

بررسی عوامل موثر بر پذیرش مالیات الکترونیکی بر مبنای  
ادغام مدل تئوری پذیرش و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در  
اداره کل امور مالیاتی شهرستان شهرکرد  
آرمان بهراد<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۳/۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۶/۴

### چکیده

یکی از اقدامات مهم سازمان امور مالیاتی کشور جهت طراحی و اجرای صحیح وصول مالیات به عنوان یک منبع درآمدی گسترده، روی آوردن به سمت فناوری‌های جدید الکترونیکی می‌باشد. برای اجرای مالیات‌ستانی الکترونیکی علاوه بر زیرساخت‌های تکنولوژیکی و قانونی، باید به پذیرش شهروندان که عاملی کلیدی در توسعه ساختارهای الکترونیکی است نیز توجه شود. این تحقیق به دنبال عوامل موثر بر پذیرش مالیات الکترونیکی بر مبنای ادغام مدل تئوری پذیرش و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، از نوع بنیادی و از نظر روش، توصیفی و چون از روش پرسشنامه‌ای استفاده می‌نماید، پیمایشی و روش گردآوری اطلاعات نیز میدانی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مودیان مالیاتی شهرستان شهرکرد در سال ۱۳۹۲ می‌باشد که تعداد آنها نامحدود برآورد شده و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شد. پس از طراحی پرسشنامه و با سوالاتی با پایایی حدود ۰/۹۵ و تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از سوالات بوسیله نرم افزار SPSS 21 این نتایج حاصل شد: بین درک از مفید بودن، نگرش مودیان، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با قصد مودیان، درک از مفید بودن، سهولت استفاده و امنیت و حفظ حریم خصوصی با نگرش مودیان، سهولت استفاده با درک از مفید بودن، اثربخشی رایانه خود، حمایت دولت و تکنولوژی با کنترل رفتاری درک شده، رابطه‌ای معنادار وجود دارد. فرضیه‌های این پژوهش با ۹۹٪ اطمینان مورد تأیید قرار گرفته است.

**واژه‌های کلیدی:** مالیات الکترونیکی، مدل پذیرش فناوری (TAM)، مدل رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB)

## ۱- مقدمه

نظر به تأثیراتی که مالیات‌ها بر متغیرهای اقتصادی به جای می‌گذارند، اتخاذ سیاست‌های مالیاتی مناسب در راستای اصلاح و بهبود سیستم از اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار است. استفاده از فناوری اطلاعات در اجرای مالیات ستانی الکترونیکی و مکانیزه نمودن نظام مالیاتی کشور می‌تواند بر رضایت مؤدیان و سهل الوصول بودن اخذ مالیات بیافزاید. شناسایی ظرفیت‌های مالیاتی، ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی درون سازمانی و برون سازمانی (مؤدیان مالیاتی) و نیز ارتقای کارایی جمع‌آوری مالیات کشور مستلزم بکارگیری فناوری‌های نوین در زمینه پیاده‌سازی سیستم‌های الکترونیکی اخذ مالیات و مکانیزاسیون اداری می‌باشد. رشد سریع فناوری اطلاعات خصوصاً در دو دهه گذشته، به عنوان مهمترین عامل تغییر در سطح جامعه و سازمان‌ها تلقی می‌شود. یکی از مهم‌ترین انواع کاربرد دولت الکترونیک، ارائه خدمات مالیاتی الکترونیکی دولت به مؤدیان مالیاتی است که در آن، مؤدیان با پر نمودن -اظهارنامه‌های الکترونیکی به صورت آنلاین (اینترنتی) ضمن صرفه جویی قابل توجه در وقت و زمان و کاهش هزینه‌ها به بهترین صورت ممکن مالیات‌های خود را پرداخت می‌نمایند. لذا افزایش تمایل به دولت الکترونیک این سوال را در ذهن ایجاد می‌نماید که آیا مؤدیان مالیاتی تمایل به پرداخت مالیات به صورت الکترونیکی را دارند؟

در مقایسه با دیگر خدمات آنلاین ارائه شده توسط دولت، تکمیل اظهارنامه مالیاتی به صورت الکترونیکی یکی از پیشرفته‌ترین و گسترده‌ترین خدماتی است که استفاده می‌شود. در بخش دولتی با حرکت به سوی خدمات آنلاین، مقامات مالیاتی تمایل دارند تا در استفاده از فناوری پیشرو باشند (کونولی و بانیستر، ۲۰۰۸). سیستم اظهارنامه مالیاتی الکترونیکی زیر مجموعه‌ای از مالیات الکترونیکی است و به اظهار و دریافت مالیات به صورت الکترونیکی دلالت دارد که اگر به شیوه درستی استفاده شود موجب صرفه جویی قابل توجهی در زمان و هزینه دولت و مردم خواهد شد. این صرفه جویی در هزینه در ایتالیا سالانه ۹۰ میلیون یورو، در سوئد ۲٫۷ میلیون یورو، ایالات متحده ۱۳۲ میلیون دلار (۱۱۰ میلیون یورو) و کانادا ۱۲ میلیون دلار (۸٫۵ میلیون یورو) است (برگلمن و همکاران، ۲۰۰۵).

یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیر گذار در تغییر نظام مالیاتی سنتی به نظام مالیاتی الکترونیکی، توجه به خواسته‌های مالیات دهندگان و -همراهی و همکاری آنان است. بررسی مطالعات محققان و تجارب مدیران در کشورهای پیشرفته بیانگر آن است که اصلاح و تجدید نظر مستمر در سیستم‌ها و روش‌های انجام کار و بهبود آن با توجه به پیشرفت علوم و فناوری‌های روز دنیا امری اجتناب ناپذیر است، چرا که در غیر این صورت سیستم پاسخگوی نیازهای رو به رشد جامعه نبوده و محکوم به زوال است.

به یقین جهت رسیدن به این مهم گام اول شناسایی عواملی است که به صورت مستقیم و غیر مستقیم موجب تسریع در روند همراهی مودیان و پذیرش این تغییرات مفید توسط آنها می‌شود. این پژوهش به دنبال بررسی عوامل تاثیر گذار بر روند پذیرش مالیات الکترونیکی با استفاده از ادغام دومدل تایید شده تئوری پذیرش فناوری (TAM) و تئوری رفتار برنامه ریزی شده (TBP) می‌باشد.

## ۲- پیشینه تحقیق

پژوهشی در سال ۲۰۰۶ توسط چانگ و همکارانش با عنوان شاخص‌های پذیرش خدمات دولت الکترونیک، مسأله سیستم پرداخت و ثبت اینترنتی مالیات با استفاده از مدلی تئوریک که براساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB) بود به انجام رسید. فرضیه مدل تئوری رفتار برنامه ریزی شده (TPB) در این تحقیق توسعه داده شده بود تا پذیرش کاربران را ارزیابی نماید. یافته‌های تحقیقات مؤید این مطلب است که هنگامی که کاربران با بسته نرم افزاری جدیدی رو به رو می‌شوند، فاکتورهای متعددی بر تصمیم آنها مبنی بر چگونگی و زمان استفاده از آن تأثیر می‌گذارد.

در امریکا که اظهارنامه مالیاتی برای اولین بار در جهان و در سال ۱۹۸۶ معرفی شد، بعد از ۲۱ سال اجرایی شدن آن یعنی در سال ۲۰۰۷، تنها ۵۲ درصد از مودیان مالیاتی آمریکایی به روش الکترونیکی اظهارنامه خود را تکمیل و تسلیم نمودند. در مطالعاتی که در این زمینه انجام شد مشخص شد که عامل حریم خصوصی از جمله عواملی است که موجب شد پرداخت کنندگان مالیات در امریکا از سیستم اظهارنامه الکترونیکی کمتر استفاده نمایند (آنا.ای.سی.عضمی، ۲۰۰۹)

همچنین در تحقیقی که توسط لودویک کریستین در سال ۲۰۰۹ در امریکا انجام شد ریسک احساس شده، قضاوت خوش بینانه، سهولت استفاده، سودمندی و تاثیرات اجتماعی به عنوان عوامل موثر بر پذیرش اظهارنامه الکترونیکی در امریکا شناخته شدند. قضاوت خوش بینانه به معنی یک خطای سیستماتیک در دریافت جایگاه واقعی خود توسط افراد نسبت به میانگین‌های گروه است.

رویا شایسته و فاطمه نعیمی در سال ۱۳۸۸ در مقاله ای که با عنوان بررسی فرآیند پرداخت مالیات در ایران و راهکارهای بهبود آن انجام گرفت به این نتایج دست یافتند که فرآیند پرداخت در ادارات امور مالیاتی یکی از مهمترین فرآیندهای مالیاتی و اطلاعاتی است که تسهیل و کاهش زمان آن باعث کاهش زمان وصول مالیات و همچنین رضایت مودیان و تکریم ارباب رجوع خواهد شد.

### ۳- چارچوب نظری تحقیق تئوری پذیرش فناوری (TAM)

دیویس و همکارانش (۱۹۸۹) الگوی پذیرش فناوری را ارائه کردند و پی بردند که این الگو بهتر می‌تواند پذیرش فناوری اطلاعات توسط کاربر را تشریح کند. الگوی پذیرش فناوری از مطالعات روان شناختی نشأت گرفته و در مطالعات سیستم‌های فناوری اطلاعات به کار برده شده است. الگوی پذیرش فناوری برای تشریح تئوریک این سؤال به وجود آمد که، چرا کاربران ممکن است یک نوع از فناوری را انتخاب نمایند یا این که آن را رد کنند؟

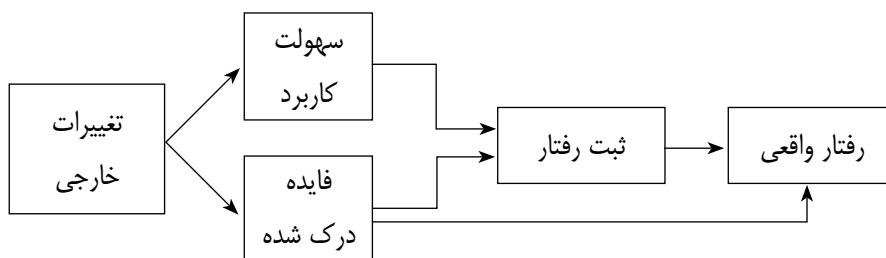
متمايزترین ویژگی الگوی پذیرش فناوری این است که خاص و ساده است و به دلیل پژوهش‌های متعددی که در این خصوص انجام شده است، این الگو از مجموعه‌ای از باورهای اساسی استفاده نموده که در موقعیت‌های گوناگون قابل استفاده است (مرادی و همکاران، ۱۳۸۹).

در مدل پذیرش فناوری، ادراکات فرد درباره سودمندی و سهولت استفاده از فناوری اطلاعات (IT)، به باورهای برجسته‌ای فرضیه‌سازی شده که عقیده فرد را نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات مشخص کرده و در پایان باعث پذیرش و استفاده از فناوری می‌شود. دیویس و همکارانش مدل پذیرش فناوری (TAM) کلی را به طور گسترده مطالعه کرده و آن را به عنوان مدل معتبری برای پیش بینی رفتار پذیرش فرد نسبت به فناوری‌های مختلف اطلاعات و کاربران آنها قبول کرده‌اند (چین و تد، ۱۹۹۵؛ ماتیسون، ۱۹۹۱).

طبق مدل پذیرش تکنولوژی، رفتار استفاده از یک تکنولوژی اطلاعاتی به وسیله قصد استفاده از آن سیستم خاص تعیین می‌شود و قصد استفاده نیز به نوبه خود به وسیله میزان مفید بودن تکنولوژی مورد نظر از دیدگاه استفاده کننده و سهولت استفاده از سیستم توسط او تعیین می‌شود و محققان سیستم‌های اطلاعاتی بر روی اعتبار این مدل در پیش بینی پذیرش فناوری‌های اطلاعاتی مختلف توسط افراد توافق نظر دارند (استامولیس و کارلیز، ۲۰۰۲).

درک سهولت استفاده، میزانی که شخص معتقد است استفاده از یک سیستم خاص نیاز به تلاش زیادی جهت یادگیری ندارد (ونکاتش، ۲۰۰۳)؛ یعنی کار کردن با یک سیستم تا چه میزان از نظر شخص آسان است و درک از مفید بودن، میزانی که شخص معتقد است استفاده از یک سیستم خاص بر سطح عملکرد او می‌افزاید (همان منبع)؛ یعنی میزانی که یک فناوری از نظر شخص موجب می‌شود تا در شرایط مساوی از امکانات موجود بهره بیشتری ببرد.

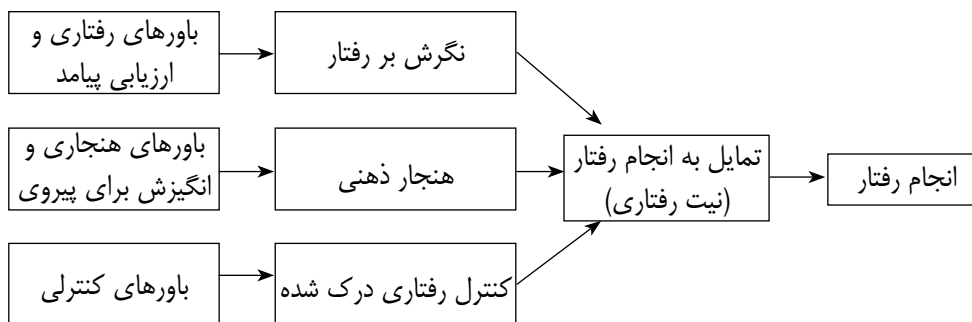
شکل (۱) - الگوی پذیرش تکنولوژی (TAM) (دیویس و همکاران، ۱۹۸۹)



## تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB)

آجنز در سال ۱۹۸۵ با وارد کردن سازه کنترل رفتاری درک شده به عنوان عامل تعیین کننده قصد رفتاری و رفتار، تئوری عمل مستدل را توسعه داده و آن را تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده نامیده است. این تئوری با در نظر گرفتن ادراکات کنترل بر عملکرد به عنوان یک پیش بین اضافی تلاش می‌کند رفتارهای غیر ارادی را نیز پیش بینی کند. در حقیقت این تئوری روی تعیین کننده‌های ادراکی رفتار تمرکز دارد (یعقوبی و شاکری، ۱۳۸۸). شکل ۲ سازه‌های تئوری مزبور را نشان می‌دهد.

شکل (۲) - الگوی تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (یعقوبی و شاکری، ۱۳۸۸)



بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، رفتار استفاده از یک فناوری اطلاعاتی به وسیله قصد استفاده از آن سیستم خاص تعیین می‌شود و قصد استفاده نیز به نوبه خود توسط نگرش فرد نسبت به فناوری، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده تعیین می‌شود. به عنوان یک قاعده کلی، نگرش و هنجار ذهنی مطلوب تر و ادراک بیشتر از کنترل رفتاری، قصد فرد را برای بروز رفتار، قویتر خواهد کرد. سازه کنترل رفتاری درک شده، ادراک از محدودیتهای درونی و بیرونی انجام رفتار را انعکاس می‌دهد. در واقع، منعکس کننده باورها نسبت به عوامل درونی و بیرونی است که ممکن است مانع از انجام رفتار شوند و دو جزء را شامل

می‌شود: جزء اول خودکارامدی است که بیان‌کننده قضاوت فرد در مورد تواناییهایش برای انجام یک رفتار است. این موضوع به مهارتهایی که فرد دارا است مربوط نمی‌شود، بلکه به قضاوت فرد درباره این که چه کارهایی می‌تواند با مهارتهای موجودش انجام دهد مربوط می‌شود. جزء دوم، شرایط تسهیل‌کننده است که نشان‌دهنده میزان دسترس‌پذیری منابع مورد نیاز برای درگیر شدن در یک رفتار معین می‌باشد (تیلور و تاد، ۱۹۹۵).

نگرش به عنوان احساس مثبت یا منفی درباره انجام رفتار هدف تعریف شده است. نگرش فردی نسبت به رفتار، حاصل ضرب باورهای نگرشی (احتمال ذهنی فرد در مورد اینکه انجام رفتار هدف، نتیجه i را به دنبال خواهد داشت) در ارزیابی آن پیامدها (پاسخ ارزیابانه صریح نسبت به نتیجه) می‌باشد و هنگامی که فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام یا عدم انجام رفتار هدف اشاره دارد. افراد غالباً بر مبنای ادراکاتشان از آنچه که دیگران (دوستان، خانواده و همکاران و ...) فکر می‌کنند باید انجام دهند عمل می‌کنند و قصد آنها جهت پذیرش رفتار به صورت بالقوه، متأثر از افرادی است که ارتباطات نزدیکی با آنها دارند (یعقوبی و شاکری، ۱۳۸۸).

کنترل رفتاری درک شده در تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، ادراک از محدودیت‌های درونی و بیرونی انجام رفتار را انعکاس می‌دهد (تیلور و تاد، ۱۹۹۵). ادراک از عوامل برای تسهیل یا جلوگیری از انجام رفتار به عنوان باورهای کنترل شناخته شده است. این عوامل شامل عامل‌های کنترل درونی (اطلاعات، مهارتها و توانایی‌های فردی) و عوامل کنترل بیرونی (فرصتها، منابع و امکانات) برای انجام رفتار می‌شوند.

### **ادغام مدل تئوری پذیرش تکنولوژی با تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (مدل پژوهش)**

در طول چند دهه پیش، برداشت ذهنی از سودمندی و آسانی استفاده، مهم‌ترین عوامل در پذیرش فناوری‌های جدید در حوزه سیستم‌های اطلاعاتی بوده است. اما این دو عامل به تنهایی نمی‌توانند رفتار کاربران در محیط‌های نوظهور مانند مالیات الکترونیکی را توصیف کنند. همچنین پژوهش پروفیسور بورتن جونر از دانشگاه بریتیش کولومبیا و هوبانا از دانشگاه جورجیا نشان می‌دهد این فرض که این دو سازه نقش واسطه را در عوامل خارجی ایفا می‌کنند همیشه صحیح نیست و عوامل خارجی می‌توانند به طور مستقیم در پذیرش استفاده از فناوری اثر گذار باشد. به بیان دیگر، سازه‌های پایه تم، تاثیرات خاص عوامل فناوری و کاربردی را که می‌توانند پذیرش سیستم اطلاعاتی را تغییر دهند، به طور کامل تبیین نمی‌کنند. همانگونه که دیویس بیان کرده است، به تحقیقات بیش تری در آینده نیاز است تا تاثیر دیگر عوامل را بر سودمندی و آسانی استفاده بررسی کنند (باقری و همکاران، ۱۳۸۸).

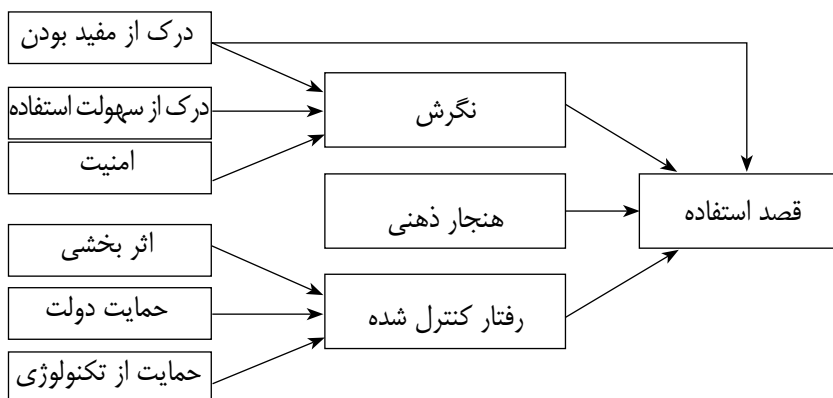
مدل مالیات الکترونیکی بر اساس بررسی ادبیات و ادغام تئوری پذیرش تکنولوژی و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، توسعه داده شده است. این مدل شامل نه سازه است که هدف ما بر پذیرش پرداخت مالیات به صورت الکترونیکی می‌باشد. این سازه‌ها عبارتند از: درک از مفید بودن، درک از سهولت استفاده، امنیت و حفظ حریم خصوصی، اثربخشی رایانه خود، حمایت دولت و حمایت از تکنولوژی به عنوان متغیرهای اثرگذار مدل (TAM و نگرش، هنجار ذهنی و رفتار کنترل شده به عنوان عوامل متغیرهای اثرگذار مدل (TBP) (نصری، ۲۰۱۲).

امنیت سیستم، متغیری مهم در پذیرش مالیات الکترونیکی میان کاربران است. امنیت با تمایل به انجام رفتار رابطه معنی دار دارد و اضافه شدن عامل امنیت به سازه‌های موجود در مدل‌های پذیرش فناوری موجب افزایش تبیین تمایل به انجام رفتار در کاربران می‌شود (سلیمانی بشلی، ۱۳۹۰). اثربخشی رایانه یا خوداثربخشی استفاده از رایانه به معنی میزان توانایی فرد در استفاده از رایانه اطلاق می‌شود. کامپیو و هاگینز، نشان دادند که خوداثربخشی استفاده از رایانه یکی از تعیین کنندگان اصلی استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی است (نصری، ۲۰۱۲).

هیل و اسمیت و مان در سال ۱۹۸۷ بیان کردند که خوداثربخشی استفاده از رایانه، تعیین کننده مهم نیت رفتاری است. به طور کلی، در تحقیقات گذشته، رابطه مثبت بین تجربیات کار با فناوری رایانه و پیامدهای آن مانند تأثیر بر استفاده از رایانه مورد تأیید قرار است (وانگ و همکاران، ۲۰۰۳). دولت نیز می‌تواند باتصویب فناوری‌های جدید سطح پشتیبانی از آنها را فراهم کند (نصری، ۲۰۱۲).

در مورد حمایت از تکنولوژی هم می‌توان گفت درک کیفیت زیرساخت‌های اینترنتی می‌تواند کنترل رفتاری افراد نسبت به پذیرش تکنولوژی را تحت تأثیر قرار دهد (نصری، ۲۰۱۲).

شکل (۳) - الگوی ادغام تئوری پذیرش تکنولوژی با تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (نصری، ۲۰۱۲)



#### ۴- روش تحقیق

معمولاً محققان در خصوص تعریف مشخص از انواع روش‌های تحقیق، اتفاق نظر نداشته و بر این اساس تقسیم بندی‌های متفاوتی از آن به عمل آمده است. این پژوهش از نظر هدف، از نوع بنیادی و از نظر روش به دلیل اینکه به وضعیت آنچه رخ داده است توجه دارد، توصیفی و چون از روش پرسشنامه‌ای استفاده می‌نماید، پیمایشی و روش گردآوری اطلاعات نیز میدانی می‌باشد.

#### تبیین فرضیه‌های تحقیق

بر اساس مدل نظری توسعه یافته، فرضیه‌های تحقیق ما فرموله شده است. از (TAM) و (TPB) به عنوان مدل پایه استفاده شده است. فرضیه‌های ۱ و ۵ بر اساس ((TAM و فرضیه‌های ۲، ۷ و ۸ بر اساس (TPB) و دیگر فرضیه‌ها بر اساس ادغام دو مدل پیشنهاد شده است.

- H1: درک از مفید بودن دارای اثر مثبت بر قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی است.
- H2: نگرش دارای اثر مثبت بر قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی است.
- H3: درک از مفید بودن دارای اثر مثبت بر نگرش مودیان نسبت به استفاده از مالیات الکترونیکی است.
- H4: درک از سهولت استفاده، دارای اثر مثبت بر نگرش مودیان نسبت به استفاده از مالیات الکترونیکی است.
- H5: درک از سهولت استفاده، دارای اثر مثبتی بر روی درک از مفید بودن استفاده از مالیات الکترونیکی است.
- H6: امنیت و حریم خصوصی دارای اثر مثبت بر نگرش مودیان نسبت به استفاده از مالیات الکترونیکی است.
- H7: هنجار ذهنی دارای اثر مثبت بر قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی است.
- H8: کنترل رفتاری درک شده اثر مثبت بر قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی است.
- H9: اثر بخشی رایانه دارای اثر مثبت بر کنترل رفتاری درک شده مودیان در رابطه با مالیات الکترونیکی است.
- H10: حمایت دولت دارای اثر مثبت بر کنترل رفتاری درک شده مودیان در رابطه با مالیات الکترونیکی است.
- H11: پشتیبانی از تکنولوژی دارای اثر مثبت بر کنترل رفتاری درک شده مودیان در رابطه با مالیات الکترونیکی است.



### متغیرهای تحقیق

این تحقیق با عنایت به فرضیه‌ها و نوع پرسشنامه طراحی شده، متغیرهای مستقل، متغیرهای وابسته و میانجی (واسطه‌ای) را دارا می‌باشد که هر کدام متناظر با سوالات پژوهش هستند. قصد استفاده از مالیات الکترونیکی به عنوان متغیر وابسته و درک از مفید بودن، درک از سهولت استفاده، امنیت و حفظ حریم خصوصی، اثر بخشی، حمایت دولت و پشتیبانی از تکنولوژی، متغیرهای مستقل در این پژوهش می‌باشند. همچنین نگرش و کنترل رفتاری درک شده متغیرهای میانجی در این پژوهش هستند.

### جامعه آماری و حجم نمونه مورد تحقیق

جامعه آماری مورد نظر این تحقیق کلیه مودیان مالیاتی در شهرستان شهرکرد می‌باشد. تعداد کل افراد جامعه نامحدود در نظر گرفته شده و با توجه به محدودیت قابلیت دسترسی به تمامی جامعه آماری، جمع آوری اطلاعات به شیوه نمونه‌گیری انجام شد. برای انتخاب نمونه آماری از فرمول «کوکران» با فرض  $N$  نامحدود استفاده کرده و تعداد ۳۸۴ عدد از مودیان به عنوان نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. قلمرو مکانی این تحقیق شهرستان شهرکرد مرکز استان چهارمحال و بختیاری بوده و قلمرو زمانی تحقیق سال ۹۲ می‌باشد.

### معرفی ابزارهای جمع آوری اطلاعات

پرسشنامه تحقیق حاضر حاصل مصاحبه با تعدادی از مدیران و کارشناسان ارشد در خصوص ترکیب و شمای کلی پرسشنامه و نحوه طراحی آن و در قالب کلی فرضیه‌ها و سوالات تحقیق قرار داشته و با استفاده از طیف لیکرت که کارآمدترین طیف ارزیابی نگرش در میان طیف‌های موجود است، به منظور بررسی عوامل موثر بر پذیرش مالیات الکترونیکی تهیه شده است. به منظور ارزیابی روایی از روش اعتبار یا روایی مفهومی استفاده شده و محقق با رجوع به نظر متخصصان و اساتید از روایی ابزار اندازه‌گیری خود، در سنجش متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل نموده و جهت ارزیابی پایایی بعد از پخش ۳۰ پرسشنامه حاوی ۴۴ سوال و بازگشت ۲۸ پرسشنامه و تجزیه و تحلیل آن و حذف ۸ سوال با آلفای کرونباخ کم‌تر از باقی سوالات، مقدار آلفای کرونباخ حدود ۰/۹۵ بدست آمد که نشان دهنده پایایی مطلوب پرسشنامه بود.

### ۵- تجزیه و تحلیل آماری

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس اهداف از پیش تعریف شده، داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها که از پاسخ پرسشنامه‌های طراحی شده منتج شده است در قالب مشخصه‌های عددی آماری توصیف گردیده و سپس با استفاده از الگوهای آماری مناسب توسط نرم افزار spss نسخه ۲۱، پرسش‌های تحقیق مورد آزمون

قرار گرفته و در مرحله پایانی تحلیل و جمع بندی نهایی انجام شده است.

بخش اول: ویژگیهای جمعیت شناختی

بر اساس نتایج بدست آمده حاصل از بررسی نمونه آماری در این تحقیق ۲۲,۴ درصد افراد نمونه را زنان و ۷۷,۶ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. همچنین ۲۳,۴ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۲۶ درصد دیپلم، ۱۶,۹ درصد کاردانی، ۲۸,۱ درصد کارشناسی و ۵,۵ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر بوده‌اند. ۲۱,۱ درصد پاسخگویان از نظر مهارت کار با رایانه در حد ضعیف، ۳۵,۷ درصد در حد متوسط، ۳۱,۸ درصد در حد خوب و ۱۱,۵ درصد در حد عالی بوده‌اند. ۶۰,۴ درصد پاسخگویان توانایی دسترسی به اینترنت را داشته و ۳۹,۶ درصد توانایی دسترسی به اینترنت را نداشته‌اند.

تحلیل استنباطی فرضیات تحقیق

فرضیه اول: بین درک از مفید بودن با قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد. داده‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که میانگین درک مودیان از مفید بودن مالیات الکترونیکی ۳/۷۸ با انحراف معیار ۰/۹۶۶ بوده و کمترین نمره درک از مفید بودن ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی ۳/۷۶ با انحراف معیار ۰/۹۲۵ بوده که کمترین نمره آن ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

جدول (۱) - شاخص‌های توصیفی درک مفید بودن و قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
درک از مفید بودن	۳/۷۸	۰/۹۶۶	۰/۰۴۹	۱	۵
قصد استفاده	۳/۷۶	۰/۹۲۵	۰/۰۴۷	۱	۵

داده‌های جدول (۲) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین درک از مفید بودن مالیات الکترونیکی و قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. بنابراین رابطه بین درک از مفید بودن و قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی معنادار می‌باشد.

جدول (۲) - رابطه بین درک مفید بودن و قصد استفاده از مالیات الکترونیکی

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	قصد استفاده مودیان	درک از مفید بودن
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۶۲۸		

فرضیه دوم: بین نگرش مودیان با قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی رابطه معنا داری وجود دارد. داده‌های جدول (۳) نشان می‌دهد که میانگین نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی ۳/۷۵ با انحراف معیار ۰/۸۰۵ بوده و کمترین نمره نگرش ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی ۳/۷۶ با انحراف معیار ۰/۹۲۵ بوده که کمترین نمره آن ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

جدول (۳) - شاخص‌های نگرش مودیان و قصد استفاده از مالیات الکترونیکی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
نگرش	۳/۷۵	۰/۸۰۵	۰/۰۴۱	۱	۵
قصد استفاده	۳/۷۶	۰/۹۲۵	۰/۰۴۷	۱	۵

داده‌های جدول (۴) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین نگرش مودیان و قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی در سطح  $p \leq ۰/۰۱$  معنا دار می‌باشد. یعنی رابطه بین نگرش مودیان و قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی معنادار است.

جدول (۴) - رابطه بین نگرش مودیان و قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	قصد استفاده	نگرش
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۶۳۲		

فرضیه سوم: آیا بین درک مفید بودن با نگرش مودیان از مالیات الکترونیکی رابطه معنا داری وجود دارد. داده‌های جدول (۵) نشان می‌دهد که میانگین درک مودیان از مفید بودن مالیات الکترونیکی ۳/۷۸ با انحراف معیار ۰/۹۶۶ بوده و کمترین نمره درک از مفید بودن ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین

جدول (۵) - شاخص‌های توصیفی درک از مفید بودن با نگرش مودیان

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
درک از مفید بودن	۳/۷۸	۰/۹۶۶	۰/۰۴۹	۱	۵
نگرش مودیان	۳/۷۵	۰/۸۰۵	۰/۰۴۱	۱	۵

میانگین نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی ۳/۷۵ با انحراف معیار ۰/۸۰۵ بوده و کمترین نمره آن ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

داده‌های جدول (۶) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین درک از مفید بودن مالیات الکترونیکی و نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. بنابراین رابطه بین درک از مفید بودن و نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی معنادار می‌باشد.

جدول (۶) - رابطه بین از درک مفید بودن با نگرش مودیان

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	نگرش مودیان	درک از مفید بودن
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۷۲۵		

فرضیه چهارم: بین سهولت استفاده با نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد.

داده‌های جدول (۷) نشان می‌دهد که میانگین سهولت استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی ۳/۷۸ با انحراف معیار ۰/۸۸۱ بوده و کمترین نمره سهولت استفاده ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی ۳/۷۵ با انحراف معیار ۰/۸۰۵ بوده و کمترین نمره نگرش ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

جدول (۷) - شاخص‌های توصیفی سهولت استفاده با نگرش مودیان

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
سهولت استفاده	۳/۷۸	۰/۸۸۱	۰/۰۴۵	۱	۵
نگرش مودیان	۳/۷۵	۰/۸۰۵	۰/۰۴۱	۱	۵

داده‌های جدول (۸) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین سهولت استفاده از مالیات الکترونیکی و نگرش مودیان نسبت به این نوع مالیات در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. یعنی رابطه بین سهولت استفاده از مالیات الکترونیکی و نگرش مودیان نسبت به این نوع مالیات معنادار است.

## جدول (۸) - رابطه بین سهولت استفاده با نگرش مودیان

شاخص ها			متغیرها	
n	p	r	نگرش مودیان	سهولت استفاده
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۶۹۶		

فرضیه پنجم: بین سهولت استفاده با درک مفید بودن مالیات الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد؟ داده‌های جدول (۹) نشان می‌دهد که میانگین سهولت استفاده از مالیات الکترونیکی ۳/۷۸ با انحراف معیار ۰/۸۸۱ بوده و کمترین نمره سهولت استفاده ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین درک مودیان از مفید بودن مالیات الکترونیکی ۳/۷۸ با انحراف معیار ۰/۹۶۶ بوده و کمترین نمره درک ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

## جدول (۹) - شاخص‌های توصیفی سهولت استفاده با درک مفید بودن

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
سهولت استفاده	۳/۷۸	۰/۸۸۱	۰/۰۴۵	۱	۵
درک از مفید بودن	۳/۷۸	۰/۹۶۶	۰/۰۴۹	۱	۵

داده‌های جدول (۱۰) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین سهولت استفاده و درک از مفید بودن در سطح  $p \leq ۰/۰۱$  معنادار می‌باشد. بنابراین رابطه بین سهولت استفاده و درک از مفید بودن مالیات الکترونیکی معنادار است.

## جدول (۱۰) - رابطه بین سهولت استفاده و درک از مفید بودن

شاخص ها			متغیرها	
n	p	r	درک از مفید بودن	سهولت استفاده
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۶۸۲		

فرضیه ششم: بین امنیت و حفظ حریم خصوصی با نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد.

داده‌های جدول (۱۱) نشان می‌دهد که میانگین امنیت و حفظ حریم خصوصی ۳/۷۲ با انحراف معیار ۰/۸۹۵ بوده و کمترین نمره امنیت و حفظ حریم خصوصی ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین

نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی ۳/۷۵ با انحراف معیار ۰/۸۰۵ بوده و کمترین نمره نگرش ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

#### جدول (۱۱) - شاخص‌های توصیفی امنیت و حفظ حریم خصوصی و نگرش مودیان

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
امنیت و حفظ حریم خصوصی	۳/۷۲	۰/۸۹۵	۰/۰۴۶	۱	۵
نگرش مودیان	۳/۷۵	۰/۸۰۵	۰/۰۴۶	۱	۵

داده‌های جدول (۱۲) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین امنیت و حفظ حریم خصوصی با نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. یعنی بین امنیت و حفظ حریم خصوصی و نگرش مودیان نسبت به مالیات الکترونیکی رابطه معنادار وجود دارد.

#### جدول (۱۲) - رابطه بین امنیت و حفظ حریم خصوصی و نگرش مودیان

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	نگرش مودیان	امنیت و حفظ حریم خصوصی
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۷۰۳		

فرضیه هفتم: بین هنجارهای ذهنی با قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد. داده‌های جدول (۱۳) نشان می‌دهد که میانگین هنجارهای ذهنی ۳/۶۴ با انحراف معیار ۰/۹۴۲ بوده و کمترین نمره هنجارهای ذهنی ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی ۳/۷۶ با انحراف معیار ۰/۹۲۵ بوده که کمترین نمره آن ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

#### جدول (۱۳) - شاخص‌های توصیفی هنجارهای ذهنی با قصد استفاده مودیان

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
هنجارهای ذهنی	۳/۶۴	۰/۹۴۲	۰/۰۴۸	۱	۵
قصد استفاده مودیان	۳/۷۶	۰/۹۲۵	۰/۰۴۷	۱	۵

داده‌های جدول (۱۴) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین هنجارهای ذهنی و قصد استفاده از مالیات

الکترونیکی در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. یعنی بین هنجارهای ذهنی مودیان و قصد استفاده آنان از مالیات الکترونیکی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول (۱۴) - رابطه بین هنجارهای ذهنی با قصد استفاده مودیان

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	قصد استفاده مودیان	هنجارهای ذهنی
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۵۷۷		

فرضیه هشتم: بین کنترل رفتاری درک شده با قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد.

داده‌های جدول (۱۵) نشان می‌دهد که میانگین کنترل رفتاری درک شده  $3/73$  با انحراف معیار  $0/894$  بوده و کمترین نمره کنترل رفتاری درک شده ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی  $3/76$  با انحراف معیار  $0/925$  بوده که کمترین نمره آن ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

جدول (۱۵) - شاخص‌های توصیفی کنترل رفتاری درک شده با قصد استفاده مودیان

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
کنترل رفتاری درک شده	$3/73$	$0/894$	$0/046$	۱	۵
قصد استفاده مودیان	$3/76$	$0/925$	$0/047$	۱	۵

داده‌های جدول (۱۶) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین کنترل رفتاری درک شده و قصد استفاده مودیان در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. یعنی بین درک رفتار کنترل شده مودیان و قصد استفاده آنان از مالیات الکترونیکی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول (۱۶) - رابطه بین کنترل رفتاری درک شده با قصد استفاده مودیان

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	قصد استفاده مودیان	کنترل رفتاری درک شده
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۷۱۵		

فرضیه نهم: بین اثر بخشی رایانه خود با کنترل رفتاری درک شده در رابطه با مالیات الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد.

داده‌های جدول (۱۷) نشان می‌دهد که میانگین اثربخشی رایانه  $3/70$  با انحراف معیار  $0/862$  بوده و کمترین نمره اثربخشی رایانه ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین کنترل رفتاری درک شده  $3/73$  با انحراف معیار  $0/894$  بوده و کمترین نمره کنترل رفتاری درک شده ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

جدول (۱۷) - شاخص‌های توصیفی اثربخشی رایانه با درک رفتار کنترل شده

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
اثربخشی کامپیوتر	$3/70$	$0/862$	$0/044$	۱	۵
کنترل رفتاری درک شده	$3/73$	$0/894$	$0/046$	۱	۵

داده‌های جدول (۱۸) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین اثربخشی رایانه خود و کنترل رفتاری درک شده نزد مودیان در سطح  $p \leq 0/01$  معنا دار می‌باشد. یعنی بین اثربخشی رایانه خود و کنترل رفتاری درک شده رابطه معنادار وجود دارد.

جدول (۱۸) - رابطه بین اثربخشی رایانه با درک رفتار کنترل شده

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	کنترل رفتاری درک شده	اثربخشی رایانه
۳۸۴	$0/000$	$0/701$		

فرضیه دهم: آیا بین اثر حمایت دولت با کنترل رفتاری درک شده مودیان رابطه معناداری وجود دارد. داده‌های جدول (۱۹) نشان می‌دهد که میانگین حمایت دولت  $3/76$  با انحراف معیار  $0/870$  بوده و کمترین

جدول (۱۹) - شاخص‌های توصیفی حمایت دولت با درک رفتار کنترل شده

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	کنترل رفتاری درک شده	حمایت دولت
۳۸۴	$0/000$	$0/617$		



نمره حمایت دولت ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین کنترل رفتاری درک شده ۳/۷۳ با انحراف معیار ۰/۸۹۴ بوده و کمترین نمره کنترل رفتاری درک شده ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. داده‌های جدول (۲۰) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین حمایت دولت و کنترل رفتاری درک شده توسط مودیان در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. یعنی بین حمایت دولت از مالیات الکترونیکی و کنترل رفتاری درک شده مودیان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول (۲۰) - رابطه بین حمایت دولت و درک رفتار کنترل شده

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
حمایت دولت	۳/۷۶	۰/۸۷۰	۰/۰۴۴	۱	۵
کنترل رفتاری درک شده	۳/۷۳	۰/۸۹۴	۰/۰۴۶	۱	۵

فرضیه یازدهم: بین حمایت تکنولوژی با کنترل رفتاری درک شده مودیان رابطه معناداری وجود دارد. داده‌های جدول (۲۱) نشان می‌دهد که میانگین حمایت تکنولوژیکی ۳/۸۲ با انحراف معیار ۰/۹۰۱ بوده و کمترین نمره حمایت تکنولوژی ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است. همچنین میانگین کنترل رفتاری درک شده ۳/۷۳ با انحراف معیار ۰/۸۹۴ بوده و کمترین نمره کنترل رفتاری درک شده ۱ و بیشترین نمره ۵ بوده است.

جدول (۲۱) - شاخص‌های توصیفی تکنولوژی و درک رفتار کنترل شده

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کمترین	بیشترین
حمایت تکنولوژی	۳/۸۲	۰/۹۰۱	۰/۰۴۶	۱	۵
درک رفتار کنترل شده	۳/۷۳	۰/۸۹۴	+۰/۰۴۶	۱	۵

داده‌های جدول (۲۲) نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین حمایت تکنولوژی و کنترل رفتاری درک شده مودیان در سطح  $p \leq 0/01$  معنادار می‌باشد. یعنی بین حمایت تکنولوژی و کنترل رفتاری درک شده

جدول (۲۲) - رابطه بین تکنولوژی و درک رفتار کنترل شده

گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	T	درجه آزادی	سطح معناداری
مرد	۳/۷۵	۰/۹۴۳	۰/۰۵۵	-۰/۳۸۹	۳۸۲	۰/۷۱۱
زن	۳/۷۹	۰/۸۶۴	۰/۰۹۳			

## تحلیل استنباطی ویژگی‌های جمعیت شناختی

- آیا بین قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی نزد مودیان برحسب جنسیت تفاوت وجود دارد؟ داده‌های جدول (۲۳) حاکی از آن است که میزان  $t$  محاسبه شده در مقایسه با مقدار بحرانی کوچکتر بوده و در سطح  $p \leq 0.05$  معنادار نمی‌باشد. بنابراین بین میانگین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی نزد مودیان زن و مرد تفاوت معناداری مشاهده نشده است.

## جدول (۲۳) - مقایسه میانگین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی برحسب جنسیت

شاخص‌ها			متغیرها	
n	p	r	درک رفتار کنترل شده	حمایت تکنولوژی
۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۶۶۳		

- آیا بین قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی برحسب مدرک تحصیلی تفاوت وجود دارد؟ داده‌های جدول (۲۴) نشان می‌دهد که میزان  $F$  محاسبه شده ( $f=2/615$ ) در درجه آزادی ۴ و ۳۷۹ در مقایسه با مقدار بحرانی جدول بزرگتر بوده و معنادار می‌باشد. بنابراین بین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی نزد مودیان بر حسب مدرک پاسخگویان تفاوت معناداری وجود دارد.

## جدول (۲۴) - مقایسه میانگین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی برحسب مدرک تحصیلی

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	درجه آزادی	مجموع مجزورات	منع تغییرات
۰/۰۳۵	۲/۶۱۵	۲/۱۹۹	۴	۸/۷۹۷	بین گروه‌ها
		۰/۸۴۱	۳۷۹	۳۱۸/۷۱۹	درون گروه‌ها
			۳۸۳	۳۲۷/۵۱۵	جمع

- آیا بین قصد استفاده مودیان از مالیات الکترونیکی برحسب مهارت کار با رایانه تفاوت وجود دارد؟ داده‌های جدول (۲۵) نشان می‌دهد که میزان  $F$  محاسبه شده ( $f=3/072$ ) در درجه آزادی ۳ و ۳۸۰ در مقایسه با مقدار بحرانی جدول بزرگتر بوده و معنادار می‌باشد بنابراین بین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی نزد مودیان بر حسب مهارت استفاده از رایانه تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول (۲۵) - مقایسه میانگین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی برحسب مهارت کار با رایانه

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
بین گروهها	۷/۷۵۶	۳	۲/۵۸۵	۳/۰۷۲	۰/۰۲۸
درون گروهها	۳۱۹/۷۵۹	۳۸۰	۰/۸۴۱		
جمع	۳۲۷/۵۱۵	۳۸۳			

- آیا بین قصد استفاده مودیان مالیات الکترونیکی برحسب دسترسی به اینترنت تفاوت وجود دارد؟ داده‌های جدول (۲۶) حاکی از آن است که میزان  $t$  محاسبه شده در مقایسه با مقدار بحرانی جدول کوچکتر بوده و در سطح  $p \leq 0.05$  معنادار نمی‌باشد. بنابراین بین میانگین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی نزد مودیان که دسترسی به اینترنت دارند با مودیان که به اینترنت دسترسی ندارند تفاوت وجود ندارد.

جدول (۲۶) - مقایسه میانگین قصد استفاده از مالیات الکترونیکی برحسب دسترسی به اینترنت

دسترسی	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	T	درجه آزادی	سطح معناداری
بله	۳/۸۰	۰/۹۲۱	جوان-۰۰	۰/۹۶۴	۳۲۰/۴۷۴	۰/۳۳۶
خیر	۳/۷۰	۰/۹۳۱	۰/۰۷۶			

## ۶- نتایج فرضیات تحقیق

- بین درک از مفید بودن با قصد مودیان، نگرش مودیان با قصد مودیان، درک از مفید بودن با نگرش مودیان، سهولت استفاده با نگرش مودیان، سهولت استفاده با درک از مفید بودن، امنیت و حفظ حریم خصوصی با نگرش مودیان، هنجارهای ذهنی با قصد مودیان، کنترل رفتاری درک شده با قصد مودیان، اثر بخشی رایانه خود با کنترل رفتاری درک شده، حمایت دولت با کنترل رفتاری درک شده، تکنولوژی با کنترل رفتاری درک شده، رابطه‌های معناداری وجود دارد.

اطلاعات جداول (۲)، (۴)، (۶)، (۸)، (۱۰)، (۱۲)، (۱۴)، (۱۶)، (۱۸)، (۲۰)، (۲۲) نشان دهنده آن است که فرضیه‌های این پژوهش با ۹۹٪ اطمینان مورد تأیید قرار گرفته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هر چه وضعیت متغیرهای مستقل پژوهش مثبت تر باشد، مودیان در استفاده از این تکنولوژی مصمم ترند.

- با توجه به تأیید یازده فرضیه این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که عوامل سازنده (مدل پذیرش تکنولوژی و مدل رفتار برنامه‌ریزی شده) در چارچوب مدل به عنوان عوامل تاثیرگذار بر پذیرش مالیات الکترونیکی توسط مودیان شهرستان شهرکرد شناسایی شده‌اند.

## ۷- بحث و بررسی نتایج

نتایج نشان می‌دهد که قصد استفاده از مالیات الکترونیکی را می‌توان توسط عوامل سازنده مدل (TAM) و مدل (TBP) پیش بینی کرد.

مطالعه حاضر دارای پیامدهای بسیاری برای تحقق مالیات الکترونیکی در آینده است. اول اینکه نتایج تجربی نشان می‌دهد که نگرش، هنجار ذهنی و رفتار کنترل شده اثر قابل توجهی در پذیرش استفاده از مالیات الکترونیکی دارد. دوم، ادغام (TAM) و (TBP) دارای قدرت توضیحی خوبی برای ارائه یک مدل جامع برای پذیرش مالیات الکترونیکی است. سوم، درک بهتر در مورد عوامل اثرگذار بر موفقیت در پذیرش مالیات الکترونیکی، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه مانند ایران کمک شایان توجهی خواهد داشت. با توجه به نتایج حاصل از تحقیق، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

(الف) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه اول تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد:

- اعطای تخفیف‌های ویژه به مودیان، در صورت استفاده از مالیات الکترونیکی

- آگاه ساختن مودیان از منافع عمومی استفاده از خدمات مالیات الکترونیکی همچون کاهش هزینه‌های چاپ اسکناس، کاهش مصرف سوخت، کاهش ترافیک، کاهش آلودگی محیط زیست و... از طریق کانال‌های ارتباط جمعی.

(ب) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه دوم تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد:

- سازمان امور مالیاتی می‌تواند به جای بمباران گسترده<sup>۱</sup> از طریق تبلیغات یک‌نواخت و بی‌اثر، با ارسال پیام‌های ساده الکترونیکی، مودیان را از وضعیت مالیاتی خود و هر آن چه که به تصمیم‌گیری مودی کمک می‌کند مطلع کنند و از این طریق نگرش مثبت مودیان را نسبت به مالیات الکترونیکی تقویت کنند.

- مودیان هرچه با احساس افزایش کیفیت اطلاعات ارائه شده در وب سایت، سرعت تعاملات و امنیت موجود در سیستم مالیاتی را بیشتر درک نمایند، نگرش آنها برای استفاده از این خدمات مثبت تر می‌شود.

- به ماموران مالیاتی توصیه می‌شود در مورد منافع و مزایای مالیات الکترونیکی، به مودیان خود آموزش داده با تبلیغات مناسب اطلاع رسانی کنند و از این طریق، ادراکات مودیان را تحت تأثیر قرار دهند.

(ج) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه سوم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

- تبلیغات و آگاهی بخشی به مودیان به گونه ای مؤثر طراحی و اجرا شود تا مودیان به مزایا و منفعت

درک شده و مفید بودن استفاده از خدمات پرداخت از طریق اینترنت در مقایسه با شیوه سنتی بیشتر تشویق و ترغیب شوند.

- برای آگاه کردن مودیان از مزایای مالیات الکترونیکی، نه تنها تأکید بر مزایای اولیه مالیات الکترونیکی هم چون صرف جویی در زمان، هزینه و ... ضروری است بلکه باید بر منافع عمومی استفاده از آن هم چون کاهش مصرف سوخت، کاهش ترافیک، کاهش آلودگی محیط زیست، کاهش هزینه‌های چاپ اسکناس و ... نیز تأکید گردد.

(د) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه چهارم تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد:

- کیفیت طراحی سایت بر جذب مودیان جدید بسیار موثر است. اصولاً سایت‌های جذاب و با کیفیت باعث توقف مودیان می‌گردد و آنها را مشتاق به دیدن و بررسی بیشتر می‌کند.

- اگر وب سایت‌ها از الگوی نسبتاً مشابهی پیروی کنند، کار با آنها تکراری و عادی می‌شود و کاربران می‌توانند با کمترین درگیری فکری، از آنها استفاده کنند. از این رو کاربران نیازی ندارند در هر بازدید از وب سایت‌های گوناگون، نحوه استفاده از آن را فرا بگیرند.

- بهبود و توسعه تجهیزات زیر ساختی این فناوری به گونه‌ای که کاربران احساس راحتی بیشتری در استفاده از وب سایت داشته باشند.

- دسترسی آسان و راحت، بعد پنهان در آسانی استفاده از فناوری‌هایی است که استفاده از آن اختیاری است. در این راستا، فراهم کردن کیوسک‌های رایانه متصل به وب سایت سازمان در اماکن عمومی یا در کنار دستگاه‌های خودپرداز بانک‌ها، موجب افزایش دسترسی پذیری و راحتی استفاده از مالیات الکترونیکی خواهد بود.

(ه) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه پنجم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

- سریعترین روش ارائه خدمات با امکانات و زیرساخت‌های موجود در اختیار مودیان قرار گیرد، به گونه ای که باعث صرفه جویی قابل ملاحظه و ملموس در وقت مودیان گردد.

- تهیه و توزیع بسته‌های آموزشی مناسب در سطح ادارات و ارائه اطلاعات و دانش کافی در مورد نحوه استفاده از خدمات مالیات الکترونیک.

- طراحی سایت سازمان به نحوی که بتوان به سرعت و بدون نیاز به تلاش اضافی خدمات مورد نیاز را انتخاب کرد.

- استفاده از نیروهای متخصص و کارآمد در بخش پشتیبانی سایت و سایر بخشهای خدمات الکترونیک تا در صورت بروز مشکل در ارائه خدمات الکترونیک، مشکل مزبور به سرعت بر طرف گردد.

و) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه ششم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

- قرار دادن بیانیه امنیت و حریم خصوصی در معرض دید کاربران، گام اول در این راه است. مهم تر از این موضوع، تضمین امنیت وب سایت با دریافت گواهینامه بین المللی امنیت است که تاثیر زیادی در جلب اعتماد مودیان خواهد داشت.

- یک بعد مهم دیگر در ایجاد اعتماد، تضمین امنیت بر خط است؛ این موضوع می‌تواند صریحا با ذکر امکانات امنیتی استفاده شده در وب سایت صورت پذیرد.

- امکانات امنیتی مانند دیواره‌های آتش<sup>۱</sup>، روترهای فیلتر کننده، مودم‌های کال بک<sup>۲</sup>، پنهان سازی، کارت‌های هوشمند، گواهینامه دیجیتالی و تایید اصالت<sup>۳</sup> می‌تواند در افزایش درک اعتماد موثر باشد.

- عقد قراردادهای بین المللی جهت بیمه نمودن و تامین امنیت مبادلات بانکی، تضمین جبران خسارت در صورت هک شدن حساب مودیان یا کلاهبرداری اینترنتی.

- آموزش مودیان در زمینه نحوه ایجاد، نگهداری و تغییر دوره‌های مشخصات محرمانه خود به منظور کاهش احتمال سوء استفاده در محیط مجازی، ارائه آمار و اطلاعات دقیق و به روز در مورد میزان تراکنش‌های مورد سوء استفاده قرار گرفته شده به کل تراکنش‌های مالیات الکترونیکی جهت ایجاد اطمینان بین مودیان در مورد رو به کاهش بودن سرقت.

- بیان شفاف و دقیق کلیه قوانین مبارزه با جرایم و کلاهبرداریهای اینترنتی و تعیین دقیق حدود مسؤولیت در حوزه اجرای این قوانین، معرفی دقیق و کامل کلیه زیرساخت‌های تکنولوژیکی و چگونگی پشتیبانی این زیرساخت‌ها از مودیان، گام مؤثری را در جلب اعتماد مودیان بردارد.

- هر قدر سازمان امور مالیاتی به اصول اخلاقی در قبال مودیان پایبندتر باشد و بر مبنای آنها عمل کند، اعتماد مودیان بیشتر می‌شود.

ز) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه هفتم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

در محیط ناشناخته و نوظهور اینترنتی، تأثیر گروه‌های مرجع (خانواده، دوستان، همکاران و ...) بر هنجار ذهنی افراد زیاد است و متعاقبا، هنجار ذهنی نیز بر قصد استفاده افراد، تأثیر بسیاری خواهد گذاشت. بنابراین توجه به این متغیر نیز موجب پیش بینی بهتر قصد استفاده از خدمات مالیات الکترونیکی شده است.

- نهادینه شدن فرهنگ استفاده از توانمندیهای مالیات الکترونیکی در جامعه، تنها در نتیجه بسترسازی

- 
1. Firewalls
  2. Callback Modems
  3. Authentication

- مناسب فرهنگی، ایجاد اعتماد به این شیوه و اجرای برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی ممکن و میسر خواهد شد.
- تدوین برنامه‌های اجرایی متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور در راستای استقرار مالیات الکترونیکی و فراهم آوردن پیش نیازهای مورد نیاز.
- تلاش فراگیر و همه جانبه رسانه‌های جمعی از جمله صدا و سیما، مطبوعات و ... به منظور آماده نمودن بستریهای فرهنگی جهت توسعه بانکداری الکترونیک در کشور.
- ح) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه هشتم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:
- آشنا کردن مودیان با ساختار و عملکرد مالیات الکترونیکی.
- سیستمها طوری طراحی شود که در عین مفید بودن، یادگیری آنها برای استفاده آسان باشد. به عنوان نمونه، بیشتر از گزینه‌های گرافیکی به جای دستوری استفاده شود.
- آموزش مهارت‌های نوین مالیات الکترونیکی به ماموران مالیاتی در قالب دوره‌های ضمن خدمت جهت راهنمایی مودیان به طور موثر.
- ط) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه نهم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:
- با برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی، خودکارآمدی افراد را در استفاده از رایانه و سیستم‌های مالیات الکترونیکی افزایش دهند.
- با در اختیار گذاشتن مرجع در دسترس و آماده (گروهها یا افراد ماهر دارای توان ارتباطی قوی و مهارت آموزشی مناسب به صورت برخط، تلفنی و...) برای راهنمایی و کمک به مودیان به هنگام مواجهه با مشکل در استفاده از سیستم مالیات الکترونیکی، موجب بهبود وضعیت منابع تسهیل کننده شوند.
- اگر مودیان فکر کنند سازمان امور مالیاتی از تجربه، منابع (زیرساختهای تکنولوژیکی، سیستمهای نرم افزاری و...)، دانش و مهارت لازم برای انجام عملیات مالیات الکترونیکی برخوردار است باحس اعتماد بیشتری از خدمات مالیات الکترونیکی استفاده می‌کنند.
- ی) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه دهم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:
- تصویب مجموعه قوانین مربوط به ایجاد ضمانت اجرایی برای توسعه و گسترش استفاده از خدمات مالیات الکترونیکی در کشور.
- تصویب مجموعه قوانین مربوط به پرداخت مالیات کمتر از سوی مودیان در صورت پرداخت مالیات



از طریق الکترونیکی.

- تأسیس سازمان نظارتی مشخص و معین برای رسیدگی به جرائم و تخلفات مالیات الکترونیکی.
- حمایت از مودیان پیشرو در عرصه پرداخت مالیات الکترونیکی به منظور جلب حمایت‌های اجتماعی و اعتمادسازی و تشویق آن‌ها.
- ک) با توجه به نتایج حاصل از فرضیه یازدهم تحقیق پیشنهاد می‌گردد:
  - افزایش پهنای باند خطوط اینترنت در شبکه بانکی کشور.
  - توسعه امکانات نرم افزاری و سخت افزاری مورد نیاز در نظام مالیات الکترونیکی با بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌های موجود در کشور.
  - سرمایه‌گذاری شرکت مخابرات و سایر دستگاه‌های ذیربط در زیرساخت‌های مخابراتی برای افزایش توان این شبکه‌ها و به روز رسانی آن‌ها همراه با مشارکت فعال بخش خصوصی.
  - کاهش خطاهای سیستمی و افزایش سرعت انجام تراکنش‌ها.
- و با توجه به ویژگی‌های دموگرافیک می‌توان درحالت کلی به این نتیجه رسید که ویژگی‌های جمعیت شناخت را به عنوان شاخصی در نظر گرفت تا مالیات دهندگانی را شناسایی کنیم که مایل‌اند روش خاصی از پرداخت را انتخاب نمایند. در واقع ارائه خدمات بایستی بر اساس ویژگی‌های افراد صورت پذیرد و این وظیفه سازمان است که این ویژگی‌های بالفعل و بالقوه را شناسایی نماید، نتیجه این امر رضایت مؤدی و تمایل بیشتر وی به سوی خدمات مالیاتی الکترونیکی است.

## فهرست منابع

۱. باقری، محمد علی. حمیدی بهشتی، محمد تقی و علیدوستی، سیروس (۱۳۸۸). بانکداری اینترنتی در ایران بسط مدل پذیرش. فصل نامه علمی پژوهشی پژوهشگاه اطلاعات. دوره ۲۴، شماره ۳ ص ۳۴-۵.
۲. سلیمانی بشلی، علی (۱۳۹۰). بررسی نگرش مشتریان به بانکداری اینترنتی، همایش بین المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت، تهران اول اسفند.
۳. شایسته، رویا، نعیمی، فاطمه (۱۳۸۸)، بررسی فرآیند پرداخت مالیات در ایران و راهکارهای بهبود آن، مقاله ارزیابی شده در مجموعه مقالات دومین همایش مالیاتی .
۴. مرادی، مرتضی. مهرانی، کامینه و برومند، مجتبی (۱۳۸۹). پذیرش فناوری اطلاعات از سوی نیروهای پلیس، شماره ۳۵.
۵. یعقوبی، نورمحمد و شاکری، رویا (۱۳۸۸). ارزیابی پذیرش بانکداری اینترنتی بر اساس مدل توسعه یافته DTPB، پژوهش نامه مدیریت اجرایی، شماره ۲، پیاپی ۳۶.
6. Anna A.C Azmi and Yusniza Kamarulzaman (2009), Adoption of tax e-filing: A conceptual paper, African journal of Bussiness Management Vol. 4(5), pp. 599-603, May 2010 booze Allen Hamailton consulting report on world-wide best practice in e-government, 2005, commissioned by the UK Cabinet Office.
7. Burgelman, J.C ,Centeno C, Van bavel R. (2005), A prospective View of e-Government in the European Union, The Electronic Journal of e-Government , Volume 3 Issue 2, pp 59-66, available online at www.ejeg.com.
8. chin ,W.W., and P. A .Todd. (1995) .On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in mis research. MIS quarterly 19(2) : 237 -246.
9. Connolly , R.and bannister, F.(2008), e-tax filing & service quality: the case of revenue online service ,proceedings of word academy of Science, Engineering and Technology Volume 28 April 2008 issn 1307-6884.
10. Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two teoretical models. Mana Management Science, Vol. 35, No.8, pp.982-1003.

11. Taylor, S., Todd, P. (1995). «Decomposition and Crossover Effects in the Theory of Planned Behavior: A Study of Consumer Adoption Intentions», International Journal of Research in Marketing, Vol.12, PP.137-155.
12. Ludwig Christian Schaup, Lemuria D. Carter (2009), Antecedents to e-file Adoption: The U.S. Citizen's perspective, ejournal of Tax research (2009) val. 7, no.2, pp.158-170.
13. Mathieson, K. (1991). Predicting user intention: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. Information Systems Research, 2(3), 173-191
14. Nasri, Lanouar Charfeddine (2012). Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia, Journal of High Technology Management Research 23, 1-14.
15. Stamoulis, D., Karellis, P. (2002). An approach and model for assessing the business value of e banking distribution channels: evaluation as communication, international journal of information management, vol 22, pp. 247-261.
16. Shin -Yuan Hung, Chia - Ming Chang, Ting - Jing Yu. 2006. Determinants of user acceptance of e - government services : the case of online tax filing and payment system . Government Information Quarterly 23 (2006) 97-122.
17. Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B (2003). «User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View», MIS Quarterly, Vol.27, No.3, PP.425-478.
18. Wang, YI., Wang, YU., Lin, H., Tang, T. (2003). Determinants of user acceptance of internet banking: An empirical study”, International Journal of Service Industry Management, 14,5, pp. 501-519.