندی | ۱۹-۲۲ | ۴ | ۵ گزینه‌ای |
| قصد استفاده مجدد | ۲۳-۲۵ | ۳ | ۵ گزینه‌ای |

جدول مقادیر t با توجه به مدل ساختاری

| استفاده مجدد | کیفیت خدمات | رضایتمندی | راحتی | |
|------------------|------------------|------------------|------------------|--------------|
| مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | راحتی |
| مسیری وجود ندارد | ۵/۹۲ | مسیری وجود ندارد | -۰/۷۳ | رضایتمندی |
| مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | ۶/۹۶ | کیفیت خدمات |
| مسیری وجود ندارد | ۲/۹۱ | ۲/۷۳ | مسیری وجود ندارد | استفاده مجدد |

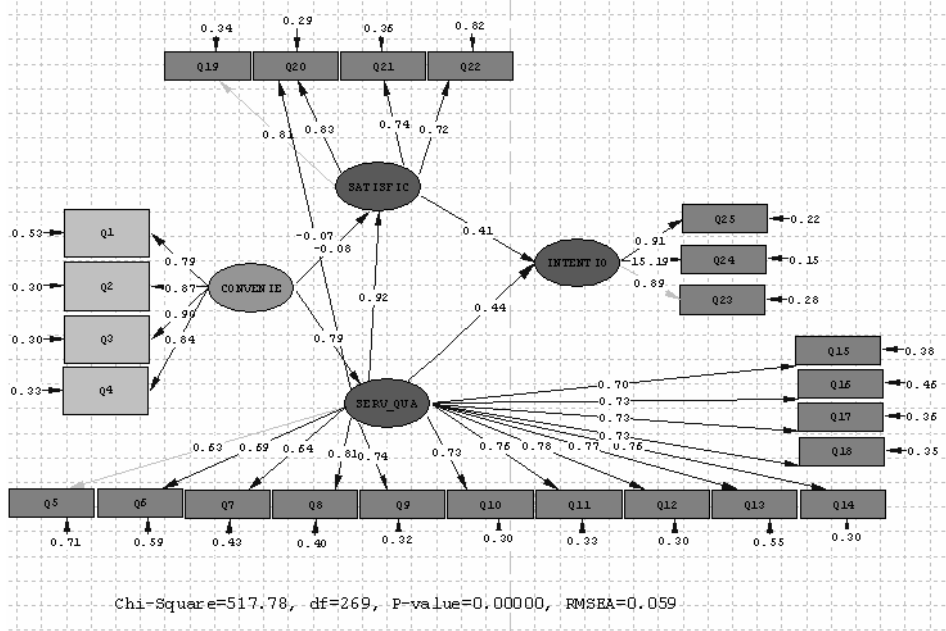
نمودار مقادیر را برای مدل ساختاری و اندازه گیری



جدول مقادیر ضرایب مسیر (ضرایب رگرسیونی)

| | راحتی | رضایتمندی | کیفیت خدمات | استفاده مجدد |
|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| راحتی | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد |
| رضایتمندی | -۰/۰۸ | مسیری وجود ندارد | ۰/۹۲ | مسیری وجود ندارد |
| کیفیت خدمات | ۰/۷۹ | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد | مسیری وجود ندارد |
| استفاده مجدد | مسیری وجود ندارد | ۰/۴۱ | ۰/۴۴ | مسیری وجود ندارد |

نمودار مقادیر بار عاملی و ضرایب مسیر را برای مدل ساختاری و اندازه گیری



منابع

الف. فارسی

ثورنی، ویکتور، مترجم ملا نظر مرتضی، ۱۳۸۲، «طراحی و نگارش قانون مالیاتی»، چاپ اول، ناشر سازمان امور مالیاتی کشور.

جیمز ای، فیتز سیمونز، موناچی، فیتز سیمونز، مترجم اعرابی محمد و دیگران، چاپ اول ۱۳۸۲، «مدیریت خدمات استراتژی عملیات و تکنولوژی اطلاعات»، جلد اول، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، .

سازمان امور مالیاتی کشور، مصوب ۱۳۶۶ اصلاحات بهمن ۱۳۸۰، «قانون مالیات‌های مستقیم».

سید جوادین، سیدرضا، کیماسی مسعود، زمستان ۱۳۸۴، «مدیریت کیفیت خدمات»، چاپ اول، ناشر نگاه دانش.

طاهری، داود، تابستان ۱۳۸۸، «بررسی تاثیر استفاده از اینترنت برای دریافت اظهارنامه‌های مالیاتی بر رضایت مودیان در ادارات امور مالیاتی شهرستان اراک» دانشگاه آزاد اسلامی

اراک

هومن ، ح ، ۱۳۸۷، «مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل»، چاپ دوم.

ب. انگلیسی

- Buckley, J. (2003), "E-service quality and the public sector", *Managing Service Quality*, Vol. 13 No. 6, pp. 453-62.
- Cao, M, & et al, (2005). "Seydel, B2C e-commerce web site quality: an empirical examination".
- Minjeong, K, (2006). Online service attributes available on apparel retail web sites: an E-S-QUAL approach, p 54,.
- Rowley, J, (2006). "An analysis of the e-service literature: towards a research agenda", 341,.
- Pinho, J and Macedo, I. (2007). "Examining the antecedents and consequences of online satisfaction within the public sector The case of taxation services",.
- Pinho, J, & et al, (2007). "The impact of online SERVQUAL dimensions on certified accountant satisfaction The case of taxation services".