بررسی عوامل مؤثر برگرفته از تئوری شناختی– اجتماعی بر پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیکی مالیاتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی استان خراسان رضوی)

افسانه یوسف‌پور [1]
محمد لگزیان [2]
فریبرز رحیم‌نیا [3]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۷/۲۸، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۷/۱۸

چکیده

امروزه یکی از مهم‌ترین انواع کاربرد دولت الکترونیک، ارائهٔ خدمات مالیاتی الکترونیکی دولت به مؤدیان مالیاتی است. از آنجایی که علاوه بر ضرورت اهتمام دولت به پشتیبانی و ایجاد زیرساخت‌های لازم، پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی توسط مؤدیان از ضرورت‌های انکارناپذیر است، پس هدف این مطالعه بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی با استفاده از تئوری شناختی– اجتماعی می‌باشد. پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش، پیمایشی– تحلیلی است. جامعهٔ آماری این پژوهش مؤدیان مالیاتی سازمان امور مالیاتی استان خراسان رضوی در شهر مشهد می‌باشد. تعداد نمونه ۳۰۰ نفر به روش غیر تصادفی در دسترس برآورد گردیده است. جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رابطهٔ معنی‌داری بین تمامی روابط ساختاری حامی هشت فرضیه وجود دارد. به عنوان مثال، انتظار نتیجه از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بر تمایل به این سامانه‌ها، تمایل بر پذیرش، نفوذ اجتماعی بر پذیرش، خودکارآمدی بر انتظار نتیجه، انتظار نتیجه بر پذیرش به واسطهٔ تمایل و خودکارآمدی بر پذیرش به واسطه تمایل تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد ولی فرضیهٔ هفتم یعنی تأثیر اضطراب بر پذیرش معنی‌دار نیست.

واژه‌های کلیدی: خدمات الکترونیکی، تئوری شناختی–اجتماعی، سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی، انتظار نتیجه، تمایل، نفوذ اجتماعی، خودکارآمدی، اضطراب

۱. دانشجوی دکتری گرایش مدیریت رفتار سازمانی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، afsanehys1992@gmail.com
۲. دانشیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول)،M-lagzian@um.ac.ir
۳. استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، r-nia@um.ac.ir

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

۱- مقدمه

هر دولتی برای اداره جامعه نیازمند امکانات مالی است تا بتواند وظایفی را که از جانب مردم به عهده گرفته به نحو مطلوبی انجام دهد. امروزه در کلیه کشورها صاحب نظرانِ مسائل اقتصادی بهترین منبع تأمین هزینه‌های دولت را مالیات می‌دانند. شناسایی ظرفیت‌های مالیاتی، ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی درون‌سازمانی و برون‌سازمانی و نیز ارتقای کارایی جمع‌آوری مالیات کشور مستلزم به‌کارگیری فناوری‌های نوین در زمینهٔ پیاده‌سازی سامانه‌های الکترونیکی اخذ مالیات می‌باشد (بهراد، ۱۳۹۴: ۱۶۸).

تکیه بر روش‌های سنتی به دلیل پیچیدگی فرایندهای اقتصادی و عدم امکان شناسایی بسیاری از فعالان اقتصادی و طولانی بودن فرایند انتقال و پردازش اطلاعات، منجر به کاهش درآمدهای مالیاتی و فرار مالیاتی و فساد اداری می‌شود. استقرار نرم افزار یکپارچه مالیاتی با مکانیزه کردن اطلاعات مؤدیان، دریافت اظهارنامه، ارسال صورت معاملات فصلی، دسترسی مؤدیان به پرونده مالیاتی خود، برخورداری از امضای دیجیتال و تأمین اطلاعات مورد نیاز سازمان امور مالیاتی به صورت الکترونیکی، سبب شفافیت و ساده‌سازی فرایندهای مالیاتی می‌شود. ولی مسأله اصلی در این‌جاست که این سامانه‌ها همانند دیگر مفاهیم جدید سازمانی یا فناورانه، چالش‌هایی را برای دولت و مؤدیان بوجود می‌آورند.

ایران همانند اکثر کشورهای درحال توسعه در مراحل ابتدایی توسعه و بلوغ خود است و مشکلاتی در حوزه توسعه و استقرار و به خصوص پذیرش و فراگیر شدن چنین سامانه‌هایی دارد. پذیرش[1] یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی است که باید در این حوزه مورد توجه قرار گیرد. برای موفقیت در این زمینه تنها سرمایه‌گذاری و فراهم‌کردن تجهیزات و امکانات موردنیاز نمی‌تواند به برخورداری جامعه از مزایای سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی منجر شود. برای دستیابی به مزایای بالقوه این سامانه‌ها بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش و استفاده از آن ضرورت دارد. شناخت عوامل مؤثر بر پذیرش نیز می‌تواند به ارتقای تعامل بین کاربران و سازمان امور مالیاتی نیز منجر شده و شرایط را برای اجرای هر چه موفق‌تر این سامانه دولت الکترونیک فراهم آورد. در تازه‌ترین گزارشی که به صورت کتاب تحت عنوان «توسعهٔ دولت الکترونیک در سال ۲۰۱۴» توسط سازمان ملل متحد منتشر شده، وضعیت توسعه دولت الکترونیک و بسیاری از شاخص‌های توسعه‌ای در عرصه فناوری اطلاعات در جهان مورد بررسی قرار گرفته است. این گزارش نشان‌دهنده جایگاه یک صد و پنج ایران در بین ۱۹۳ کشور جهان بر اساس شاخص توسعه دولت الکترونیک است. بنابراین بررسی عواملی که پذیرش و استفاده از سیستم‌های دولت الکترونیک به ویژه سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، ضروری و مهم است. به‌علاوه، طبق بررسی‌های انجام شده، مطالعاتی که به بررسی رفتار پذیرش مؤدیان در مورد چنین سامانه‌های

1. Adoption

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

مهمی در سازمان امور مالیاتی در ایران پرداخته باشد، محدود می‌باشند (اسکندری و اکبری، ۱۳۹۰؛ بهراد، ۱۳۹۴).

اسکندری و اکبری (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر عواملی چون انتظار کارایی، انتظار تلاش، تأثیرات اجتماعی و شرایط پشتیبانی‌کننده به همراه عامل ریسک درک شده بر روی پذیرش اظهارنامه الکترونیکی پرداختند و بهراد (۱۳۹۴) به دنبال بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش مالیات الکترونیکی بر مبنای ادغام مدل تئوری پذیرش و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده بود. مدل‌های زیادی در مورد پذیرش و موفقیت فناوری وجود دارد، که در مطالعات مختلف در موضوع دولت الکترونیک مورد استفاده قرار گرفته است. ولی نظریهٔ شناختی– اجتماعی بندورا[1] (۱۹۸۶) فقط در مطالعات خارج از کشور (رانا و دیودی، ۲۰۱۵؛ لیانگ و لو، ۲۰۱۳؛ لو، یئو، چانگ، ۲۰۰۹؛ شائو و گوپتا، ۲۰۰۷) جهت بررسی پذیرش برخی از سیستم‌های دولت الکترونیک انجام شده است. بنابراین ضرورت دارد که در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر برگرفته از تئوری شناختی– اجتماعی بر پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی در سازمان امور مالیاتی استان خراسان رضوی پرداخته شود. همچنین این مدل دارای متغیرهای مهمی است که بعضی از عوامل مفید و مرتبط را برای درک رفتار پذیرش فردی ارائه می‌کند.

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر عوامل برگرفته از تئوری شناختی– اجتماعی بر پذیرش یا پذیرش مؤدیان در استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی است. در این پژوهش در ابتدا پس از بیان ضرورت و اهمیت مسأله، بیان مسأله اصلی و هدف اصلی پژوهش، به بررسی مفاهیم و مبانی نظری، پیشینه تحقیق و ارائه مدل مفهومی پرداخته می‌شود و سپس یافته‌های حاصل از پژوهش ارائه خواهد شد و در انتها نیز به بحث و نتیجه‌گیری و بیان پیشنهادات کاربردی و تحقیقات آتی و محدودیت‌های تحقیق پرداخته خواهد شد.

۲- پیشینهٔ نظری و تجربی پژوهش

مدل‌های زیادی در مورد پذیرش و موفقیت فناوری وجود دارد، مدل پذیرش فناوری[2] (دیویس، ۱۹۸۹)، نظریهٔ رفتار منطقی[3] (فیشبن و آیزن، ۱۹۷۷)، نظریهٔ رفتار برنامه‌ریزی شده[4] (آیزن، ۱۹۹۱)، نظریهٔ انتشار نوآوری[5] (راجرز، ۱۹۹۵)، مدل‌های موفقیت سیستم‌های اطلاعاتی[6] (دلون و مک لین، ۱۹۹۲، ۲۰۰۳) و نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری[7] (ونکتش، موریس، دیویس و دیویس، ۲۰۰۳)، مدل تئوری رفتاری برنامه‌ریزی شده

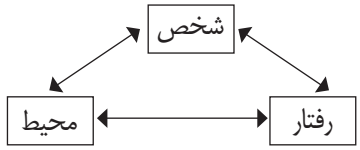
1. Bandura Social Cognitive Theory (SCT)
2.Theory Acceptance Model
3. Theory of Reson Action
4. Theory of Planned Behaviour
5. The Innovation Diffusion Theory
6. The IS Success Models (IS)
7. The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

تجزیه شده[1]، مدل ثانویه پذیرش فناوری[2]، مدل انگیزشی[3] (دیویس، باگوزی و وراشو، ۱۹۹۲)، که در مطالعات مختلف برروی موضوع دولت الکترونیک مورد استفاده قرار گرفته است.

تئوری شناختی- اجتماعی یکی از مهم‌ترین تئوری های رفتار انسانی است (رانا و دیودی، ۲۰۱۵: ۱۷۴). تئوری شناختی اجتماعی بندورا مدل پذیرفته شده‌ای برای اعتبارسنجی رفتار فردی می‌باشد (کامپیو و هیگنز، ۱۹۹۵: ۱۹۰). این نظریه رفتار فرد را تنها توسط یک بعد تعیین نمی‌کند بلکه همانطور که در شکل ۱ نشان داده شده است، رفتار را محصول تعامل بین عوامل شخصی در قالب رویدادهای شناختی و تأثیرات محیط می‌داند (لیانگ و لو، ۲۰۱۳: ۴۲۷). در مدل تئوری شناختی-اجتماعی، عوامل شخصی، اثر محیط و رفتار، عوامل مرتبطی هستند که یکدیگر را به صورت دوسویه تحت تأثیر قرار می‌دهند (وود و بندورا، ۱۹۸۹: ۳۶۲).

شکل (۱)- رابطه بین محیط، فرد و رفتار



منبع: تسای و چنگ، ۲۰۱۰

دلایل اصلی در نظر گرفتن این تئوری به عنوان مدل پایه، اولاً متغیرهای استفاده شده در مدل است که تمام متغیرهای قابل توجه و مهم را ارائه می‌کند که می‌تواند به عنوان عواملی در نظر گرفته شود که مسئول پذیرش یک سیستم دولت الکترونیک است. ثانیاً، مدل تئوری شناختی- اجتماعی در مطالعات زیادی در خصوص پذیرش دولت الکترونیک کمتر استفاده شده است و درک اهمیت متغیرهای آن و عملکرد کلی مدل در این زمینه، لازم می‌باشد (رانا و دیودی، ۲۰۱۵: ۱۷۵). به علاوه این مدل طبق بررسی‌های محقق در مطالعات مربوط به پذیرش سیستم‌های دولت الکترونیک یا به طور خاص سامانه‌های عملیات الکترونیکی مالیاتی در ایران انجام نشده است، پس درک اهمیت متغیرهای این مدل و عملکرد کلی آن نیز در ایران لازم و ضروری می‌باشد. در ادامه به توضیح متغیرهای اصلی مدل مفهومی پژوهش پرداخته خواهد شد.

۲-۱- انتظار نتیجه[4]

انتظار نتیجه به باور یک فرد در مورد اینکه دستاورد یک کار منجر به نتیجه مورد نظر (پاداش‌های موردانتظار، ارتباطات موردانتظار و کمک‌های موردانتظار) می‌شود، برمی‌گردد (تسای و چنگ، ۲۰۱۰: ۸۴۸۱؛ کامپیو و هیگنز،

1. Decomposed Theory of Planned Behaviour Model (DTBP)
2. Extenision of the Technology Acceptance Model (TAM2)
3. Motivational Model (MM)
4. Outcome Expectation

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

۱۹۹۵: ۱۹۱). این در واقع همان درک شهروندان از میزان اثرگذاری استفاده از خدمات دولت الکترونیک در افزایش بهره‌وری می‌باشد. نتایج مورد انتظار از یک رفتار ممکن است موجب افزایش تمایل به یک رفتار شود. رضایتمندی ناشی از دستیابی به نتیجه مورد انتظار رفتار باعث افزایش تمایل می‌گردد (کامپیو و هیگنز، ۱۹۹۵: ۱۹۶). در مطالعه حاضر انتظار نتیجه به دیدگاهی برمی‌گردد که استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی را مفید دانسته و به کاربران جهت پشت سر گذاشتن مشکلات انجام امور مالیاتی خود در سازمان امور مالیاتی و صرف وقت و هزینه‌های بسیار، کمک می‌کند و بر تمایل آن‌ها برای استفاده از چنین سیستمی و همچنین بر پذیرش آن‌ها به واسطه تمایل، اثر قابل توجهی دارد.

۲-۲- تمایل

تمایل در واقع، علاقه افراد برای انجام رفتار خاص می‌باشد. تمایل تحت شرایط خاصی می‌تواند اثری قوی را بر رفتار و حرکات افراد اعمال کند (کامپیو و هیگنز، ۱۹۹۵: ۶۹۱). این متغیر احساسات مثبت و منفی درباره استفاده از یک سیستم دولت الکترونیک را اندازه گیری می‌کند. این عامل بر این فرض در مدل مفهومی قرار دارد که مردم از سیستمی استفاده می‌کنند که از کار با آن لذت می‌برند (شائو و گوپتا، ۲۰۰۷: ۵). البته وزن هر متغیر در تعیین تمایل به استفاده بستگی به زمینه و ماهیت رفتار مورد نظر نیز دارد (اوزکان و کانات، ۲۰۱۱: ۵۰۵). با این حال نمی‌توان نقش بارز و قابل توجهی که تمایل بر پذیرش دارد را انکار کرد.

۲-۳- نفوذ اجتماعی[1]

نفوذ اجتماعی سطحی است که یک فرد اعتقاد دارد که افراد مهم دیگر (مثل رؤسا، همکاران، زیردستان و...) باور دارند که او باید از این سیستم استفاده کند. در واقع نفوذ اجتماعی همان فشار اجتماعی می‌باشد که بر تمایل استفاده از سیستم‌های دولت الکترونیک، اثرگذار است (ونکتش و دیگران، ۲۰۰۳: ۱۵۴؛ لو و دیگران ، ۲۰۰۹: ۱۶۳). از آنجایی که پذیرش شهروندان تحت تأثیر باورهای افراد مهم در جامعه قرار می‌گیرد، ارزش داشت که این متغیر به مدل تئوری شناختی– اجتماعی اضافه گردد. بررسی ماهیت اجتماعی چنین سیستمی و توجه به فقدان وجود این متغیر در مدل تئوری شناختی– اجتماعی ضرورت دارد. استفاده از نفوذ اجتماعی در مدل مفهومی پژوهش، نقش مهمی در درک پذیرش و تمایل رفتاری نسبت به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بازی می‌کند. به عبارت دیگر، این سیستم بیشتر توسط افرادی استفاده می‌شود، که احتمالاً بیشتر تحت تأثیر اشخاص مهم در زندگی و محیط اطراف خود، قرار می‌گیرند. در چنین شرایطی یک پیشنهاد از طرف دوستان، همکاران، خانواده و هر کسی که فکر می‌کند، استفاده از این سیستم مزایایی دارد، می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر توانایی تصمیم‌گیری فرد بگذارد (رانا و دیودی، ۲۰۱۵: ۴۷۱).

1. Social Influence

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

۲-۴- خودکارآمدی

خودکارآمدی، قضاوت‌های مردم در مورد توانایی‌هایشان جهت سازماندهی و انجام رفتارهای مورد نیاز برای رسیدن به عملکرد مورد نظر است (کامپیو هیگنز، ۱۹۹۵: ۱۹۱، به نقل از بندورا، ۱۹۸۶). خودکارآمدی در واقع مربوط به درک فرد از توانایی شخصی در جهت استفاده از یک سیستم می‌شود. این عامل از آنجایی مهم و اساسی تلقی می‌شود که به سطح راحتی و آسایش فردی در استفاده از سیستم‌های دولت الکترونیک برمی‌گردد (شائو و گوپتا، ۲۰۰۷: ۶). این عامل بر تصمیم‌گیری فرد در خصوص بروز رفتارهایی خاص اثر گذار است (کامپیو و هیگنز، ۱۹۹۵: ۹۸۱). به علاوه خودکارآمدی بر میزان اعتبار و عزت فردی و احساس موفقیت او در رسیدن به نتیجه مورد نظر اثر می‌گذارد. به عبارتی، درکی که افراد از میزان توانایی خود در استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی دارند موجب می‌شود فرد باور کند که دستاورد این کار باعث رسیدن به نتیجه مورد نظرش (پاداش، ارتباطات و کمک های مورد نظر) شود. خودکارآمدی می‌تواند باعث افزایش امید و انتظار نتیجه گردد. به علاوه، خود کارآمدی نیز می‌تواند به واسطه تمایل بر پذیرش فرد اثر گذار باشد.

۲-۵- اضطراب[1]

اضطراب تکنولوژی بدین گونه تعریف شده است: «بروز توانایی و تمایل کاربران برای استفاده از فناوری‌ها» (ونکتش و دیگران، ۲۰۰۳: ۸۲۴؛ پارماتاری و توهوتوکیس، ۲۰۰۹: ۶). از آنجایی که افراد از فعالیت‌هایی که موجب نگرانی و اضطراب آن‌ها شود، خودداری می‌کنند، انتظار می‌رود اضطراب بر تمایل به استفاده اثر گذار باشد. اضطراب مقاومت در برابر پذیرش فناوری جدید را افزایش داده و مانند مانعی برای تمایل فردی در جهت ارتباط با این سیستم جدید با ایجاد واکنش‌های منفی نسبت به استفاده از سیستم عمل می‌کند. در پژوهش حاضر نیز اضطراب به طور مستقیم تمایل رفتاری و پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۲-۶- پذیرش

پذیرش یا قصد رفتاری میزان احتمال استفاده توسط افراد یا به معنای احتمال ذهنی فرد برای انجام عملی می‌باشد. به عبارت دیگر، میزان نیرویی است که یک فرد به صورت بالقوه برای استفاده دارد. عامل تعیین کننده رفتار فرد، قصد او برای انجام یا عدم انجام یک رفتار خاص است. در واقع مجموع نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی میزان تمایل و قصد فرد را برای یک رفتار مشخص تعیین می‌کند و بیانگر انگیزش فرد برای اتخاذ آن رفتار است. قصد استفاده مرحله قبل از استفاده واقعی است که به عنوان تعیین کننده اولیه قصد افراد جهت به کارگیری و استفاده واقعی از محصول یا خدمت است (عطایی و فکور ثقیه، ۱۳۹۴: ۶؛ ونکتش و دیگران، ۲۰۰۳:

1. Anxiety

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

۱۵۴). در این جا به برخی از پژوهش‌های مرتبط نیز اشاره می‌شود.

اسکندری و اکبری (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر پذیرش اظهارنامه مالیاتی الکترونیکی در ایران (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی استان قزوین)» به بررسی تأثیر عواملی چون انتظار کارایی، انتظار تلاش، تأثیرات اجتماعی و شرایط پشتیبانی‌کننده به همراه عامل ریسک درک شده بر روی پذیرش اظهارنامه الکترونیکی پرداختند. جامعه آماری این پژوهش مؤدیان مالیاتی اداره کل امور مالیاتی استان قزوین بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی– پیمایشی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است که به صورت تصادفی به ۲۸۳ نفر از استفاده‌کنندگان سیستم اظهارنامه مالیاتی الکترونیکی داده شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل با نرم‌افزار بسته آماری برای علوم اجتماعی[1] انجام شده است. نتایج نشانگر آن است که ریسک درک شده بر پذیرش اظهارنامه الکترونیکی اثر معنی‌داری نداشته است. درحالی‌که شرایط پشتیبانی‌کننده، انتظار تلاش، تأثیرات اجتماعی، انتظار کارایی و همچنین زیرساخت‌های فنی و مسائل قانونی به‌طور معنی‌داری بر پذیرش اظهارنامه الکترونیکی مؤدیان در سازمان امور مالیاتی استان قزوین تأثیر داشتند.

بهراد (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش مالیات الکترونیکی بر مبنای ادغام مدل تئوری پذیرش و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در اداره کل امور مالیاتی شهرستان شهرکرد»، به دنبال عوامل مؤثر 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 بوده و روش گردآوری اطلاعات نیز میدانی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مؤدیان مالیاتی شهرستان شهرکرد است که تعداد آن‌ها نامحدود برآورد شده و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۴۸۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از سؤالات بوسیله نرم‌افزار بسته آماری برای علوم اجتماعی ویرایش ۱۲ حاصل شده است. بین درک از مفید بودن، نگرش مؤدیان، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با قصد مؤدیان، درک از مفید بودن، سهولت استفاده و امنیت و حفظ حریم خصوصی با نگرش مؤدیان، سهولت استفاده با درک از مفید بودن، اثربخشی رایانه خود، حمایت دولت و تکنولوژی با کنترل رفتاری درک شده، رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

کارتر، شائوپ، هابز، کمپل (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان نقش امنیت و اعتماد در پذیرش خدمات الکترونیکی مالیاتی به بررسی شش عامل مؤثر بر نیت پذیرش سیستم‌های برخط مالیات پرداختند. مدل ارائه شده ترکیبی از عوامل پذیرش فناوری از مدل یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری به همراه برداشتهای شخصی از اعتماد، اثربخشی و امنیت می‌باشد. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از حیث روش پیمایشی و تحلیلی

1. Statistical Package for Social Science (SPSS)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

است. جامعه آماری مؤدیان مالیاتی در ایالات جنوبی ایالت متحده آمریکا می‌باشند. حجم نمونه ۴۰۳ نفر از پرداخت‌کنندگان مالیات بودند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل رگرسیون خطی چندگانه با استفاده از نرم‌افزار بستهٔ آماری برای علوم اجتماعی صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که سه عامل از تئوری واحد پذیرش و استفاده از فناوری (انتظار عملکرد، انتظار تلاش و نفوذ اجتماعی) نقش مهمی را در پیش‌بینی قصد رفتار مؤدیان مالیاتی بازی می‌کنند. از همه مهم‌تر نتایج تحقیق نشان می‌دهد که عوامل شخصی (خودکارآمدی و کنترل امنیت درک شده) همراه با متغیرهای نظریه واحد پذیرش و استفاده از فناوری، نقش مهمی را در تعیین قصد رفتار مؤدیان بازی می‌کنند.

لیانگ و لو (۲۰۱۳) در مقاله‌ای تحت عنوان «پذیرش خدمات دولت الکترونیک: یک مطالعه تجربی سیستم برخط تشکیل پرونده مالیاتی در تایوان» به بررسی عواملی که بر تمایل عموم بر پذیرش خدمات تشکیل پرونده مالیاتی برخط، اثرگذار می‌باشند، پرداختند. به علاوه این مطالعه به بررسی دلایل کاربرد تئوری اشاعه نوآوری و تئوری شناختی اجتماعی و تئوری اقتضائی نیز می‌پردازد. این مطالعه از لحاظ هدف کاربردی و از حیث جمع‌آوری داده‌ها تحلیلی- پیمایشی می‌باشد. نظرسنجی برخط صورت گرفت که از آن ۴۰۰ پرسشنامه معتبر بدست آمد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل مسیر با نرم‌افزار بسته آماری برای علوم اجتماعی انجام شده است. نتایج اثبات می‌کند که ویژگی‌های درک شده از توانایی محاکمه و توانایی مشاهده بر تمایل پذیرش کسانی که خیلی دیر چیزی را می‌پذیرند اثر دارد. با این حال، این ویژگی تأثیر قابل توجهی بر پذیرندگان اولیه ندارد. هنجارهای اجتماعی و ویژگی‌های درک شده مزایای نسبی، سازگاری و پیچیدگی بر تمایل پذیرش کاربران فعلی اثر دارند و درنهایت برای پذیرندگان بالقوه نیز تنها هنجارهای اجتماعی اثر معنی‌داری بر تمایل آن‌ها برای استفاده از این سیستم دارد.

سوزانتو و گودوین (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان «پذیرش فردی خدمات دولت الکترونیک در یک کشور در حال توسعه: ابعاد سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده و اهمیت اعتماد و نفوذ اجتماعی» به بررسی ابعاد سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده از یک سرویس دولت الکترونیک می‌پردازد، و این اثر سودمندی ادارک شده، سهولت استفاده ادراک شده، قوانین اجتماعی، شرایط تسهیل‌کننده و اعتماد را نسبت به پذیرش فردی یک سرویس جدید دولت الکترونیک در یک کشور درحال توسعه را اندازه‌گیری می‌کند. مدل این پژوهش بر پایه مدل پذیرش فناوری می‌باشد. این تحقیق از نوع هدف کاربردی و از حیث روش تحلیلی – پیمایشی است. داده‌ها به صورت کمّی و کیفی از ۴۰ کاربر سرویس مهاجرت در اندونزی جمع‌آوری شده است. داده‌ها نیز با استفاده از مدل معادلات ساختاری و حداقل مربعات جزئی[1] به عنوان ابزار، تجزیه و تحلیل شده

1. Partial Least Square (PLS)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

است. این مطالعه به اعتبار بخشی به اعتماد و نفوذ اجتماعی به عنوان قابل توجه‌ترین عوامل نسبت به تصمیم فردی برای استفاده از یک سرویس جدید دولت الکترونیک پرداخته است. یافته‌ها پیشنهاد کرده‌اند دولت اساساً به ساخت اعتماد در مردم و استفاده از نفوذ اجتماعی به منظور بهبود سرویس جدید دولت الکترونیک روی آورد.

چن، جوبیلادو، کپریسترانو و ین (۲۰۱۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «عوامل مؤثر بر مالیات برخط با به کارگیری مدل موفقیت سیستم‌های اطلاعاتی و تئوری اعتماد»، به بررسی میل شهروندان در استفاده از خدمات دولت الکترونیک از طریق لنز مدل موفقیت سیستم‌های اطلاعاتی، در قالب جامعه سیستم مالیات الکترونیکی فیلیپین، پرداختند. این تحقیق از نوع هدف کاربردی و از حیث روش تحلیلی – پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش استفاده‌کنندگان خدمات مالیات الکترونیکی بودند که یک حجم نمونه ۳۰۰ تایی انتخاب شده و پرسشنامه‌ها به صورت ایمیل بین این افراد با سطح سواد و تخصص بالا پخش شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختار با نرم افزار حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که عوامل مهمی چون اعتماد به فناوری، اعتماد به دولت، تجربه قبلی به طور مستقیم بر اعتماد به وب سایت‌های دولت الکترونیک اثرگذار هستند، که به‌طور مستقیم نیز بر سه بعد کیفیت سیستم‌های اطلاعاتی اثر گذاشته‌اند. از این سه بعد، کیفیت اطلاعات به طور مستقیم بر درک سودمندی و رضایتمندی اثر معنی‌داری داشته است که البته این بعد در بین سه بعد مهم‌ترین جهت استفاده از خدمات مالیات الکترونیکی می‌باشد.

رانا و دیودی (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش سیستم رسیدگی به شکایات عمومی برخط: اعتبارسنجی تئوری گسترش یافتهٔ شناختی–اجتماعی» با به کارگیری تئوری گسترش یافته شناختی اجتماعی، به بررسی عوامل مؤثر بر تمایل رفتاری و پذیرش سیستم رسیدگی به شکایات عمومی برخط، پرداخته است. این تحقیق از نوع هدف، کاربردی و از حیث روش، تحلیلی – پیمایشی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بسته با سؤالات چند گزینه‌ای است. پرسشنامه‌ها بین ۱۵۰۰ نفر پخش شد که تنها ۴۱۹ پرسشنامه بازگردانده شده است. داده‌های بدست آمده توسط آمار توصیفی و با استفاده از نرم‌افزار بستهٔ آماری برای علوم اجتماعی مورد تحلیل قرار گرفت. خروجی‌های تجربی روابط مثبت معنی‌داری را برای هفت فرضیه ارائه کرده است.

کورفالی، اریفاوغلو، توکدمیر و پاتین (۲۰۱۷) در مقاله ای تحت عنوان پذیرش دولت الکترونیک در ترکیه به بررسی عوامل مهم اثرگذار بر تصمیم شهروندان در استفاده از خدمات دولت الکترونیک در ترکیه پرداختند. این پژوهش با استفاده از مدل جامع پذیرش و استفاده از فناوری انجام شده است. این تحقیق از نوع هدف کاربردی و از حیث روش تحلیلی – پیمایشی است. نمونه شامل ۵۲۹ از شهروندان ترکیه و از مناطق مختلف کشور

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

بود، ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است و تحلیل با استفاده از مدل معادلات ساختاری انجام شده است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که انتظار عملکرد، نفوذ اجتماعی، شرایط تسهیل‌کننده و اعتماد به اینترنت، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر پذیرش خدمات دولت الکترونیک داشتند. به علاوه اعتماد، اثر مثبتی بر انتظار عملکرد داشته و انتظار تلاش یا اثر و اعتماد به دولت نیز اثر معنی‌داری بر قصد رفتار داشته‌اند.

ورکینجیکا و دی وت (۲۰۱۸) در مقاله‌ای تحت عنوان پذیرش دولت الکترونیک در صحرای آفریقا، با به کارگیری مدل جامع پذیرش دولت الکترونیک[1] به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش دولت الکترونیک در جامعهٔ مورد نظر پرداختند. این تحقیق از نوع هدف کاربردی و از حیث روش تحلیلی – پیمایشی است ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است که میان ۲۸۲ نفر از شرکت کنندگان در صحرای آفریقا و آفریقای جنوبی پخش شد. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که تمام فرضیات مورد نظر تأیید شدند و انتظار نتیجه، نفوذ اجتماعی، ریسک درک شده و خودکارآمدی الکترونیکی به طور معنی‌داری بر نگرش اثر گذاشته در حالی که نگرش، شرایط تسهیل کننده، اعتماد به دولت و اعتماد به رایانه به طور مستقیم بر پذیرش دولت الکترونیک اثر گذار بوده اند.

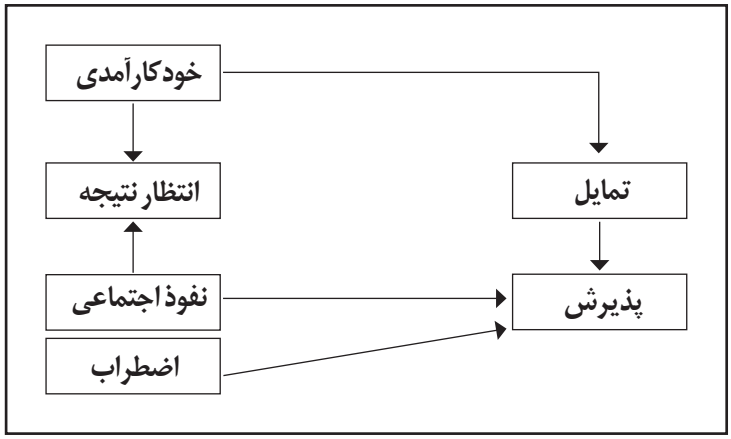
۴- مدل مفهومی پژوهش و روابط بین مؤلفه‌ها

این پژوهش دارای مدلی با شش متغیر انتظار نتیجه، تمایل، نفوذ اجتماعی، خودکارآمدی، اضطراب و پذیرش می‌باشد. تمامی این متغیرها برگرفته از پژوهش صورت گرفته توسط رانا و دیودی (۲۰۱۵) است که در شکل (۲) نشان داده می‌شود. در این مطالعه انتظار نتیجه به عنوان متغیر بر تمایل مؤدیان در استفاده از این سیستم‌های الکترونیک مالیاتی اثرگذار خواهد بود و به صورت غیرمستقیم به واسطهٔ تمایل پذیرش را تحت تأثیر قرار خواهد داد. تمایل نیز به عنوان متغیر مستقل دیگری به صورت مستقیم پذیرش را تحت تأثیر قرار می‌دهد. نفوذ اجتماعی یا همان فشار نیز به عنوان متغیری مستقل بر پذیرش و انتظار نتیجه اثرگذار خواهد بود. متغیر خودکارآمدی به عنوان متغیر میانجی می‌تواند میزان تمایل شخص در استفاده از سیستم و در نتیجه پذیرش را تغییر دهد به علاوه این متغیر نیز می‌تواند انتظار فرد از نتیجه مورد نظرش را نیز تحت تأثیر قرار دهد و در نهایت اضطراب نیز به عنوان متغیر مستقل قصد رفتاری را به طور مستقیم تحت تأثیر قرار دهد. این مدل در واقع برگرفته از تئوری شناختی– اجتماعی می‌باشد. در این مدل جرح و تعدیلاتی صورت گرفته است به عنوان مثال نفوذ اجتماعی به مدل اضافه شده و انتظار عملکرد از مدل حذف شده است به علاوه تمایل نیز به عنوان متغیر واسط در نظر گرفته شده است و در نهایت تمامی این متغیرها به عنوان عوامل مؤثر بر پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیکی مالیاتی در نظر گرفته شده‌اند.

1. The Unified Model of Electronic Government Adoption (UMEGA)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

شکل (۲)- مدل مفهومی پژوهش



منبع: رانا و دیودی، ۲۰۱۵

۵- فرضیات پژوهش

بدین ترتیب فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر مطرح می‌شود:

فرضیه۱: انتظار نتیجه از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بر تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه۲: تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بر پذیرش در سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۳: نفوذ اجتماعی بر پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه۴: نفوذ اجتماعی بر انتظار نتیجه از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه۵: خودکارآمدی بر انتظار نتیجه از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۶: خودکارآمدی بر تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۷: اضطراب در مورد سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بر پذیرش در سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر منفی دارد.

فرضیه ۸: انتظار نتیجه از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بر پذیرش به واسطه تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۹: خودکارآمدی بر پذیرش به واسطه تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی اثر دارد.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

۶- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از حیث روش، پیمایشی- تحلیلی و مبتنی بر تحلیل ماتریس کوواریانس با استفاده از الگوی مدل‌یابی معادلهٔ ساختاری[1] است. جامعه آماری کلیه کاربران یا مؤدیان سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی در سازمان امور مالیاتی استان خراسان رضوی در شهر مشهد هستند که حداقل یک بار از این سامانه‌ها استفاده کرده‌اند و تعداد دقیق آن‌ها مشخص نشد، لذا جامعه آماری به صورت نامعلوم در نظر گرفته شد. به دلیل اینکه در این مطالعه برای تحلیل روابط بین متغیرها از روش معادلات ساختاری استفاده شده است، در نتیجه، تعداد نمونه لازم مبتنی بر روش معادلات ساختاری بین ۱۰ تا ۱۵، آزمودنی به ازای هر متغیر مشاهده شده (سؤال پرسشنامه) است.

بنابراین تعداد نمونه ۳۰۰ نفری به روش غیر تصادفی در دسترس برآورد شده است. باتوجه به پیش‌بینی عدم بازگشت تعدادی از پرسشنامه‌ها، ۳۷۰ پرسشنامه بین مشتریان توزیع و از این تعداد ۳۰۰ پرسشنامه برگشت داده شد که در فرایند تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش متغیّرها از سنجه‌های استاندارد مطالعات پیشین استفاده شد. سنجه‌ها با استفاده از شیوه ترجمه- بازگشت- ترجمه بومی‌سازی شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه نهایی از طریق بررسی نظرات صـاحب‌نظران مدیریت و اساتید راهنما و مشاور مورد تأیید قرار گرفت. پرسشنامه این تحقیق از دو بخش سؤالات عمومی و سؤالات اختصاصی تشکیل شده است. سؤالات مربوط به پرسش‌های اختصاصی در رابطه با متغیرهای اصلی است که برای سنجش انتظار نتیجه از پرسشنامه رانا و دیودی (۲۰۱۵) و لو، هوانگ و لو (۲۰۱۰) در قالب ۴ گویه، برای سنجش تمایل از پرسشنامه رانا و دیودی (۲۰۱۵) در قالب ۵ گویه، برای سنجش خودکارآمدی از پرسشنامه رانا و دیودی (۲۰۱۵) و لیانگ و لو (۲۰۱۳) در قالب ۳ گویه، برای سنجش اضطراب از پرسشنامه رانا و دیودی (۲۰۱۵) در قالب ۳ گویه، برای سنجش نفوذ اجتماعی از پرسشنامه رانا و دیودی (۲۰۱۵) در قالب ۳ گویه و برای سنجش پذیرش از پرسشنامه رانا و دیودی (۲۰۱۵) و لیانگ و لو (۲۰۱۳) در قالب ۴ گویه استفاده شده است. کلیه پرسش‌های بخش اختصاصی با استفاده از مقیاس پنج رتبه‌ای لیکرت از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم سنجیده شده‌اند. روایی سازه‌های پرسشنامه نیز با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم افزار تحلیل ساختارهای گشتاوری[2] مورد ارزیابی قرار گرفت و معناداری بار شدن گویه‌های مربوطه به سازه‌های موردنظر، مورد تأیید قرار گرفت.

نتایج تحلیل عاملی تأییدی در جدول (۳) آورده شده است. برای سنجیدن میزان پایایی یا انسجام درونی ابزار مورد استفاده ابتدا ۶۰ پرسشنامه میان مؤدیان توزیع شد و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی شد که در

1. Structural Equation Modeling (SEM)
2. Analysis Of Moment Structures (AMOS)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

جدول (۱) گزارش شده است. همانطور که مشاهده می‌شود تمامی مقادیر بالای ۰/۷ می‌باشد که می‌توان نتیجه گرفت ابزار از پایایی لازم برخوردار است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها روش‌های مختلف تحلیل آماری، نظیر تحلیل همبستگی پیرسون برای محاسبه ضرایب همبستگی مرتبه صفر، مدل‌یابی معادله ساختاری برای بررسی برازش الگوی معادله ساختاری با داده‌های جمع‌آوری‌شده، آزمون میانجی‌گری بارون و کنی[1] (۱۹۸۶) برای بررسی نقش متغیر میانجی‌گر، مورد استفاده قرار گرفت. تحلیل‌های مورد نظر با استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل ساختارهای گشتاوری و بسته آماری برای علوم اجتماعی صورت گرفت.

۶-۱- یافته‌های پژوهش

مشخصات پاسخ‌دهندگان با استفاده از ۸ متغیر جمعیت‌شناختی سن، جنسیت، تحصیلات، دسترسی به رایانه و اینترنت، میزان تجربه در استفاده از رایانه و اینترنت و میزان تکرار در استفاده از اینترنت، صرفاً جهت گزارش سیمای آزمودنی‌ها، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ۷۰ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۳۰ درصد آن‌ها زن بودند. ۲/۷ درصد پاسخ دهندگان کمتر از ۲۵ سال، ۳۵/۳ درصد بین ۲۵ تا ۳۵ سال، ۳۹ درصد بین ۳۶ تا ۴۵ سال، ۱۷/۳ درصد بین ۴۶ تا ۵۲ سال و ۵/۷ درصد بیشتر از ۵۶ سال بودند. به علاوه از بین پاسخ‌دهندگان ۲۱ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۱۶/۷ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۳۷/۳ درصد دارای تحصیلات لیسانس، ۲۰/۷ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و ۴/۳ درصد دارای تحصیلات دکتری می‌باشند. نتایج مربوط به وضعیت دسترسی پاسخ‌دهندگان به رایانه نشان می‌دهد که ۵۳/۳ درصد پاسخ دهندگان در خانه، ۳۵/۳ درصد در محل کار، ۷/۳ درصد در کافی نت و ۴ درصد نیز در دانشگاه به رایانه دسترسی داشتند و همچنین ۵۸ درصد پاسخ‌دهندگان در خانه، ۲۹ درصد در محل کار، ۸ درصد در کافی نت و ۵ درصد نیز در دانشگاه به اینترنت دسترسی داشتند. در خصوص میزان تجربه استفاده از رایانه ۱۶ درصد بین ۱ تا ۳ سال، ۱۱ درصد بین ۴ تا ۶ سال، ۱۲ درصد بین ۷ تا ۹ سال و ۶۱ درصد بیشتر از ۱۰ سال در استفاده از رایانه تجربه داشتند. همچنین ۲۲/۳ درصد پاسخ‌گویان بین ۱ تا ۳ سال، ۲۳ درصد بین ۴ تا ۶ سال، ۱۸/۷ درصد بین ۷ تا ۹ سال و ۳۶ درصد بیشتر از ۱۰ سال در زمینه استفاده از اینترنت تجربه داشتند. علاوه بر این، ۹ درصد پاسخ‌دهندگان اذعان داشتند که دارای میزان تکرار استفاده از اینترنت خیلی کم، ۵/۷ درصد دارای میزان تکرار استفاده از اینترنت کم، ۲۳ درصد افراد دارای تکرار استفاده از اینترنت بعضی اوقات، ۳۲/۷ درصد اغلب و ۲۹/۷ درصد نیز همیشه در استفاده از اینترنت تکرار داشتند. تحلیل همبستگی پیرسون بین متغیرهای مختلف تحقیق نیز به انجام رسید. در جدول (۱)، میزان همبستگی هر متغیر با سایر متغیرها، آلفای کرونباخ هر متغیر و نیز آماره‌های توصیفی آن‌ها شامل میانگین و انحراف معیار، ارائه شده است.

1. Baron & Kenny's Method for Mediation

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

جدول (۱)- میانگین، انحراف معیار، پایایی و همبستگی متغیرها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	انتظار نتیجه	تمایل	خودکارآمدی	اضطراب	نفوذ اجتماعی	پذیرش
انتظار نتیجه	۳/۶۹	۰/۷۸	(۰/۸۷۲)	–	–	–	–	–
تمایل	۳/۸۵	۰/۸۲	۰/۶۸۱**	(۰/۸۴۱)	–	–	–	–
خودکارآمدی	۳/۷۴	۰/۸۰	۰/۵۲۷**	۰/۵۹۳**	(۰/۸۳۲)	–	–	–
اضطراب	۳/۱۱	۰/۹۹	-۰/۱۷۵**	-۰/۱۳۲**	-۰/۲۰۲**	(۰/۸۶۴)	–	–
نفوذ اجتماعی	۳/۰۴	۰/۷۹	۰/۵۱۱**	۰/۴۶۰**	۰/۴۰۷**	۰/۱۱۰*	(۰/۷۷۱)	–
پذیرش	۳/۷۱	۰/۸۸	۰/۶۷۷**	۰/۷۱۹**	۰/۶۱۶**	-۰/۱۶۴**	۰/۵۰۸**	(۰/۸۹۱)

توضیح: *همبستگی [یک‌دنباله] در سطح معناداری $p<0.05$؛** همبستگی در سطح معناداری $p>0.01$، مقادیر درون پرانتز نشانگر ضریب آلفای کرونباخ می‌باشند.

تمام ضرایب در سطح اطمینان ۹۵ و ۹۹ درصد معنادار بودند. ضرایب جدول ۱ نشان از آن دارد که بزرگ‌ترین ضریب همبستگی مربوط به رابطه بین پذیرش و تمایل به میزان ۰/۷۱۹ است. کوچک‌ترین ضریب نیز مربوط به رابطه بین نفوذ اجتماعی و اضطراب است که میزان آن ۰/۱۱۰ است که البته معنادار است. میانگین پاسخ‌ها تقریباً برای تمام متغیّرها بالاتر از حد متوسط پرسشنامه (عدد۳) است و بزرگ‌ترین مقدار نیز به تمایل تعلّق دارد.

ضمناً قبل از بررسی معناداری بارهای عاملی، باید شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری و نرمال‌بودن داده‌ها مورد بررسی قرار گیرد. جهت بررسی شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری از دو شاخص KMO[1] و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. شاخص KMOدر دامنه صفر تا یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص نزدیک به یک باشد، داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند و در غیر این صورت (معمولاًکمتر از ۰/۵) نتایج تحلیل عاملی برای داده‌های مورد نظر چندان مناسب نمی‌باشند. آزمون بارتلت بررسی می‌کند چه هنگام ماتریس همبستگی، شناخته شده (از نظر ریاضی ماتریس واحد و همانی) است و بنابراین برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) نامناسب می‌باشد. اگرسطح معنی‌داری در آزمون بارتلت کوچکتر از ۵٪ باشد، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مناسب است؛ زیرا فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. جدول (۲) نتایج این دو شاخص را برای سازهای مختلف پرسشنامه نشان می‌دهد.

1. Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

جدول (۲)- نتایج آزمون بارتلت و شاخص KMO برای متغیرها و ابعاد تحقیق

متغیرها	شاخص KMO	آزمون بارتلت
انتظار نتیجه	۰/۸۱۰	۰/۰۰۰
تمایل به استفاده	۰/۷۲۸	۰/۰۰۰
خودکارآمدی	۰/۷۲۰	۰/۰۰۰
اضطراب	۰/۷۰۳	۰/۰۰۰
نفوذ اجتماعی	۰/۶۷۸	۰/۰۰۰
پذیرش	۰/۸۲۴	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

مقدار معیار KMO برای تمای متغیرها و مؤلفه ها بیشتر از ۰/۵، و مقدار معناداری آزمون بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این اساس می‌توان از مناسب بودن حجم نمونه جهت انجام تحلیل عاملی، اطمینان حاصل کرد.

همچنین پیش از ارزیابی مدل ساختاری ارائه شده، لازم است معناداری وزن رگرسیونی [بار عاملی] سازه‌های مختلف پرسشنامه در پیش‌بینی گویه‌های مربوطه بررسی شده تا از برازندگی مدل‌های اندازه‌گیری و قابل قبول بودن نشانگرهای آن‌ها در اندازه‌گیری سازه‌ها اطمینان حاصل شود. این مهم، با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی[۱] و نرم‌افزار تحلیل ساختارهای گشتاوری به انجام رسید. با توجه به اینکه در مدل تکنیک تحلیل عاملی تأییدی برازش‌یافته، وزن رگرسیونی تمامی متغیّرها، در پیش‌بینی گویه‌های پرسشنامه، در سطح اطمینان ۹۵٪، دارای تفاوت معنادار با صفر بود، هیچ یک از گویه‌ها از فرآیند تجزیه و تحلیل کنار گذاشته نشدند. مبنای معناداری گویه‌ها این است که سطح معناداری برای آن‌ها زیر ۰/۰۵ باشد. لذا در نهایت، ۲۰ گویه از پرسشنامه، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای گویه‌های معنادار به همراه شاخص‌های برازش مدل تکنیک تحلیل عاملی تأییدی در جدول (۳)، ارائه شده است. این شاخص‌ها نشان از برازش مطلوب مدل‌های اندازه‌گیری داشته و معناداری بار شدن هر متغیّر مشاهده شده به متغیّر مکنون مربوطه مورد تأیید قرار گرفت.

۱. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

جدول (۳)- نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای گویه‌های پرسشنامه

نام متغیر	گویه	چولگی	کشیدگی	وزن رگرسیونی	معناداری	نتیجه
انتظار نتیجه	$Q_{۱}$	-۰/۹۰۱	۰/۹۰۵	۰/۶۷۸	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۲}$	-۰/۸۲۴	۰/۵۴۴	۰/۷۸۶	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۳}$	-۰/۲۵۶	-۰/۳۰۵	۰/۷۹۵	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۴}$	-۰/۳۹۴	-۰/۱۰۶	۰/۷۹۷	۰/۰۰۱	معنادار
تمایل	$Q_{۵}$	-۰/۲۳۶	۰/۷۰۰	۰/۶۷۷	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۶}$	-۰/۷۶۸	۰/۰۵۹	۰/۷۴۰	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۷}$	-۰/۵۳۱	۰/۱۹۱	۰/۷۶۰	۰/۰۰۱	معنادار
خودکارآمدی	$Q_{۸}$	-۰/۷۲۶	۰/۶۱۵	۰/۸۴۲	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۹}$	-۰/۶۱۱	-۰/۰۹۰	۰/۸۳۱	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۱۰}$	-۰/۵۹۸	-۰/۱۷۵	۰/۷۹۷	۰/۰۰۱	معنادار
اضطراب	$Q_{۱۱}$	۰/۰۷۸	-۰/۸۹۶	۰/۹۲۹	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۱۲}$	۰/۰۷۳	-۰/۹۰۵	۰/۸۹۲	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۱۳}$	۰/۱۲۰	-۰/۸۵۸	۰/۷۹۵	۰/۰۰۱	معنادار
نفوذاجتماعی	$Q_{۱۴}$	۰/۰۳۸	-۰/۱۱۱	۰/۶۵۷	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۱۵}$	-۰/۰۸۶	-۰/۴۴۶	۰/۸۵۱	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۱۶}$	/۰۷۰	-۰/۵۵۱	۰/۸۶۷	۰/۰۰۱	معنادار
پذیرش	$Q_{۱۷}$	-۰/۰۴۱	۰/۲۸۵	۰/۵۶۲	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۱۸}$	-۰/۵۹۳	-۰/۲۳۸	۰/۹۰۱	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۱۹}$	-۰/۵۶۴	۰/۰۷۳	۰/۸۸۰	۰/۰۰۱	معنادار
	$Q_{۲۰}$	-۰/۸۱۶	۰/۳۰۳	۰/۸۱۵	۰/۰۰۱	معنادار

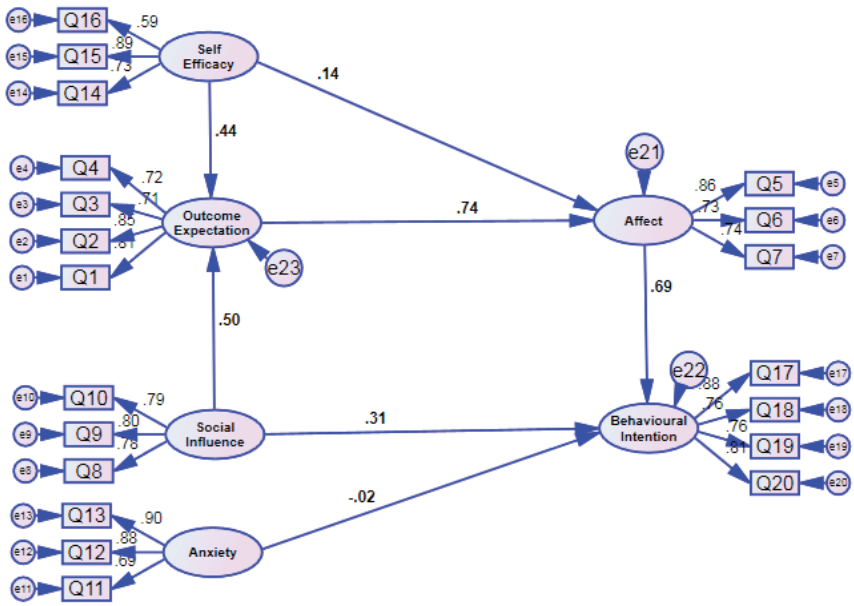
منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول بالا نشان داده شده است، میزان کشیدگی و چولگی تمامی دادها بین ۲ $\pm$ می‌باشد که نشان دهنده نرمال بودن داده‌ها است. شکل (۳) نشان‌دهندهٔ مدل معادلات ساختاری برازش‌یافته است و شدّت روابط بین متغیّرها را روشن می‌سازد. در یک الگوی معادلهٔ ساختاری مطلوب، لازم است کای اِسکوئر غیرمعنادار، نسبت کای اِسکوئر به درجهٔ آزادی کمتر از ۳، شاخص‌های برازش هنجارشده، تطبیقی و نیکویی

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

برازش[1] بزرگتر از ۰/۹۰، ریشه میانگین مربّعات باقی‌مانده[2] کوچکتر از ۰/۰۹ و ریشهٔ میانگین مربّعات خطای برآورد[3] کوچکتر از ۰/۰۵ باشد. برای الگوی معادلهٔ ساختاری برازش‌یافته، کای اِسکوئر برابر با ۴۲۱/۷۳۱، نسبت کای اِسکوئر به درجهٔ آزادی برابر با ۲/۵۸، شاخص‌های برازش هنجارشده، تطبیقی و نیکویی برازش به ترتیب ۰/۷۴۴، ۰/۹۰۴ و ۰/۸۶۱، ریشهٔ میانگین مربّعات باقی‌مانده ۰/۰۴۶ و ریشهٔ میانگین مربّعات خطای برآورد ۰/۰۷۶ به دست آمده است.کلّیهٔ شاخص‌های برازش الگوی نهایی، از نقاط برش پیش‌گفته مطلوب‌ترند که از برازش کاملاً رضایت‌بخش مدل حکایت دارد.

شکل (۳)- مدل برازش شده تحقیق



منبع: یافته‌های تحقیق

لازم به ذکر است که در این مدل با توجه به اینکه متغیرها بعد نداشتند، گویه‌های این متغیرها نقش متغیر مشاهده شده و خود متغیرها نقش متغیر مکنون را در مدل ساختاری ایفاء کردند.

در مدل برازش یافته تمامی اثرات مستقیم بین متغیرها به استثنای اثر اضطراب بر پذیرش به لحاظ آماری معنادار بودند ($p<.05, t>1.96$). همچنین در این مدل قوی‌ترین ضریب اثر، مربوط به ضریب انتظار نتیجه و تمایل به میزان $\beta= 0.74$ است و ضعیف‌ترین ضریب نیز به ضریب اثر اضطراب و پذیرش مربوط می‌شود

1. Normed Fit Index (NFI), Comparative Fit Index (CFI), Goodness-of-Fit Index (GFI)
2. Root Mean Squared Residual (RMSR)
3. Root Mean Squared Error of Approximation (RMSEA)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

(β=-0.02) که غیر معنادار است. همچنین نتیجه آزمون فرضیه‌های ۱ تا ۹ پژوهش، به‌طور خلاصه در جدول (۴)، نشان داده شده است.

جدول (۴)- خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج روابط	ضریب استاندارد	عدد معناداری	سطح معناداری	نتیجه‌ی آزمون
انتظار نتیجه و تمایل	۰/۷۴	۱۱/۱۳۳	۰/۰۰۰	تأیید
تمایل و پذیرش	۰/۶۹	۱۲/۲۳۸	۰/۰۰۰	تأیید
نفوذ اجتماعی و پذیرش	۰/۳۱	۶/۰۴۴	۰/۰۰۰	تأیید
نفوذ اجتماعی و انتظار نتیجه	۰/۵۰	۷/۸۷۴	۰/۰۰۰	تأیید
خودکارآمدی و انتظار نتیجه	۰/۵۸	۴/۹۰۸	۰/۰۰۰	تأیید
خودکارآمدی و تمایل	۰/۱۴	۲/۴۷۰	۰/۰۱۴	تأیید
اضطراب و پذیرش	-۰/۰۲	-۰/۵۹۷	۰/۵۵۰	رد

منبع: یافته‌های تحقیق

۶-۲- تحلیل میانجی‌گری

تحلیل میانجی‌گری، در واقع انجام مرحله به مرحله تحلیل رگرسیون به منظور تأیید نقش متغیّر میانجی‌گر در رابطه بین متغیّرهای مستقل و وابسته است (بارون و کنی، ۱۹۸۶: ۱۱۷۵). گذراندن چهار گام برای تأیید نقش یک متغیّر به عنوان متغیّر میانجی‌گر، ضروری می‌باشد. گام اوّل این است که متغیّر مستقل با متغیّر وابسته رابطه معنادار داشته باشد. در گام دوّم معناداری رابطه بین متغیّرهای مستقل و میانجی‌گر، و در گام سوّم معناداری رابطه بین متغیّرهای میانجی‌گر و وابسته بررسی می‌شود. گام چهارم این است که وقتی متغیّر میانجی‌گر وارد معادلات رگرسیونی می‌شود، رابطه بین متغیّر مستقل و وابسته غیرمعنادار شود که در این حالت متغیّر مورد نظر، میانجی‌گر کامل است و یا اینکه این رابطه در حضور متغیّر میانجی‌گر کاهش یابد [حداقل ۱۰٪] ، ولی همچنان معنادار باقی بماند، که در این حالت نقش متغیّر میانجی‌گر، جزئی خواهد بود. همانگونه که در جدول ۵ نشان داده شده است اثر انتظار نتیجه بر پذیرش، انتظار نتیجه بر تمایل و تمایل بر پذیرش (سه شرط اولیه) معنادار شده است. در گام چهارم یعنی ورود متغیر میانجی، نتایج مبین این است که در حضور متغیر تمایل، بتای استاندارد برای رابطه بین انتظار نتیجه و پذیرش از ۰/۶۷۷ به ۰/۳۴۸ کاهش یافته، ولی همچنان معنادار باقی مانده است. بنابراین، نقش متغیر تمایل به استفاده، میانجی‌گری جزئی است و فرضیه هشتم تحقیق نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

جدول (۵)- نتایج آزمون اثر متغیر میانجی تمایل در رابطه بین انتظار نتیجه و پذیرش

گام	متغیر مستقل	متغیر وابسته	β	R	R^2	Sig
۱	انتظار نتیجه	پذیرش	۰/۶۷۷	۰/۶۷۷	۰/۴۵۸	۰/۰۰۰
۲	انتظار نتیجه	تمایل	۰/۶۸۱	۰/۶۸۱	۰/۴۶۳	۰/۰۰۰
۳	تمایل	پذیرش	۰/۷۱۹	۰/۷۱۹	۰/۵۱۸	۰/۰۰۰
۴	انتظار نتیجه	پذیرش	۰/۳۴۸	۰/۷۶۳	۰/۵۸۳	۰/۰۰۰
	تمایل		۰/۴۸۲			۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

همانگونه که در جدول ۶ نشان داده شده است اثر خودکارآمدی بر پذیرش، خودکارآمدی بر تمایل و تمایل بر پذیرش (سه شرط اولیه) معنادار شده است. در گام چهارم یعنی ورود متغیر میانجی، نتایج مبین این است که در حضور متغیر تمایل، بتای استاندارد برای رابطه بین خودکارآمدی و پذیرش از ۰/۶۱۶ به ۰/۲۹۱ کاهش یافته، ولی همچنان معنادار باقی مانده است. بنابراین، نقش متغیر تمایل، میانجی‌گری جزئی است و فرضیه نهم تحقیق نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول (۶)- نتایج آزمون اثر متغیر میانجی تمایل در رابطه بین خودکارآمدی و پذیرش

گام	متغیر مستقل	متغیر وابسته	β	R	R^2	Sig
۱	خودکارآمدی	پذیرش	۰/۶۱۶	۰/۶۱۶	۰/۳۷۹	۰/۰۰۰
۲	خودکارآمدی	تمایل	۰/۵۹۳	۰/۵۹۳	۰/۳۵۲	۰/۰۰۰
۳	تمایل	پذیرش	۰/۷۱۹	۰/۷۱۹	۰/۵۱۸	۰/۰۰۰
۴	خودکارآمدی	پذیرش	۰/۲۹۱	۰/۷۵۷	۰/۵۷۳	۰/۰۰۰
	تمایل		۰/۵۴۷			۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

۷- بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که فرضیه نخست تأیید شده است. نتایج مطالعات متعددی (مثلاً تیلور و تاد، ۱۹۹۵الف؛ وو و چن، ۲۰۰۵؛ هانگ و چانگ و یو، ۲۰۰۶؛ شائو و گوپتا، ۲۰۰۷؛ هانگ، تانگ، چانگ و که، ۲۰۰۹؛ لو و دیگران، ۲۰۱۰؛ اوزکان و کانات، ۲۰۱۱؛ فورتنلد، ۲۰۱۲؛ رانا و دیودی، ۲۰۱۲؛ رانا، دیودی، ویلیامز و وراکودی، ۲۰۱۴؛ ورکینجیکا و دی وت، ۲۰۱۸؛ نمامیان و براتی، ۱۳۹۳؛ پورباقری و خطیب زاده، ۱۳۹۳، بهراد، ۱۳۹۴) از رابطه مثبت بین انتظار نتیجه (سودمندی درک شده، انتظار عملکرد) و تمایل (نگرش) حمایت

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

می‌کنند. فورتلند (۲۰۱۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که انتظار نتیجه یک عامل قدرتمند در قصد افراد جدای از عوامل دیگری چون ادارک از کنترل و زمینه و ماهیت مورد نظر بوده و یک متغیر پیش‌بینی‌کننده پذیرش می‌باشد. اثر مثبت معنی‌دار انتظار نتیجه بر تمایل نشان می‌دهد که مؤدی باور داشته که استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی او را در رسیدن به نتیجه، پاداش، ارتباطات و کمک‌های مورد نظرش یاری رسانده و موجب افزایش بهره‌وری او، پشت سرگذاشتن مشکلات انجام امور مالیاتی به صورت حضوری و عدم صرف وقت و هزینه‌های بسیار می‌گردد.

بررسی فرضیه دوم نشان داد که متغیر تمایل بر پذیرش اثر مثبت و معنی‌داری دارد. مطالعات تجربی بسیاری نیز از رابطه مثبت بین تمایل و پذیرش یا پذیرش فناوری و سیستم‌های دولت الکترونیک حمایت می‌کنند (مثال: وو و چن، ۲۰۰۵؛ هانگ و دیگران، ۲۰۰۶؛ هانگ و دیگران، ۲۰۰۹؛ شائو و گوپتا، ۲۰۰۷؛ ونکتش، تانگ، چن، هیو و براون، ۲۰۱۱؛ لو و دیگران، ۲۰۱۰؛ اوزکان و کانات، ۲۰۱۱؛ سوزانتو و گودووین، ۲۰۱۳؛ هانگ و دیگران، ۲۰۱۳؛ الهجران، الدبی، چتفیلد و مغدادی، ۲۰۱۵؛ ورکینجیکا و دی وت، ۲۰۱۸؛ نمامیان و براتی، ۱۳۹۳، پورباقری و خطیب زاده، ۱۳۹۳؛ بهراد، ۱۳۹۴؛ حقیقی نسب، قاسمی، ترکمان و قاسمی، ۱۳۹۴). البته موضوعی که باید مدنظر قرار داد این است که تفاوت‌هایی بین این مطالعه و مطالعات گذشته نیز ممکن است وجود داشته باشد. در برخی از مطالعات استفاده افراد از سیستم ممکن است اجباری باشد و در برخی اختیاری و داوطلبانه. در این پژوهش، رابطه مثبت معنی‌دار بین تمایل یا همان نگرش و پذیرش نشان می‌دهد که تمایل مثبت و علاقه مؤدیان در استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی، مؤدیان یا کاربران را به سمت تمایلی قوی به استفاده از این سامانه‌ها سوق می‌دهد.

بررسی فرضیه سوم پژوهش حاضر تأیید می‌کند که متغیر نفوذ اجتماعی بر پذیرش یا پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی، تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. مطالعات متعددی در مورد پذیرش فناوری و دولت الکترونیک از رابطه مثبت و معنی‌دار بین نفوذ اجتماعی و پذیرش حمایت کرده‌اند (مثال: هانگ و دیگران، ۲۰۰۶؛ شائو و گوپتا، ۲۰۰۷؛ کارتر، شائوب و ایوانز، ۲۰۰۸؛ ونگ و شی، ۲۰۰۹؛ الشفی و وراکوودی، ۲۰۱۰؛ حسین، محمد، احلان و محمود، ۲۰۱۰؛ کارتر و دیگران، ۲۰۱۱؛ لیانگ و لو، ۲۰۱۲؛ احمد، مارکولا و اویو، ۲۰۱۳؛ شائوب، کاتر و مک براید، ۲۰۱۳؛ رانا، ویلیامز و دیودی، ۲۰۱۳؛ نمامیان و براتی، ۱۳۹۳؛ اسکندری و اکبری، ۱۳۹۰؛ رجب زاده، ۱۳۹۰، اسماعیلی و تاج فر، ۱۳۹۰؛ بهراد، ۱۳۹۴؛ حقیقی نسب و دیگران، ۱۳۹۴).

کارتر و دیگران (۲۰۱۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند نفوذ اجتماعی نقش بسیار مهمی را در پذیرش مؤدیان مالیاتی ایفاء می‌کند. آن‌ها عنوان ساختند که مردم بیشتر از شیوه‌های پرداخت مالیاتی استفاده می‌کنند

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

که والدین آن‌ها نیز از آن شیوه‌ها استفاده کرده و می‌کنند. گرچه شیوه پرداخت الکترونیکی مالیات، پرکردن اظهارنامه الکترونیکی و غیره، در ایران شیوه جدیدی است و طی سال‌های اخیر به مردم شناسانده شده، ولی نمی‌توان نقش قابل‌توجهی که خانواده، والدین، دوستان و همکاران در پذیرش مؤدیان دارند را انکار کرد. اما فورتلند (۲۰۱۲) به این نتیجه رسید که نفوذ اجتماعی در یک سیستم اختیاری مثل سیستم خدمات دولت الکترونیک بر پذیرش در مدل یکپارچه پذیرش و استفاده از مدل یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری اثرگذار نیست. نفوذ اجتماعی تنها اثر معنی‌داری بر استفاده از سیستم‌های اجباری دارد. با این‌همه نمی‌توان نقشی را که نفوذ اجتماعی بر پذیرش مؤدیان سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی سازمان امور مالیاتی استان خراسان رضوی دارد را انکار نمود.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که متغیر نفوذ اجتماعی اثر مثبت و معنی‌داری بر انتظار نتیجه از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی دارد، پس فرضیه چهارم تأیید شده است. در مطالعات کمتری از رابطه بین نفوذ اجتماعی و انتظار نتیجه حمایت می‌شود (مثال: کوه، پیربوتک، رایان و وو، ۲۰۱۰؛ حسین و دیگران، ۲۰۱۰؛ هیو، چن، لارسون و بوتیرز، ۲۰۱۱؛ اور، کارش، سورستون بورکه، بران و برنان، ۲۰۱۱؛ رانا و دیگران ، ۲۰۱۳؛ رانا ودیودی، ۲۰۱۵؛ کورفالی، اریفاوغلو، توکدمیر و پاتین، ۲۰۱۷؛ ورکینجیکا و دی وت، ۲۰۱۸). لو و دیگران (۲۰۱۱) نشان دادند که نفوذ اجتماعی می‌تواند اثر انتظار نتیجه را افزایش دهد ولی قادر نیست که به تنهایی بر پذیرش و نیات افراد اثرگذار باشد و تأثیر عوامل دیگری در کنار نفوذ اجتماعی باید بالا باشد تا بر پذیرش اثر بگذارد. در چنین شرایطی اثر مثبت نفوذ اجتماعی بر انتظار نتیجه نشان می‌دهد که نظرات مثبت دیگران در خصوص سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی توانسته است به ارتقاء درک از اثربخشی و کیفیت سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی کمک کند.

بررسی نتایج حاصل از فرضیه پنجم نیز نشان می‌دهد که خودکارآمدی بر انتظار نتیجه اثر مثبت و معنی‌داری داشته است. نتایج این مطالعه از نتایج حاصل از مطالعه ایگبیریا و ایواری (۱۹۹۵) حمایت می‌کند. آن‌ها عنوان داشتند که خودکارآمدی در استفاده از رایانه یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر انتظار نتیجه میان کاربران میکرو رایانه‌ها در فنلاند می‌باشد. این رابطه در مطالعات دیگری در مورد پذیرش دولت الکترونیک نیز تأیید شده است (مثال: ونگ،۲۰۰۳؛ سیال و پیجچر، ۲۰۰۴؛ رانا و دیگران، ۲۰۱۳؛ رانا و دیودی، ۲۰۱۵). ولی نتایج حاصل از این مطالعه با مطالعه چائو (۲۰۰۱) در تضاد است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که خودکارآمدی در استفاده از رایانه اثر منفی و اندکی بر انتظار نتیجه دارد. به علاوه، نتایج حاصل از این مطالعه با نتایج مطالعه فورتلند در سال ۲۰۱۲ نیز همراستایی ندارد. اعتقاد اصلی این پژوهش بر این است که افزایش باورهای افراد در خصوص استفاده

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی در جهت انجام امور مالیاتی به طور معنی‌داری برکارایی یک فرد، بهروه وری و عملکرد او تأثیرگذار است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که متغیر خودکارآمدی رابطه مثبت و معنی‌داری با متغیر تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی دارد، پس فرضیه ششم تأیید شد. مطالعاتی (چون چن و جین، ۲۰۰۶؛ فورتلند،۲۰۱۲؛ توحیدنیا و موسی خانی، ۲۰۱۰؛ رانا و دیودی، ۲۰۱۵) بر روی پذیرش سیستم‌های اطلاعاتی، به رابطه معنی‌دار بین این متغیرها کمک می‌کند. رانا و دیگران در سال ۲۰۱۳ در مطالعهٔ خود به این نتیجه رسیدند هنگامی که فرد باور داشته باشد که توانایی و مهارت استفاده از این سامانه‌ها را دارد، انگیزه و تمایل بیشتری برای استفاده از این سامانه‌ها پیدا می‌کند. از آنجایی که بیشتر افراد تحقیق، افرادی با سطح سواد بالا و در موقعیت مطلوبی بودند، می‌توان نتیجه گرفت که رابطهٔ مثبت و معنی‌دار بین خودکارآمدی و تمایل یا نگرش افراد به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی واضح و روشن است.

نتایج حاصل از بررسی فرضیه هفتم نشان می‌دهد که اضطراب و نگرانی در مورد سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بر پذیرش در سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر منفی نداشته و این متغیر رابطه معنی‌داری با متغیر پذیرش ندارد، پس فرضیه هفتم رد شد. اضطراب در مطالعاتی (چون شائو و گوپتا، ۲۰۰۷؛ فورتلند، ۲۰۱۲؛ رانا و دیودی، ۲۰۱۵؛ اسماعیلی و تاج فر، ۱۳۹۰)، مقاومت در برابر پذیرش فناوری جدید را افزایش داده و مانند مانعی برای تمایل فردی در جهت ارتباط با این سیستم جدید با ایجاد واکنش‌های منفی نسبت به استفاده از سیستم، عمل کرده است. ولی علی‌رغم تمام این نتایج رابطه منفی بین اضطراب و پذیرش وجود نداشت. این بدین معنی است که مؤدیان فکر نمی‌کنند که در جریان استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی اطلاعات زیادی را از دست بدهند یا اینکه اشتباهی انجام دهند که نتوانند آن را درست کنند. این ممکن است به این دلیل باشد که افراد اطلاعات چندان زیادی در مورد امنیت و طراحی این سامانه‌ها نداشته باشند یا برعکس با وجود تبلیغات زیادی که در مورد مزایای این سامانه‌ها در سطح شهر انجام شده است و با تشویق افراد توسط دوستان، نزدیکان و همکاران در جهت استفاده و پذیرش این سیستم، افراد احساس اعتماد بیشتری به این سیستم پیدا کردند و باور پیداکردند که استفاده از چنین سیستمی، امنیت اطلاعاتی آن‌ها و حریم خصوصیشان را به خطر نمی‌اندازد یا به عبارتی عوامل شناخته شده و ناشناخته دیگری چون آموزش و آگاهی کافی در مورد این سامانه‌ها، میزان سواد بالای پاسخ‌دهندگان، وضعیت دسترسی آن‌ها به اینترنت در مکانهای امنی مانند خانه و محل کار و رایانه در خانه و محل کار، میزان تجربهٔ بالا در استفاده از رایانه و اینترنت در پاسخ‌دهندگان و فراوانی تکرار استفاده از اینترنت، احساس خودکارآمدی و راحتی در استفاده از این سامانه‌ها و

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

باور قوی در رسیدن به نتایج مورد نظر، همراستای این عامل وجود داشته که توانسته تأثیر منفی اضطراب و دلواپسی را خنثی کند.

نتایج حاصل از بررسی داده‌ها نشان می‌دهد که انتظار نتیجه از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی بر پذیرش به واسطه تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی تأثیر مثبت دارد، پس فرضیه هشتم تأیید شد. مطالعات زیادی وجود دارند که از نتایج حاصل از این فرضیه به صورت غیر مستقیم پشتیبانی می‌کنند (مانند وو و چن، ۲۰۰۵؛ هانگ و دیگران، ۲۰۰۶؛ شائو و گوپتا، ۲۰۰۷؛ هانگ و دیگران، ۲۰۰۹؛ لو و دیگران، ۲۰۱۰؛ اوزکان و کانات، ۲۰۱۱؛ الهجران و دیگران، ۲۰۱۵؛ رانا و دیودی، ۲۰۱۵؛ بهراد، ۱۳۹۴؛ بمانیان و غفرانی، ۱۳۹۰؛ غفاری، حری، غلامی، ۱۳۹۰). رانا و دیودی در سال ۲۰۱۵ در پژوهش خود که به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش سیستم رسیدگی به شکایات برخط پرداخته بود و به این نتیجه رسیده بود که اگر افراد باور داشته باشند که شکایتشان از طریق سیستم ثبت شکایات به گوش مسئولان خواهد رسید، تمایل آن‌ها در استفاده از این سیستم افزایش می‌یابد و همین امر نیز منجر به افزایش میزان استفاده از این سیستم و چنین سیستم‌های دولت الکترونیک خواهد شد. در پژوهش حاضر نیز می توان به این نتیجه رسید که افزایش میزان انتظار نتیجه، بر تمایل اثر مثبتی گذاشته و همین در نهایت موجب افزایش میزان پذیرش سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی شده است.

بررسی فرضیه نهم نشان می‌دهد که خودکارآمدی نیز به عنوان متغیر میانجی‌گر دیگری بر پذیرش یا پذیرش به واسطه تمایل به سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی اثر دارد. مطالعات اندکی به بررسی این رابطه غیرمستقیم پرداختند (مثلاً یه و دیگران، ۲۰۰۶؛ سیال و پیجپر، ۲۰۰۴؛ توحیدنیا و موسیخانی، ۲۰۱۰؛ فورتلند،۲۰۱۲؛ رانا و دیودی، ۲۰۱۵). رانا و دیودی (۲۰۱۵) عنوان کردند که باور دارند درک مثبت افراد نسبت به توانایی‌هایشان در استفاده از یک سیستم، قویاً موجب بهبود علاقه و تمایل آن‌ها برای استفاده از سیستم می‌شود. در پژوهش حاضر نیز می‌توان به این نتیجه رسید که افزایش میزان خودکارآمدی در افراد بر پذیرش به واسطه افزایش علاقه احساسات مثبت افراد در استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی اثر دارد.

در ادامه پیشنهاداتی کاربردی برای سیاست‌گذاران، مقامات دولتی و توسعه‌دهندگان سیستم ارائه می‌شود: ۱) گرچه ارتباط بین نفوذ اجتماعی و پذیرش معنی‌دار است ولی آنقدر قوی نیست. این نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران نیاز به توجه کافی و مناسب به انتخاب و جلب حمایت افراد (یا به اصطلاح قهرمانانی در منطقه) دارند که افراد مهم اطراف خود را به استفاده از این سیستم تشویق کنند. پیشنهاد می‌شود به این افراد آموزش و آگاهی کافی داده شود تا دانش خود را به جامعه و صنفی که به آن تعلق دارند منتقل کنند. ۲) خودکارآمدی نیز عامل مهمی است، پیشنهاد می‌شود دولت ابتکاراتی به خرج دهد که خودکارآمدی مؤدیان را بهبود بخشد، برای

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

رسیدن به این هدف، طراحان سیستم‌های دولت الکترونیک باید مطمئن گردند که تسهیلات و امکانات کافی برای کاربرانِ اینگونه سیستم‌ها در داخل سیستم وجود دارد.۳) تبلیغات بی جا و زیاد نیز ممکن است تأثیر منفی در مؤدیان داشته باشد. سازمان امور مالیاتی می‌تواند به جای بمباران گسترده از طریق تبلیغات یک‌نواخت و بی‌اثر، با ارسال پیام‌های الکترونیکی ساده نیز، مؤدیان را از وضعیت مالیاتی خود و هر آن‌چه که به تصمیم‌گیری مؤدی کمک می‌کند مطلع سازند و از این طریق نگرش مثبت مؤدیان را نسبت به مالیات الکترونیکی تقویت کنند. ۴) به علاوه برای افزایش حس خودکارآمدی در استفاده از خدمات برخط مالیاتی در مؤدیان دولت می‌تواند از ابتدا که افراد تحصیلات دانشگاهی خود را شروع می‌کنند به آن‌ها آموزش استفاده از خدمات برخط دولت الکترونیک بدهد. تحقیقات آتی می‌توانند از متغیرهای دیگری چون سهولت استفاده درک شده، اعتماد و شرایط تسهیل‌کننده یا امنیت اینترنت و حریم خصوصی بر پذیرش نیز استفاده کنند. به علاوه، این تحقیق از متغیرهای تعدیل‌گری چون عوامل جمعیت‌شناختی و تجربه استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی در پذیرش این سامانه‌ها استفاده نکرده است و پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی اثرات عواملی چون جنسیت، سن، تحصیلات، تجربه استفاده و... در نظر گرفته شود. به ویژه اثر تجربه بر میزان اضطراب در استفاده از سامانه‌های عملیات الکترونیک مالیاتی یا سامانه‌های مشابه مربوط خدمات دولت الکترونیک مورد بررسی قرار گیرد.

گرچه این مطالعه به بررسی عوامل مؤثر برگرفته از تئوری شناختی- اجتماعی بر پذیرش پرداخته است ولی از محدودیتهایی نیز برخوردار بوده است: ۱) انتخاب افق زمانی به صورت مقطعی را می‌توان از محدودیت‌های پژوهش حاضر دانست. ۲) این مطالعه از نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس استفاده کرده است و بدین منظور نتایج مورد نظر قابل تعمیم به دیگر سازمان‌ها در دیگر شهرهای کشور نمی‌باشد.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

فهرست منابع

۱. اسکندری، م.، اکبریان، ر. (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر پذیرش اظهارنامه مالیاتی الکترونیکی در ایران (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی استان قزوین)، پژوهشنامه مالیات، ۱۱(۵۹)، ۲۲۱-۲۴۲.

۲. اسماعیلی، ح.، تاج فر، الف. (۱۳۹۳). چالش‌های مدیریتی پروژه کارت هوشمند ملی از منظر اقبال عمومی شهروندان عوامل مؤثر بر افزایش پذیرش شهروندان از کارت هوشمند ملی. مقاله ارائه شده به اولین کنفرانس ملی چالش‌های مدیریت فناوری اطلاعات در سازمان‌ها و صنایع. بازیابی شده از:

http://www.civilica.com/Paper-CITMC01-CITMC01_107.html.

۳. بمانیان، م.، رضایی‌فر، ف. (۱۳۸۸). دولت الکترونیک رویکردی در جهت سازگاری بستر ارتباطی شهروندان با سازمان‌های عمومی و دولتی از طریق تکنولوژی. مقالهٔ ارائه شده به دومین کنفرانس بین المللی شهرداری الکترونیکی. بازیابی شده از:

http://www.civilica.com/Paper-EMUN02-EMUN02_076.html.

۴. بهراد، آ. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش مالیات الکترونیکی بر مبنای ادغام مدل تئوری پذیرش و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در اداره کل امور مالیاتی شهرستان شهرکرد. پژوهشنامه مالیات، ۲۷(۷۵)، ۱۶۷-۱۹۱.

۵. پورباقری، م.، خطیب زاده، م. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش خدمات الکترونیکی دفاتر پیشخوان دولت به عنوان کانال خدمات در مشهد. مقاله ارائه شده به بیست و نهمین کنفرانس بین المللی برق. بازیابی شده از:

.http://www.civilica.com/Paper-PSC29-PSC29_127.html.

۶. حقیقی نسب، م.، قاسمی، س.، ترکمان، م.، قاسمی، ع. (۱۳۹۴). شناسایی عوامل تأثیرگذار بر پذیرش خدمات دولت الکترونیک از دیدگاه شهروندان مورد پژوهی: دفاتر پیشخوان دولت در شهر تهران. مدیریت بازرایابی، ۱۰(۲۷)، ۱۰۱-۱۲۱.

۷. رجب زاده، م. (۱۳۹۰). تأثیر عوامل مؤثر بر پذیرش دولت الکترونیک از سوی کاربران با استفاده از الگوی UTAUT. پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد.

۸. عطایی چرمی، م.، فکور ثقیه، ا. م. (۱۳۹۴). بررسی نقش ویژگیهای نوآوری خدمات بانکی به قصد استفاده مشتری. مقاله ارائه شده در سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری. بازیابی شده از:

http://www.civilica.com/Paper-MOCONF03-MOCONF03_511.htmL.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

۹. غفاری، پ.، حری، م.، غلامی، ب. (۱۳۹۰). بررسی نقش اعتماد الکترونیک و هنجار ذهنی در پذیرش وب سایت تجارت الکترونیک توسط مشتریان (مطالعه موردی شرکت قطارهای مسافربری رجاء). مدیریت بازاریابی، ۱۲، ۶۳-۷۹.

۱۰. نمامیان، ف.، براتی، ا. (۱۳۹۳). ارائه مدل کاربردی پذیرش اظهارنامه مالیاتی الکترونیکی (مطالعه موردی مؤدیان مالیاتی اداره کل امور مالیاتی استان کرمانشاه). مقاله ارائه شده در کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱. بازیابی شده از:

http://www.civilica.com/Paper-ICMNG01-ICMNG01_488.html.

11. Ahmad, M. O., Markkula, J., & Oivo, M. (2013). Factors Affecting E-government Adoption in Pakistan: a Citizen's Perspective. Transforming Government: People, Process and Policy, 7(2), 225-239. doi: 10.1108/17506161311325378.
12. Ajzen, I. (1991). Theories of Cognitive Self-regulation. The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211. doi: http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T.
13. Al-Hujran, O., Al-Debei, M. M., Chatfield, A., & Migdadi, M. (2015). The Imperative of Influencing Citizen Attitude toward E-government Adoption and Use. Computers in Human Behavior, 53, 189-203. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.025.
14. Bandura, A. (1986). Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory. Englewood Cliffs, NJ, US: Prentice-Hall, Inc.
15. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986).The Moderator–mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. Journal of Personality and Social Psychology, 51(6), 1173-1182.doi: 10.1037/0022-3514.51.6.1173.
16. Carter, L., Schaupp, L., & Evans, A. (2008). Antecedents to E-file Adoption: The U.S. Perspective. Paper Presented at the Hawaii International Conference on System Sciences, Proceedings of the 41st Annual.
17. Carter, L., Shaupp, L. C., Hobbs, J., & Campbell, R. (2011). The Role of Security and Trust in the Adoption of Online Tax Filing. Transforming Government: People, Process and Policy, 5(4), 303-318. doi: 10.1108/17506161111173568.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

18. Chau, P. Y. (2001). Influence of Computer Attitude and Self-efficacy on IT Usage Behavior. Journal of Organizational and End User Computing, 13(1), 26.
19. Chen, J. V., Jubilado, R. J. M., Capistrano, E. P. S., & Yen, D. C. (2015). Factors Affecting Online Tax Filing – An Application of the IS Success Model and Trust theory. Computers in Human Behavior, 43, 251-262. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.017.
20. Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer Self-efficacy: Development of a Measure and Initial Test. MIS Quarterly, 19(2), 189-211. doi: 10.2307/249688
21. Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340. doi: 10.2307/249008
22. Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. Management Science, 35(8), 982-1003. doi: 10.1287/mnsc.35.8.982.
23. Delone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. Information Systems Research, 3(1), 60-95. doi: 10.1287/isre.3.1.60
24. Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-year Update. Journal of Management Information Systems, 19(4), 9-30.
25. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Philosophy and Rhetoric, 10(2), 130-132.
26. Fotland, A. I. (2012). Intention to Use RFID-enabled Services: Theoretical review and case study. MSc Dissertation Bergen: NHH.
27. Hu, P. J.-H., Chen, H., Hu, H.-F., Larson, C., & Butierez, C. (2011). Law Enforcement Officers' Acceptance of Advanced E-government Technology: A Survey Study of COPLINK Mobile. Electronic Commerce Research and Applications, 10(1), 6-16. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2010.06.002.
28. Hung, S., Y., Chang, C., M., & Yu, T.-J. (2006). Determinants of User Acceptance of the E-government Services: The Case of Online Tax Filing and Payment System.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

Government Information Quarterly, 23(1), 97-122. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2005.11.005.

29. Hung, S.-Y., Tang, K.-Z., Chang, C.-M., & Ke, C.-D. (2009). User Acceptance of Intergovernmental Services: An Example of Electronic Document Management System. Government Information Quarterly, 26(2), 387-397. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2008.07.003.
30. Hussein, R., Mohamed, N., Ahlan, A. R., & Mahmud, M. (2011). E-government Application: an Integrated Model on G2C Adoption of Online Tax. Transforming Government: People, Process and Policy, 5(3), 225-248. doi: 10.1108/17506161111155388.
31. Igbaria, M., & Iivari, J. (1995). The Effects of Self-efficacy on Computer Usage. Omega, 23(6), 587-605. doi: http://dx.doi.org/10.1016/0305-0483(95)00035-6.
32. Koh, C. E., Prybutok, V. R., Ryan, S. D., & Wu, Y. (2010). A Model for Mandatory Use of Software Technologies: An Integrative Approach by Applying Multiple Levels of Abstraction of Informing Science. Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline, 13, 177-203.
33. Kurfalı, M., Arifoğlu, A., Tokdemir, G., & Paçin, Y. (2017). Adoption of E-government Services in Turkey. Computers in Human Behavior, 66, 168-178. doi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.041.
34. Liang, S. w., & Lu, H. p. (2013). Adoption of E-government Services: an Empirical Study of the Online Tax Filing System in Taiwan. Online Information Review, 37(3), 424-442. doi: 10.1108/OIR-01-2012-0004.
35. Loo, W. H., Yeow, P. H. P., & Chong, S. C. (2009). User Acceptance of Malaysian Government Multipurpose Smartcard Applications. Government Information Quarterly, 26(2), 358-367. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2008.07.004.
36. Lu, C.-T., Huang, S.-Y., & Lo, P.-Y. (2010). An Empirical Study of On-line Tax Filing Acceptance Model: Integrating TAM and TPB. African Journal of Business Management, 4(5), 800.
37. Or, C. K. L., Karsh, B.-T., Severtson, D. J., Burke, L. J., Brown, R. L., & Brennan, P. F. (2011). Factors Affecting Home Care Patients' Acceptance of a Web-based Interactive Self-management Technology. Journal of the American Medical Informatics

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

Association, 18(1), 51-59. doi: 10.1136/jamia.2010.007336.

38. Ozkan, S., & Kanat, I. E. (2011). E-Government Adoption Model Based on Theory of Planned Behavior: Empirical Validation. Government Information Quarterly, 28(4), 503-513. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2010.10.007.
39. Pramatari, K., & Theotokis, A. (2009). Consumer Acceptance of RFID-enabled Services: a Model of Multiple Attitudes, Perceived System Characteristics and Individual Traits. Eur J Inf Syst, 18(6), 541-552. doi: http://dx.doi.org/10.1057/ejis.2009.40.
40. Rana, N., Williams, M., & Dwivedi, Y. (2013). Examining Factors Affecting Adoption Of Online Public Grievance Redressal System: A Case Of India. Paper Presented at the the UK Academy For Information Systems Conference, Univercity Of Oxford.
41. Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2015). Citizen's Adoption of an E-government System: Validating Extended Social Cognitive Theory (SCT). Government Information Quarterly, 32(2), 172-181. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2015.02.002.
42. Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Williams, M. D., & Weerakkody, V. (2014). Investigating Success of an E-government Initiative: Validation of an Integrated IS success Model. Information Systems Frontiers, 17(1), 127-142. doi: 10.1007/s10796-014-9504-7
43. Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations (Fourth ed.). New York: The Free Press.
44. Sahu, G. P., & Gupta, M. (2007). Users' Acceptance of E-government: A Study of Indian Central Excise. International Journal of Electronic Government Research (IJEGR), 3(3), 1-21. doi: 10.4018/jegr.2007070101.
45. Schaupp, L. C., Carter, L., & Mc Bride, M. E. (2010). E-file Adoption: A Study of U.S. Taxpayers' Intentions. Computers in Human Behavior, 26(4), 636-644. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2009.12.017.
46. Seyal, A. H., & Pijpers, G. G. M. (2004). Senior Government Executives' Use of the Internet: A Bruneian Scenario. Behaviour & Information Technology, 23(3), 197-210. doi: 10.1080/01449290410001669978.
47. Susanto, T. D., & Goodwin, R. (2013). User Acceptance of SMS-based E-govern-

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]

ment Services: Differences between Adopters and Non-adopters. Government Information Quarterly, 30(4), 486-497. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.010.

48. Taylor, S., & Todd, P. A. (1995a). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. Information Systems Research, 6(2), 144-176. doi: 10.1287/isre.6.2.144.

49. Tohidinia, Z., & Mosakhani, M. (2010). Knowledge Sharing Behaviour and its Predictors. Industrial Management & Data Systems, 110(4), 611-631. doi: 10.1108/02635571011039052.

50. Tsai, M.-T., & Cheng, N. C. (2010). Programmer Perceptions of Knowledge Sharing Behavior under Social Cognitive Theory. Expert Systems with Applications, 37(12), 8479-8485. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2010.05.029.

51. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly, 27(3), 425-478.

52. Verkijika, S. F., & De Wet, L. (2018). E-government Adoption in Sub-saharan Africa. Electronic Commerce Research and Applications, 30, 83-93. doi: https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.012.

53. Wang, Y.-S. (2003). The Adoption of Electronic Tax Filing Systems: an Empirical Study. Government Information Quarterly, 20(4), 333-352. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2003.08.005.

54. Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social Cognitive Theory of Organizational Management. Academy of Management Review, 14(3), 361-384.

55. Wu, I.-L., & Chen, J.-L. (2005). An Extension of Trust and TAM Model with TPB in the Initial Adoption of on-line tax: An empirical study. International Journal of Human-Computer Studies, 62(6), 784-808. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhcs.2005.03.003.

56. Ye, S., Chen, H., & Jin, X. (2006). An Empirical Study of What Drives Users to Share Knowledge in Virtual Communities. In J. Lang, F. Lin, & J. Wang (Eds.), Knowledge Science, Engineering and Management: First International Conference, KSEM 2006, Guilin, China, August 5-8, 2006. Proceedings (pp. 563-575). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2024-03-28]