

ارزیابی کیفیت خدمات اداره کل امور مالیاتی شرق تهران (اشخاص حقوقی) با استفاده از مدل سروکوال

محسن ذاکری قزآنی^{۱*}

داود مطلبی^{**}

تاریخ پذیرش: ۸۷/۸/۲۸

تاریخ دریافت: ۸۷/۵/۲۶

چکیده:

امروزه کیفیت خدمات به دلیل ارتباط روشن و واضح آن با موضوعات رضایت مشتری، حفظ مشتری و سودآوری در اغلب صنایع خدماتی مسأله ای حیاتی است. سطوح بالاتر رضایت مشتریان، وفاداری بیشتری در آنان ایجاد می کند و مشتریان کاملاً راضی، خیلی بیشتر از مشتریان صرفاً راضی وفادار می مانند. از طرفی، بین وفاداری مشتریان و منافع سازمان همبستگی مثبتی وجود دارد. مقاله حاضر حاصل تحقیقی میدانی است که هدف آن ارزیابی کیفیت خدمات مالیاتی ارائه شده توسط اداره کل امور مالیاتی شرق تهران با استفاده از مدل مقیاس کیفیت خدمات (سروکوال) می باشد. جامعه آماری این تحقیق مشتمل بر کلیه اشخاص حقوقی است که در این اداره کل دارای پرونده مالیاتی هستند. در این تحقیق ضمن ارزیابی و رتبه بندی ابعاد و مؤلفه های کیفیت خدمات مالیاتی ارائه شده به مؤدیان، شکاف موجود بین انتظارات و ادراکات مؤدیان از خدمات مذکور نیز بررسی شده است و متناسب با نتایج تجزیه و تحلیل، پیشنهادات عملیاتی ارائه گردیده است.

واژه های کلیدی:

خدمت^۲، کیفیت^۳، مدل سروکوال^۴، کیفیت خدمات^۵

۱- مقدمه

^۱Email: mhsn_zakeri@yahoo.com

^۲ Service

^۳ Quality

^۴ Servqual

^۵ Service quality

* کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران و کارشناس ارشد مالیاتی
** کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران و کارشناس ارشد مالیاتی

توسعه اقتصادی از عمده ترین اهداف اقتصادی کشورهای در حال توسعه است و در این راستا، سیاست های مالی از اهمیت فراوانی برخوردارند. سیاست های مالیاتی نیز بخش مهمی از سیاست های مالی است که بصورت هماهنگ با سایر سیاست های اقتصادی به کار گرفته می شود. نظام مالیاتی کارا در واقع امکان رشد هماهنگ بخش ها و توسعه اقتصادی را بوجود می آورد. بطور کلی، شاید سیاست های مالیاتی را بتوان سیاستی در جهت افزایش تحرک، پویایی و حرکت جامعه به سمت توسعه تلقی کرد (کمیحانی و فهیم یحیایی، ۱۳۷۰).

مفاهیم کیفیت خدمات و رضایت از خدمات در نوشتارها و فعالیت های بازاریابی در طول دهه های گذشته مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است. محققان بازاریابی مزایای رضایت و کیفیت را بسیار مورد توجه قرار داده اند و از آنها به عنوان شاخص ها و مزایای رقابتی سازمان ها نام برده اند (رویتر و دیگران، ۱۹۹۷: ۳۸۸).

وفاداری و رضایت مشتریان ناشی از کیفیت خدمات و محصولات دلیلی است بر خریدهای مجدد آنها و این امر یکی از مهمترین سازه های بازاریابی محسوب می شود. در حقیقت، مشتریان وفاداری که دست به خرید های مکرر می زنند پایه و اساس هر کسب و کاری محسوب می شوند (کاروانا، ۲۰۰۲: ۸۱۱).

از این رو، با توجه به اهمیت مقوله مالیات و نقش سازمان امور مالیاتی کشور به عنوان متولی وصول مالیات، کیفیت خدمات ارائه شده توسط این سازمان اهمیتی دو چندان می یابد. لذا در این تحقیق کیفیت خدمات مالیاتی ارائه شده توسط اداره کل امور مالیاتی شرق تهران (اشخاص حقوقی) بررسی خواهد شد.

۲- پیشینه تحقیق

۲-۱- خدمت

خدمت می تواند ایده، عامل مهیج، نوعی اطلاعات، نوعی تغییر در ظاهر و یا سلامتی بیشتر، ایجاد یک حالت روانی خوشایند، انجام کار در زمان و مکان درست و یا احساس امنیت باشد. به عبارت دیگر، بسته ای آشکار و پنهان از منافع و مزایایی است که با استفاده از کالاهای تسهیل کننده و تجهیزات پشتیبانی کننده پدید می آید (سدایلر^۱، ۱۹۸۷: ۶).

خدمت نوعی تولید منفعت است. اساساً ناملموس و یا به خودی خود به عنوان محصولی منفرد یا عنصری مهم از محصول ملموس می باشد که نیاز شناخته شده مشتری را بر آورده می سازد (پالمر و کل^۲، ۱۹۹۵: ۳۴).

خدمت فعالیت یا منفعتی است که یک طرف به طرف دیگر عرضه می کند و اساساً نامحسوس است و حق مالکیتی را در بر ندارد. نتیجه خدمت ممکن است محصول فیزیکی یا غیرمادی باشد (کاتلر و امی^۳، ۲۰۰۰: ۴۲۸).

خدمت نتیجه ای است که مشتریان خواستار آن هستند (هاروی^۴، ۱۹۹۸: ۵۸۳).

خدمت فرآیندی است مشتمل بر یک سری از فعالیت های کم و بیش نامحسوس که به طور طبیعی اما نه لزوماً همیشگی در تعاملات بین مشتریان و کارکنان و یا منابع فیزیکی یا کالاهای طبیعی یا سیستم های ارائه دهنده خدمت روی می دهد تا راه حلی را برای مسائل مشتریان ارائه دهد (گرونروس^۵، ۲۰۰۰: ۴۶).

^۱Cdiler

^۲Palmer and col

^۳Kotler and Ame

^۴Harvey

^۵Gronroos

۲-۲- نگاه‌ی به مفهوم کیفیت

این حقیقت که کیفیت محصول ادراک شده در حال تبدیل شدن به مهمترین عامل رقابت در دنیای کسب و کار است باعث شده است که عصر کنونی کسب و کار را "عصر کیفیت" بنامند (پیلر^۱، ۱۹۹۶: ۱).

کیفیت خدمات زمینه علمی نسبتاً جوانی است که در حدود دو دهه در این خصوص تحقیقات زیادی صورت گرفته است (کاروانا و پیت^۲، ۱۹۹۷: ۶۱۲).

یکی از پیامدهای ماهیت تعاملی خدمات نیاز به داشتن بینشی روشن از کیفیت می باشد. در صورت عدم وجود بینش و تعریفی روشن از کیفیت، بر اساس تعبیر و تفسیر شخص کیفیت خدمات تعریف خواهد شد. نداشتن بینش مشترک بدون شک تغییر پذیری تجربه مشتری در هر یک از مراحل ارائه خدمات را افزایش خواهد داد و در نهایت، این تغییر پذیری و ناپایداری اثر منفی بر ادراکات مشتری از کیفیت خواهد گذاشت (قبادیان^۳، ۱۹۹۴، ۴۶-۴۷).

کیفیت خدمات برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. بنابراین، در اولین گام از بهبود کیفیت خدمات باید درک روشنی از مفهوم آن وجود داشته باشد. به علاوه، تعریف کیفیت نه تنها از جهت معنایی مهم است بلکه از این جهت نیز حائز اهمیت است که هدایت کننده تلاش‌های کارکنان در جهت رسیدن به خدمات با کیفیت‌تر باشد.

دمینگ و باوم کیفیت را چنین تعریف می‌کنند: "کیفیت مفهوم وسیعی است که تمام بخش‌های سازمان نسبت به آن متعهد هستند و هدف آن افزایش کارایی کل مجموعه است بطوری که مانع پدید آمدن هرگونه عامل مخل کیفیت می‌شود و هدف نهایی آن مطابقت کامل با مشخصات مورد نیاز مشتری با حداقل هزینه برای سازمان است که در نهایت منجر به افزایش رضایت می‌شود."

^۱ Peeler

^۲ Caruana and Pitt

^۳ Ghobadian

کیفیت عبارت است از آماده بودن خدمت یا کالا برای مصرف کننده که خود در گروهی کیفیت طراحی، انطباق، در دسترس بودن و مناسب بودن مکان ارائه خدمات می باشد (کویوستیس^۱، ۱۹۹۲: ۸۲).

کیفیت هیچ معنا و مفهومی به جز آنچه که مشتری می خواهد، ندارد. به عبارت دیگر، محصول زمانی با کیفیت است که با خواسته‌ها و نیازهای مشتری انطباق داشته باشد. کیفیت باید به عنوان انطباق محصول با نیاز مشتری تعریف شود (کروسبای^۲، ۱۹۸۴: ۶۰).

سازمان استانداردهای بین‌المللی کیفیت را این گونه تعریف می کند: کلیه ویژگی‌ها و خصوصیات محصول یا خدمت، که توانایی برآورده ساختن نیازهای مشتری را دارد. سازمان ملی بهره‌وری سنگاپور کیفیت را از دیدگاه مشتری تعریف می کند نه تولید کننده یا ارائه کننده خدمت. به عبارت روشن تر، کیفیت مجموعه‌ای از خصوصیات و مشخصات کالا یا خدمت است که احتیاجات و رضایت مصرف کننده را تأمین می کند.

کیفیت ادراک شده عبارتست از قضاوت مشتری درباره برتری یا مزیت کلی یک شیء. کیفیت ادراک شده نوعی از نگرش است که با رضایت مشتری مرتبط است ولی با آن یکی نیست و از مقایسه انتظارات با ادراک از عملکرد نتیجه می شود (پاراسورامان و دیگران^۳، ۱۹۹۱: ۱۵).

محققان بسیاری نظیر گاروین هالبروک و کرفمن جاکوبی، اولسون و زیتهمال تأکید کرده‌اند که بین کیفیت ادراک شده و عینی تفاوت وجود دارد. برای مثال هالبروک و کرفمن اشاره می کنند که مصرف کنندگان، واژه کیفیت را به همان شیوه محققان و بازاریابان به کار نمی برند. آنها کیفیت را بطور مفهومی تعریف می کنند. معنای مفهومی بین کیفیت انسانی و مکانیکی تمایز ایجاد می کند. کیفیت مکانیکی شامل ویژگی عینی شیء یا رویداد است، در حالی که کیفیت انسانی در برگیرنده واکنش ذهنی افراد

¹Coyothetis

²Crosby

³Parasuraman et al

نسبت به اشیاء است. بنابراین، کیفیت پدیده‌ای است با درجه نسبیّت بالا که آن هم به دلیل قضاوت‌های متفاوت ایجاد می‌شود (پاراسورامان و دیگران، ۱۹۹۱: ۱۵).

۳- مدل سروکوال

نخستین باری که مطالعاتی توسط پاراسورامان، بری و زیت‌هامل^۱ انجام شد، مدلی فرضی از کیفیت خدمات ارائه گردید. این مدل فعالیت‌هایی از سازمان خدماتی را برجسته می‌نماید که در کیفیت خدمات تأثیر می‌گذارند. همچنین این مدل تعامل و ارتباط میان فعالیت‌های کلیدی سازمان را نشان می‌دهد که مسئول ارائه سطح استاندارد از کیفیت است.

مطالعات بعدی پاراسورامان و همکاران در سال ۱۹۸۸ به تدوین روشی برای تعیین درک مشتریان از کیفیت خدمات اختصاص داشت (توسعه و تدوین و کمی نمودن درک مشتری از کیفیت خدمات). در این مطالعه به آزمایش و کمی نمودن این مدل پرداخته شد و پنج بعد به شرح زیر تحت عنوان ابعاد کیفیت خدمات ارائه گردید:

۱- ملموس و ظاهر فیزیکی^۲، ۲- میزان قابلیت اطمینان^۳، ۳- مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی^۴، ۴- تعهد (تضمین)^۵، ۵- همدلی یا یکدلی^۶. در این مطالعه، دستورالعملی چند بخشی برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات ارائه شد. سروکوال، امروزه به عنوان ابزار برای شناسایی زمینه‌های ناشناخته، نقاط ضعف و قوت خدمات به طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد. مدل سروکوال از مدل مفهومی که در سال ۱۹۹۵ توسط پاراسورامان و همکارانش ارائه شد، برگرفته شد. این مدل در اندازه‌گیری کیفیت خدمات به خصوص در مواقعی که کیفیت ضرورت دارد، انتظارت و کیفیت درک شده توسط مشتری را مورد بررسی قرار می‌دهد. این اندازه‌گیری

¹ A.Parasuraman , L.Berry , Valarie A.Zethaml

² Tangibles

³ Reliability

⁴ Responsiveness

⁵ Assurance

⁶ Empathy

میزان اختلاف موجود بین انتظارات مشتری و عملکرد سازمان ها را مشخص می سازد (پاراسورامان و دیگران، ۱۹۸۸).

۴- کیفیت خدمات

این حقیقت که کیفیت ادراک شده محصول یا خدمت در حال تبدیل شدن به مهم ترین عامل رقابت در دنیای کسب و کار است باعث شده است که عصر کنونی کسب و کار را "عصر کیفیت"^۱ بنامند (پیلر، ۱۹۹۶:۱). از این رو، اندیشمندان و پژوهش گران بازاریابی، عبارتهای متعددی از این موضوع ارائه کرده اند. برای مثال، بری^۲ از آن به عنوان قدرتمند ترین اسلحه رقابتی (کاندامپولی^۳، ۱۹۹۸: ۴۲۳) کالا و به عنوان خون حیات بخش سازمان یاد کرده اند (کلاو و دیگران، ۱۹۹۳: ۲۲)، پیترز^۴ به عنوان گلوله سحر آمیزی که با هزینه کمتر، خدمات بیشتر به مشتری ارائه می دهد، یاد می کند (پیترز، ۱۹۹۷: ۷). کیفیت پدیده ای چند بعدی است. بنابراین، رسیدن به کیفیت خدمات، بدون شناسایی جنبه های مهم کیفیت ممکن نیست. گرونروز^۵ در بحث خود از کیفیت خدمات به سه بعد کیفیت فنی ستاده، کیفیت وظیفه ای مواجهه خدمت و تصویر ذهنی شرکت اشاره می کند (گرونروز، ۲۰۰۰: ۶۳-۶۵). لهتینن و لهتینن^۶ نیز از ابعاد کیفیت فیزیکی، کیفیت تعاملی و کیفیت سازمان به عنوان سه بعد کیفیت خدمات یاد کرده اند (هریسون^۷، ۲۰۰۰: ۲۴۵). هرچند که این تلاش ها سهم عمده ای در کیفیت خدمات، کیفیت فرآیند و ستاده ها داشته است، اما فاقد جزئیات کافی است. براین اساس، پاراسورامان، زیتهمال و بری در تحقیقات اولیه خود به ده بعد از کیفیت خدمات اشاره کرده اند. لیکن آنها در بررسی های بعدی خود بین ارتباطات، شایستگی، تواضع، قابلیت اعتماد و امنیت و نیز بین دسترسی و درک

¹Quality era

²Berry

³Kandampully, J

⁴Peeterse

⁵Gronroos, C

⁶Lehtinen & Lehtinen

⁷Harrison, T

کردن همبستگی قوی یافتند. بنابراین، ابعاد اخیر را در دو بعد کلی اطمینان خاطر و همدلی ترکیب کردند. بدین ترتیب، آنها ابعاد پنج گانه عوامل محسوس، قابلیت اعتماد، پاسخگویی و همدلی را به عنوان پایه ای برای ساختن ابزاری جهت سنجش کیفیت خدمات که به مدل سروکوال مشهور است، به کار بردند. پاراسورامان و همکارانش در تحقیقات خود بر این نکته تأکید دارند که سروکوال یک مقیاس پایا و معتبر از کیفیت خدمات است. آنها همچنین می گویند که این ابزار در طیف وسیعی از حوزه های خدماتی قابلیت کاربرد دارد. هرچند که برخی از مؤلفه های آن لازم است به طور مجدد بازنگری شود و یا مؤلفه هایی به آن اضافه گردد.

جانستون^۱ و همکارانش آزمایش های تجربی جامعی را از ابعاد مدل کیفیت خدمات پاراسورامان به عمل آوردند و آن را در ده سازمان خدماتی انگلیسی اجرا نمودند. آنها در ابتدا فهرستی از ۱۲ عامل فراهم آوردند و سپس با تحقیقات بیشتری که انجام دادند، ۱۸ عامل را ارائه کردند (جانستون و دیگران، ۱۱۶، ۱۹۹۷-۱۱۵).

به علاوه، بسیاری از محققان با الهام از مدل سروکوال مدل های متفاوتی برای سنجش کیفیت خدمات بانکی ارائه کرده اند. آوکیران^۲ مدلی را مشتمل بر چهار بعد (تماس کارکنان، قابلیت اعتبار، ارتباطات و دسترسی به خدمات^۳) و ۱۷ مؤلفه معرفی کرده است (آوکیران، ۱۹۹۴). کامیلا و نانتز^۴ مدلی را شامل شش بعد اثربخشی، اطمینان خاطر، قیمت، عوامل محسوس، مجموعه خدمات و قابلیت اعتبار و ۳۱ مؤلفه معرفی کرده اند (کامیلا و نانتز، ۲۰۰۰).

۴-۱- کیفیت خدمات مالیاتی

براساس بند الف ماده ۵۹ برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، اهداف سازمان امور مالیاتی کشور فراهم نمودن موجبات اجرای مطلوب کلیه برنامه ها و تکالیف مربوط به وصول مالیات و نظارت بر حسن اجرای قوانین و مقررات مالیاتی و ایجاد بستر مناسب جهت تحقق

^۱Johnston et all

^۲Avkiran,N

^۳Access to teller service

^۴Kamilia & Protfolio

اهداف مالیاتی کشور و افزایش کارایی نظام مالیاتی در جهت تصدی کلیه امور راجع به اجرای مقررات و کلیه مراحل اعم از شناسایی مؤدیان، تشکیل پرونده و تنظیم شناسنامه‌های مالیاتی، تشخیص و مطالبه مالیات و حل اختلاف مالیاتی و وصول مالیات به طرق معمول یا از طریق عملیات اجرایی در چهارچوب قوانین مالیاتی و سایر قوانین جاری کشور است.

از این رو، مطابق جدول شماره ۱، با مطالعه قانون مالیات‌های مستقیم، آئین نامه‌ها و بخش نامه‌های مربوطه، قانون برنامه توسعه کشور و تصویب نامه طرح تکریم ارباب رجوع نسبت به تقسیم بندی انواع خدمات سازمان امور مالیاتی کشور، بر مبنای ابعاد مدل سروکوال پرداخته ایم:

جدول شماره ۱: ارتباط بین ابعاد کیفیت خدمات مالیاتی و مواد قانون

مالیات های مستقیم، آیین نامه ها

بعد	عنوان شاخص	توضیحات	مواد قانون مالیات های مستقیم، آیین نامه ها، قانون برنامه توسعه و طرح تکریم ارباب رجوع
عوامل محسوس	امکانات رفاهی سازمان	محل استقرار ادارات امور مالیاتی و دسترسی به آنها. تسهیلات رفاهی برای مؤدیان اعم از: صندلی، آب سرد کن، روشنایی، سیستم تهویه مطبوع، پذیرایی، سالن انتظار، سالن مطالعه و ... دسترسی به اوراق مالیاتی نمونه اعم از: لیست حقوق و دستمزد و ...	آیین نامه ماده ۲۱۹ ق.م.م. و تصویبنامه طرح تکریم ارباب رجوع
	زیر ساخت تکنولوژی	مکانیزه شدن سیستم مالیاتی و راه اندازی سیستم اطلاعات مالیاتی. امکان دسترسی به اطلاعات و سوابق مالیاتی از طریق اینترنت، استفاده از مکاتبات الکترونیکی و کاهش مراجعات حضوری مؤدیان	طرح جامع اطلاعات مالیاتی طبق ماده ۱۵۹ قانون برنامه سوم توسعه
	نظم و انضباط کاری	رعایت انضباط اداری، آراستگی ظاهر، نظم و ترتیب در محیط کاری	ماده ۴ تصویبنامه طرح تکریم
قابلیت اعتبار	سرعت عمل	سرعت عمل در پاسخگویی و کاهش تشریفات اداری. ابلاغ صحیح و به موقع اوراق مالیاتی جهت جلوگیری از تضییع حقوق مؤدیان. تسریع در استرداد مالیات اضافه پرداختی. تخصیص حداقل هزینه و صرف کمترین زمان جهت وصول و پرداخت مالیات. سرعت عمل در صدور مفادحساب مالیاتی جهت اخذ تسهیلات مالی، تمدید کارت بازرگانی، نقل و انتقال سهام، ملک و ...	مواد ۲۰۳ الی ۲۰۹، ۲۳۵، ۲۴۲، ۲۴۳ ق.م.م. آیین نامه ماده ۲۱۹ ق.م.م.
	دقت عمل	دقت عمل در رسیدگی، رعایت قوانین و مقررات و ارائه اطلاعات به نحو صحیح و کامل	آیین نامه اجرایی ماده ۲۱۹ ق.م.م. و تصویبنامه طرح تکریم ارباب رجوع
	شفافیت و صراحت	شفافیت، صراحت و تفسیرناپذیر بودن قوانین مالیاتی و پیشگیری از تعدد آیین نامه ها، بخشنامه ها و دستورالعمل های مالیاتی	مواد ۱، ۵، ۶، ۷ تصویبنامه طرح تکریم و آیین نامه اجرایی ماده ۲۱۹ و ۹۵ ق.م.م.
پاسخگویی	اختلافات مالیاتی	نحوه عملکرد، ارائه مستندات کامل، مدت زمان، انعطاف پذیری مراجع رسیدگی به اختلافات مالیاتی (اعم از: هیأت حل اختلاف مالیاتی، شورای عالی مالیاتی، هیأت عالی انتظامی مالیاتی، دادستانی انتظامی مالیاتی، هیأت موضوع ماده ۲۵۱ مکرر ق.م.م.، هیأت موضوع ماده ۲۱۶ ق.م.م.، هیأت موضوع بند ۳ ماده ۹۷ ق.م.م.).	مواد ۲۴۴ الی ۲۷۳ ق.م.م.
	سرعت عمل	سرعت عمل در پاسخگویی و کاهش تشریفات اداری. ابلاغ صحیح و به موقع اوراق مالیاتی جهت جلوگیری از تضییع حقوق مؤدیان. تسریع در استرداد مالیات اضافه پرداختی. تخصیص حداقل هزینه و صرف کمترین زمان جهت وصول و پرداخت مالیات. سرعت عمل در صدور مفادحساب مالیاتی جهت اخذ تسهیلات مالی - تمدید کارت بازرگانی، نقل و انتقال سهام، ملک	مواد ۲۰۳ الی ۲۰۹، ۲۳۵، ۲۴۲، ۲۴۳ ق.م.م. آیین نامه اجرایی ماده ۲۱۹ ق.م.م.

بعد	عنوان شاخص	توضیحات	مواد قانون مالیات های مستقیم , آیین نامه ها , قانون برنامه توسعه و طرح تکریم ارباب رجوع
اطمینان خاطر	رازداری	رازداری ، امانتداری و خودداری از افشاء اطلاعات و اسناد محرمانه مؤدیان مالیاتی(موضوع ماده ۲۳۲ ق.م.م).	ماده ۲۳۲ و آیین نامه اجرایی ماده ۲۱۹ ق.م.م
	رفتار کارکنان	رعایت ادب، احترام و خوشرویی در برخورد با مؤدیان- گوش دادن و اهمیت دادن به پرسش مؤدیان- تمایل و توجه مأموران مالیاتی به نیازهای خاص مؤدیان- رعایت ادب و احترام متقابل میان کارکنان	مواد ۱۰، ۱۱ تصویبنامه طرح تکریم
	آموزش کارکنان	آموزش مستمر کارکنان، برگزاری سمینارها و گردهمایی های تخصصی	ماده ۱۶ تصویبنامه طرح تکریم
همدلی	اخلاق حرفه ای	احساس مسئولیت نسبت به حرفه و سازمان- حفظ استقلال و خودداری از مظاهر فساد اداری نظیر: توصیه، سفارش و اخذ هرگونه هدیه غیر متعارف.	ماده ۱۷۱ ق.م.م و ماده ۱۵ تصویبنامه طرح تکریم
	اطمینان و اعتماد	اجرای طرح خودتشخیصی (خودابرازی مؤدیان مالیاتی(موضوع ماده ۱۵۸ ق.م.م)- تغییر نگرش و اعتمادسازی متقابل میان مؤدیان و مأموران مالیاتی به منظور جلوگیری از فرار مالیاتی- مهاجرت سرمایه های داخلی و عدم جذب سرمایه های خارجی- پرهیز و جلوگیری از هرگونه شایعه سازی، تهمت و هر اقدامی که موجب تضعیف صمیمیت و اعتماد کارکنان گردد.	ماده ۱۵۸ ق.م.م
	بیطرفی	حامی منافع مودیان مالیاتی، جواز خوش حسابی، معافیت ها، بخشودگی ها و تخفیفات مالیاتی متناسب با قوانین موضوعه و عدم برخورد سلیقه ای با این موضوع	مواد ۱۳۲ الی ۱۴۶ و ۱۶۷ ق.م.م
	توجه به مودیان مالیاتی	نمود ارائه خدمات اجتماعی و بهبود روزافزون آن در ازای مالیات پرداختی- اعتلای دیدگاه و نگرش مؤدیان، مأموران مالیاتی و بهبود و بازسازی فرهنگ مالیاتی به عنوان یک ارزش اجتماعی-حفظ شأن و کرامت انسانی مؤدیان و مأموران مالیاتی و دفاع از حقوق متقابل مردم و دولت-تقدیر از مؤدیان مالیاتی نمونه.	ماده ۲ قانون برنامه چهارم توسعه کشور

۵- مالیات و نقش آن در توسعه اقتصادی

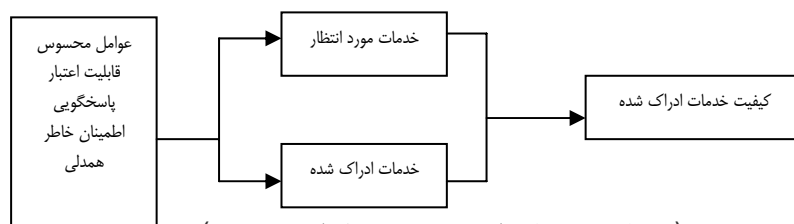
مالیات یکی از منابع تامین مالی مخارج دولت است. وصول آن از یک سو توانایی افراد پرداخت کننده را در استفاده و بهره برداری از منابع اقتصادی که برای مصارف خصوصی در اختیار دارند، کاهش می دهد و از سوی دیگر به منظور خرید عوامل تولید لازم برای ارائه کالاها و خدمات یا برای توزیع مجدد قدرت خرید بین افراد جامعه استفاده می شود.

برنامه های مالیاتی به عنوان یکی از ابزارهای توسعه شمرده می شود. در بسیاری از کشورها، هر شهروند یک مالیات دهنده محسوب می شود. تقریباً در همه جای دنیا برای هر فرد پذیرفته شده است که اگر در زندگی روزمره اش خدمتی دریافت می کند، باید هزینه آن را به طور مستقیم یا غیر مستقیم بپردازد. در کشورهای نفت خیز یا صادرکننده نفت و به خصوص کشور ما به دلیل وابستگی مستقیم و غیرمستقیم تولیدات به نفت، سهم آن از تولید ناخالص داخلی بالاست و این در حالی است که در کشورهای توسعه یافته سهم مالیات بالاست.

بررسی ظرفیت بالقوه مالیاتی کشور نشان می دهد که بین ظرفیت بالقوه مالیاتی و وصولی های بالفعل مالیاتی، شکاف قابل توجهی وجود دارد. در دهه اخیر با تمام تلاش های انجام شده هیچ گاه درآمد دولت از مالیات برای رهایی از وابستگی به منابع نفتی از پنجاه و چند درصد فراتر نرفت و دولت ها مجبور بودند با تکیه بر درآمدهای نفتی همچنان آسیب پذیر بمانند. البته با توجه به این که بخشی از همان پنجاه و چند درصد درآمد مالیاتی نیز به طور مستقیم و غیر مستقیم متأثر از درآمد نفت می باشد، لذا رسیدن به بودجه ای که صدر صد آن از مالیات (بدون توجه به بخش نفت) شکل گرفته باشد به عنوان یک آرزو برای مردم، اقتصاد دانان و در نهایت دولت مطرح بوده است. بنابراین، ضروری است با اتخاذ تدابیری برای اصلاح نظام مالیاتی و رفع مشکلات موجود، وصولی های مالیاتی را افزایش و اتکاء به درآمدهای نفتی را کاهش داد.

۶- مدل مفهومی تحقیق

در تحقیق حاضر از مدل مفهومی زیر به منظور ارزیابی کیفیت خدمات استفاده شده است.



(نمودار ۱- مدل مفهومی سنجش کیفیت خدمات)

۷- روش تحقیق

از آنجا که هدف از این تحقیق، توصیف شرایط و پدیده های مورد بررسی به منظور شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری رساندن به فرایند تصمیم گیری است، این تحقیق را براساس چگونگی به دست آوردن داده های مورد نظر می توان در زمره تحقیقات توصیفی به شمار آورد و چون داده های مورد نظر از طریق نمونه گیری از جامعه برای بررسی توزیع ویژگی های آماری انجام شده است، این تحقیق در زمره تحقیقات پیمایشی^۱ (زمینه یابی) می باشد که به شیوه مقطعی^۲ انجام شده است.

۷-۱- ابزار سنجش

در این تحقیق از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری دیدگاه های مؤدیان استفاده شده است. این پرسشنامه در ۳ بخش تنظیم گردیده است. بخش اول مربوط به اولویت بندی ابعاد پنج گانه، بخش دوم جهت سنجش انتظارات و بخش سوم به منظور سنجش عملکرد از نگاه مؤدیان می باشد.

۷-۲- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه مؤدیان مالیاتی (اشخاص حقوقی) است که در اداره کل امور مالیاتی شرق تهران دارای پرونده مالیاتی بوده اند. با توجه به تعداد زیاد مؤدیان مالیاتی مستقر در این اداره کل، حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه گیری جامعه نامحدود تعیین شده است. در این راستا، تعداد ۱۹۶ پرسش نامه توزیع و تمام پرسش نامه ها عودت گردید یعنی نرخ پاسخگویی ۱۰۰٪ بوده است. از این رو، می توان این گونه برداشت نمود که موضوع تحقیق به نوعی از نظر مؤدیان مالیاتی حائز اهمیت بوده است.

^۱Survey

^۲Cross sectional

۷-۳- فرضیات تحقیق

- فرضیه اصلی :

آیا بین انتظارات مؤدیان و خدمات ادراک شده توسط آنان تفاوت معناداری وجود دارد؟

-فرضیات فرعی :

۱- آیا بین انتظارات مؤدیان و کیفیت خدمات مالیاتی در بعد عوامل محسوس تفاوت معناداری وجود دارد؟

۲- آیا بین انتظارات مؤدیان و کیفیت خدمات مالیاتی در بعد قابلیت اطمینان تفاوت معناداری وجود دارد؟

۳- آیا بین انتظارات مؤدیان و کیفیت خدمات مالیاتی در بعد پاسخگویی تفاوت معناداری وجود دارد؟

۴- آیا بین انتظارات مؤدیان و کیفیت خدمات مالیاتی در بعد اطمینان خاطر تفاوت معناداری وجود دارد؟

۵- آیا بین انتظارات مؤدیان و کیفیت خدمات مالیاتی در بعد همدلی تفاوت معناداری وجود دارد؟

۸- یافته های تحقیق

در این بخش داده های جمع آوری شده به وسیله نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. ساختار این بخش بدین شکل است که ابتدا فرضیات مطرح شده تحقیق بررسی و پس از آن، به مواردی که محقق در حین مطالعه در زمینه کیفیت خدمات با آن برخورد کرده، پرداخته شده است. در حقیقت، طرح تحقیق حاضر حالتی پویا دارد به گونه ای که فرضیات مطرح شده در طرح تحقیق اولیه تنها بخشی از تحلیل نهایی محقق در زمینه کیفیت خدمات را شامل می شود. از جمله سؤالاتی که محقق در حین مطالعه و بررسی ادبیات کیفیت خدمات با آن روبرو شده است، به شرح زیر است:

- ۱- آیا ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟
 - ۲- آیا مؤلفه های بُعد عوامل محسوس از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟
 - ۳- آیا مؤلفه های بُعد قابلیت اعتبار از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟
 - ۴- آیا مؤلفه های بُعد پاسخگویی از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟
 - ۵- آیا مؤلفه های بُعد اطمینان خاطر از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟
 - ۶- آیا مؤلفه های بُعد همدلی از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟
 - ۷- وضعیت موجود سازمان از نظر ابعاد و مؤلفه های کیفیت خدمات مالیاتی ارائه شده چگونه می باشد؟
- همان طور که ذکر شد، که تمام داده های جمع آوری شده بر مبنای نمونه آماری انتخاب شده از مؤدیان مالیاتی (اشخاص حقوقی) در اداره کل امور مالیاتی شرق تهران است. لذا برای تسهیل در مطالعه تحقیق حاضر و در ادامه به جای تکرار عبارت "اداره کل امور مالیاتی شرق تهران" از واژه "سازمان" استفاده نموده ایم.

۹- آزمون فرضیه اصلی

- | |
|--|
| $\left. \begin{array}{l} H: \text{در مجموع، انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.} \\ H_0: \text{در مجموع، انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان می باشد.} \end{array} \right\}$ |
|--|

در جدول شماره ۲، شاخص های آماری انتظارات کلی مؤدیان مالیاتی و ادراکات کلی آنها از عملکرد و خدمات ارائه شده توسط سازمان آورده شده است.

جدول شماره ۲: آماره های نمونه های زوجی برای حالت کلی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
انتظارات	۴,۴۱۸۸	۰,۳۲۶۶۳	۰,۰۲۵۶۶
ادراکات	۳,۲۲۱۰	۰,۶۶۳۷۳	۰,۰۵۲۱۵

همان گونه که پیداست، میانگین کلی انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از میانگین کلی ادراکات آنان از عملکرد سازمان می باشد. در واقع، حاصل انتظارات مؤدیان مالیاتی منهای ادراکات آنان از عملکرد سازمان، عدد ۱,۱۹۷۸ می شود. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۳، سطح معنی داری آزمون، $0/000$ به دست آمده است که با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات کلی مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع، در مجموع انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۳: آزمون نمونه های زوجی در حالت کلی

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد پائین	حد بالا		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۶۱	۱۹,۰۰۲	۱,۰۷۳۲۴	۱,۳۲۲۱۹	۰,۸۰۲۲۴	۱,۱۹۷۷۲

۹-۱- آزمون فرضیات فرعی

* عوامل محسوس

H : انتظارات مؤدیان مالیاتی، در بعد عوامل محسوس فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی، در بعد عوامل محسوس فراتر از عملکرد سازمان می باشد.

در جدول شماره ۴ شاخص های آماری برای بعد عوامل محسوس در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی)، آورده شده است.

جدول شماره ۴: آماره های نمونه های زوجی برای بعد عوامل محسوس

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
عوامل محسوس (انتظارات)	۴,۰۵۱۰	۰,۷۹۹۸۱	۰,۰۵۷۱۳
عوامل محسوس (ادراکات)	۳,۰۶۸۹	۰,۹۵۰۹۰	۰,۰۶۷۹۲

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان در این بعد می باشد. در واقع حاصل انتظارات مؤدیان مالیاتی منهای ادراکات آنان از عملکرد سازمان، عدد ۰,۹۸۲۱ می شود. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۵، سطح معنی داری آزمون، ۰/۰۰۰ به دست آمده است که با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در بعد عوامل محسوس، اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع، انتظارات مؤدیان مالیاتی در این بعد فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۵: آزمون نمونه های زوجی برای بعد عوامل محسوس

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پائین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۱۱,۶۱۲	۱,۱۴۸۹۶	۰,۸۱۵۳۳	۱,۱۸۴۱۶	۰,۹۸۲۱۴

* قابلیت اعتبار (اطمینان)

H: انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد قابلیت اعتبار فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.

H₀: انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد قابلیت اعتبار فراتر از عملکرد سازمان می باشد.

در جدول شماره ۶ شاخص های آماری برای بعد قابلیت اعتبار (اطمینان) در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۶: آماره های نمونه های زوجی برای بعد قابلیت اعتبار

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
قابلیت اعتبار (انتظارات)	۴,۵۹۶۸	۰,۳۷۹۱۷	۰,۰۲۷۸۰
قابلیت اعتبار (ادراکات)	۳,۰۶۵۶	۰,۸۱۰۳۴	۰,۰۵۹۴۲

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان در این بعد می باشد. در واقع، حاصل انتظارات مؤدیان مالیاتی منهای ادراکات آنان از عملکرد سازمان، عدد ۱,۵۳۱۲ می باشد. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۷، سطح معنی داری آزمون، ۰/۰۰۰ به دست آمده است که با توجه به این که سطح معنی داری

کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در بعد قابلیت اعتبار(اطمینان) اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع انتظارات مؤدیان مالیاتی در این بعد فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۷: آزمون نمونه های زوجی برای بعد قابلیت اعتبار

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پایین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۸۵	۲۱,۷۹۰	۱,۶۶۹۸۲	۱,۳۹۲۵۵	۰,۹۵۸۳۷	۱,۵۳۱۱۸

* پاسخگویی

H : انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد پاسخگویی فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد پاسخگویی فراتر از عملکرد سازمان می باشد.

در جدول شماره ۸، شاخص های آماری برای بعد پاسخگویی در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۸: آماره های نمونه های زوجی برای بعد پاسخگویی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
پاسخگویی(انتظارات)	۴,۵۶۵۸	۰,۴۰۲۸۸	۰,۰۲۹۲۳
پاسخگویی (ادراکات)	۲,۹۳۹۵	۰,۷۹۱۵۹	۰,۰۵۷۴۳

جدول شماره ۹: آزمون نمونه های زوجی برای بعد پاسخگویی

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پائین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۸۹	۲۳,۱۷۸	۱,۷۷۰۹۶	۱,۴۸۱۶۷	۱,۰۱۰۷۷	۱,۶۲۶۳۲

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان در این بعد می باشد. در واقع حاصل انتظارات مؤدیان مالیاتی منهای ادراکات آنان از عملکرد سازمان، عدد ۱,۶۲۶۳ می باشد. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۹، سطح معنی داری آزمون، ۰/۰۰۰ به دست آمده است که با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در بعد پاسخگویی اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع انتظارات مؤدیان مالیاتی در این بعد فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

* اطمینان خاطر (تعهد و تضمین).

$$\left. \begin{array}{l} H: \text{انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد اطمینان خاطر فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.} \\ H_0: \text{انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد اطمینان خاطر فراتر از عملکرد سازمان می باشد.} \end{array} \right\}$$
 در جدول شماره ۱۰ شاخص های آماری برای بعد اطمینان خاطر در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۱۰: آماره های نمونه های زوجی برای بعد اطمینان خاطر

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
اطمینان خاطر(انتظارات)	۴,۴۵۷۲	۰,۴۶۶۱۰	۰,۰۳۴۰۸
اطمینان خاطر (ادراکات)	۳,۴۷۵۹	۰,۸۱۲۴۳	۰,۰۵۹۴۱

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان در این بعد می باشد. در واقع، حاصل انتظارات مؤدیان مالیاتی منهای ادراکات آنان از عملکرد سازمان، عدد ۰,۹۸۱۳ می باشد. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۱۱، سطح معنی داری آزمون، $0/000$ به دست آمده است که با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در بعد اطمینان خاطر اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع انتظارات مؤدیان مالیاتی در این بعد فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۱۱: آزمون نمونه های زوجی برای بعد اطمینان خاطر

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پائین		
رد H.	۰,۰۰۰	۱۸۶	۱۳,۹۹۳	۱,۱۱۹۶۳	۰,۸۴۲۹۳	۰,۹۵۹۰۰	۰,۹۸۱۲۸

* همدملی (یکدملی)

H : انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد همدملی فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی در بعد همدملی فراتر از عملکرد سازمان می باشد.

در جدول شماره ۱۲ شاخص های آماری برای بعد همدلی در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۱۲: آماره های نمونه های زوجی برای بعد همدلی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
همدلی (انتظارات)	۴,۲۷۴۰	۰,۵۸۴۷۵	۰/۰۴۴۴۶
همدلی (ادراکات)	۳,۳۹۴۲	۰,۷۰۳۶۲	۰/۰۵۳۵۰

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد سازمان در این بعد می باشد. در واقع، حاصل انتظارات مؤدیان مالیاتی منهای ادراکات آنان از عملکرد سازمان، عدد ۰,۸۷۹۸ می باشد. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۱۳، سطح معنی داری آزمون، ۰/۰۰۰ به دست آمده است که با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در بعد همدلی، اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع انتظارات مؤدیان مالیاتی در این بعد فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۱۳: آزمون نمونه های زوجی برای بعد همدلی

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پایین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۷۲	۱۱,۷۹۴	۱,۰۲۷۰۱	۰,۷۳۲۵۳	۰,۹۸۱۱۶	۰,۸۷۹۷۷

۹-۲- بررسی مؤلفه های مربوط به ابعاد کیفیت خدمات

* بررسی مؤلفه های مربوط به عوامل محسوس

H: انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های عوامل محسوس فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های عوامل محسوس فراتر از عملکرد سازمان می باشد.
 در جدول شماره ۱۴ شاخص های آماری برای مؤلفه های مرتبط با عوامل محسوس در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۱۴: آماره های نمونه های زوجی برای مؤلفه های عوامل محسوس

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
فن آوری اطلاعات (انتظارات)	۴,۵۳۰۶	۰,۷۸۷۱۳	۰,۰۵۶۲۲
فن آوری اطلاعات (ادراکات)	۳,۲۷۵۵	۱,۱۷۹۱۴	۰,۰۸۴۲۲
امکانات فیزیکی (انتظارات)	۳,۸۰۶۱	۱,۰۹۶۹۲	۰,۰۷۸۳۵
امکانات فیزیکی (ادراکات)	۳,۱۹۳۹	۰,۹۱۳۳۴	۰,۰۶۵۲۳
آراستگی و پاکیزگی (انتظارات)	۳,۸۶۲۰	۱,۰۴۰۹۰	۰,۰۷۴۴۰
آراستگی و پاکیزگی (ادراکات)	۳,۰۷۶۵	۱,۸۸۰۸۸	۰,۱۳۴۳۵
انضباط اداری (انتظارات)	۴,۰۰۵۱	۰,۹۶۳۴۲	۰,۰۶۸۸۲
انضباط اداری (ادراکات)	۲,۷۲۹۶	۱,۱۴۲۸۰	۰,۰۸۱۶۳

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان در تمام مؤلفه های مربوطه فراتر از عملکرد سازمان می باشد. در واقع، میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با انتظارات مؤدیان از میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با ادراکات آنان از عملکرد سازمان، بیشتر می باشد. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف ذکر شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۱۵، سطح معنی داری تمام آزمون های فرض انجام شده $0/000$ می باشد که باتوجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان و عملکرد سازمان در مؤلفه های

مرتبط با عوامل محسوس اختلاف معنی داری وجود دارد و درواقع انتظارات مؤدیان دراین زمینه فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۱۵: آزمون نمونه های زوجی برای مؤلفه های عوامل محسوس

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پائین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۱۲,۲۵۰	۱,۴۵۷۱۸	۱,۰۵۳۰۳	۱,۴۳۴۴۶	۱,۲۵۵۱۰
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۶,۵۸۴	۰,۷۹۵۶۵	۰,۴۲۸۸۴	۱,۳۰۱۹۳	۰,۶۱۲۲۴
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۵,۳۴۱	۱,۰۷۵۸۲	۰,۴۹۵۶۱	۲,۰۵۹۳۸	۰,۷۸۵۷۱
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۱۳,۷۴۵	۱,۴۵۸۵۲	۱,۰۹۲۵۰	۱,۲۹۹۱۶	۱,۲۷۵۵۱

* بررسی مؤلفه های مربوط به قابلیت اعتبار

H : انتظارات مؤدیان مالیاتی درمؤلفه های قابلیت اعتبار فراتراز عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی درمؤلفه های قابلیت اعتبار فراتراز عملکرد سازمان می باشد.

جدول شماره ۱۶: آماره های نمونه های زوجی برای مؤلفه های قابلیت اعتبار

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
سرعت عمل کارکنان (انتظارات)	۴,۶۸۵۶	۰,۴۸۷۲۴	۰,۰۳۴۹۸
سرعت عمل کارکنان (ادراکات)	۲,۶۹۰۷	۱,۰۵۱۶۳	۰,۰۷۵۵۰
انگیزه کارکنان (انتظارات)	۴,۵۳۰۶	۰,۵۹۴۰۶	۰,۰۴۲۴۳
انگیزه کارکنان (ادراکات)	۲,۸۶۲۲	۱,۰۲۶۰۲	۰,۰۷۳۲۹
دقت عمل کارکنان (انتظارات)	۴,۵۷۵۱	۰,۶۳۳۹۴	۰,۰۴۵۶۳
دقت عمل کارکنان (ادراکات)	۳,۲۱۷۶	۱,۰۲۲۸۱	۰,۰۷۳۶۲
انجام کار در موعد قرر (انتظارات)	۴,۶۰۳۱	۰,۵۸۶۷۲	۰,۰۴۲۱۲
انجام کار در موعد مقرر (ادراکات)	۳,۱۰۳۱	۱,۱۳۳۴۳	۰,۰۸۱۳۸
دقت در اجرای قوانین (انتظارات)	۴,۵۳۸۹	۰,۶۵۳۳۵	۰,۰۴۷۰۳
دقت در اجرای قوانین (ادراکات)	۳,۵۱۸۱	۱,۰۱۰۸۴	۰,۰۷۲۷۶

جدول شماره ۱۷: آزمون نمونه های زوجی برای مؤلفه های قابلیت اعتبار

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد	انحراف استاندارد	میانگین	
							حد پائین
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۳	۲۲,۹۴۶	۲,۱۶۶۳۲	۱,۸۲۳۳۷	۱,۲۱۰۹۱	۱,۹۹۴۸۵
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۲۰,۰۹۵	۱,۸۳۲۱۱	۱,۵۰۴۶۳	۱,۱۶۲۳۲	۱,۶۶۸۳۷
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۲	۱۴,۶۰۱	۱,۵۴۰۹۰	۱,۱۷۴۱۳	۱,۲۹۱۶۶	۱,۳۵۷۵۱
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۳	۱۴,۸۰۲	۱,۶۹۹۸۷	۱,۳۰۰۱۳	۱,۴۱۱۴۶	۱,۵۰۰۰۰
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۲	۱۰,۵۳۴	۱,۲۱۱۸۴	۰,۸۲۹۶۱	۱,۳۴۶۱۳	۱,۰۲۰۷۳

در جدول شماره ۱۶ شاخص های آماری برای مؤلفه های مرتبط با قابلیت اعتبار در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است. همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی در تمام مؤلفه های مرتبط با قابلیت اعتبار فراتر از عملکرد سازمان می باشد. در واقع میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با انتظارات مؤدیان مالیاتی از میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با ادراکات آنان از عملکرد سازمان بیشتر می باشد. اما از آنجا

که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۱۷، سطح معنی داری تمام آزمون های فرض انجام شده، $0/000$ به دست آمده است که باتوجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در مؤلفه های مرتبط با قابلیت اعتبار اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع انتظارات مؤدیان مالیاتی در این زمینه فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

* بررسی مؤلفه های مربوط به پاسخگویی

H : انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های پاسخگویی فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های پاسخگویی فراتر از عملکرد سازمان می باشد.

در جدول شماره ۱۸ شاخص های آماری برای مؤلفه های مرتبط با پاسخگویی در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۱۸: آماره های نمونه های زوجی برای مؤلفه های پاسخگویی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
بیان زمان دقیق انجام کار (انتظارات)	۴,۴۷۹۴	۰,۶۶۱۳۶	۰,۰۴۷۴۸
بیان زمان دقیق انجام کار (ادراکات)	۲,۹۲۳۷	۱,۰۹۱۲۸	۰,۰۷۸۳۵
ارائه سریع خدمات (انتظارات)	۴,۵۹۶۹	۰,۶۳۷۱۳	۰,۰۴۵۵۱
ارائه سریع خدمات (ادراکات)	۳,۰۳۵۷	۴,۰۰۱۷۶	۰,۲۸۵۸۴
تمایل کارکنان (انتظارات)	۴,۴۷۴۰	۰,۶۰۴۸۲	۰,۰۴۳۶۵
تمایل کارکنان (ادراکات)	۳,۰۷۸۱	۰,۹۴۸۴۸	۰,۰۶۸۴۵
پاسخگو بودن کارکنان (انتظارات)	۴,۷۳۹۸	۰,۴۷۳۵۵	۰,۰۳۳۸۳
پاسخگو بودن کارکنان (ادراکات)	۳,۰۲۵۵	۰,۹۹۴۵۳	۰,۰۷۱۰۴

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی در تمام مؤلفه های مرتبط با پاسخگویی فراتر از عملکرد سازمان می باشد. در واقع میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با انتظارات مؤدیان مالیاتی از میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با ادراکات آنان از عملکرد سازمان بیشتر می باشد. اما از آنجا

که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۱۹، سطح معنی داری تمام آزمون های فرض انجام شده ۰/۰۰۰ به دست آمده است که باتوجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در مؤلفه های مرتبط با پاسخگویی اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع، انتظارات مؤدیان مالیاتی در این زمینه فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۱۹: آزمون نمونه های زوجی برای مؤلفه های پاسخگویی

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پائین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۳	۱۴,۹۸۹	۱,۷۶۱۵۵	۱,۳۵۱۸۶	۱,۴۴۶۵۹	۱,۵۵۶۷۰
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۵,۳۴۷	۲,۱۳۷۰۶	۰,۹۸۵۳۹	۴,۰۸۷۶۷	۱,۵۶۱۲۲
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۱	۱۶,۳۳۱	۱,۵۶۴۴۳	۱,۲۲۷۲۴	۱,۱۸۴۳۶	۱,۳۹۵۸۳
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۲۰,۳۲۱	۱,۸۸۰۶۶	۱,۵۴۷۹۱	۱,۱۸۱۰۵	۱,۷۱۴۲۹

* بررسی مؤلفه های مربوط به اطمینان خاطر

H : انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های اطمینان خاطر فراتر از عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های اطمینان خاطر فراتر از عملکرد سازمان می باشد.

در جدول شماره ۲۰ شاخص های آماری برای مؤلفه های مرتبط با اطمینان خاطر در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۲۰: آماره های نمونه های زوجی برای مؤلفه های اطمینان خاطر

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
نحوه رفتار کارکنان (انتظارات)	۴,۴۳۸۱	۰,۶۷۴۳۲	۰,۰۴۸۴۱
نحوه رفتار کارکنان (ادراکات)	۳,۳۳۵۱	۱,۰۰۰۵۷	۰,۰۷۱۸۴
احساس امنیت در تعاملات (انتظارات)	۴,۴۷۰۶	۰,۶۵۰۰۱	۰,۰۴۷۵۳
احساس امنیت در تعاملات (ادراکات)	۳,۳۹۹۵	۰,۹۷۰۶۲	۰,۰۷۰۹۸
ادب و احترام کارکنان (انتظارات)	۴,۳۴۱۸	۰,۶۸۷۲۴	۰,۰۴۹۰۹
ادب و احترام کارکنان (ادراکات)	۳,۶۲۷۶	۱,۰۶۱۷۱	۰,۰۷۵۸۴
دانش و مهارت کارکنان (انتظارات)	۴,۵۳۵۷	۰,۶۱۰۸۰	۰,۰۴۳۶۳
دانش و مهارت کارکنان (ادراکات)	۳,۵۹۱۸	۰,۹۳۱۹۰	۰,۰۶۶۵۶

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان مالیاتی در تمام مؤلفه های مرتبط با اطمینان خاطر فراتر از عملکرد سازمان می باشد. در واقع، میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با انتظارات مؤدیان مالیاتی از میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با ادراکات آنان از عملکرد سازمان بیشتر می باشد. اما از آنجا که این میانگین ها صرفاً به نمونه آماری مورد نظر مرتبط می باشند، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۲۱، سطح معنی داری تمام آزمون های فرض انجام شده، $0/000$ به دست آمده است که باتوجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان در مؤلفه های مرتبط با اطمینان خاطر اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع، انتظارات مؤدیان مالیاتی در این زمینه فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۲۱: آزمون نمونه های زوجی برای مؤلفه های اطمینان خاطر

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پائین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۳	۱۴,۳۲۸	۱,۲۵۴۹۴	۰,۹۵۱۲۴	۱,۰۷۲۳۵	۱,۱۰۳۰۹
H. رد	۰,۰۰۰	۱۸۶	۱۴,۲۰۲	۱,۳۳۳۸۱	۱,۰۰۸۴۴	۱,۱۲۷۶۷	۱,۱۷۱۱۲
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۷,۶۱۸	۰,۸۹۹۲۰	۰,۵۲۹۳۷	۱,۳۱۲۶۶	۰,۷۱۴۲۹
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۵	۱۰,۵۰۸	۱,۱۲۱۰۳	۰,۷۶۶۷۳	۱,۲۵۷۵۶	۰,۹۴۳۸۸

* بررسی مؤلفه های مربوط به همدلی

H: انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های همدلی فراتراز عملکرد سازمان نمی باشد.
 H_0 : انتظارات مؤدیان مالیاتی در مؤلفه های همدلی فراتراز عملکرد سازمان می باشد.

در جدول شماره ۲۲ شاخص های آماری برای مؤلفه های مرتبط با همدلی در دو حالت انتظارات مؤدیان مالیاتی و عملکرد سازمان (ادراکات مؤدیان مالیاتی) آورده شده است.

جدول شماره ۲۲: آماره های نمونه های زوجی برای مؤلفه های همدلی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
توجه ویژه به مؤدیان (انتظارات)	۴,۱۵۹۶	۰,۸۵۶۶۰	۰,۰۶۲۴۷
توجه ویژه به مؤدیان (ادراکات)	۳,۳۰۸۵	۰,۸۹۵۹۴	۰,۰۶۵۳۴
ساعات کاری مناسب (انتظارات)	۴,۰۰۵۴	۰,۹۰۲۳۲	۰,۰۶۶۵۲
ساعات کاری مناسب (ادراکات)	۳,۴۵۱۱	۰,۸۹۱۸۶	۰,۰۶۵۷۵
روابط دوستانه با مؤدیان (انتظارات)	۳,۹۵۱۶	۱,۰۴۱۲۲	۰,۰۷۶۳۵
روابط دوستانه با مؤدیان (ادراکات)	۳,۲۲۸۵	۰,۸۶۵۳۰	۰,۰۶۳۴۵
عدم افشاء اطلاعات محرمانه مؤدیان (انتظارات)	۴,۶۰۲۲	۰,۶۱۷۵۸	۰,۰۴۵۲۸
عدم افشاء اطلاعات محرمانه مؤدیان (ادراکات)	۳,۵۰۰۰	۱,۰۳۰۶۱	۰,۰۷۵۵۷
تشخیص نیازهای خاص مؤدیان (انتظارات)	۴,۶۱۸۶	۰,۷۶۱۰۱	۰,۰۵۴۶۴
تشخیص نیازهای خاص مؤدیان (ادراکات)	۳,۳۲۴۷	۱,۰۳۹۴۸	۰,۰۷۴۶۳

همان گونه که پیداست، انتظارات مؤدیان فراتر از عملکرد سازمان است. در واقع، میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با انتظارات مؤدیان از میانگین تمام مؤلفه های مرتبط با ادراکات آنان از عملکرد سازمان بیشتر می باشد. لذا با توجه به نمونه آماری مورد نظر، از آزمون t جهت بررسی معنی داری اختلاف تبیین شده بهره برده ایم. مطابق جدول شماره ۲۳، سطح معنی داری تمام آزمون های فرض انجام شده، $0/000$ به دست آمده است که با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، بین انتظارات مؤدیان و عملکرد سازمان در مؤلفه های مرتبط با همدلی، اختلاف معنی داری وجود دارد و در واقع، انتظارات مؤدیان در این زمینه فراتر از عملکرد سازمان بوده است.

جدول شماره ۲۳: آزمون نمونه های زوجی برای مؤلفه های همدلی

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	T محاسبه شده	تفاوت های زوجی			
				فاصله تفاوت با سطح اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین
				حد بالا	حد پائین		
H. رد	۰,۰۰۰	۱۸۷	۸,۹۷۹	۱,۰۳۸۰۴	۰,۶۶۴۰۸	۱,۲۹۹۵۹	۰,۸۵۱۰۶
H. رد	۰,۰۰۰	۱۸۳	۵,۶۳۹	۰,۷۴۸۳۲	۰,۳۶۰۳۷	۱,۳۳۳۵۹	۰,۵۵۴۳۵
H. رد	۰,۰۰۰	۱۸۵	۷,۷۶۰	۰,۹۱۰۳۳	۰,۵۴۱۲۸	۱,۲۷۵۵۸	۰,۷۲۵۸۱
H. رد	۰,۰۰۰	۱۸۵	۱۱,۴۱۰	۱,۲۹۲۷۲	۰,۹۱۱۵۸	۱,۳۱۷۳۷	۱,۱۰۲۱۵
H. رد	۰,۰۰۰	۱۹۳	۱۳,۲۶۴	۱,۴۸۶۲۰	۱,۱۰۱۴۳	۱,۳۵۸۶۳	۱,۲۹۳۸۱

۹-۳- سایر پرسش ها

همان گونه که اشاره شد، محقق در حین مطالعه در خصوص ابعاد و مؤلفه های مختلف کیفیت خدمات با سؤالاتی جدید روبرو شد که در ادامه به بررسی این پرسش ها، پرداخته ایم.

* آیا ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی

هستند؟

برای پاسخ دادن به این سؤال لازم است از داده های تحقیق آزمونی آماری به عمل آید و از آن جا که متغیرهای مورد بررسی (ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات) متغیرهایی رتبه ای هستند، از آزمون فریدمن برای این منظور استفاده می نماییم. فرضیات این سؤال را به صورت زیر را تعریف می کنیم:

H : بین اهمیت ابعاد مختلف اختلاف معنی داری وجود ندارد.

H_0 : بین اهمیت ابعاد مختلف اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۲۴ آماره این آزمون و همچنین سطح معنی داری رانشان می دهد. همان طور که ملاحظه می شود، سطح معنی داری آزمون مربوطه $0/000$ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای $0/05$ می باشد ($P\text{-value} < 0/05$)، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، می توان گفت که بین ابعاد مختلف کیفیت خدمات، اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۲۴: آماره های آزمون برای آزمون فریدمن

۱۹۶	حجم نمونه
۱۰۷,۸۴۹	کای دو
۴	درجه آزادی
۰,۰۰۰	سطح معنی داری

برای آن که دریابیم کدامیک از عوامل از نظر مؤدیان مالیاتی مهم تر از بقیه بوده است، به جدول شماره ۲۵ توجه می کنیم. همان طور که مشاهده می شود، بیشترین رتبه (امتیاز) به بعد همدلی و کمترین رتبه به بعد عوامل محسوس اختصاص دارد. به عبارتی، در رتبه بندی ابعاد از نظر مؤدیان مالیاتی، همدلی مهم ترین عامل و عوامل محسوس (ظاهر و شواهد فیزیکی) کم اهمیت ترین فاکتور مطرح شده اند.

جدول شماره ۲۵: میانگین رتبه هر یک از ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات

میانگین رتبه	ابعاد کیفیت خدمات
۳,۴۴	همدلی
۳,۳۸	پاسخگویی
۳,۱۷	اطمینان خاطر
۳,۰۲	قابلیت اعتبار
۱,۹۹	عوامل محسوس

* آیا مؤلفه های بُعد عوامل محسوس از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟

H : بین اهمیت مؤلفه های عوامل محسوس اختلاف معنی داری وجود ندارد.
 H_0 : بین اهمیت مؤلفه های عوامل محسوس اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۲۶: آماره های آزمون برای آزمون فریدمن

۱۹۶	حجم نمونه
۹۴,۷۵۸	کای دو
۳	درجه آزادی
۰,۰۰۰	سطح معنی داری

جدول شماره ۲۶ آماره این آزمون و همچنین سطح معنی داری رانشان می دهد. همان طور که ملاحظه می شود، سطح معنی داری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد ($P\text{-value} < 0/05$)، لذا فرضیه صفر رد

می شود. به عبارتی، می توان گفت که بین مؤلفه های مختلف بُعد عوامل محسوس، اختلاف معنی داری وجود دارد.

برای آن که دریابیم کدامیک از مؤلفه های مرتبط با عوامل محسوس از نظر مؤدیان مالیاتی مهم تر از بقیه است، به جدول شماره ۲۷ توجه کنید. همان طور که مشاهده می شود، بیشترین رتبه به مؤلفه فن آوری اطلاعات و کمترین رتبه به مؤلفه امکانات فیزیکی اختصاص دارد. به عبارت دیگر، از نظر مؤدیان مالیاتی فن آوری اطلاعات مهم ترین عامل و امکانات فیزیکی کم اهمیت ترین فاکتور مطرح شده اند.

جدول شماره ۲۷: میانگین رتبه هر یک از مؤلفه های عوامل محسوس

میانگین رتبه	ابعاد کیفیت خدمات
۳,۰۷	فن آوری اطلاعات
۲,۴۵	انضباط اداری
۲,۲۵	آراستگی و پاکیزگی
۲,۲۲	امکانات فیزیکی

* آیا مؤلفه های بُعد قابلیت اعتبار از نگاه مؤدیان مالیاتی، دارای اهمیت یکسانی

هستند؟

H : بین اهمیت مؤلفه های قابلیت اعتبار، اختلاف معنی داری وجود ندارد.
 H_0 : بین اهمیت مؤلفه های قابلیت اعتبار، اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۲۸ آماره این آزمون و همچنین سطح معنی داری را نشان می دهد. همان طور که ملاحظه می شود، سطح معنی داری آزمون مربوطه ۰/۰۴۳ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد (P-value < ۰/۰۵)، لذا فرضیه صفر

رد می شود. به عبارتی، می توان گفت که بین مؤلفه های مختلف بُعد قابلیت اعتبار، اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۲۸: آماره های آزمون برای آزمون فریدمن

۱۸۶	حجم نمونه
۹,۸۶۱	کای دو
۳	درجه آزادی
۰,۰۴۳	سطح معنی داری

جدول شماره ۲۹: میانگین رتبه هر یک از مؤلفه های قابلیت اعتبار

میانگین رتبه	ابعاد کیفیت خدمات
۳,۱۷	سرعت عمل کارکنان
۳,۰۸	انجام کار در موعد مقرر
۲,۹۵	دقت عمل کارکنان در کار
۲,۹۳	دقت عمل کارکنان در اجرای قوانین
۲,۸۷	علاقه و انگیزه کارکنان

برای آن که دریابیم کدامیک از مؤلفه های مرتبط با قابلیت اعتبار از نظر مؤدیان مهم تر از بقیه است، به جدول شماره ۲۹ توجه کنید. همان طور که مشاهده می شود، بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه سرعت عمل کارکنان و کمترین رتبه به مؤلفه انگیزه کارکنان اختصاص دارد. به عبارت دیگر، از نظر مؤدیان، سرعت عمل مهم ترین عامل و انگیزه کارکنان کم اهمیت ترین فاکتور مطرح شده اند.

* آیا مؤلفه های بُعد پاسخگویی از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟

H: بین اهمیت مؤلفه های پاسخگویی، اختلاف معنی داری وجود ندارد.

H₀: بین اهمیت مؤلفه های پاسخگویی، اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۳۰ آماره این آزمون و همچنین سطح معنی داری را نشان می دهد. همان طور که ملاحظه می شود، سطح معنی داری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد (P-value < ۰/۰۵)، لذا فرضیه صفر رد می شود. به عبارتی، می توان گفت که بین مؤلفه های مختلف بُعد پاسخگویی اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۳۰: آماره های آزمون برای آزمون فریدمن

۱۹۲	حجم نمونه
۲۸,۴۱۳	کای دو
۳	درجه آزادی
۰,۰۰۰	سطح معنی داری

جدول شماره ۳۱: میانگین رتبه هر یک از مؤلفه های پاسخگویی

میانگین رتبه	ابعاد کیفیت خدمات
۲,۷۹	پاسخگو بودن کارکنان
۲,۵۲	ارائه سریع و بدون معطلی خدمات
۲,۳۶	بیان زمان دقیق انجام خدمات
۲,۳۳	تمایل کارکنان در کمک به مؤدیان

برای آن که دریابیم کدامیک از مؤلفه های مرتبط با پاسخگویی از نظر مؤدیان مهم تر از بقیه است، به جدول شماره ۳۱ توجه کنید. همان طور که مشاهده می شود، بیشترین رتبه به مؤلفه پاسخگو بودن کارکنان و کمترین رتبه به مؤلفه تمایل کارکنان اختصاص دارد. به عبارت دیگر، از نظر مؤدیان مالیاتی پاسخگو بودن کارکنان مهم ترین عامل و تمایل کارکنان کم اهمیت ترین فاکتور مطرح شده است.

* آیا مؤلفه های بُعد اطمینان خاطر از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی

هستند؟

H: بین اهمیت مؤلفه های اطمینان خاطر اختلاف معنی داری وجود ندارد.
 H_0 : بین اهمیت مؤلفه های اطمینان خاطر اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۳۲ آماره این آزمون و همچنین سطح معنی داری رانشان می دهد. همان طور که ملاحظه می شود، سطح معنی داری آزمون مربوطه ۰/۰۵۰ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ نمی باشد (P-value < ۰/۰۵)، لذا فرضیه صفر تأیید می شود. به عبارتی، می توان گفت که بین مؤلفه های مختلف بُعد قابلیت اعتبار، اختلاف معنی داری وجود ندارد.

جدول شماره ۳۲: آماره های آزمون برای آزمون فریدمن

۱۸۷	حجم نمونه
۷,۸۱۴	کای دو
۳	درجه آزادی
۰,۰۵۰	سطح معنی داری

جدول شماره ۳۳: میانگین رتبه هریک از مؤلفه های اطمینان خاطر

میانگین رتبه	ابعاد کیفیت خدمات
۲,۶۲	دانش و مهارت کارکنان
۲,۵۴	احساس امنیت مؤدیان
۲,۴۸	نحوه رفتار کارکنان
۲,۳۶	ادب و احترام کارکنان

برای آن که دریابیم کدامیک از مؤلفه های مرتبط با اطمینان خاطر از نظر مؤدیان مالیاتی مهم تر از بقیه است، به جدول شماره ۳۳ توجه کنید. همان طور که مشاهده می شود، بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه دانش و مهارت کارکنان و کمترین رتبه به مؤلفه ادب و احترام کارکنان اختصاص دارد. به عبارت دیگر، از نظر مؤدیان مالیاتی، دانش و مهارت کارکنان مهم ترین عامل و ادب و احترام کارکنان کم اهمیت ترین فاکتور مطرح شده است اما در مجموع، با توجه به جدول بالا اهمیت یکسانی دارند.

* آیا مؤلفه های بُعد همدلی از نگاه مؤدیان مالیاتی دارای اهمیت یکسانی هستند؟

H_1 : بین اهمیت مؤلفه های همدلی، اختلاف معنی داری وجود ندارد.
 H_0 : بین اهمیت مؤلفه های همدلی، اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۳۴ آماره این آزمون و همچنین سطح معنی داری را نشان می دهد. همان طور که ملاحظه می شود، سطح معنی داری آزمون مربوطه ۰/۰۰۰ می باشد که با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد (P-value < ۰/۰۵)، لذا فرضیه صفر

رد می شود. به عبارتی، می توان گفت که بین مؤلفه های مختلف بُعد همدلی اختلاف معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۳۴: آماره های آزمون برای آزمون فریدمن

۱۷۶	حجم نمونه
۱۱۱,۷۰۳	کای دو
۴	درجه آزادی
۰,۰۰۰	سطح معنی داری

برای آن که دریابیم کدامیک از مؤلفه های مرتبط با همدلی از نظر مؤدیان مهم تر از بقیه است، به جدول شماره ۳۵ توجه کنید. همان طور که مشاهده می شود، بیشترین رتبه (امتیاز) به مؤلفه توجه به نیازهای خاص مؤدیان و کمترین رتبه به مؤلفه روابط صمیمانه بامؤدیان اختصاص دارد. لذا توجه به نیازهای خاص مؤدیان مهمترین و روابط صمیمانه کم اهمیت ترین فاکتور مطرح شده است.

جدول شماره ۳۵: میانگین رتبه هریک از مؤلفه های همدلی

میانگین رتبه	ابعاد کیفیت خدمات
۳,۶۰	تشخیص نیازهای خاص مؤدیان
۳,۴۵	عدم افشاء اطلاعات محرمانه مؤدیان
۲,۷۶	توجه ویژه و فردی به مؤدیان
۲,۶۱	ساعات کاری مناسب و مطلوب
۲,۵۸	روابط صمیمانه و دوستانه با مؤدیان

۹-۴-سنجش میزان کیفیت خدمات ارائه شده به مؤدیان مالیاتی در اداره کل

امور مالیاتی شرکت های شرق تهران

در این مرحله از تحقیق برای هر یک از ابعاد کیفیت خدمات، از آماره one-sample test برای سنجش وضعیت موجود استفاده شده است، بدین صورت که برای هر یک از ابعاد آماره زیر مورد آزمون فرض قرار گرفت:

$$\begin{cases} H_0 : u = 3 \\ H_1 : u \neq 3 \end{cases}$$

چنانچه هر یک از ابعاد کیفیت خدمات دارای میانگین بالاتر از ۳ باشد، خدمات مالیاتی ارائه شده توسط سازمان از کیفیت لازم برخوردار است و چنانچه هر یک از این ابعاد میانگین کمتر از ۳ را دارا باشند، خدمات مالیاتی ارائه شده توسط سازمان از کیفیت لازم برخوردار نیست و قبل از سنجش مجدد کیفیت خدمات مالیاتی، باید ابتدا این ابعاد را در سازمان اصلاح نمود. جدول شماره ۳۶ هر یک از آزمون فرض های لازم برای سنجش این ابعاد را نشان می دهد.

جدول شماره ۳۶: آزمون فرض ابعاد کیفیت خدمات

One-Sample Test						
Test Value = 3						
ابعاد	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
عوامل محسوس	۱,۰۱۴	۱۹۵	۰,۳۱۲	۰,۶۸۸۸	-۰,۰۶۵۱	۰,۲۰۲۸
قابلیت اعتبار	۱,۴۳۲	۱۹۵	۰,۱۵۴	۰,۰۸۲۶۵	-۰,۰۳۱۲	۰,۰۱۹۶۵
پاسخگویی	-۰,۱۳۵۷	۱۹۳	۰,۱۷۶	-۰,۰۷۷۳۲	-۰,۱۸۹۷	۰,۰۳۵۱
اطمینان خاطر	۷,۸۴۷	۱۹۵	۰,۰۰۰	۰,۴۵۰۲۶	۰,۳۳۷۱	۰,۵۶۳۴
همدلی	۷,۷۵۵	۱۸۰	۰,۰۰۰	۰,۴۰۱۱۰	۰,۲۹۹۰	۰,۵۰۳۲

* عوامل محسوس

در بعد عوامل محسوس، میزان Sig بزرگتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص مؤلفه های مرتبط با عوامل محسوس، عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و سرمایه گذاری بیشتر، نسبت به بهبود وضعیت خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین بعد عوامل محسوس مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه، میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد و تقریباً برابرند. برای تجزیه و تحلیل بهتر عملکرد سازمان بایستی در خصوص مؤلفه های مرتبط با عوامل محسوس به طور جداگانه اظهار نظر کنیم.

* قابلیت اعتبار

در بعد قابلیت اعتبار، میزان Sig بزرگتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص مؤلفه های مرتبط با قابلیت اعتبار، عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و سرمایه گذاری بیشتر، نسبت به بهبود وضعیت خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین بعد قابلیت اعتبار مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد و تقریباً برابرند. برای تجزیه و تحلیل بهتر عملکرد سازمان بایستی در خصوص مؤلفه های مرتبط با قابلیت اعتبار به طور جداگانه اظهار نظر کنیم.

* پاسخگویی

در بعد پاسخگویی، میزان Sig بزرگتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص مؤلفه های مرتبط با پاسخگویی، عملکردی در حد

متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و سرمایه گذاری بیشتر، نسبت به بهبود وضعیت خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب توجه مؤدیان موفق باشد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین بعد پاسخگویی مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد و تقریباً برابرند. برای تجزیه و تحلیل بهتر عملکرد سازمان بایستی در خصوص مؤلفه های مرتبط با پاسخگویی به طور جداگانه اظهار نظر کنیم.

* اطمینان خاطر

در بعد اطمینان خاطر، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص مؤلفه های مرتبط با اطمینان خاطر، توانسته خدمات نسبتاً خوبی ارائه دهد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین بعد اطمینان خاطر مشاهده نمود، زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* همدلی

در بعد همدلی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص مؤلفه های مرتبط با همدلی توانسته خدمات نسبتاً خوبی ارائه دهد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین بعد همدلی مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

۹-۵- تجزیه و تحلیل و سنجش مؤلفه های مرتبط با ابعاد کیفیت خدمات

در ادامه، برای تجزیه و تحلیل بهتر ابعاد کیفیت خدمات ارائه شده به مؤدیان مالیاتی مستقر در اداره کل امور مالیاتی شرکت های شرق تهران به بررسی مؤلفه های مرتبط با هر شاخص می پردازیم:

۹-۵-۱- عوامل محسوس

جدول شماره ۳۷: آزمون فرض مؤلفه های بعد عوامل محسوس

One-Sample Test						
Test Value = 3						
مؤلفه	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فن آوری اطلاعات	۳,۲۷۱	۱۹۵	۰,۰۰۱	۰,۲۷۵۵۱	۰,۱۰۹۴	۰,۴۴۱۶
امکانات فیزیکی	۲,۹۷۲	۱۹۵	۰,۰۰۳	۰,۱۹۳۸۸	۰,۰۶۵۲	۰,۳۲۲۵
آراستگی و پاکیزگی	۰,۵۷۰	۱۹۵	۰,۵۷۰	۰,۷۶۵۳	-۰,۱۸۸۴	۰,۳۴۱۵
انضباط اداری	-۳,۳۱۳	۱۹۵	۰,۰۰۱	-۰,۲۷۰۴۱	-۰,۴۳۱۴	-۰,۱۰۹۴

* بهره گیری از فن آوری اطلاعات در ارائه خدمات

درخصوص بهره گیری از فن آوری اطلاعات در ارائه خدمات، میزان sig کوچکتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر رد می شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می باشد.

* امکانات فیزیکی

در خصوص امکانات فیزیکی سازمان در ارائه خدمات، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* آراستگی و پاکیزگی

در خصوص آراستگی و پاکیزگی کارکنان و محیط اداری، میزان Sig بزرگتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص این موضوع عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و سرمایه گذاری بیشتر، نسبت به بهبود وضعیت خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد.

* رعایت انضباط اداری

در خصوص رعایت انضباط اداری و نظم و ترتیب اسناد و مدارک اداری، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این امر عملکرد نسبتاً ضعیفی داشته است و نتوانسته در جلب توجه و نظر مؤدیان مالیاتی موفق عمل نماید و بایستی با بررسی نقاط ضعف، شرایط جلب رضایت مؤدیان مالیاتی را فراهم آورد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد کمتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین کمتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

۹-۵-۲- قابلیت اعتبار

جدول شماره ۳۸: آزمون فرض مؤلفه های بعد قابلیت اعتبار

One-Sample Test						
Test Value = 3						
مؤلفه	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
سرعت عمل کارکنان	-۳,۹۲۹	۱۹۵	,۰۰۰	-,۲۹۵۹۲	-,۴۴۴۵	-,۱۴۷۴
علاقه و انگیزه کارکنان	-۱,۸۸۰	۱۹۵	,۰۰۶۲	-,۱۳۷۷۶	-,۲۸۲۳	,۰۰۰۶۸
دقت عمل در انجام کار	۳,۱۵۳	۱۹۵	,۰۰۰۲	,۲۲۹۵۹	,۰۸۶۰	,۳۷۳۲
خدمت در موعد مقرر	۱,۱۳۵	۱۹۵	,۰,۲۵۸	,۰,۹۱۸۴	-,۰,۰۶۷۸	,۰,۲۵۱۵
دقت عمل در اجرا قوانین	۷,۳۲۲	۱۹۵	,۰,۰۰۰	,۵۲۵۵۱	,۰,۳۸۴۰	,۰,۶۶۷۱

* سرعت عمل کارکنان در ارائه خدمات

در خصوص سرعت عمل کارکنان در ارائه خدمات، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می گیرد. لذا سازمان در خصوص این امر، عملکرد نسبتاً ضعیفی داشته است و نتوانسته در جلب نظر مؤدیان مالیاتی موفق عمل نماید و بایستی با بررسی نقاط ضعف و بهبود فرآیندها و دستورالعمل های اداری مربوطه، شرایط جلب رضایت مؤدیان مالیاتی را فراهم آورد. این امر را می توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود. زیرا هر دو حد کمتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین کمتر از ۳ (عملکرد متوسط) می باشد.

* علاقه و انگیزه کارکنان در ارائه خدمات

در خصوص علاقه و انگیزه کارکنان در ارائه خدمات، میزان Sig بزرگتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص این موضوع،

عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و سرمایه گذاری بیشتر، نسبت به بهبود وضعیت خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد. این امر را می توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی باشد.

* دقت عمل کارکنان در ارائه خدمات

در خصوص دقت عمل کارکنان در ارائه خدمات، میزان SIG کوچکتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر رد می شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می باشد.

* ارائه خدمات در موعد مقرر

در خصوص ارائه خدمات در موعد مقرر، میزان SIG بزرگتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص این موضوع، عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و سرمایه گذاری بیشتر، نسبت به بهبود وضعیت خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد. این امر را می توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی باشد.

* دقت عمل کارکنان در رعایت قوانین و مقررات مالیاتی

در خصوص دقت عمل کارکنان در رعایت و اجرای قوانین و مقررات مالیاتی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

۹-۵-۳- پاسخگویی

جدول شماره ۳۹: آزمون فرض مؤلفه های بعد پاسخگویی

One-Sample Test						
Test Value = 3						
مؤلفه	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
بیان زمان ارائه خدمات	-۰,۹۸۷	۱۹۳	۰,۳۲۵	-۰,۷۷۳۲	-۰,۲۳۱۸	۰,۰۷۷۲
ارائه سریع خدمت	۰,۱۲۵	۱۹۵	۰,۹۰۱	۰,۰۳۵۷۱	-۰,۰۵۲۸۰	۰,۵۹۹۴
تمایل کارکنان	۱,۱۴۱	۱۹۵	۰,۲۵۵	۰,۰۷۶۵۳	-۰,۰۵۵۷	۰,۲۰۸۸
پاسخگویی کارکنان	۰,۳۵۹	۱۹۵	۰,۷۲۰	۰,۰۲۵۵۱	-۰,۰۱۱۴۶	۰,۱۶۵۶

* بیان زمان دقیق ارائه خدمات از سوی کارکنان

در خصوص بیان زمان دقیق ارائه خدمات از سوی کارکنان، میزان Sig بزرگتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص این موضوع، عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و آموزش کارکنان، نسبت به بهبود وضعیت ارائه خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب نظر مؤدیان

مالیاتی موفق باشد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد.

* ارائه سریع و بدون معطلی خدمات به مؤدیان مالیاتی

درخصوص ارائه سریع و بدون معطلی خدمات به مؤدیان مالیاتی، میزان sig بزرگتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان درخصوص این موضوع، عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و شناسایی فرآیندهای اداری، نسبت به بهبود وضعیت و ارائه هر چه سریع‌تر خدمات مالیاتی اقدام نماید، تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد.

* تمایل کارکنان برای کمک به مؤدیان مالیاتی

در خصوص تمایل کارکنان برای کمک به مؤدیان مالیاتی، میزان sig بزرگتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان درخصوص این موضوع، عملکردی در حد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات بیشتر در زمینه مدیریت منابع انسانی، نسبت به بهبود وضعیت عملکرد کارکنان در ارائه خدمات مالیاتی اقدام نماید، تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد.

* پاسخگو بودن کارکنان به سؤالات مؤدیان مالیاتی

درخصوص اطلاع رسانی و پاسخگو بودن کارکنان به سؤالات مؤدیان مالیاتی، میزان Sig بزرگتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا در مجموع، سازمان در خصوص این امر، عملکردی درحد متوسط داشته و بایستی در این بخش با انجام مطالعات و آموزش کارکنان، نسبت به بهبود وضعیت ارائه خدمات مالیاتی اقدام نماید تا بتواند در جلب توجه مؤدیان مالیاتی موفق باشد. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا حد پایین کمتر از صفر و حد بالا بیشتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین دارای تفاوت معناداری نسبت به ۳ (عملکرد متوسط) نمی‌باشد.

۹-۵-۴- اطمینان خاطر

جدول شماره ۴۰: آزمون فرض مؤلفه های بعد اطمینان خاطر

One-Sample Test						
Test Value = 3						
مؤلفه	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
نحوه رفتار کارکنان	۴,۶۶۱	۱۹۵	۰,۰۰۰	۰,۳۳۱۶۳	۰,۱۹۱۳	۰,۴۷۱۹
احساس امنیت در تعاملات	۳,۵۳۹	۱۹۵	۰,۰۰۱	۰,۲۵۰۰	۰,۱۱۰۷	۰,۳۸۹۳
رعایت احترام در تعاملات	۸,۲۷۵	۱۹۵	۰,۰۰۰	۰,۶۲۷۷۵	۰,۴۷۸۰	۰,۷۷۷۱
دانش و مهارت کارکنان	۸,۸۹۱	۱۹۵	۰,۰۰۰	۰,۵۹۱۸۴	۰,۴۶۰۶	۰,۷۲۳۱

* نحوه رفتار کارکنان و اعتمادسازی

در خصوص نحوه رفتار کارکنان و اعتمادسازی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این امر، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* احساس امنیت مؤدیان مالیاتی در تعاملات با ادارات امور مالیاتی

در خصوص احساس امنیت مؤدیان مالیاتی در تعاملات با ادارات امور مالیاتی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* رعایت ادب و احترام در تعاملات با مؤدیان مالیاتی، از سوی کارکنان

در خصوص رعایت ادب و احترام در تعاملات با مؤدیان مالیاتی، از سوی کارکنان، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است، از اینرو فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* دانش و مهارت کارکنان در ارائه خدمات و اطلاعات مالیاتی

در خصوص دانش و مهارت کارکنان در ارائه خدمات و اطلاعات مالیاتی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

۹-۵-۵- همدلی

جدول شماره ۴۱: آزمون فرض مؤلفه های بعد همدلی

One-Sample Test						
Test Value = 3						
مؤلفه	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
توجه کردن به مؤدیان	۴,۱۹۹	۱۹۳	۰,۰۰۰	۰,۲۷۳۲۰	۰,۱۴۴۹	۰,۴۰۱۵
ساعات کاری مناسب	۷,۲۵۱	۱۹۲	۰,۰۰۰	۰,۴۷۶۶۸	۰,۳۴۷۰	۰,۶۰۶۳
روابط صمیمانه با مؤدیان	۳,۵۵۶	۱۹۰	۰,۰۰۰	۰,۲۱۹۹۰	۰,۰۹۷۹	۰,۳۴۱۹
عدم افشاء اطلاعات						
مؤدیان	۶,۷۵۱	۱۸۷	۰,۰۰۰	۰,۵۰۵۳۲	۰,۳۵۷۶	۰,۶۵۳۰
تشخیص نیازهای مؤدیان	۴,۳۵۱	۱۹۳	۰,۰۰۰	۰,۳۲۴۷۴	۰,۱۷۷۵	۰,۴۷۱۹

* توجه ویژه و فردی به مؤدیان مالیاتی

در خصوص توجه ویژه و فردی به مؤدیان مالیاتی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* برخورداری از ساعات کاری مناسب و مطلوب

در خصوص برخورداری از ساعات کاری مناسب و مطلوب، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* روابط صمیمانه و دوستانه کارکنان با مؤدیان مالیاتی

در خصوص روابط صمیمانه و دوستانه کارکنان با مؤدیان مالیاتی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است، از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* عدم افشاء اطلاعات محرمانه مؤدیان مالیاتی

در خصوص عدم افشاء اطلاعات محرمانه مؤدیان مالیاتی، میزان Sig کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود. زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

* تشخیص انتظارات و توجه به نیازهای خاص مؤدیان مالیاتی

در خصوص تشخیص انتظارات و توجه به نیازهای خاص مؤدیان مالیاتی، میزان SIG کوچکتر از ۵ درصد است. از این رو، فرض صفر رد می‌شود و فرض مخالف صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. لذا سازمان در خصوص این موضوع، توانسته عملکرد نسبتاً خوبی داشته باشد و نظر مؤدیان مالیاتی را جلب نماید. این امر را می‌توان در حدود بالا و پایین میانگین این مؤلفه مشاهده نمود زیرا هر دو حد بالاتر از صفر بوده و در نتیجه میانگین بالاتر از ۳ (عملکرد متوسط) می‌باشد.

۱۰- نتایج

۱۰-۱- نتایج فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی که بدان اشاره شد، در صدد شناسایی تفاوت بین انتظارات و ادراکات مؤدیان مالیاتی در هر یک از ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات (عوامل محسوس، قابلیت اعتبار، پاسخگویی، تضمین، همدلی) می‌باشد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان دهنده این موضوع است که در تمامی ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات، انتظارات مؤدیان فراتر از ادراکات آنان است. از طرفی، در سنجش شرایط موجود، یافته های تحقیق نشان می‌دهد که کیفیت خدمات مالیاتی سازمان از نگاه مؤدیان بالاتر از حد متوسط است. لذا علی‌رغم اینکه شرایط موجود مساعد می‌باشد ولی جهت کاهش فاصله و شکاف موجود میان انتظارات و ادراکات مؤدیان باید برنامه ریزی و سرمایه گذاری صورت گیرد.

جدول شماره ۴۲: شکاف و اختلاف انتظارات و ادراکات مؤدیان مالیاتی

ابعاد(فرضیه)	انتظارات	عملکرد	تفاوت	سطح معنی دار
عوامل محسوس	۴,۰۵	۳,۰۷	۰,۹۸	۰,۰۰۰
قابلیت اعتبار	۴,۶۰	۳,۰۶	۱,۵۴	۰,۰۰۰
پاسخگویی	۴,۵۶	۲,۹۴	۱,۶۲	۰,۰۰۰
اطمینان خاطر	۴,۴۶	۳,۴۷	۰,۹۹	۰,۰۰۰
همدلی	۴,۲۷	۳,۳۹	۰,۸۸	۰,۰۰۰
کل (فرضیه اصلی)	۴,۴۲	۳,۲۲	۱,۲	۰,۰۰۰

همان طور که در جدول شماره ۴۲ مشخص می باشد، بیشترین شکاف در بعد پاسخگویی و کمترین شکاف در بعد همدلی است.

بر اساس جدول شماره ۴۳، می توان نتیجه گرفت که ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات مالیاتی از نگاه مؤدیان مالیاتی از اهمیت متفاوتی برخوردارند. همان طور که مشاهده می شود، بیشترین رتبه به بعد همدلی و کمترین رتبه به بعد عوامل محسوس اختصاص دارد. به عبارتی، در رتبه بندی ابعاد از نظر مؤدیان مالیاتی رتبه همدلی مهمترین عامل و عوامل محسوس (ظاهر و شواهد فیزیکی) کم اهمیت ترین عامل محسوب شده اند که این موضوع نشان دهنده استراتژی مناسب سازمان در بعد همدلی است چون همان طور که ذکر شد، سازمان در این بخش از کمترین شکاف بین انتظارات و ادراکات مؤدیان مالیاتی برخوردار است. از این رو، با مدیریت بهرمنابع انسانی و ارائه آموزش های لازم می توان کاهش این شکاف را کاهش داد.

جدول شماره ۴۳: میانگین رتبه هر یک از ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات

میانگین رتبه	ابعاد کیفیت خدمات
۳,۴۴	همدلی
۳,۳۸	پاسخگویی
۳,۱۷	اطمینان خاطر
۳,۰۲	قابلیت اعتبار
۱,۹۹	عوامل محسوس

۱۰-۲- کاربردهای مدیریتی

یافته های این تحقیق چندین کاربرد مدیریتی دارد. مدیران سازمان باید به این نکته واقف باشند که هرچند از نظر مؤدیان مالیاتی، کیفیت خدمات ارائه شده توسط سازمان در ابعاد پنج گانه،

بالتر از حد متوسط بوده است ولی نتوانسته انتظارات آنان را برآورده سازد. با توجه به یافته های تحقیق، مدیران باید تلاش نمایند تا در اولین گام با بررسی شکاف موجود بین انتظارات و عملکرد، آن راکاهش دهند، ضمن آنکه درگام های بعدی نیز در جهت مثبت کردن این شکاف و پیشی گرفتن از انتظارات مؤدیان مالیاتی اقدام نمایند. بر این اساس، در زیر به چندین استراتژی در دو قالب مدیریت عملکرد و مدیریت انتظارات مؤدیان مالیاتی برای حصول این اهداف اشاره می شود:

۱۰-۲-۱- مدیریت ارائه خدمات (عملکرد)

۱۰-۲-۲- تعریف استانداردهای خدمات مشتری گرا

مدیریت ارشد سازمان باید از خط مشی کیفیت به عنوان ابزاری برای رهبری سازمان و در راستای بهبود عملکرد آن استفاده کند. یکی از عواملی که بین عملکرد و انتظار شکاف ایجاد می کند، فقدان استانداردهای مشتری گرا^۱ است. شناسایی انتظارات و نیازهای مؤدیان مالیاتی باید کانون توجه فعالیت های تحقیقاتی سازمان باشد زیرا این امر منجر به حداقل رساندن این شکاف می شود.

۱۰-۲-۱-۲- توانمند سازی کارکنانی که در تماس مستقیم با مؤدیان مالیاتی می باشند از طریق تدوین استراتژی در زمینه مدیریت منابع انسانی از قبیل اصلاح سیستم جذب نیروهای انسانی، انجام مصاحبه های تخصصی و بهبود برنامه های آموزشی در زمینه نحوه برخورد و رفتار با مؤدیان مالیاتی و ارزشیابی عملکرد کارکنان بر مبنای رفتارهای مشتری گرا.

۱۰-۲-۱-۳- استفاده از سیستم های مکانیزه

هم اکنون عملیات مالی بسیاری از شرکت ها با سیستم های پیچیده رایانه ای انجام می شود و تشکیلات مالیاتی ناگزیر است تا اختلافات خود را به با شرکت ها به حداقل برساند. تشکیلات مالیاتی کشور باید به گونه ای حرکت کند که مؤدیان مالیاتی به ساده ترین روش، مالیات های تشخیصی را پرداخت نمایند. بنابراین، سیستم های مکانیزه و روش های مبتنی بر فناوری

^۱Costumer defined

اطلاعات از اهمیتی غیر قابل انکار در این زمینه برخوردارند. عموماً به کارگیری سیستم های مکانیزه و فناوری اطلاعات در ارائه خدمات مستلزم بسترسازی حقوقی و فنی گسترده ای است که با موانعی از حیث منابع انسانی، سرمایه و تکنولوژی روبرو می شود به طور مداوم اجرای آن را به تاخیر می اندازد. با این حال، نباید در برنامه ریزی و تدوین اهداف بلندمدت در این زمینه غافل بمانیم. ضمن اینکه، قابلیت اعتبار (یعنی ارائه خدمات در بهترین زمان ممکن و به شکل صحیح) به عنوان یکی از ابعاد کیفیت خدمات، زمانی امکان پذیر می باشد که از سیستم های مکانیزه در حد عالی بهره مند باشیم.

۱۰-۲-۲- مدیریت انتظارات مؤدیان مالیاتی

موفقیت سازمان بستگی به درک، شناسایی و برآورده ساختن نیازها و انتظارات حال و آینده مؤدیان مالیاتی دارد. سازمان خدماتی در صورتی می تواند ادعای برآورده ساختن کیفیت را داشته باشد که بتواند به ترجیحات و انتظارات مشتری به طور مداوم پاسخگو باشد. بدین منظور، نظرسنجی مستمر از مؤدیان مالیاتی به منظور شناخت، درک و انتظارات ایشان امری ضروری است.

خطر عمومی برای اکثر سازمان های خدماتی بالا رفتن سطح انتظارات مشتریان به دلیل تلاش های بازاریابی بدون توجه به توانمندی های سازمان می باشد. لذا مدیران سازمان امور مالیاتی باید از یک سو از منطقی بودن انتظارات مؤدیان مطلع باشند و از سوی دیگر، همواره از توانمندی خویش در جهت برآورده ساختن آن انتظارات مطمئن گردند.

۱۱- پیشنهاد برای تحقیقات آتی:

- ۱- با توجه به یافته های تحقیق حاضر انتظارات مؤدیان مالیاتی فراتر از عملکرد می باشد، از این رو، اولین موضوعی که برای تحقیقات آتی مطرح می گردد، این است که این شکاف های منفی از کجا نشأت می گیرند؟ (آسیب شناسی کیفیت ضعیف خدمات).
- ۲- ارزیابی کیفیت خدمات مالیاتی در سایر ادارات کل امور مالیاتی جهت مقایسه، امتیازدهی و لحاظ نمودن پاداش و تشویق.
- ۳- بررسی پیامدهای مالی و اقتصادی در رابطه با تأثیر کیفیت خدمات بر میزان وصولی و درآمدهای مالیاتی دولت .

منابع:

الف) فارسی

- ۱- سید جوادین، سید رضا و کیماسی، مسعود، (۱۳۸۴) مدیریت کیفیت خدمات، چاپ نگاه دانش
- ۲- کزازی ابوالفضل، (۱۳۷۸). "مدیریت کنترل کیفیت فراگیر (نگرش کاربردی)". تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.

ب) انگلیسی

- 3-Aldlaigan, Abdullah h, Buttle, Francis A. (2002).. "SYSTRA-SQ: a new Measure of Ban Service Quality" , International Journal of Service Industry Management; 13/4, pp.362- 381.
- 4- Atilgan, Ede; et al. (2003).. " Mapping Service Quality in the Tourism Industry" Managing Service Quality, 3/5.
- 5-Cdiler D.A,(1987)., Service Management , 3ed , Londen , Prentic Hall Inc
- 6- Clow, Kenneth, E. et el. (1993). "Building a Competitive Advantage for Service Firms" , International Journal of Service Marketing, 7/1, pp.22-32.
- 7- Ghobadian, Abby, et al [1994]. "service quality: Concepts & Models" International Journal of Quality & ReLiability Management; 11/9 43-66.
- 8-Groonroos, Christian. (2000).. Service Management & Marketing , John Wiley & Sons, Ltd.
- 9-Harrison, Tina (2000)..Financial Services marketing Great Britain., Prentice Hall,

- 10-Ingrid Fecikova(2004)., ”An index Method for measurement of customer satisfaction” ,The TQM Magazine, Vol.16 no.1,pp.57-66.
- 11-Johnston, Robert (1995).. " The Determinants of Service quality: Satisfiers an Dissatisfiers", International Journal of Service Industry Management,6/5,pp.53-71.
- 12-Lovelock, Christopher & Lauren Wright (1999).. Principle of Service Marketing & Management, New Jersey Perntice Hall
- 13-Palmer Adrian, Principeles of Service Marketing 2001 Great Britain, Mc Graw Hill, Third Edition,
- 14-Parasuraman A.et al., (1990)., ”An Empirical Examination of relationship in an Extended Service Quality Model”, Marketing Science Institue, Report No.90-122.
- 15- Parassuraman, A. et al. (1991)." Understanding Customer Expectation of Services ", Sloan Management Review, Spring, pp. 39-48
- 16- Parassuraman, A. et al. (1988).. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service quality ", Journal of retailing, 64/1, pp.12-40.
- 17- Peeler, George H. (1996)., Selling in the Quality Era USA Blackwell Business,
- 18- The First Conference on Iranian Fiscal & Tax Policies, Dec.12, 2007.
- 19- Zeithamel, valarie A. & Mary Jo Bitner 1996, Services Marketing, Singapore McGraw Hill.