-- Journal of Tax Research --
Volume 34, Issue 70, Summer 2026, 137-168
taxjournal.ir
DOI:/

Iranian National Tax Administration

Modelling Customer Expectation Fulfillment through Intelligent Information Systems (A Case Study of the Taxpayer Platform)

Fahime Poorhasan PhD Student, Department of Business Administration, ToH.C., Islamic Azad University, Torbat-e Heydarieh, Iran.

Ali Hosseinzadeh* Assistant Professor, Department of Business Administration, ToH.C., Islamic Azad University, Torbat-e Heydarieh, Iran.

Vahid Sanavi Garosin Assistant Professor, Department of Business Administration, Boj.C., Islamic Azad University, Bojnord, Iran.

Abstract

Digital transformation in the tax system, as one of the strategic imperatives of the contemporary economy, can play a pivotal role in enhancing transparency, reducing tax evasion, and advancing social justice. In Iran, the implementation of the Law on the Terminals of Sales and the Taxpayer System has further underscored the need for a comprehensive model for managing customer expectations within the context of intelligent tax systems. Accordingly, this study aimed to design and explicate a model for fulfilling customer expectations through the intelligentization of information systems, with a particular focus on the Iranian Taxpayer System. The study adopted a qualitative research approach using thematic analysis as its research strategy. Data were collected through semi-structured interviews with eight managers from the General Department of Taxation and four university professors specializing in marketing management, public administration, and financial management. Participants were selected using snowball sampling, and data collection continued until theoretical saturation was reached. The findings revealed that customer expectations can be conceptualized through four overarching themes: intelligent processes, intelligent tax services, government performance, and taxpayer performance, encompassing 17 organizing

* Corresponding Author: 0943331862@iau.ir
How to Cite: Poorhasan, F., Hosseinzadeh, A., & Sanavi Garosin, V. (2026). Modelling customer expectation fulfillment through intelligent information systems (A Case Study of the Taxpayer Platform). *Journal of Tax Research,* 34(70), 137-168.

Original Research
Received: 29/07/2025 Accepted: 25/02/2026
e-ISSN: 2717-1817 p-ISSN: 2251-64-84

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

themes, including information transparency, rapid responsiveness, security and privacy, a favorable user experience, tax justice, and the enhancement of tax culture. The principal contribution of this study lies in developing a theoretical and practical framework for modeling customer expectations within intelligent tax systems, thereby contributing not only to the enrichment of the academic literature but also to the formulation of important policy implications. Based on the findings, it is recommended that tax policymakers focus on developing data-driven infrastructures, strengthening system security and transparency, and enhancing taxpayer education to facilitate the sachievement of the broader objectives of the country's economic system.

Introduction

Contemporary research underscores that in today's dynamic market, shaped by the proliferation of information technology within organizations, the pursuit of robust infrastructures, including sophisticated information systems, presents a strategic challenge. Throughout various periods, managers have endeavored to glean pertinent insights from their systems through the implementation of diverse information systems (Yuan et al., 2021). Organizations have come to recognize that incremental, superficial changes are no longer sufficient to address their challenges; fundamental, infrastructural transformations are imperative for organizational survival (Hosseini & Aghaei, 2022). In this context, "intelligence" is not merely a tool, product, or system, but a novel approach to organizational architecture. It emphasizes the rapid analysis of information to facilitate precise and intelligent business decisions in minimal time—a crucial solution for modern organizations (Nguyen et al., 2021). Information systems, particularly tax systems within governmental bodies, hold significant importance. However, despite the necessity of taxes in addressing issues such as non-cooperation in public goods provision, market failure control, and the right to social equality through resource allocation, the provision of public services often faces challenges and difficulties (Nakiyimba, 2024). The primary goal of taxation is to promote economic growth and efficiency, while the allocation of resources and provision of valuable public services, especially in health and education, are vital for achieving social justice and economic equity but have been neglected (Bakhshi et al., 2023). Furthermore, satisfaction stems from fulfilling customer needs and expectations. Merely meeting customer needs does not guarantee satisfaction; customers perceive it as their minimum entitlement. Satisfaction arises when customer expectations are also addressed (Gronroos, 2022). Therefore, research in the domain of sales terminals and taxpayer systems in Iran is of paramount importance, given the substantial positive impacts observed in other countries. Building upon these premises, this research seeks to investigate the optimal model for meeting customer expectations through the intelligent automation of information systems.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

Methodology

This research employed a qualitative research method, specifically thematic analysis. Participants included eight managers from the General Department of Taxation and four university professors holding doctoral degrees in marketing management, public administration, and financial management. Interviews were conducted until theoretical saturation was achieved. A purposive and snowball sampling method was utilized. To ensure data reliability, Cohen's Kappa coefficient was used to assess inter-coder agreement. For this study, 15% of the interviews coded by the researcher were provided to an expert for evaluation. The results of the coding by the two researchers indicated a Kappa coefficient of 0.798, calculated using SPSS software. Given that this value exceeds 0.6 and the significance level is less than 0.05, the hypothesis of independence of extracted codes is rejected, confirming the interdependence of the codes. The characteristics of the experts as qualitative participants are detailed below.

Findings

The research findings encompassed four overarching themes: expectations of intelligent processes, expectations of intelligent tax services, expectations of government performance, and expectations of taxpayer performance. Additionally, seventeen organizing themes were identified, including optimized taxpayer portfolios, direct tax processing, indirect tax processing, outputs, rapid responsiveness, information transparency and accuracy, accessibility, pleasant user experience, security and privacy, education and awareness, upgradeability and updates, taxpayer relationship management, social welfare, economic welfare, tax justice, customer satisfaction, and promotion of taxpayer culture.

Conclusion

This research aimed to design and explicate a model for fulfilling customer expectations based on the intelligent automation of information systems within the tax system. The findings suggest that meeting customer expectations in this domain has broad dimensions and is not limited to improving tax processes. Rather, it requires attention to the expectations of various stakeholders, including taxpayers and the government, in areas such as intelligent processes, intelligent tax services, government performance, and taxpayer performance. Specifically, the results indicate that taxpayers and other stakeholders expect intelligent information systems to facilitate tax affairs by providing optimized portfolios, rapid and accurate processing of direct and indirect taxes, and reliable outputs. Furthermore, these systems are expected to enhance customer satisfaction through rapid responsiveness, information transparency, easy accessibility, and a pleasant user experience. Other aspects such as security and privacy, education and awareness, and upgradeability are also identified as key factors in meeting

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

customer expectations. Ultimately, this model emphasizes that the intelligent automation of information systems in the tax system is not merely a technical tool but a comprehensive approach that can improve taxpayer relationship management, enhance social and economic welfare, achieve tax justice, increase customer satisfaction, and promote a positive tax culture in society. Therefore, tax organizations should consider these dimensions and meet the expectations of various stakeholders when designing and implementing intelligent information systems.

Keywords: Customer Expectations, Intelligentization, Information Systems.

JEL Classification: H20, H26, H83, O33.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

-- مجله علمی، پژوهشنامه مالیات --
شماره ۷۰، دوره ۳۴، تابستان ۱۴۰۵، ۱۳۷-۱۶۸
taxjournal.ir
DOI:

مقاله پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۰۷
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۰۶
p-ISSN: ۲۲۵۱-۶۴-۸۴
e-ISSN: ۲۷۱۷-۱۸۱۷

طراحی مدل تأمین انتظارات مشتری مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی (مورد مطالعه: سامانه مودیان مالیاتی)

فهیمه پورحسن دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

علی حسین‌زاده* استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

وحید ثانوی گروسیان استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران.

چکیده

تحول دیجیتال در نظام مالیاتی به‌عنوان یکی از الزامات راهبردی اقتصاد معاصر، می‌تواند نقشی اساسی در ارتقای شفافیت، کاهش فرار مالیاتی و تحقق عدالت اجتماعی ایفا کند. در ایران نیز با اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان، ضرورت ارائه مدلی جامع برای مدیریت انتظارات مشتریان در بستر سامانه‌های مالیاتی هوشمند بیش از پیش برجسته شده است. این پژوهش با هدف طراحی و تبیین مدلی برای تأمین انتظارات مشتریان مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی و با تمرکز بر سامانه مؤدیان مالیاتی انجام شده، رویکرد تحقیق کیفی و استراتژی آن تحلیل مضمون بوده است. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۸ مدیر اداره کل مالیات و ۴ استاد دانشگاه در حوزه‌های مدیریت بازاریابی، مدیریت دولتی و مدیریت مالی گردآوری شد. نمونه‌گیری به شیوه گلوله‌برفی و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. یافته‌ها نشان دادند که انتظارات مشتریان در چهار مضمون فراگیر شامل فرآیند هوشمند، خدمات مالیات هوشمند، عملکرد دولت و عملکرد مؤدیان و ۱۷ مضمون سازمان‌دهنده از جمله شفافیت اطلاعات، قابلیت پاسخ‌گویی سریع، امنیت و حریم خصوصی، تجربه کاربری مطلوب، عدالت مالیاتی و ارتقای فرهنگ مالیاتی قابل تبیین است. نوآوری پژوهش در ارائه چارچوبی نظری و عملی برای مدل‌سازی انتظارات مشتریان در بستر سامانه‌های مالیاتی هوشمند است که علاوه بر غنای ادبیات علمی، پیامدهای سیاستی مهمی دارد. بر اساس نتایج، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران مالیاتی با تمرکز بر توسعه زیرساخت‌های داده‌محور، ارتقای امنیت و شفافیت سامانه‌ها و آموزش مؤدیان، زمینه تسهیل دستیابی به اهداف کلان نظام اقتصادی کشور را فراهم سازند.

کلیدواژه‌ها: انتظارات مشتری، هوشمندسازی، سامانه‌های اطلاعاتی.

طبقه‌بندی JEL: H20, H26, H83, O33 .

* نویسنده مسئول: iau.ir@0943331862

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

مقدمه

امروزه تحقیقات نشان داده است که رشد فناوری اطلاعات در سازمان‌ها و تمایل سازمان‌ها به برخورداری از زیرساخت های توانمند از جمله سیستم‌های اطلاعاتی، از چالش‌های استراتژیک آنها بوده، به نحوی که در طی دوره‌های گوناگون، مدیران با پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی مختلف در سازمان، سعی در کسب اطلاعات مناسب از سیستم‌های خود داشته‌اند (Yuan et al., 2022, 545).

در همین راستا هوشمندی، نه به عنوان یک ابزار یا یک محصول و یا حتی سیستم، بلکه به عنوان یک رویکرد جدید در معماری سازمانی بر اساس سرعت در تحلیل اطلاعات به منظور اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند کسب و کار در حداقل زمان ممکن به عنوان راهکاری برای سازمان‌های امروزی با توجه به تغییرات محیطی مطرح شده است (Nguyen et al., 2021, 1623). البته دیجیتالی شدن، نحوه عملکرد سازمان‌های مالیاتی را نیز تغییر داده و منجر به بهبود کارآیی فرآیندهای مؤدیان نیز شده است (Gupta, & Jalles, 2022). با توجه به رشد سریع فناوری‌های نوین، مطالعات اخیر نشان داده‌اند که هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی تأثیر چشمگیری بر سیاست‌ها و ابزارهای مالیاتی داشته است (Li & Hu, 2025, 87; Sonnerfeldt, 2025, 154).

ظهور اقتصاد دیجیتال به عنوان یک مثال، چالش‌های جدیدی را برای مسئولین مالیاتی ایجاد کرده است، زیرا سیستم‌های مالیاتی سنتی ممکن است پاسخ‌گوی نیازهای امروز و آینده نباشند (Vaddadi et al., 2018, 82).

تحقیقات نشان داده است که رفتار اجتناب از مالیات پدیده‌ای فراگیر است که پیامدهای قابل توجهی برای دولت‌ها، اقتصادها و افراد دارد. موفقیت در پرداخت مالیات و ترک اجتناب مالیاتی مستلزم پرداختن به توسعه شخصی، هدایت پویایی تیم، درک و کار در درون یا پیرامون هنجارهای اجتماعی-فرهنگی، و تسلط بر مهارت‌های عملیاتی خاص است (Akbari et al., 2026, 123).

در سامانه‌های اطلاعاتی هدف اولیه از اخذ مالیات، ترویج رشد اقتصادی و کارایی است، درحالی‌که تقسیم منابع و ارائه خدمات عمومی و ارزشمند، به ویژه در زمینه‌های سلامت و آموزش، برای تحقق عدالت اجتماعی و انصاف اقتصادی نیز اهمیت دارد که مغفول مانده است. همچنین رضایت، نتیجه تأمین نیازها و انتظارات مشتریان است. اما صرفا برطرف شدن

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

نیاز مشتریان رضایت آنان را به دنبال نخواهد داشت. بلکه مشتریان آن را به عنوان حداقل خواسته خود می‌دانند. رضایتمندی هنگامی رخ می‌دهد که علاوه بر تأمین نیازها، به انتظارات مشتریان نیز پاسخی داده شود (Gronroos, 2022, 12).

در همین راستا اجرای یك برنامه دقیق در زمینه هوشمندسازی سامانه‌های مالیاتی می‌تواند رضایت و خشنودی مودیان را به دنبال داشته باشد، این در حالی است که اگر همان فعالیت به صورت اجبار صورت پذیرد، نارضایتی و حتی رفتارهای مخرب دیگر را می‌تواند به دنبال داشته باشد (Nguyen et al., 2021, 23).

تاکید بر مالیات‌ستانی مبتنی بر اطلاعات شفاف و قابل استناد و بهره‌گیری از ابزارهای ثبت معاملات و سامانه‌های اطلاعاتی به دنبال برقراری یک نظام مالیات‌ستانی هوشمند، استقرار عدالت مالیاتی وافزایش رضایتمندی مودیان و فعالان اقتصادی در کشور است که پیامد حل مسئله تحقیق است. تجربه کشورهای مختلف در اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان نشان داده است که این رویکرد احتمالا می‌تواند در تسهیل دستیابی به پیامدهای سیاستی مهمی همچون کاهش فرار مالیاتی، افزایش درآمدهای پایدار دولت، و تقویت عدالت مالیاتی موثر باشد (Taing & Chang, 2023, 62-73). از جمله کارها و ظرفیت‌های مؤثر قانونی در این زمینه «قانون» پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان است که در مهرماه سال ۱۳۹۸ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده و اکنون با راه‌اندازی سامانه مؤدیان در سازمان امور مالیاتی، زمینه لازم برای اجرای مؤثر این قانون در کشور فراهم آمده است (https://tax.gov.ir).

درخصوص اهمیت و ضرورت انجام تحقیق از حیث کاربردی بیان می‌شود که در سال‌های اخیر تأثیر فناوری بر سیاست‌ها و بسترهای مالیاتی به شدت محسوس بوده است. فناوری دیجیتال، از جمله سیستم‌های پرداخت الکترونیکی، نه تنها هزینه جمع‌آوری مالیات را کاهش داده، بلکه امکان گسترش پایه‌های مالیاتی را با شناسایی و نظارت بر مؤدیان مالیاتی بهبود بخشیده است (Gupta & Jalles, 2022).

قانون مربوط به پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان در سایر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه نیز با عناوین و اهداف مشابهی تصویب و اجرا شده است و اجرای این قوانین دستاوردهای قابل توجهی را برای آن کشورها در حوزه افزایش رضایت فعالان اقتصادی و آحاد جامعه، کشف معاملات پنهان و جلوگیری از فرار مالیاتی، کاهش اقتصاد سایه، افزایش درآمدهای مالیاتی و برقراری عدالت مالیاتی به دنبال داشته است. از جمله این کشورها می‌توان

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

به جمهوری کره (۲۰۰۵)، اسلواکی (۲۰۰۸)، سوئد (۲۰۱۰)، پرتغال (۲۰۱۲)، کانادا (۲۰۱۳)، مجارستان (۲۰۱۴)، بلژیک (۲۰۱۴)، اتریش (۲۰۱۶)، اسلووانی (۲۰۱۶)، جمهوری چک (۲۰۱۶)، روسیه (۲۰۱۷)، نروژ (۲۰۱۷)، ایتالیا (۲۰۱۷) و هند (۲۰۲۱) اشاره کرد. از جمله کشورهای با سابقه در حوزه اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی، کشور کره جنوبی است که طراحی سیستم و تهیه پیش‌نویس قانون مربوط به پایانه‌های فروشگاهی را از سال ۲۰۰۱ آغاز کرده و تصویب این قانون را در سال ۲۰۰۴ به انجام رسانده است. تاریخ لازم‌الاجرا شدن این قانون در کره جنوبی به سال ۲۰۰۵ بر می‌گردد (Taing & Chang, 2023, 62-73).

بررسی تجارب بین‌المللی نشان می‌دهد که در بسیاری از کشورهایی که از نظر ساختار اقتصادی و نهادی با ایران شباهت دارند، استقرار سامانه‌های مالیاتی هوشمند صرفاً با اتکا بر فناوری، نتوانسته است به تحقق اهداف مورد انتظار منجر شود. نتایج مطالعات انجام‌شده در کشورهایی نظیر هند، ترکیه و آفریقای جنوبی حاکی از آن است که تمرکز غالب سیاست‌گذاران بر کارکردهای نظارتی، کنترلی و افزایش تمکین مالیاتی بوده و ابعاد مرتبط با انتظارات مؤدیان مالیاتی، از جمله شفافیت فرآیندها، سهولت تعامل با سامانه و عدالت ادراک‌شده، کمتر به‌صورت نظام‌مند مورد توجه قرار گرفته است (OECD, 2020).

در مقابل، برخی کشورها با ساختارهای اقتصادی در حال گذار مانند مالزی و اندونزی، با اتخاذ رویکردی تلفیقی در طراحی سامانه‌های مالیاتی الکترونیکی، تلاش کرده‌اند هم‌زمان با توسعه زیرساخت‌های هوشمند، انتظارات کاربران نهایی را نیز در فرآیند طراحی و پیاده‌سازی سامانه‌ها لحاظ نمایند. نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که توجه به مؤلفه‌هایی نظیر تجربه کاربری، پاسخ‌گویی سامانه و اعتماد ادراک‌شده، نقش بسزایی در افزایش پذیرش سیستم و تمکین داوطلبانه مؤدیان داشته است (Gronroos, 2016, 27). به‌عنوان نمونه، ترکیه و کشورهای مشابه با توسعه سامانه‌های دولت الکترونیک توانسته‌اند شکاف میان انتظارات و ادراک شهروندان را کاهش دهند (Al-Debei & Al-Lozi, 2014, 35). در مالزی، استفاده از مدل‌های کیفیت خدمات نظیر SERVQUAL در بخش بانکداری موجب ارتقای رضایت مشتریان و بهبود عملکرد سازمان‌های مالی شده است (Amin & Isa, 2008). همچنین، کشوری مثل مصر با پیاده‌سازی سیستم‌های هوشمند خدمات شهری تجربه‌های ارزشمندی در پاسخ‌گویی به انتظارات شهروندان به مروز زمان کسب کرده است (ElKheshin & Saleeb, 2016). افزون بر این، امارات متحده عربی با تمرکز بر تحول دیجیتال و طراحی

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

خدمات مشتری‌محور توانسته است رضایت و اعتماد عمومی را به‌طور چشمگیری افزایش دهد (Al-Debei & Al-Lozi, 2014, 35).

در خصوص اهمیت و ضرورت تحقیق از حیث شکاف تحقیقاتی گفته می‌شود که مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد تمرکز عمده مطالعات انجام‌شده در حوزه نظام‌های مالیاتی هوشمند، بیشتر بر پیامدهای اجرایی و رفتاری استقرار این سامانه‌ها معطوف بوده است. در کنار این مطالعات، کیائی و همکاران (۱۴۰۳) با ارائه مدل حکمرانی داده در سازمان امور مالیاتی، ابعاد مدیریت داده، زیرساخت‌ها و عوامل سازمانی و مدیریتی را از مؤلفه‌های تحقق نظام مالیاتی هوشمند معرفی کرده‌اند.

همچنین ابراهیمی و همکاران (۱۴۰۲) عمدتاً به چالش‌های پیاده‌سازی سامانه مؤدیان، آثار آن بر شفافیت و رفتار مالیاتی مؤدیان پرداخته‌اند.

در مطالعات مرتبط با نگرش کنشگران و سیاست‌گذاران، توکل و حبیبی (۱۴۰۱) بیشتر بر دیدگاه‌های مدیران و ذی‌نفعان نسبت به استقرار سامانه‌های مالیاتی نوین تمرکز داشته‌اند، بی‌آنکه سازوکار مشخصی برای مدیریت و تأمین انتظارات کاربران نهایی ارائه شود.

در سطح مطالعات خارجی نیز پژوهش‌هایی نظیر نگوین و همکاران[1] (۲۰۲۱) و دسالن[2] (۲۰۲۳) بر تمکین مالیاتی، کاهش فرار مالیاتی و کارکردهای نظارتی فناوری اطلاعات تأکید کرده‌اند، در حالی که مفهوم انتظارات مشتری و نحوه تأمین آن در قالب یک مدل مفهومی مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی به‌طور مستقل و یکپارچه مورد توجه قرار نگرفته است. همچنین اگرچه برخی مطالعات در حوزه خدمات و تجربه مشتری، مانند گرونروس (۲۰۲۲)[3]، به ابعاد انتظارات و ارزش ادراک‌شده مشتری پرداخته‌اند، این تحقیقات عمدتاً در بسترهای غیر حاکمیتی و تجاری انجام شده و قابلیت تعمیم مستقیم به سامانه‌های الزام‌آور و حاکمیتی نظیر سامانه مؤدیان مالیاتی را ندارند.

با توجه به آن‌چه گفته شد پژوهش حاضر با هدف پاسخ‌گویی به این خلأ، به طراحی مدلی مفهومی برای تأمین انتظارات مشتری مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی با تمرکز بر سامانه مؤدیان مالیاتی می‌پردازد. سهم علمی این پژوهش در توسعه ادبیات نظری حوزه سیستم‌های اطلاعاتی هوشمند و مدیریت انتظارات مشتری در بخش عمومی نهفته است.

1. Nguyen et al. (2021)
2. Desalegn (2023)
3. Grönroos (2022)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

به‌طور مشخص، این پژوهش برای نخستین‌بار مؤلفه‌های هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی را در قالب مدلی یکپارچه با ابعاد انتظارات مشتری پیوند داده و از سطح تحلیل‌های رابطه‌ای فراتر رفته است.

از منظر نوآوری، پژوهش حاضر با تغییر زاویه دید از رویکرد «تمکین‌محور و فناوری‌محور» به رویکرد «مشتری‌محور و مدل‌محور»، زمینه بازتعریف نقش سامانه‌های مالیاتی هوشمند را از ابزار صرفاً نظارتی به بستری برای مدیریت انتظارات و بهبود تجربه مؤدیان مالیاتی فراهم می‌سازد.

افزون بر این، دستیابی به اهداف پژوهش نقش مهمی در حوزه سیاست‌گذاری مالیاتی ایفا می‌کند؛ به‌گونه‌ای که مدل پیشنهادی می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران نظام مالیاتی در طراحی، بازطراحی و بهبود سامانه مؤدیان مالیاتی با تمرکز بر انتظارات واقعی مؤدیان کمک نماید. این امر ضمن افزایش پذیرش سیستم و کاهش مقاومت کاربران، می‌تواند به بهبود اثربخشی سیاست‌های مالیاتی، ارتقای اعتماد عمومی و تحقق اهداف نظام مالیاتی هوشمند منجر شود.

با توجه به آنچه گفته شد این تحقیق به دنبال آن است که بررسی کند مدل مطلوب تأمین انتظارات مشتری مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی چگونه است؟

مبانی نظری

مبانی نظری در این تحقیق به تفکیک درخصوص انتظارات مشتری، سامانه‌های اطلاعاتی و مالیات بیان شده است.

انتظارات مشتریان

تحقیقات بازاریابی نشان می‌دهد که مشتریان دارای چندین نوع مختلف از انتظارات درباره خدمات هستند که اولین نوع آن خدمت مطلوب نامیده می‌شود. خدمات مطلوب به عنوان سطحی از خدمات که مشتری آرزوی دریافت آن را دارد، تعریف می‌شود اما همواره امکان تأمین این سطح از انتظارات وجود ندارد و بنابراین سطح پائین‌تری از انتظارات ایجاد می‌شود که خدمات مناسب (کافی) نامیده می‌شود. خدمات مناسب به عنوان سطحی از خدمت که مشتری خواهد پذیرفت، تعریف می‌شود. به عبارت دیگر این خدمات حداقل سطح عملکرد قابل قبول برای مشتری را نشان می‌دهد. سطحی از خدمت که مشتری بر مبنای تجربه خود

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

معتقد است که می‌تواند آن را به دست آورد (Kim et al., 2020, 53). مشتری از خدمات مورد نظر خود یک سری انتظارات دارد که "لاولاک و رایت[1]" آن را در سه سطح بیان داشته‌اند انتظارات ضمنی: انتظارات پایه‌ای از محصول که جزء حداقل انتظارات مشتریان است. این انتظارات مشخصاتی از محصول است که در پایین‌ترین سطح عملکرد همیشه انتظار می‌رود خدمت آن را داشته باشد و اگر آن انتظارات برآورده نشود مشتریان رضایت نخواهند داشت. انتظارات صریح: مشتری با تعیین مشخصات مورد نظر از محصول، انتظار ارائه آن را از جانب عرضه‌کننده دارد. این مشخصات به طور صریح قابل ذکر در قراردادها می‌باشد، و در صورتی که تأمین نشود، نوعی نقص قرارداد محسوب شده و نارضایتی مشتری را به همراه خواهد داشت. انتظارات نهایی: این انتظارات از محصول حتی برای خود مشتری نیز آشکار نبوده ولی عرضه‌کنندگان، محصول خود را با ارزش افزوده بیشتر و بدون درخواست مشتری در اختیار آنان قرار می‌دهند و مشتری از داشتن این ارزش افزوده، مسرور و ذوق‌زده خواهد شد (Bonfanti et al., 2023, 164-182).

به زعم صمدی و نظریان (۱۳۹۲) اندازه‌گیری و تعیین سطح رضایت مشتریان سازمان‌ها به یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران آنها بدل گشته است. موفقیت تمام سازمان‌ها و مؤسسات، اعم از تولیدی یا خدماتی، انتفاعی یا غیر انتفاعی و دولتی یا غیر دولتی، تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد که یکی از مهم ترین آنها رضایتمندی مشتریان به منظور نیل به تعالی در کسب و کار است. امروزه، تأمین رضایت مشتری یکی از الزامات اساسی نظام‌های مدیریت کیفیت و مدل‌های تعالی است. هر سازمانی از جمله سازمان امور مالیاتی کشور، خواستار ارائه خدماتی است که رضایت مشتریان را فراهم سازد. چرا که سطوح بالاتر رضایت مشتریان، منجر به ایجاد وفاداری بیشتر در آنان می‌شود (Samadi & Nazarian, 2013, 125).

سامانه‌های اطلاعاتی

انواع سامانه‌های اطلاعاتی به صورت کلاسیک به شکل یک هرم تقسیم‌بندی می‌شوند که سطح زیرین این هرم، سامانه‌های مدیریت تراکنش‌ها، لایه‌های بالاتر به‌ترتیب سامانه‌های اطلاعاتی مدیریت، سامانه‌های پشتیبان تصمیم‌گیری و در لایه بالایی هرم نیز سامانه‌های مدیریت اجرایی قرار دارد. ورودی شامل جمع‌آوری داده‌ها از محیط داخلی و خارجی است. پردازش، تولید

1. Lovelock & Wright (2002)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

اطلاعات یا به عبارتی معنی‌دار کردن اطلاعات خام ورودی را شامل می‌شود. خروجی، شامل انتقال اطلاعات پرداخته شده به افراد یا بخش‌هایی است که به این اطلاعات نیاز دارند و برای گزارش‌دهی موظف به ارائه آن هستند (Mostafavi & Hosseini, 2021, 119-120).

در مدیریت سیستم‌های نوین اطلاعاتی، مدیران می‌توانند برای سهولت در اجرای سیستم‌های اطلاعاتی به موارد ذیل توجه کنند. آنها باید لیستی از اهداف اصلی سازمان تهیه و سپس انواع اطلاعات اصلی که آنها را در رسیدن به اهداف یاری می‌رساند، جمع‌آوری کنند. بعد از آن باید سیستم‌های اطلاعات موجود را از نظر میزان صحت، قابل اعتمادبودن، سرعت، مرتبط بودن و مناسب بودن مورد تجزیه وتحلیل قرار دهند (Berkley & Gupta, 2019, 103).

اثرات اقتصادی سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی بر سازمان، طبق نظریه اقتصاد خرد این است که سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی یکی از عوامل تولید به شمار می‌آیند که به آسانی می‌توانند جانشین سرمایه و نیروی کار شوند. با بکارگیری سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی و خودکار کردن بخشی از عملیات که بیشتر به صورت دستی انجام می‌شود، به تدریج از هزینه و حجم نیروی انسانی کاسته می‌شود. بر مبنای این نظریه، شمار مدیران و کارکنان دفتری در نتیجه کاربرد (آی.اس) و (آی.تی) کاهش می‌یابد (Dźwigo, 2021, 98-117).

بر اساس دیدگاه یا نظریه داد و ستد، شرکت‌ها می‌کوشند از هزینه‌های داد و ستد و هزینه‌های تأمین منابع خود از بازار بکاهند. سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی می‌توانند با فراهم آوردن راه آسان بهره‌گیری از تأمین‌کنندگان برون سازمانی به جای بکار بردن منابع درونی از هزینه‌های تماس با بازار و داد و ستد بکاهند. طبق نظریه نمایندگی، کارفرما، عامل یا کارمند استخدام نموده تا از جانب وی کارها را انجام دهند و اختیارات محدودی نیز به آنها تفویض می‌کند. این عمل موجب پیدایش هزینه اجرای نمایندگی و هزینه نظارت بر آنها می‌شود (Cuypers et al., 2021, 111-150).

از دید جامعه شناسان، سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی به مدیران سازمان این امکان را می‌دهد تا تمرکز و یا عدم تمرکز در قدرت و تصمیمات را به صلاحدید خود و به عنوان شیوه‌های پایدار به بهترین نحو ممکن عملی سازند. بعضی از دانشمندان به ویژه مردم‌شناسان معتقدند که سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی باید با فرهنگ سازمان بخواند وگرنه پذیرفته نمی‌شود. آنگاه که پیش فرض‌های فرهنگی با واقعیت‌ها و عملکردهای سازمان‌ها بالاخص در حوزه سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی نخواند، کارکنان سازمان می‌کوشند تا واقعیت را انکار و یا نادیده بگیرند

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

و یا آنچنان دگرگون کنند که با فرهنگ آن‌ها هماهنگ شود (Lee, 2024, 791).

مالیات

مالیات یک مال اجباری یا نوعی خراج است که توسط یک سازمان دولتی به منظور تأمین هزینه‌های مختلف عمومی یا هزینه‌های دولت، به مالیات‌دهنده (یک شخص حقیقی یا شخص حقوقی) تحمیل می‌شود. عدم موفقیت در پرداخت، فرار یا مقاومت در برابر پرداخت مالیات، می‌تواند طبق قانون مجازات در پی داشته باشد. مالیات‌ها از مالیات‌های مستقیم یا غیر مستقیم تشکیل شده‌اند و ممکن است به صورت پول یا معادل کار آن پرداخت شود. از نظر اقتصادی، مالیات، ثروت را از خانوارها یا کسب و کارها به دولت منتقل می‌کند. این کار هم می‌تواند موجب رشد اقتصادی و رفاه اقتصادی و هم کاهش آن شود (Akhondi, 2022, 47).

اهداف دولت از تنظیم مالیات، افزایش درآمد برای تأمین بودجه دولت یا تغییر قیمت برای تأثیر بر تقاضا است. دولت‌ها و اجماع‌های مشابه آنها در طول تاریخ برای اجرای کارهای بسیاری از پول مالیات استفاده کردند. برخی از این موارد شامل مخارج زیرساخت‌های اقتصادی (راه‌ها، حمل و نقل عمومی، سرویس‌های بهداشتی، سیستم‌های حقوقی، امنیت عمومی، آموزش، سیستم‌های سلامت)، نظامی، تحقیقات علمی، فرهنگ و هنر، کارهای عمومی، توزیع، جمع‌آوری داده‌ها، بیمه عمومی و عملکرد خود دولت می‌شود. توانایی دولت برای افزایش مالیات را ظرفیت مالی می‌گویند (Vafadar et al., 2022, 68). در خصوص مالیات در کشورهای در حال توسعه بیان می‌شود که منابع مالی عمومی در کشورهای در حال توسعه با ظرفیت دولت و توسعه مالی به شدت مرتبط است. با توسعه ظرفیت ایالتی، ایالت‌ها نه تنها سطح مالیات را افزایش می‌دهند بلکه الگوی مالیات نیز گسترش می‌یابد. یک سیستم مالیاتی که به خوبی طراحی شده می‌تواند ضرر و زیان‌های وارد بر کارایی را به حداقل برساند و رشد اقتصادی را تقویت کند. با رعایت بهتر و پشتیبانی بهتر از موسسات مالی و دارایی‌های فردی، دولت قادر به جمع‌آوری مالیات بیشتر خواهد بود. اگرچه کشورهای ثروتمند درآمد مالیاتی بالاتری دارند، اما رشد اقتصادی همیشه به درآمد مالیاتی بالاتر منجر نمی‌شود (Davoudi, 2020).

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

پیشینه تحقیق

درخصوص پیشینه داخلی تحقیق می‌توان به تحقیق صیاد و یوسفی (۱۴۰۲) با عنوان تبیین الگوی عوامل موثر بر کیفیت خدمات در نظام مالیاتی هوشمند اشاره نمود. نتایج پژوهش نشان داده است که عوامل انسانی و عوامل زیرساختی در نظام مالیاتی هوشمند با کیفیت خدمات رابطه مستقیم و معنی‌داری دارند. همچنین نتایج حاکی از آن بود که فرهنگ مالیاتی و سیاست‌های دولتی و قوانین و مقررات با کیفیت خدمات رابطه مستقیم و معنی‌داری دارند.

پناهی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی چالش‌های اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان بر اساس گردآوری داده از سه گروه سازمان امور مالیاتی، مودیان مالیاتی و شرکت‌های معتمد مالیاتی مورد شناسایی پرداختند تا به این ترتیب بتوانند تصویر روشنی از وضعیت فعلی اجرای قانون فراهم سازند. به‌واسطه‌ی انجام این پژوهش، ۴۰ چالش اصلی اجرای قانون در ۵ گروه کلی شامل (۱) چالش‌های فنی، (۲) چالش‌های محتوایی و قانونی، (۳) چالش‌های مالی و سازمانی، (۴) چالش‌های ترفیعی و ترویجی و (۵) چالش‌های فرهنگی و اجتماعی شناسایی شد. نتایج نشان داد چالش‌های فنی از مهم‌ترین چالش‌های اجرای نظام صورت‌حساب الکترونیکی محسوب می‌شود.

ابراهیمی و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان تاثیر سامانه‌های اطلاعاتی بر تمکین مالیات بر درآمد مشاغل انجام دادند. نتایج حاکی از آن بود که در چارچوب تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، متغیرهای نگرش، عدم تقارن اطلاعاتی، ریسک‌پذیری، و هزینه تمکین مالیاتی ارتباط مستقیم و معنی‌داری با قصد عدم تمکین مالیاتی دارند. در رابطه با اثر متغیرهای نگرشی، دانش مالیاتی، سیستم مالیاتی و مقامات مالیاتی، ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد. در ارتباط با اثر هنجارها بر روی قصد عدم تمکین مالیاتی، و هنجارهای فردی، اثر معکوس و معنی‌داری مشاهده شد. در نهایت مشاهده شد که کنترل رفتاری ادراک شده اثر معناداری بر روی قصد و رفتار عدم تمکین مالیات بر درآمد مشاغل دارد.

هراتی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به واکاوی تأثیر متغیرهای اثرگذار بر تکمین داوطلبانه مودیان در راستای پیاده‌سازی قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان با تأکید بر تأثیر تقاطعی طبقات درآمدی آیین‌نامه ۹۵ قانون مالیات‌های مستقیم بر متغیر مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها پرداختند. نتایج حاصل از بررسی تأثیر متغیرهای اثرگذار بر تمایل به تکمیل مودیان مالیاتی نشان داد متغیرهای احساس انصاف و عدالت از طرف مودیان نسبت به مالیات تشخیصی، مشارکت

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

در تصمیم‌گیری‌ها، دانش فنی مودیان و آگاهی از قوانین بر تمایل به تکمین مودیان مالیاتی به قانون فوق‌الذکر در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر معناداری دارند.

توکل و حبیبی (۱۴۰۱) در پژوهشی به واکاوی کنشگران نسبت به فناوری اطلاعات در نظام مالیاتی ایران پرداختند. آنها بیان کردند که سیاست‌گذاران نظام مالیاتی، استقرار نرم‌افزار یکپارچه مالیاتی و بانک‌های اطلاعاتی مرتبط با آن را راهکاری برای پاسخ‌گویی به تمام خواسته‌های ذی نفعان این نظام می‌دانند که می‌تواند منجر به تحقق اهدافی همچون مبارزه با پولشویی، فرار مالیاتی، فساد اداری و همچنین گسترش عدالت مالیاتی و شفافیت اقتصادی شود. علاوه بر این انتظار تمامی مؤدیان تغییر در رسیدگی مالیاتی از روش سنتی به روش هوشمند مبتنی بر فناوری اطلاعات است. در این صورت برآوردهای سلیقه‌ای و شخصی ماموران مالیاتی از فرآیند تشخیص مالیات حذف خواهد شد.

درخصوص پیشینه خارجی می‌توان به تحقیق دیسالن (۲۰۲۳)[1] اشاره نمود که تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر رفتار پذیرش مالیاتی مالیات‌دهندگان با توجه به هوشمندسازی مالیاتی انجام داد. جامعه آماری مالیات‌دهندگان شهر آدیس آبابا بوده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که عادلانه بودن نظام مالیاتی، دانش و آموزش مالیاتی، جریمه‌های مالیاتی و اعتماد به سازمان مالیاتی در نتیجه استفاده از سامانه‌های مالیاتی بر سطح تمکین مالیاتی تأثیر دارند. برای اینکه مالیات‌دهندگان درک روشنی از نحوه استفاده از مالیات توسط دولت داشته باشند، اداره مالیات باید آموزش مداوم را به عهده بگیرد و ارائه دهد. علاوه بر این، اجرای دقیق جریمه‌ها و مجازات‌ها برای جلوگیری از اجتناب مالیاتی ضروری است.

گرانروس[2] (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر رعایت مالیات شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از سامانه‌های مالیاتی در شهر دیپولوگ انجام داد. در این تحقیق، شش عامل (۱) امکان بازرسی مالیاتی، (۲) نرخ مالیات، (۳) جریمه‌های مالیاتی، (۴) پیچیدگی سیاست‌های مالیاتی، (۵) هنجارهای اجتماعی و (۶) دانش مالیاتی به عنوان عوامل موثر بر پذیرش داوطلبانه مالیات شناسایی شدند. از بین عوامل شناسایی‌شده، امکان بازرسی مالیاتی، جریمه‌های مالیاتی و دانش مالیاتی بیشترین تاثیر را بر پذیرش مالیات دارند. این بدان معناست که اگر مالیات‌دهندگان در مورد قوانین مالیاتی، پرداخت‌ها و نرخ‌های مالیاتی اعمال شده در کسب و

1. Desalegn (2023)
2. Gronroos (2022)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

کار خود اطلاعات داشته باشند، رعایت آن افزایش می‌یابد. نگوین و همکاران[1] (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان تأثیر عوامل غیر اقتصادی بر رفتار انطباق داوطلبانه مالیاتی ناشی از رضایتمندی مودیان انجام داد. جامعه آماری حسابرسان ارشد شرکت‌های کوچک و متوسط در ویتنام بوده‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که امکان بازرسی و حسابرسی مالیاتی، هنجارهای اجتماعی، دانش مالیاتی، هنجارهای شخصی، درک عادلانه بودن سیستم مالیاتی و کیفیت خدمات مالیاتی تأثیر قابل توجهی بر پذیرش داوطلبانه مالیاتی شرکت‌های کوچک و متوسط در ویتنام دارد. از این میان، امکان بازرسی و حسابرسی مالیاتی قوی‌ترین تأثیر و کیفیت خدمات مالیاتی ضعیف‌ترین تأثیر را بر رفتار تمکین داوطلبانه مالیاتی این شرکت‌ها دارد.

روش تحقیق

با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش و هدف آن که شناسایی و تبیین مؤلفه‌های تأمین انتظارات مشتری در بستر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی مالیاتی است، استفاده از رویکرد کیفی و بهره‌گیری از نظرات خبرگان حوزه موضوعی ضروری تشخیص داده شد. بر همین اساس، مشارکت‌کنندگان پژوهش شامل دو گروه از خبرگان اجرایی و دانشگاهی انتخاب شدند. خبرگان اجرایی (مدیران اداره کل امور مالیاتی) به دلیل نقش مستقیم در طراحی، پیاده‌سازی و بهره‌برداری از سامانه‌های هوشمند مالیاتی و تعامل مستمر با مؤدیان، واجد تجربه زیسته مرتبط با موضوع پژوهش بودند. همچنین خبرگان دانشگاهی با تخصص در حوزه‌های مدیریت بازاریابی، مدیریت دولتی و مدیریت مالی، به‌دلیل اشراف نظری و تحلیلی بر مفاهیم انتظارات مشتری، سیاست‌گذاری عمومی و نظام‌های مالیاتی، برای تعمیق و تکمیل یافته‌های اجرایی وارد مطالعه شدند.

نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و به روش گلوله‌برفی انجام شده است و فرآیند گردآوری داده‌ها تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت؛ به این معنا که پس از انجام مصاحبه‌ها، داده جدید به مقولات موجود افزوده نشد (Guest et al., 2006, 59). جهت اعتبار داده‌ها در این تحقیق، ضریب توافق دو کدگذار با ضریب کاپا استفاده شده است. در این تحقیق (۱۵ درصد از اسناد) از مصاحبه‌هایی که محقق کدگذاری کرده، برای ارزیابی در اختیار یکی از خبرگان قرار گرفته و نتایج حاصل از کدگذاری دو محقق نشان می‌دهد که ضریب کاپای محاسبه شده توسط نرم

1. Nguyen et al. (2021)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

افزار اس پی اس اس مقدار ۰.۷۹۸ بوده است که با توجه به اینکه بیشتر از ۰.۶ است و چون عدد معنی‌دار حاصل شده برای شاخص کاپا کوچکتر از ۰.۰۵ است، فرض استقلال کدهای استخراجی رد و وابستگی کدهای استخراجی به هم تأیید می‌شود. در این مطالعه، از استراتژی تحلیل مضمون استفاده شده است که یکی از روش‌های نظام‌مند و منعطف در تحلیل داده‌های کیفی به شمار می‌آید و امکان شناسایی، کدگذاری و سازمان‌دهی الگوهای معنایی حاکم بر داده‌ها را فراهم می‌کند (Braun & Clarke, 2006).

از جمله مزایای تحلیل مضمون می‌توان به انعطاف‌پذیری مفهومی، شفافیت مراحل تحلیل و قابلیت استخراج مضامین مرتبط با سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری سازمانی اشاره کرد. با این حال، این روش به دلیل اتکای نسبی به تفسیر پژوهشگر، با محدودیت سوگیری تفسیری همراه است که در این پژوهش با استفاده از کدگذاری دوگانه و محاسبه ضریب توافق کدگذاران کنترل شده است (Guest et al., 2012, 59).

در این تحقیق مراحل انجام پژوهش به‌صورت نظام‌مند و در چند گام متوالی انجام شده است. در گام نخست، با مرور نظام‌مند ادبیات پژوهش داخلی و خارجی، چارچوب مفهومی اولیه و حوزه‌های محوری مرتبط با هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی و انتظارات مشتری شناسایی شد. در گام دوم، با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش، خبرگان حوزه مالیاتی شامل مدیران اجرایی و اساتید دانشگاهی به‌صورت نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در گام سوم، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و هم‌زمان با جمع‌آوری، فرآیند تحلیل داده‌ها آغاز شد. در گام چهارم، داده‌های حاصل با استفاده از روش تحلیل مضمون و طی مراحل کدگذاری اولیه، کدهای محوری و استخراج مضامین اصلی تحلیل شد. در نهایت، با تجمیع و تفسیر مضامین شناسایی‌شده، مدل مفهومی پژوهش در زمینه تأمین انتظارات مشتری در سامانه مؤدیان مالیاتی مبتنی بر هوشمندسازی تدوین شد.

در جدول (۱) مشخصات خبرگان به عنوان مشارکت‌کنندگان کیفی آمده است.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

جدول ۱. مشخصات مصاحبه شوندگان

ردیف	جنسیت	رشته	تحصیلات	شرح
۱	مرد	مدیریت‌بازرگانی	دکترا	مدیر سامانه مودیان مالیاتی
۲	مرد	مهندسی‌کامپیوتر	کارشناس ارشد	مدیر واحد پشتیبانی مودیان
۳	مرد	مدیریت‌بازرگانی	دکترا	کارشناس امنیت اطلاعات سامانه مالیاتی
۴	مرد	مدیریت‌بازرگانی	دکترا	مدیر توسعه نرم‌افزار/فناوری اطلاعات در سازمان امور مالیاتی
۵	زن	مدیریت‌بازرگانی	کارشناس ارشد	تحلیلگر سیستم‌های اطلاعاتی در سامانه مودیان
۶	زن	فناوری اطلاعات	دانشجوی دکترا	مسئول آموزش کاربران سامانه مودیان
۷	مرد	حسابداری	دکترا	مدیر واحد بازرسی یا حسابرسی داخلی در سازمان امور مالیاتی
۸	مرد	حسابداری	دانشجوی دکترا	کارشناس حقوقی یا تدوین مقررات مالیاتی
۹	مرد	مدیریت‌بازرگانی	دکترا	استادیار دانشگاه فردوسی مشهد
۱۰	مرد	مدیریت‌بازرگانی	دکترا	استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد
۱۱	مرد	مدیریت‌بازرگانی	دکترا	دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
۱۲	مرد	مدیریت‌بازرگانی	دکترا	استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت

منبع: مصاحبه‌های تحقیق.

در پاسخ به سئوال تحقیق که مدل مطلوب تأمین انتظارات مشتری مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی چگونه بوده است؟ محقق داده‌های ادبیات تحقیق و مصاحبه را کدگذاری کرده است. در خصوص تحلیل داده‌ها فرآیند گام به گام جهت تحلیل مضمون، عرضه شده است که شامل آشنایی با داده‌ها، ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری، تشریح و تفسیر متن و ترسیم شبکه مضامین است. یک نمونه از مرحله‌ی اولیه یعنی کدگذاری داده‌های متنی و مصاحبه‌ها به همراه منبع آن در جدول (۲) نشان داده شده است.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

جدول ۲. کدگذاری باز از داده‌های متن و مصاحبه

شاخص	متن یا مصاحبه	منبع
ثبت داده‌ها	سامانه‌ای است تحت مدیریت سازمان که در آن به هر مؤدی، کارپوشه ویژه‌ای اختصاص یافته و تبادل اطلاعات میان مؤدیان و سازمان منحصراً از طریق آن کارپوشه انجام میشود. مؤدیان میتوانند با استفاده از هرگونه سخت‌افزار یا نرم‌افزار اعم از رایانه شخصی، پایانه فروشگاهی، سامانههای ابری یا هر وسیله دیگری که حافظه مالیاتی به آن متصل شده باشد، به سامانه مؤدیان متصل شوند. مرجع نهائی ثبت، صدور و استعلام صورت‌حساب الکترونیکی، سامانه مؤدیان است.	سایت سامانه مالیاتی
ثبت داده‌ها به شکل کامل	ویژگی‌هایی که برای داده‌ها وجود دارد این است که باعث افزایش رضایت مؤدیان می‌شود، اطلاعات به شکل کامل باشد یعنی به صورتی که تمامی زوایای موضوع را در بر گیرد و با داشتن تمامی این اطلاعات جای سوء برداشت از بین برود.	نفر اول
	ورودی سامانه مودیان در خصوص اطلاعات فروش کامل است ولی در اینکه خریدها را هنوز نمی‌توان ثبت کرد ناقص است. در خصوص شرکت‌ها تقریبا ورودی‌ها شفاف است ولی در خصوص سایر اشخاص حقیقی هنوز ورودی جامع و کامل نیست. مشتری نباید در زمان ثبت داده دچار دوگانگی شود و ثبت داده زمان‌بر نباشد.	نفرششم

منبع: یافته‌های تحقیق و مصاحبه‌ها.

در مرحله‌ی بعد، پژوهشگر به تحلیل کدها پرداخته است. جدول (۳) شناخت مضامین را نشان می‌دهد.

جدول ۳. مقوله‌بندی کدهای تحقیق

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه
	کارپوشه بهینه مودیان	ورودی سامانه مودیان، ثبت داده‌ها به شکل کامل، لزوم استفاده از هوش مصنوعی در فرمت‌های حسابداری، لزوم فرآیند ارسال صورت‌حساب، امکان ثبت خرید و فروش‌های خارج از سامانه، لزوم داشتن فیلدهای اطلاعاتی کمتر و ساده‌تر، غیر تکراری بودن اطلاعات، ورود داده‌ها با کمترین هزینه، اطلاعات حداقلی و جامع، داده‌های مستدل و متقن، لزوم دقت در تفسیر ممیز در مباحث مالیاتی، ثبت صورت‌حساب‌ها و مستندات، ثبت‌نام مشمولین، ارسال کاربردهای مالیاتی
انتظار از فرآیند هوشمند	پردازش مالیات مستقیم	مالیات بر درآمد مشاغل، مالیات بر درآمد املاک و مستغلات، مالیات بر درآمد حقوق، مالیات بر درآمد اتفاقی، مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی، مالیات بر ارث، مالیات حق تمبر
	پردازش مالیات غیر مستقیم	مالیات بر واردات، مالیات بر مصرف و فروش، تأیید یا رد فاکتورها
	خروجی	صورت‌حساب الکترونیک، صورت‌حساب غیر الکترونیک، گزارش‌گیری، لزوم یکپارچگی در گزارش‌ها، همپوشانی سامانه‌ها از شناسایی، تکلیف و مهلت، برخورداری خروجی از ویژگی کاهش گمراهی و نگرانی، تولید اظهارنامه بدون اعمال تغییرات، خروجی با حفظ حق و حقوق دولت

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

مضمون‌فراگیر	مضمون‌سازمان‌دهنده	مضامین‌پایه
	قابلیت‌پاسخ‌گویی‌سریع	پاسخ‌گویی سریع، پاسخ‌دهی بهتر، برطرف کردن نیازهای مودیان، پشتیبانی آنلاین، استفاده از چت‌بات‌ها، استفاده از هوش مصنوعی، افزایش سرعت رسیدگی، سرعت بالای پاسخ‌گویی به انتظارات، سرعت خدمات با توجه به نیاز مودیان
	شفافیت و دقت اطلاعات	حداقل رساندن خطای انسانی، کاهش خطا، ورود داده‌های درست و پالایش شده، اطلاعات صحیح و قابل اتکا و غیر تکراری، اطلاعات دقیق و روشن از فعالیت‌های اقتصادی
	دسترسی‌پذیری	دسترسی آسان به اطلاعات، ساده کردن پرداخت‌ها، رابط کاربری ساده و کارآمد، دسترسی به اطلاعیه‌ها
انتظار از خدمات مالیات هوشمند	تجربه‌کاربری خوشایند	نگرش، ارزش، تفاوت‌های کلیدی، باور مشتری نسبت به ارائه خدمات، تجربه یکپارچگی از سامانه مالیات، تجربه ناخوشایند مودیان از سامانه، انتظار از دریافت خدمات مطلوب، انتظارات ضمنی، انتظارات صریح، انتظارات نهایی
	امنیت و حریم خصوصی	پروتکل‌های امنیتی پیشرفته، تصدیق هویت و دسترسی‌ها، ایجاد حس راحتی و اعتماد و امنیت، لزوم رعایت اصل محرمانگی، جلوگیری از هک شدن اطلاعات، لزوم برخورداری از گواهی امضا، بک آپ گیری از اطلاعات
	آموزش و آگاهی‌بخشی	آموزش به مودیان، آگاهی‌بخشی مداوم، آموزش به کارکنان و مجریان
	قابلیت ارتقاء و به‌روزرسانی	انعطاف‌پذیری، بروزرسانی منظم، آنلاین بودن خدمات
	مدیریت ارتباط با مودیان	مدیریت موثر در روش‌ها و فرآیند، مدیریت موثر در سیستم‌ها، ایجاد و حفظ ارتباط شخصی، مدیریت و ارزشیابی داده‌ها، ایجاد مزیت واقعی از اطلاعات استخراج شده، ارتباطات بلند مدت با مشتریان، لزوم برقراری ارتباط موثر به منظور تحقق اهداف، حفظ و ارتقای روابط سودمند درازمدت
	رفاه‌اجتماعی	ارائه خدمات اجتماعی، آبادانی کشور، کارآمدی خدمات عمومی، رفاه عمومی با مالیات‌گیری
	رفاه‌اقتصادی	دستیابی به اهداف کلان نظام اقتصادی، کاهش هزینه‌ها، افزایش بهره‌وری، تأمین مخارج زیرساخت‌های اقتصادی، تأمین مخارج دولت
انتظار از عملکرد دولت	عدالت‌مالیاتی	کشف معاملات پنهان، کاهش اقتصاد سایه، شناسایی درآمد واقعی اشخاص، افزایش سطح تمکین و درآمد مالیاتی، ردیابی پرداخت‌ها، کشف بازارهای غیر رسمی، ارتقای انضباط مالیاتی، کاهش تقلبات مالیاتی، جلوگیری از فرار مالیاتی، کشف معاملات پنهان و کاهش اقتصاد سایه، بهره‌مندی از تسهیلات مالیاتی، ارتقای عملکرد سایر ارگان‌های حاکمیتی، تحقق عدالت مالیاتی، بروز شفافیت اقتصادی، حذف سلیقه محوری

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

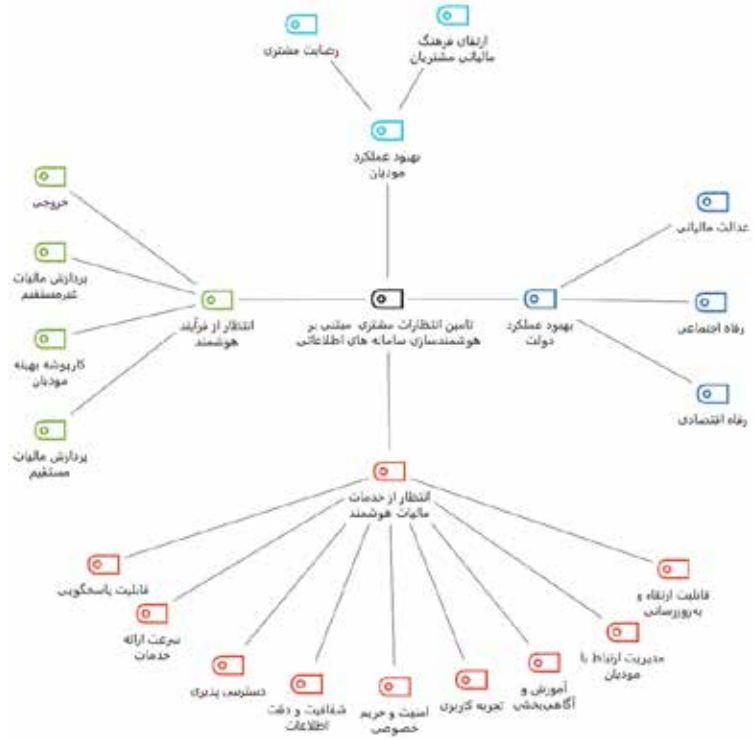
[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه
انتظار از عملکرد مودیان	رضایت مشتری	حداقل انحراف ممکن از انتظارات مشتری، رضایت از درک متفاوت بین انتظارات مشتری و عملکرد واقعی، مشارکت مودیان، ترغیب مودیان به انجام تکالیف قانونی، خشنودی مودیان، افزایش وفاداری مشتری، افزایش نگهداری مشتری، ارتباط کمتر با کارمندان امور مالیاتی، عدم مراجعه به ادارات امور مالیاتی، بهبود نگرش‌ها نسبت به خدمات مالیاتی
	ارتقای فرهنگ مالیاتی مشتریان	فرهنگ‌سازی مالیاتی، آگاهی عمومی از نتایج مثبت مالیات، اعتماد عمومی به سیاست‌های مالیاتی، تمکین مالیاتی، احساس تبعیض بین مودیان مالیاتی، نقش فناوری در فرهنگ مالیاتی، پس‌افتادگی فرهنگی در نظام مالیاتی، ضرورت سیستم مدیریتی قوی در مالیات

منبع: یافته‌های تحقیق و تحلیل مضامین.

شکل (۱) مدل مطلوب تأمین انتظارات مشتری مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی را نشان می‌دهد.

شکل ۱. مدل تأمین انتظارات مشتری مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی با نرم‌افزار مکس کیودا



منبع: سامانه‌های اطلاعاتی نرم‌افزار مکس کیودا.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق شامل ۴ مضمون فراگیر به نام‌های انتظار از فرآیند هوشمند، انتظار از خدمات مالیات هوشمند، انتظار از عملکرد دولت، انتظار از عملکرد مودیان است. همچنین ۱۷ مضمون سازمان‌دهنده به نام‌های کارپوشه بهینه مودیان، پردازش مالیات مستقیم، پردازش مالیات غیر مستقیم، خروجی، قابلیت پاسخ‌گویی سریع، شفافیت و دقت اطلاعات، دسترسی‌پذیری، تجربه کاربری خوشایند، امنیت و حریم خصوصی، آموزش و آگاهی‌بخشی، قابلیت ارتقاء و به‌روزرسانی، مدیریت ارتباط با مودیان، رفاه اجتماعی، رفاه اقتصادی، عدالت مالیاتی، رضایت مشتری، ارتقای فرهنگ مالیاتی مشتریان از دیگر یافته‌های تحقیق است.

در تبیین انتظار از فرآیند هوشمند گفته می‌شود که منظور از انتظارات مشتری یا مودیان در این تحقیق به مجموعه‌ای از خواسته‌ها، نیازها و امیدهایی اشاره دارد که مشتری از خدمات سامانه‌های اطلاعاتی مالیات انتظار دارد. به عبارت دیگر، انتظارات مشتری، تصوری است که او از تجربه خود با خدمات دارد، و این انتظارات به عوامل مختلفی بستگی دارد. پوشش انتظارات نیز به معنای برآورده شدن این آرزوها و نیازها است. در زمینه هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی در سامانه مالیاتی، این انتظارات به نحوه عملکرد و کارایی این سیستم‌ها بستگی دارد. برای مثال، مشتری (که می‌تواند مودیان مالیاتی یا کاربران سامانه مالیاتی باشد) از سامانه مالیاتی انتظاراتی مانند دقت و صحت اطلاعات، سرعت در انجام فرآیندهای مالیاتی، راحتی دسترسی به اطلاعات مالیاتی، پاسخ‌گویی به نیازهای خاص مشتری دارد. اگر این انتظارات به‌خوبی پوشش داده شوند، باعث افزایش رضایتمندی مشتری از سامانه مالیاتی خواهد شد. در این تحقیق، منظور از هوشمندسازی به زعم اولن (۲۰۲۱)[1] یعنی استفاده از تکنیکها، ابزارهای فناوری و اطلاعات به منظور مدیریت، اداره صحیح امور، ساده‌سازی فعالیت‌ها، حرفه‌ای‌تر شدن کارها و فعالیت‌ها، سرعت بخشیدن به امور، انجام صحیح امور، کاهش مصرف انرژی و بصورت کلی استفاده حداکثری از کیفیت و سرویس‌هایی که می‌توان از فناوری اطلاعات در راستای شاخص‌ها و فاکتورهای کار و زندگی از آن بهره گرفت.

در تبیین کارپوشه بهینه مودیان بیان می‌شود که کارپوشه در سامانه مودیان به یک فضای اختصاصی اشاره دارد که با مجوز از سازمان امور مالیاتی، به‌صورت مستقل به هر کاربر اختصاص پیدا می‌کند. این فضا به کاربران این امکان را می‌دهد که صورت‌حساب‌ها و مستندات مرتبط با امور مالیاتی خود را به‌صورت آنلاین ثبت کرده و ارسال نمایند. به‌طور کلی، کارپوشه در سامانه مودیان مالیاتی به بهبود فرآیندها، افزایش شفافیت و جلوگیری از مشکلات

1. Olen (2021)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

و جرایم مالیاتی کمک می‌کند. در تبیین پردازش مالیات مستقیم گفته می‌شود که مالیاتی که بر اساس میزان درآمد افراد تعیین می‌شود، مالیات مستقیم است. مالیات بر درآمد یکی از انواع مالیات مستقیم محسوب می‌شود. به زبان ساده، کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی که در کشور کسب درآمد می‌کنند، باید بخشی از درآمد خود را به‌عنوان مالیات در اختیار دولت قرار دهند. مالیات بر درآمد نوعی مالیات است که توسط دولت بر افراد و اشخاص اعمال می‌شود و بسته به درآمد و عواید پرداخت‌کننده مالیات متغیر است و عموماً مقدار این نوع مالیات برابر درصدی از درآمد قابل مالیات‌گیری است. به زعم عبداللهی‌پور (۱۳۹۶) مالیات بر درآمد حقوق نیز یکی از مالیات‌های مستقیم است که طبق ماده یک قانون مالیات‌های مستقیم، تمام افراد حقیقی و حقوقی که در داخل کشور با فعالیت اقتصادی، خدماتی و غیره درآمد کسب می‌کنند، مشمول پرداخت مالیات هستند. مالیات بر حقوق از نظر حجم، ثبات، کارایی و سهولتی که در وصول دارد از اهمیت بسزایی برخوردار است. در تبیین پردازش مالیات غیر مستقیم بیان می‌گردد که مالیات‌های غیر مستقیم صرف نظر از شرایط خریدار یا فروشنده بر معاملات اعمال می‌شود. طبق این تعریف به عنوان مثال، مالیات بر درآمد «مستقیم» و مالیات بر فروش «غیر مستقیم» است. مالیات غیر مستقیم، همان‌طور که نام آن مشخص است، به‌طور غیر مستقیم توسط دولت از افراد مختلف دریافت خواهد شد. در اصل، مالیات غیر مستقیم روی قیمت نهایی همه خدمات و کالاها اضافه می‌شود. منظور از خروجی، انتقال اطلاعات پرداخته شده به افراد یا بخش‌هایی است که به این اطلاعات نیاز دارند (Abdollahipour, 2017, 145).

یکی از خروجی‌ها، صورت‌حساب الکترونیک است که به زعم محمدی و همکاران (۱۴۰۴) صورت‌حسابی است دارای شماره منحصر به فرد مالیاتی که اطلاعات مندرج در آن، در حافظه مالیاتی فروشنده ذخیره می‌شود. مشخصات و اقلام اطلاعاتی صورت‌حساب الکترونیکی، متناسب با نوع کسب و کار توسط سازمان تعیین و اعلام می‌شود. در مواردی که از دستگاه کارت‌خوان بانکی یا درگاه پرداخت الکترونیکی به عنوان پایانه فروشگاهی استفاده می‌شود، رسید یا گزارش الکترونیکی پرداخت خرید صادره در حکم صورت‌حساب الکترونیکی است. در تبیین قابلیت پاسخ‌گویی گفته می‌شود که سامانه‌های هوشمند، پشتیبانی آنلاین خدمات مشتریان در تمامی ساعات روز دارند که ویژگی پاسخ‌گویی آن‌ها را پررنگ تر می‌کند. ضمنا استفاده از چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند برای پاسخ‌گویی سریع و مؤثر به پرسش‌ها و مشکلات مشتریان باید فراهم شود. درخصوص شفافیت و دقت اطلاعات بیان می‌شودکه سامانه مودیان مالیاتی باعث می‌شود درصد خطاهای انسانی در قسمت‌های مختلف (چه توسط مودی و چه توسط ممیز) به میزان قابل توجهی کاهش یابد. درخصوص

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

دسترسی‌پذیری بیان می‌شود که سامانه امور مالیاتی می‌تواند امکان بهبود قابل توجهی در کارایی و اثربخشی جمع‌آوری مالیات فراهم نماید و فرآیند پرداخت را برای مالیات دهندگان ساده‌تر نموده و در عین حال مداخلات کنترلی را مؤثرتر نماید. در تبیین تجربه کاربری خوشایند گفته می‌شود که تجربیات مشتریان نتیجه کیفیت محصول یا خدمت به تنهایی نیست. این تجربه باید همه مواردی را که به واسطه برند یا نام سازمان در ذهن مشتری شکل می‌گیرد شامل شود. مواردی همچون نگرش‌ها، ارزش‌ها و تفاوت‌های کلیدی می‌تواند بخشی از این تجربیات باشد (Mohammadi et al., 2025, 110).

همچنین همسان با یافته‌های کیم و همکاران (۲۰۲۰) که در تحقیق خود بیان نموده‌اند: انتظارات ضمنی از نیازهای ابتدایی در محصولات بوده که در پایین‌ترین سطح عملکرد می‌شود این انتظارات را برآورده کرد. منظور از امنیت و حریم خصوصی در سامانه مالیاتی در این تحقیق به مجموعه‌ای از تدابیر و اقدامات فنی و قانونی اطلاق می‌شود که با هدف محافظت از داده‌های حساس و اطلاعات شخصی مودیان مالیاتی در برابر دسترسی‌های غیر مجاز، سوءاستفاده‌ها و تهدیدات سایبری به‌کار گرفته می‌شود. در این زمینه، اهمیت حفاظت از داده‌های مالی و اطلاعات شخصی افراد به‌ویژه در دنیای دیجیتال و استفاده از سامانه‌های آنلاین دوچندان است (Kim et al., 2020, 53).

همچنین در تبیین آموزش و آگاهی‌بخشی گفته می‌شود مجموعه اقدامات و فرآیندهایی که با هدف ارتقاء سطح دانش و فهم مودیان (افراد و شرکت‌ها) درباره نحوه استفاده از سامانه، قوانین و مقررات مالیاتی و حقوق و تکالیف آن‌ها در سیستم مالیاتی انجام می‌شود. این اقدامات به مودیان کمک می‌کند تا به‌طور مؤثرتر و بدون اشتباه از سامانه استفاده کنند، از حقوق خود آگاه باشند و وظایف مالیاتی خود را به درستی انجام دهند. در تبیین قابلیت ارتقاء و به‌روزرسانی در سامانه مودیان مالیاتی گفته می‌شود که، توانایی سامانه برای بروزرسانی و توسعه مستمر سیستم‌ها، ابزارها و فرآیندهای خود به منظور تطابق با نیازهای جدید و تغییرات قوانین، مقررات و فناوری‌های نوین است. این قابلیت شامل اعمال تغییرات و بهبودهایی است که باعث می‌شود سامانه کارآمدتر، ایمن‌تر، و کاربرپسندتر شود. مدیریت ارتباط با مشتریان طبق یافته‌های تحقیق را می‌توان به عنوان یک استراتژی لحاظ نمود که به منظور کسب آگاهی بیشتر در مورد نیازها و رفتارهای تجاری مشتریان و برای ارتباط بیشتر و قوی‌تر با آنان استفاده می‌شود. یافته‌های تحقیق در این بخش همسان با یافته‌های هانگ[1] (۲۰۲۱) است که در تحقیق خود بیان نمود در تکنیک مدیریت ارتباط با مشتری، تکنولوژی‌های بسیاری قابل تعریف و استفاده است ولی داشتن

1. Huang (2021)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

تصویر صرفاً تکنولوژیک در مدیریت ارتباط مشتریان، کاملاً نادرست است. لذا برای درک بهتر از مدیریت روابط مشتریان، باید آن را فرآیندی دانست که برای جمع‌آوری اطلاعات مختلف از مشتریان، بخش فروش، اثر بخشی فعالیت‌های بازاریابی، سرعت عمل در پاسخ‌گویی به مشتریان و نیز تمایلات بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد (Huang, 2021, 1818). در خصوص انتظار از عملکرد دولت در سامانه مودیان مالیاتی گفته می‌شود که به کمک فناوری‌های نوین و سیستم‌های اطلاعاتی، کارایی و اثربخشی فرآیندهای مالیاتی دولت افزایش یافته است. در این راستا، دولت قادر خواهد بود تا به طور مؤثرتر و کارآمدتر منابع مالی خود را مدیریت کرده و از آن در جهت برنامه‌ریزی‌های اقتصادی، اجتماعی و توسعه‌ای بهره ببرد.

در تبیین رفاه اجتماعی و اقتصادی و عدالت مالیاتی گفته می‌شودکه از دید جامعه‌شناسان، سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی به مدیران سازمان این امکان را می‌دهد تا تمرکز و یا عدم تمرکز در قدرت و تصمیمات را به صلاحدید خود و به عنوان شیوه‌های پایدار به بهترین نحو ممکن عملی سازند. همچنین تاکید بر مالیات ستانی مبتنی بر اطلاعات شفاف و قابل استناد و بهره‌گیری از ابزارهای ثبت معاملات و سامانه‌های اطلاعاتی به دنبال برقراری یک نظام مالیات هوشمند و استقرار عدالت مالیاتی در کشور است. یافته‌های این بخش همسان با تحقیق آخوندی (۱۴۰۱) است.

در تبیین رضایت مشتری گفته می‌شودکه بدون شك رضایت مشتری یکی از موضوعات بسیار راهبردی در دهه اخیر است. اکنون که در اقتصاد جهانی مشتریان بقای شرکت را رقم می‌زنند، شرکت‌ها دیگر نمی‌توانند نسبت به انتظارات و خواسته‌های مشتریان بی‌تفاوت باشند. یافته‌ها در این بخش همسان با تحقیق محمد و تانجل[1] (۲۰۲۳) است که بیان کرده‌اند شرکت‌ها باید همه فعالیت‌ها و توانمندی‌های خود را متوجه رضایت مشتری کنند. چرا که تنها منبع برگشت سرمایه، مشتریان هستند. در تبیین فرهنگ مالیاتی گفته می‌شود برای اینکه مردم به رسالت مالیات در توسعه و آبادانی کشور اعتقاد پیدا کنند نیاز به فرهنگ‌سازی است. اهمیت فرهنگ‌سازی در این است که مردم بدانند درآمدهای مالیاتی، بهترین و سالم‌ترین منابع درآمدی دولت‌ها برای رسیدن به اهداف اجتماعی و اقتصادی محسوب می‌شود. اما اشاعه فرهنگ پرداخت مالیات در جامعه، نیاز به سرمایه‌گذاری وآگاهی دادن به مردم در خصوص نتایج و آثار مثبت آن دارد.

1. Mohammed & Tangl (2023)

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

با توجه به یافته‌های پژوهش که نشان داد «تأمین انتظارات مؤدیان» در سامانه‌های هوشمند مالیاتی بیش از هر چیز متأثر از ادراک کنترل، شفافیت، سهولت استفاده، اعتماد و پاسخ‌گویی سامانه است، پیشنهادهای سیاستی زیر قابل ارائه است:

نخست، در راستای افزایش ادراک کنترل و تجربه کاربری مؤدیان، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران حوزه مالیاتی، شخصی‌سازی تعامل مؤدی با سامانه را به‌عنوان یکی از اصول طراحی و توسعه سامانه مؤدیان لحاظ نمایند. در این چارچوب، اعطای اختیار به مؤدیان برای تنظیم داشبورد شخصی، مدیریت کارپوشه و ساماندهی اسناد مالیاتی می‌تواند احساس تسلط، شفافیت و اعتماد را در میان کاربران تقویت نماید.

دوم، با توجه به یافته‌ها در خصوص انتظار مؤدیان نسبت به کاهش بار شناختی و خطای انسانی، اتخاذ سیاست یکپارچه‌سازی داده‌های درآمدی مؤدیان از طریق اتصال هوشمند به پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر (نظیر بیمه‌ها، بانک‌ها و کارفرمایان) پیشنهاد می‌شود. این سیاست می‌تواند زمینه‌ساز تولید پیش‌نویس اظهارنامه‌های مالیاتی مبتنی بر سوابق رفتاری پیشین مؤدیان شده و سهولت، دقت و تمایل به تمکین داوطلبانه را افزایش دهد.

سوم، با عنایت به اهمیت پاسخ‌گویی و سرعت ارائه خدمات به‌عنوان یکی از مضامین کلیدی پژوهش، پیشنهاد می‌شود سازمان امور مالیاتی، سیاست توسعه خروجی‌های تحلیلی و بصری‌سازی اطلاعات را در اولویت قرار دهد. ارائه گزارش‌های گرافیکی از روندهای مالیاتی، وضعیت پرداخت‌ها و مقایسه‌های صنفی یا منطقه‌ای، می‌تواند به ارتقای آگاهی مؤدیان و درک بهتر منطق محاسبات مالیاتی منجر شود.

چهارم، در راستای ارتقای شفافیت و اعتماد نهادی، سیاست افشای صریح منطق و فرمول محاسبه مالیات در خروجی‌های سامانه پیشنهاد می‌شود؛ به‌گونه‌ای که مؤدی بتواند جزئیات مربوط به نرخ‌ها، معافیت‌ها، کسورات و مبنای محاسبات مالیاتی را به‌صورت قابل فهم مشاهده کند. این امر با یافته‌های پژوهش در خصوص نقش شفافیت اطلاعاتی در افزایش اعتماد و پذیرش سامانه هم‌راستا است.

پنجم، با توجه به حساسیت مؤدیان نسبت به امنیت اطلاعات و حریم خصوصی، پیشنهاد می‌شود سیاست‌های کنترل دسترسی مبتنی بر نقش به‌صورت دقیق و الزام‌آور در سامانه مؤدیان اجرا شود؛ به‌گونه‌ای که دسترسی کارکنان صرفاً به اطلاعات متناسب با وظایف سازمانی آن‌ها محدود شود. این سیاست می‌تواند نگرانی‌های مؤدیان را کاهش داده و اعتماد آنان به سامانه‌های هوشمند مالیاتی را تقویت نماید. اهمیت حکمرانی داده، مدیریت داده‌ها

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

و تقویت زیرساخت‌های سازمانی در این زمینه با یافته‌های کیائی و همکاران همراستا است (Kiaei et al., 2024, 55–85).

با وجود تلاش برای انجام دقیق پژوهش، مطالعه حاضر با برخی چالش‌ها و محدودیت‌ها همراه بوده است. از جمله محدودیت‌های اصلی می‌توان به ماهیت کیفی پژوهش اشاره کرد که اگرچه امکان درک عمیق و تفسیری از پدیده مورد مطالعه را فراهم می‌سازد، اما تعمیم‌پذیری آماری نتایج به سایر سازمان‌ها و بخش‌ها را محدود می‌کند. همچنین، تمرکز پژوهش بر خبرگان حوزه سامانه مؤدیان مالیاتی و دسترسی محدود به برخی مدیران ارشد به دلیل ملاحظات سازمانی، از دیگر محدودیت‌های تحقیق محسوب می‌شود. علاوه بر این، پویایی و تغییرات سریع در سیاست‌ها و زیرساخت‌های هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی مالیاتی ممکن است بر پایایی بلندمدت برخی یافته‌ها تأثیرگذار باشد. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود در مطالعات آتی، مدل شناسایی‌شده در این پژوهش با بهره‌گیری از روش‌های کمی یا ترکیبی (کیفی-کمی) مورد آزمون تجربی قرار گیرد و میزان تأثیر مؤلفه‌های هوشمندسازی بر انتظارات و رضایتمندی مؤدیان مالیاتی بررسی شود. همچنین، انجام پژوهش‌های تطبیقی میان سامانه‌های مالیاتی ایران و سایر کشورها با شرایط ساختاری مشابه، و نیز تمرکز بر دیدگاه مستقیم مؤدیان به‌عنوان کاربران نهایی سامانه‌ها، می‌تواند به تعمیق و تعمیم یافته‌های این حوزه کمک شایانی نماید.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در ارتباط با انتشار این مقاله تعارض منافع وجود ندارد.

سپاسگزاری

نویسندگان از مدیران، کارشناسان، استادان دانشگاه و تمامی مشارکت‌کنندگان پژوهش که با ارائه دیدگاه‌ها و تجربیات خود در انجام این مطالعه همکاری کردند، قدردانی می‌کنند.

ORCID

Fahime Poorhasan https://orcid.org/0009-0002-5795-9055
Ali Hosseinzadeh https://orcid.org/0000-0003-0006-7451
Vahid Sanavi Garosin https://orcid.org/0000-0001-6396-5780

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

منابع

۱. ابراهیمی، سجاد، باباجانی، جعفر و اثنی عشری، حمیده. (۱۴۰۲). عوامل مؤثر بر عدم تمکین مالیاتی مشاغل: رویکرد نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده. مطالعات اخلاق و رفتار در حسابداری و حسابرسی، ۳(۲)، ۷-۳۰. https://civilica.com/doc/1779852

۲. امیرکبیری، علیرضا، تقوی‌نژاد، سید کامل، ودادی، احمد و آذر، عادل. (۱۴۰۳). طراحی و تبیین مدل اعتماد اجتماعی در نظام مالیاتی کشور با تکیه بر سازوکارهای مبادلات الکترونیکی B2B در نظام بانکی (مورد مطالعه: بانک سپه). پژوهشنامه مالیات، ۳۲(۶۲)، ۲۱۳-۲۴۴. https://doi.org/10.61186/taxjournal.32.62.213

۳. آخوندی، احمد. (۱۴۰۱). مجموعه کامل قوانین و مقررات مالیاتی. تهران: انتشارات سمت.

۴. اکبری، محمد جواد، احمدی، فائق و ولی نیا، سید نیما. (۱۴۰۵). تأثیر رفتار اجتناب مالیاتی مودیان بر اساس الگوهای اقتصاد رفتاری. پژوهشنامه مالیات، ۳۴(۶۹)، ۱۲۳-۱۶۱. URL: http://taxjournal.ir/article-1-2425-fa.html

۵. پوربیک، آرمین، صابریان، جواد و سیدمحسنی، سید محمد سینا. (۱۴۰۴). طراحی و توسعه سامانه اطلاعات مکانی تحت وب برای انتخاب هوشمند شعبه بانک با استفاده از الگوریتم‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره. پژوهش‌های سنجش از دور و اطلاعات مکانی، ۳(۲)، ۲۹۷-۳۰۶. https://doi.org/10.22061/jrs-gr.2025.12430.1108

۶. صمدی، منصور و نظریان، محمد. (۱۳۹۲). بررسی و سنجش رضایت مؤدیان مالیاتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مرکز تهران). پژوهشنامه مالیات، ۲۱(۱۷)، ۱۲۵-۱۵۰. URL: http://taxjournal.ir/article-1-166-fa.html

۷. عبداللهی‌پور، محمدصادق. (۱۳۹۶). قانون مالیات‌های مستقیم: آموزش به‌روشی نوین. تهران: انتشارات نظری.

۸. کیائی، مجتبی، بهزادی موزری، سعید و بارانی بناب، صمد. (۱۴۰۳). ارائه مدل حاکمیت داده در سازمان امور مالیاتی کشور (مطالعه‌ای در نظام مالیاتی هوشمند). پژوهشنامه مالیات، ۳۲(۶۱)، ۵۵-۸۵. https://doi.org/10.61186/taxjournal.32.61.55

۹. محمدی، زینب، برزگر، مرتضی و سمیعی، ندا. (۱۴۰۴). تحلیل قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان با هدف افزایش مشارکت مردم در گسترش فرهنگ مالیات دهی هوشمند. فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد اقتصادی، ۱۴(۱)، ۱۰۹-۱۳۸. https://doi.org/10.22034/es.2025.489874.1814

۱۰. مصطفوی، اکبر و حسینی، مجتبی. (۱۳۹۲). سیستم‌های اطلاعات مدیریت (ویرایش یازدهم اثر کنت لادن). تهران: انتشارات پیرسون.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

References

1. Abdollahipour, M. S. (2017). *Direct Taxation Law: Training with a Modern Method*. Tehran: Nazari Publications. [In Persian].
2. Akbari, M. J., Ahmadi, F., & Valinia, S. N. (2026). The effect of taxpayers' tax avoidance behavior on behavioral economics. *J Tax Res*, 34(69), 123-161. [In Persian]. URL: http://taxjournal.ir/article-1-2425-fa.html.
3. Akhondi, A. (2022). *The Complete Collection of Tax Laws and Regulations*. Tehran: Samt Publications. [In Persian].
4. Al-Debei, M. M., & Al-Lozi, E. (2014). Explaining and predicting the adoption intention of mobile data services: A value-based approach. *Computers in Human Behavior*, 35, 326-338. https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.011.
5. Amirkabiri, A., Taghavinejad, S. K., Vedadi, A., & Azar, A. (2024). Designing and explaining the social trust model in the country's tax system based on B2B electronic transactions mechanisms in the banking system (Case study: Sepah Bank). *Journal of Tax Research*, 32(62), 213–244. [In Persian]. https://doi.org/10.61186/taxjournal.32.62.213.
6. Amin, M., & Isa, Z. (2008). An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction: A SEM approach towards Malaysian Islamic banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(3), 191-209. https://doi.org/10.1108/17538390810901131.
7. Berkley, B.J. & Gupta, A. (2019). Improving service quality with information technology. *International Journal of Information Management*, 11(15), 103-21. https://doi.org/10.1016/0268-4012(94)90030-2.
8. Bonfanti, A., Rossato, C., Vigolo, V., & Vargas-Sánchez, A. (2023). Improving online food ordering and delivery service quality by managing customer expectations: evidence from Italy. *British Food Journal*, 125(13), 164-182. https://doi.org/10.1108/bfj-08-2022-0694.
9. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa.
10. Cuypers, I. R., Hennart, J. F., Silverman, B. S., & Ertug, G. (2021). Transaction cost theory: Past progress, current challenges, and suggestions for the future. *Academy of Management Annals*, 15(1), 111-150. https://doi.org/10.5465/annals.2019.0051.
11. Davoudi, H. (2020). *Direct Taxation Law*. Nakhost Publications. [In Persian].
12. Desalegn, S. (2023). *Factors affecting tax compliance behavior of Merkato Number 2 Medium Taxpayers Branch office* [Doctoral dissertation, St.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

Mary's University]. https://doi.org/10.55677/ijssers/v04i7y2024-14.
13. Dźwigoł, H. (2021). The uncertainty factor in the market economic system: The microeconomic aspect of sustainable development. *Virtual Economics*, 4(1), 98-117. https://doi.org/10.34021/ve.2021.04.01(5).
14. Ebrahimi, S., Babajani, A. O., & Esna Ashari, H. (2023). Factors Affecting Non-Compliance with Income Tax on Businesses: A Planned Behavior Theory Approach. *Studies in Ethics and Behavior in Accounting and Auditing*, 3(2), 7-30. https://civilica.com/doc/1779852/.
15. ElKheshin, S., & Saleeb, N. (2016). A conceptual model for E-government adoption in Egypt. In *2016 11th International Conference on Computer Engineering & Systems (ICCES)* (pp. 254-259). IEEE. https://doi.org/10.1109/icces.2016.7822010.
16. Gronroos, C. (2022). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 19(1), 11-31. https://doi.org/10.1108/eum0000000004784.
17. Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82. https://doi.org/10.1177/1525822x05279903.
18. Gupta, S., & Jalles, J. T. (2022). Do tax reforms affect income distribution? Evidence from developing countries. *Economic Modelling*, 110, 105804. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.105804.
19. Huang, Z. (2021). Discussion on the development of artificial intelligence in taxation. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8(08), 1817. https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.88123.
20. Kiaei, M., Behzadi Mozri, S., & Barani Bonab, S. (2024). Presenting the data governance model in the country's tax affairs organization: A study in the smart tax system. *Journal of Tax Research*, 32(61), 55–85. [In Persian]. https://doi.org/10.61186/taxjournal.32.61.55.
21. Kim, W., Kim, H., & Hwang, J. (2020). Sustainable growth for the self-employed in the retail industry based on customer equity, customer satisfaction, and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101963. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101963.
22. Li, J., & Hu, H. (2025). Value-added tax sharing, financial incentives and tax burden stickiness of manufacturing enterprises. *China Journal of Economics*, 12(4), 86-104. https://doi.org/10.26599/cje.2025.9300406.
23. Mohammadi, Z., Barzegar, M., & Samiei, N. (2025). Analysis of the Law on Point-of-Sale Terminals and the Taxpayer System with the Aim of Increasing Public Participation in Promoting a Culture of Smart Tax Compliance. *Economic Strategy Quarterly*, 14(1), 109-138. https://doi.org/10.22034/es.2025.489874.1814.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

24. Mohammed, H., & Tangl, A. (2023). Taxation perspectives: Analyzing the factors behind viewing taxes as punishment—A comprehensive study of taxes as service or strain. Journal of Risk and Financial Management, 17(1), 5. https://doi.org/10.3390/jrfm17010005.
25. Mostafavi, S. A., & Hosseini, S. M. (2021). *Management Information Systems* (11th ed. of Kenneth Laudon). Tehran: Pearson. [In Persian].
26. Nguyen, D. C., Ding, M., Pathirana, P. N., Seneviratne, A., Li, J., & Poor, H. V. (2021). Federated learning for internet of things: A comprehensive survey. *IEEE communications surveys & tutorials*, 23(3), 1622-1658. https://doi.org/10.1109/comst.2021.3075439.
27. OECD. (2020). Tax administration 3.0: The digital transformation of tax administration. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/886337a7-en.
28. Olsen, R. A. (2021). Trust as risk and the foundation of investment value. *Journal of SocioEconomics*, 37(6), 2189–2200. https://doi.org/10.1016/j.socec.2008.04.009.
29. Pourbik, A., Saberian, J., & Seyed Mohseni, S. M. S. (2025). Design and development of a web-based GIS platform for smart bank branch selection using multi-criteria decision-making algorithms. Journal of Remote Sensing and GIS, *3*(2), 297-306. [In Persian]. https://doi.org/10.22061/jrsgr.2025.12430.1108.
30. Samadi, M., & Nazarian, M. (2013). The Study and Measurement of Taxpayers Satisfaction (Case Study of the Central Tehran s General Tax Directorate). *J Tax Res*, 21(17), 125-150. [In Persian]. URL: http://taxjournal.ir/article-1-166-fa.html.
31. Sonnerfeldt, A. (2025). Navigating the Digital Frontier: The Implications of Tax Technology on Systems of Expertise and Legitimacy in Taxation. In *Taxation in the Digital Era* (153–176). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-93365-3_7.
32. Taing, H. B., & Chang, Y. (2021). Determinants of tax compliance intention: Focus on the theory of planned behavior. *Internatiwonal Journal of public administration*, 44(1), 62-73. https://doi.org/10.1080/01900692.2020.1728313.
33. Tavakol, M., & Habibi Badrabadi, M. (2022). An Analysis of Actors' Mentality towards Information Technology in the Tax System (with a Structuration Theory Approach). *Journal of Applied Sociology*, 33(3), 1-28. [In Persian]. https://doi.org/10.22108/jas.2022.129099.2125.
34. Vaddadi, K. M., Cura, F., & Surarchith, N. K. (2018). Customer satisfaction in inbound call centers: A study on the role of responsiveness and assurance in perceived service quality. *International Journal of*

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]

Advanced Engineering, Management and Science, 4(2), 80-84. https://doi.org/10.22161/ijaems.4.2.1.

35. Yuan, Y., Liu, L., & Liu, L. (2022). How does information integration enhance SMEs' credit quality: the mediating role of supply chain capabilities. *Industrial Management & Data Systems*, 122(2), 544-561. https://doi.org/10.1108/imds-10-2020-0621.

استناد به این مقاله: پورحسن، فهیمه، حسین‌زاده، علی و ثانوی گروسیان، وحید. (۱۴۰۵). طراحی مدل تأمین انتظارات مشتری مبتنی بر هوشمندسازی سامانه‌های اطلاعاتی (مورد مطالعه: سامانه مودیان مالیاتی). پژوهشنامه مالیات، ۳۴(۷۰)، ۱۳۵-۱۶۸.

Journal of Tax Research is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial4.0 International License.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.66224/taxjournal.34.70.137]