

عنوان مقاله:

پرداخت الکترونیکی مالیات و رضایتمندی

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

فرشاد فتحی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی دانشگاه آزاد کرمانشاه

طاهر نثاری - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی دانشگاه آزاد کرمانشاه

فاطمه صیدی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین تحولاتی که در زمینه بهبود کیفیت در آخرین دهه قرن بیستم به وقوع پیوست موضوع اندازه گیری میزان رضایت مشتری و افزایش سطح آن است که امروزه به یکی از دغدغه های اصلی مدیران سازمان ها تبدیل شده است. افزودن بر مشتریان رضایتمند از جمله سیاست های اصلی هر سازمان و از عوامل مهم جهت نیل به موفقیت آن در محیط کسب و کار است. ارائه خدمات با کیفیت بصورت غیرحضوری و از جمله پرداخت الکترونیکی مالیات به مشتریان از آن جمله است. در این پژوهش به بررسی تاثیر پرداخت الکترونیکی مالیات بر میزان رضایتمندی مودیان پرداخته شده و تاثیر پنج متغیر اصلی شامل ادراک کیفیت خدمات ارائه شده ادراک سودمندی ادراک سهولت استفاده انتظار مالیات دهندگان و ادراک ریسک بررسی میشود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از حیث روش پژوهش توصیفی و از شاخه پیمایشی است. از نظر روش تجزیه و تحلیل داده ها از نوع همبستگی و مدل معادلات ساختاری محسوب میگردد. برای جمع آوری داده های مورد نیاز از روش نمونه گیری تصادفی ازمیان مودیان مالیاتی مراجعه کننده به ادارات امور مالیاتی استفاده میشود.

کلمات کلیدی:

مالیات ، خدمات مالیاتی الکترونیکی ، پرداخت الکترونیکی ، رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500445>

