

تأثير جودة الموقع الإلكتروني علي المنفعة المدركة وانعكاسه على نية قبول السداد

الإلكتروني دراسة تطبيقية علي مصلحة الضرائب المصرية

The affect of the quality of the website on the perceived benefit and its reflection on the intention to accept the electronic payment An applied study on the Egyptian Tax Authority

بحث مستخرج من رسالة دكتوراة بعنوان :

تأثير جودة الموقع الإلكتروني علي المنفعة المدركة ورضا العملاء وانعكاسه على نية قبول السداد الإلكتروني والصورة الذهنية للمنظمة دراسة تطبيقية علي مصلحة

الضرائب المصرية

إعداد الباحثة:

هند حسن عبد العليم أبو العلا

Nodihassan72@gmail.com

مأمور ضرائب بمصلحة الضرائب المصرية

إشراف :

أ/د : احمد محمود المصرى

أستاذ مساعد ادارة الأعمال

وعميد معهد المشروعات الصغيرة

أ/د : علاء الدين عبد الغني محمود

أستاذ إدارة الأعمال ووكيل كلية التجارة

لشئون التعليم والطلاب سابقاً

هدف الدراسة : هدفت هذه الدراس ٢٠٢٤ م ير جوده الموقع الإلكتروني كمتغير مستقل على المنفعة المدركة كمتغير وسيط وانسـ ـير على نيه قبول السداد الإلكتروني كمتغير تابع وذلك بالتطبيق على عينه مكونه من ٣١٦ مستخدم من مستخدمي الموقع الإلكتروني حيث مقدمي الاقرارات الضريبية ومراقبي الحسابات لدى مصلحة الضرائب المصرية.

منهج البحث : تم الاستقصاء عبر الانترنت وكانت الاستجابة بنسبة ٨٢ % و تم الاستعانة بأسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية ببرنامج (AMOS.v26) لاختبار الفروض.

اهم النتائج : تمثلت النتائج في وجود علاقته تأثير إيجابيه ما بين جودة الموقع الإلكتروني والمنفعة المدركة و وجود علاقة ارتباط ايجابية بين المنفعة المدركة ونية قبول السداد الإلكتروني وانعكس ذلك بالإيجاب علي العلاقة ما بين جودة الموقع الإلكتروني ونية قبول السداد الإلكتروني حيث كان للمنفعة المدركة دور كبير في تعزيز تأثير جوده الموقع الإلكتروني الايجابي على نية قبول السداد الإلكتروني.

الاضافة العلمية : سد الفجوة المعرفية في البحوث والدراسات السابقة بتحليل وقياس تأثير جودة الموقع الإلكتروني علي المنفعة المدركة وانعكاس التأثير علي نية قبول السداد الإلكتروني .
الكلمات الدالة : جوده الموقع الإلكتروني - المنفعة المدركة - نية قبول السداد الإلكتروني.

Abstract:

Purpose: This study aimed to test the impact of website quality as an independent variable on perceived utility as an intervening variable and the reflection of this impact on the intention to accept electronic payment as a dependent variable by applying it to a sample of 316 users of the website, including tax return submitters and auditors at the Egyptian Tax Authority.

Methodology: The survey was conducted online and the response rate was 82%. The structural equation modeling method was used with the AMOS.v26 program to test the hypotheses.

Findings: The results showed a positive impact relationship between website quality and perceived utility and a positive correlation between perceived usefulness and the intention to accept electronic payment. This was reflected positively on the relationship between website quality and the intention to accept electronic payment, as perceived utility played a major role in enhancing the positive impact of website quality on the intention to accept electronic payment.

Contribution: Analysis and measurement of the impact of website quality on perceived utility and reflection of the impact on the intention to accept electronic payment.

Keywords: Website quality – perceived benefit - intention to accept electronic payment.

١/١ - مقدمة :

فرضت التطورات التكنولوجية السريعة والمتلاحقة تغييراتٍ في طبيعة وفلسفة العمل لدى المنظمات؛ فمع وجود الإنترنت والذي أصبح ضرورة حتمية في الحياة الاجتماعية والعملية، وظهر مواقع التجارة الإلكترونية، ومحركات البحث والبريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي؛ والتي جعلت العالم يبدو كقرية صغيرة تخدم الأفراد والمجتمعات والمنظمات بأشكال مختلفة، وبالتالي مع تزايد التطورات التكنولوجية تزايدت أعداد مستخدمي الإنترنت بشكل كبير على مستوى العالم؛ وذلك من أجل إشباع احتياجاتهم وتحقيق أهدافهم (De Kool and van Wamelen, 2008,W. Bhuasiri et al., 2016)

وفي ضوء الاهتمام بأبحاث تكنولوجيا المعلومات ومستخدمي المواقع الإلكترونية أصبحت المنفعة المدركة أحد أهم الأهداف التي تسعى المنظمات لتحقيقها وتقديمها لمستخدمي مواقعهم والتي تعكس مقدار فاعلية التكنولوجيا المستخدمة عبر الموقع الإلكتروني بما يضمن تحسين إنتاجه المهام التي يقومون بها (Ambalvo,2021) ؛ ولذلك استطاعت العديد من الإدارات الضريبية في العديد من الدول المتقدمة توفير البرامج والتطبيقات اللازمة للتواصل مع دافعي الضرائب نظراً لأن تلك التطبيقات تعتبر سر التفاعل بين المنظمات الضريبية و دافعي الضرائب (Hambali,2020) .

وبالتالي أصبح الموقع الإلكتروني أساس وجود المنظمات وبقائها؛ كي تتواصل مع البيئة المحيطة ؛ حيث إنه لم يقتصر على المجتمع المصرفي فقط؛ بل أصبحت كافة الهيئات والمصالح الحكومية تعمل بشكل رقمي ، كما أحدث تقديم الاقرار الضريبي الإلكتروني ثورة في القطاع الضريبي وبصفة خاصة بمصلحة الضرائب المصرية ويسعي هذا البحث إلي دراسة تأثير جودة الموقع الإلكتروني علي المنفعة المدركة وانعكاسه على نية قبول السداد الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية (Richard, 2009 ,Brahmantyo et.al,2023) .

٢/١ - مشكلة البحث :

١/٢/١ - خلفيات المشكلة:

تواجه المنظومة الضريبية المصرية العديد من التحديات لتطويرها وفي ضوء تلك التحديات قامت الباحثة بدراسة استطلاعية للتعرف علي بعض الظواهر المرتبطة بمشكلة البحث حيث قامت بإجراء ٥٠ مقابلة من المقابلات شخصية مع مجموعة من الممولين الذين يترددون علي مأموريات

الضرائب بمنطقة ضرائب بني سويف وذلك خلال فترة تقديم الأقرارات الضريبية من شهر يناير حتي شهر ابريل ؛ وأسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية عن مجموعة من الظواهر التي تتمثل في :

- عدم قدرة العاملين على التكيف مع التطور وتقديم المعلومات الكافية للممولين عن منظومة الفاتورة الإلكترونية .
- عدم وجود بنية تحتية كافية من الأجهزة الإلكترونية لمواصلة العمل عبر الموقع مما يضعف من جودة الموقع الإلكتروني نظراً لضعف خدمة الموقع وانقطاع شبكة الإنترنت من وقت لآخر .
- وجود فئة من الممولين ليس لديهم القدرة على التعامل مع الإنترنت لتقديم إقرارهم الضريبي السنوي والتواصل مع المصلحة عبر الموقع.
- ارتفاع تكلفه التسجيل عبر الموقع الإلكتروني للمصلحة وإدخال البيانات .
- عدم وجود الوعي الكافي لدى المستخدمين للدفع الإلكتروني او الدفع عبر الإنترنت من خلال الموقع وهذا يؤدي الى تعرضهم للاستغلال من بعض الافراد القائمين على برامج الدفع الإلكتروني وأصحاب مراكز الإنترنت المختلفة .
- وجود العديد من الأخطاء في حساب الضريبة نظراً لأن هناك فئة من الممولين ذات مؤهلات متوسطة و هناك من ليس لديه مؤهل علمي يجعله يقدم اقراره بشكل سليم مما يعرضه الى الاستغلال ودفع ضريبة بالرغم من كونه قد يكون معفي ضريبياً وذلك عند تقديمه من خلال نوادي الانترنت المختلفة .
- فقد بعض المستخدمين لكلمة السر ورقم المستخدم لحساباتهم المسجلة علي منظومة الفاتورة الإلكترونية ومنظومة الاقرار الضريبي الإلكتروني .

٢/٢/١ - تحديد المشكلة :

بناء علي نتائج الدراسة الاستطلاعية تتبلور مشكلة البحث في التساؤلات البحثية التالية :

١/٢/٢/١ - هل جودة الموقع الإلكتروني تحقق المنفعة المدركة لمستخدمي الموقع لدى مصلحة الضرائب المصرية؟

٢/٢/٢/١ - هل المنفعة المدركة لدى مستخدمي الموقع من جودة الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية تُعزّز من نية قبول السداد الإلكتروني للضريبة؟

٣/١ - أهداف البحث:

١/٣/١ - قياس أثر جودة الموقع الإلكتروني على المنفعة المدركة لدى مستخدمي الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية.

١/٣/٢ - قياس أثر المنفعة المدركة لجودة الموقع الإلكتروني لدى مستخدمي الموقع على نية قبول السداد الإلكتروني للضريبة .

٤/١ - أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث من زاويتين رئيسيتين:

١/٤/١ - الأهمية العلمية:

يُعدُّ موضوع تأثير جودة الموقع الإلكتروني على المنفعة المدركة وانعكاسه على نية قبول السداد الإلكتروني للضريبة إضافةً للمكتبة العربية؛ نظرًا لحدثة الموضوع، وندرة الدراسات التي تتناول هذا الموضوع.

١/٤/٢ - الأهمية التطبيقية:

يعتبر موضوع تأثير جودة الموقع الإلكتروني على المنفعة المدركة وانعكاس ذلك على نية قبول السداد الإلكتروني للضريبة لدى مصلحة الضرائب المصرية من الموضوعات المطروحة في الوقت الراهن، حيث تطوير المنظومة الحكومية ككل؛ والقطاع الضريبي وما ترتب عليه من إنشاء منظومة ضريبية الكترونية ولذلك من الضروري معرفة مدى تطبيقه في مصر .

٥ : الإطار النظري لمتغيرات البحث:**١/٥ : جودة الموقع الإلكتروني****١/١/٥ : مفهوم جودة الموقع الإلكتروني:**

استخدم العديد من الباحثين مفهوم جودة الخدمة كمفهوم ملاصق للموقع الإلكتروني، أو جودة خدمة الموقع الإلكتروني ، أو جودة التجارة الإلكترونية ، وبالتالي هناك العديد من المفاهيم التي تناولها الباحثون لجودة الموقع الإلكتروني من عدة جهات نظر:

- هناك دراسات أشارت إلى ان جودة الموقع الإلكتروني انطباعات واتجاهات المستخدم ؛ حيث عرفت جودة الموقع الإلكتروني: بأنها الانطباع الإيجابي لدى مستخدمي الموقع الإلكتروني عن ما يقدمه من خدمة متميزة، وكل ما يدركه العميل عن كافة الامتيازات التي تلبي احتياجاته على الموقع الإلكتروني، وتصميم الموقع بناء على تصورات المستخدم النهائي2012. Tandon,et.al,2017 Barnes&Vidgen, 2002, DiFatta,et (Aladwani&Palvia, al.,2016)

في حين عرّفت دراسات أخرى جودة الموقع الإلكتروني: بأنها المفهوم المطور لجودة الخدمة، وتطبيق هذا التطوير على نطاق واسع لقياس جودة خدمات المواقع الإلكترونية ؛ مما أدى إلى ظهور أربعة أجيال لجودة الموقع الإلكتروني من الإصدار webQual1.0 حتى 4.0 ذلك منذ عام 1988؛ حيث خضع المفهوم للعديد من الأسئلة والأبعاد والمتغيرات التي تتضمن وجود موقع ذات جودة عالية يسهل الوصول إليه، وقابل للاستخدام وتنفيذ تصور المستخدم، والجودة المطلوبة التي تنعكس على تحقيق المنفعة للمستخدم من زيارة الموقع من خلال عدة أبعاد مختلفة . (Candiwan& Wibisono , 2021, Barnes &Vidgen,2012, Kleinlercher,et al.,2018)

وفي ضوء ما تم عرضه من وجهات نظر تقترح الباحثة مفهوماً جديداً لجودة الموقع الإلكتروني بأنه: منهجية يمكن من خلالها تصميم الموقع الإلكتروني؛ بناءً على مجموعة من الأبعاد؛ والتي تتضمن سهولة الاستخدام، وجودة المعلومات وجودة التصميم ؛ بما يتوافق مع تطلعات المستخدم و احتياجاته حتى تجعله ذات انطباع إيجابي عند زيارة الموقع بما يحقق المنفعة المتبادلة بين المستخدم ومقدم الخدمة.

٥/٢/١ ابعاد جودة الموقع الإلكتروني:

توصلت العديد من الدراسات إلى ان ابعاد جودة الموقع لا بد و أن تشمل نوع الموقع الإلكتروني سواء كان من حيث نوع المنتج؛ سلع او خدمات او من حيث الغرض ؛ موقع تجاري ، حكومي او تعليمي (Hahn et al. 2017) وذلك في ضوء ثبات معايير التصميم للموقع الإلكتروني فإن الأبعاد التي تتضمن قياس جوده الموقع الإلكتروني هي أربعة أبعاد جودة المحتوى وجودة التصميم وجودة التنظيم وإمكانية التعامل (Nguyen,2020) و بالتالي سيتم عرض أبعاد

جودة الموقع الإلكتروني الأربعة، بصورة أكثر تفصيلاً ويندرج تحت كل بُعد مجموعة من المؤشرات والمقاييس في الجدول الآتي:

الجدول رقم (١) ابعاد جودة الموقع الإلكتروني

الأبعاد	المؤشرات	الشروط الواجب توافرها
١. جودة المحتوى	التوقيت الملائم	من خلال تحديث البيانات والموقع بشكل مستمر وتلقائي.
	الملاءمة	أن تكون المعلومات متلائمة مع أهداف المنظمة وتاريخها، وأيضاً شكاوى العملاء والمنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة.
	التنوع اللغوي	عرض المعلومات على الموقع بكافة اللغات .
	التنوع في العرض	التنوع في أساليب العرض؛ من حيث النصوص والصور والفيديو.
	الدقة	ضرورة عرض المعلومات بصورة دقيقة؛ حيث تكون خالية من الأخطاء الإملائية والنحوية مع توضيح مصدر المعلومة.
	الهدف	يجب توضيح الهدف من عرض المعلومات.
	السلطة	ضرورة توضيح الجهة المسؤولة عن عرض المعلومات، والمسئول عن الموقع، ومدير الموقع، وحقوق النشر والمراسلة.
٢. جودة التصميم	الاجاذبية	- الإبداع، التأثيرات الجمالية في الألوان، وخلق بواعث عاطفية لدى المستخدم يشعره بالسعادة والبهجة عند زيارة الموقع.
	التناسق	- ضرورة التناسق بين حجم ونوعية الموقع. - أن تعكس الصورة الذهنية للموقع للأهداف الوظيفية له. - التوازن بين الصور والنصوص والألوان على الموقع.
	اللون	ضرورة التناسق بين ألوان الخلفية والنصوص مع بعضها البعض.
	الصوت والصورة	التناسق بين عدد الصور، ومقاطع الفيديو والصوتيات على الموقع.
	النص	ملائمة النصوص المكتوبة على الموقع من حيث حجم مناسب يسهل قراءته بحروف واضحة ومتناسقة مع الصورة المعروضة.
٣. جودة التنظيم	الفهرس	ضرورة توافر الروابط التعريفية بشكل منظم للموقع حتى يسهل الوصول إليه.

الأبعاد	المؤشرات	الشروط الواجب توافرها
	رسم الخرائط	توفير خريطة على الموقع الإلكتروني ترشد المستخدم في التنقل بين صفحاته بسرعة وسهولة.
	ملائمة الروابط	- أن تكون الروابط المستخدمة للوصول للموقع فعالة وصالحة . - توفير الروابط التي تساعد في الوصول إلى معلومات تفصيلية.
	الشعار	ضرورة وجود شعار واضح وملحوظ للمنظمة على الموقع .
٤. إمكانية التعامل	سهولة الاستخدام	- ضرورة توافر السهولة في استخدام الموقع والتنقل بين صفحاته . - سهولة إيجاد كل ما هو جديد على محرك بحث الموقع.
	الصلاحية والمصادقية	- ملاءمة وسهولة الوصول على رابط الموقع التعريفي URL . - قصر مدة التحميل Download من على الموقع. - وجود متصفح عالي الجودة يدعم الموقع. - الإتاحة المستمرة. - الكفاءة.
	آليات التفاعل	- وجود تعليمات واضحة على الموقع. - توافر وظائف مساعدة للمستخدم. - وجود آلية بحث كفاء . - وجود تغذية عكسية بين الموقع والمستخدم ؛ حيث الإيميل والمحادثة والمجتمع الافتراضي، والأطر المقترحة. - تعزيز التوصيات والآراء الخاصة بالتعامل مع الموقع.
	الأمان والخصوصية	- وجود معاملات آمنة. - توافر الخصوصية في التعامل.
	التخصيص	- تفصيل المحتوى على الموقع بما يلئم احتياجات المستخدمين.

المصدر : (layla&Emad,2011)، (Nguyen,2020)

٢/٥: المنفعة المُدرَكة

١/٢/٥ مفهوم المنفعة المُدرَكة:

كان Davis أول من عرف المنفعة المُدرَكة عام ١٩٨٩؛ حيث عرّف المنفعة المُدرَكة بأنها: تلك الدرجة التي يعتقد عندها الفرد بأن استخدام نظام معين من شأنه أن يعزز أداءها الوظيفي (Davis,1989)، كما تعددت وجهات النظر لدى الباحثين في تعريف المنفعة المُدرَكة كالتالي:

- المنفعة المُدرَكة: اعتقاد و شعور؛ حيث اتفق كلٌّ من (laihad,2013, Park and Kim,2008 Adamson,shine,2003,Ko et al,2004 , على تعريف المنفعة المُدرَكة بأنها: اعتقاد وشعور لدى الفرد بأن الاستخدام التقني والتكنولوجي سوف يحسّن من الأداء لديه، وأن الاستعانة بالتكنولوجيا سوف تسهم في تحسين أدائه بشكل عام في المنظمة.

- "المنفعة المُدرَكة مجموعة من المزايا والمنافع": كما أشار كلٌّ من (Delafrooz,et al.,2011 ,Forsythe,et al.2006 , Kotler,et.,2019al) فهي مجموعة من المنافع التي تتحقق لدى العملاء، وتتمثل في المنافع الاقتصادية، والوظيفية، والنفسية، والتي يحصل عليها العميل من بائع السلع، أو مقدم الخدمة، وينبع من تلك المنفعة مجموعة من المزايا لدى العميل إذا اجتمعت تحققت المنفعة، وتتمثل تلك المزايا في مجموعة أبعاد؛ هي أبعاد نفعيّة، وترفيهية، ورمزية .

٢/٢/٥ أبعاد المنفعة المُدرَكة:

تعتبر المنفعة المُدرَكة مجموعة من المزايا ذات أبعاد مختلفة، سوف نستعرضها في الجدول التالي:

الجدول رقم (٢) أبعاد المنفعة المُدرَكة

الأبعاد	المكونات	المفهوم
البعاد النفعي	ثبات التكلفة	حيث نفقات أقل، ومحافظة على الأموال.
	الملاءمة	لتقليل الاختيارات أمام الأفراد، وتوفير الوقت والمجهود .

الأبعاد	المكونات	المفهوم
البعاد الترفيهي	الاكتشاف	الاكتشاف ومحاولة معرفة المنتجات الجديدة التي تقوم المنظمة ببيعها..
	التسلية	من أجل الاستمتاع والترفيه أثناء التسوق.
البعاد الرمزي	التميز	من أجل امتلاك سلع فريدة من نوعها والشعور بالتميز والأفضلية .
	الإطار الاجتماعي	المحافظة على القيم المجتمعية التي ينتمي إليها الفرد.

المصدر: (Nguyen & Khoa ,2019)

٣/٥ : نية قبول السداد الإلكتروني

١/٣/٥ : مفهوم نية قبول السداد الإلكتروني:

تعد النية المصدر الرئيسي لأي فعل ، على الرغم من أنه في بعض الأحيان يمكن للشخص القيام بتصرفات معينة بسبب، أو بدون سبب، وبالتالي تتكون النية عندما يتلقى الأفراد أو العملاء المحتملون الكثير من المعلومات حول منتج ما، ومن ثم يمكن زيادة الرغبة في التصرف . (Lagrosen, 2005)

- نية قبول الاستخدام: هي نتيجة الإدراك والتوقع، والأداء المدرك للعميل وتقييم البيئة التي يتم فيها تقديم الخدمة والمعاملات، وعندما يكون التقييم إيجابياً يخلق النية والدافع الإيجابي نحو الاستعانة بتلك الخدمات؛ وتحديدًا الخدمات الإلكترونية، وهي أيضًا نتاج لجودة الخدمة المقدمة؛ مما يؤدي إلى خلق النية في الاستخدام مرة أخرى (Nadiri & Gunay 2013) .

- كما عرف (Fischbein & Ajzen, 2010): مجموعة من السلوكيات التي يمكن قياسها وتحديدها؛ للتعرف على نوايا الفرد من خلال رسائله وتعبيراته.

وفي ضوء المفاهيم السابقة، وما تم التطرق إليه من مفاهيم نية قبول الاستخدام، ومفهوم السداد الإلكتروني يمكن تقترح الباحثة تعريف نية قبول السداد الإلكتروني: بأنه عبارة عن مجموعة من السلوكيات الناتجة عن الاتجاهات الإيجابية لدى الفرد عن الخدمات الإلكترونية بصفة عامة، وآليات السداد الإلكتروني بصفة خاصة، والاستعانة بها في سداد التزاماته، وتحقيق أهدافه بكفاءة وفعالية، وأقل تكلفة.

٢/٣/٥ - أبعاد نية قبول السداد الإلكتروني:

في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا تم تحديد نموذج يوضح أبعاد نية قبول السداد الإلكتروني، والتي أشار إليه (Santhanamery & Ramayah, 2015) و هي:

١/٢/٣/٥ : الأبعاد الخارجية:

• الثقافة:

تعد العوامل الثقافية ؛ كالتعليم والخبرة في مجال التكنولوجيا من العوامل الهامة والضرورية في التكيف مع التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، بالرغم من اختلافات الثقافات من مكان لآخر حول العالم ، إلا أن هناك عوامل ثقافية عامة تؤثر على تبني التقنيات الحديثة؛ حيث معرفة الكمبيوتر، وكيفية الوصول إلى الإنترنت واستخدامه، والهواتف المحمولة، ومناطق الإقامة وعادات السفر (Keramati, et al., 2012).

• الأمان المدرك:

يعد الأمان المدرك لدى العميل مجموعة من الإجراءات والآليات والبرامج التي تهدف إلى المصادقة على مصدر المعلومات ، والتأكد من سلامتها وخصوصيتها؛ لتلافي مشاكل البيانات والشبكة، كما يشير الأمان أيضًا إلى مدى حماية نظام السداد الإلكتروني لمعاملات العميل (Huang&Cheng2012).

٢/٢/٣/٥ : الأبعاد المتعلقة بالعميل:

• **الجهد المتوقع:** الجهد المتوقع يتمثل الجهد المتوقع في سهولة استخدام نظم السداد الإلكتروني ومرونة المعاملة، وسهولة تعلم استخدام نظم السداد الإلكتروني. (Moore, & Benbasat, 1991).

- **الأداء المتوقع:** يتمثل الأداء المتوقع لنظم السداد الإلكتروني في إنتاجية نظم السداد الإلكتروني، وملاءمة المعاملة، وعدم بذل المجهود في القيام بالمعاملة، وسرعه السداد (Venkatesh, et al. 2003).
- **التأثير الاجتماعي :** من الضروري وجود أفراد يوصون باستخدام نظم السداد الإلكتروني من أفراد العائلة والأصدقاء، وزملاء العمل، وأيضاً دعم الاستخدام للسداد الإلكتروني (Gholami., et al. ,2007).

٦- استعراض الدراسات السابقة وصياغة فروض البحث:

قامت الباحثة بتناول الدراسات التي اشارت الي العلاقة بين متغيرات البحث حيث هدفت دراسة **Nguyen,et al. ,2024** إلى تحديد أثر المنفعة المدركة للموقع الإلكتروني الضريبي الفيتنامي على نية قبول استخدام الموقع مع الأستعانة بالإتجاه نحو استخدام الموقع كمتغير وسيط تم عمل استبيان حيث استخدمت عينتين مكونة من ٣٤٣ مفردة أحدهما طبقية لمسؤولي النظام الضريبي الفيتنامي وعينه اخرى ميسرة من مستخدمي الموقع والاستعانة ببرنامج AMOS في اختبار العلاقات توصلت الدراسة إلى أن المنفعة المدركة ذات تأثير مباشر وعلاقة إيجابية بنية قبول السداد الإلكتروني الضريبي واستخدام الموقع والإستمرار في استخدام تطبيق الضريبة الالكترونية للنظام الضريبي بفيتنام .كما اشارت دراسة **Kaban,et al.,2023** الى تحديد عوامل نجاح برنامج السداد الإلكتروني الضريبي لدى الأفراد عند تقديم الإقرار الضريبي السنوي وعوامل تأثير جودة الموقع الضريبي على رضا المستخدم ونية قبول السداد الإلكتروني بما ينعكس ذلك على المنفعة المدركة للمستخدم تم الاستبيان من عينة ميسرة عبر الموقع الإلكتروني وتم جمع ١٠٠ قائمه استبيان من دافعي الضرائب بولاية جاكرتا الاندونيسية توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير إيجابي لجودة الموقع الإلكتروني حيث جودة النظام كأحد أبعاده , ورضا المستخدم عن استخدام الموقع وقبول السداد الإلكتروني من خلاله بما ينعكس ذلك إيجابياً على المنفعة المدركة لدى دافعي الضرائب ,

بالإضافة الي دراسة **Hendro& Estralita ,2019** حيث هدفت تلك الدراسة إلى تحديد العوامل الواجب توافرها في الموقع الإلكتروني، والتي تُشجّع دافعي الضرائب على السداد الإلكتروني للضريبة عبر الموقع؛ وبالتالي أشارت الدراسة إلى أن سهولة الاستخدام المدرك، والمنفعة المدركة والمخاطر المتوقعة هي أهم العوامل التي تسهم في عملية تقبل السداد الإلكتروني

لدفاعي الضرائب على الموقع تم جمع البيانات بالاستبيان لعينة عشوائية مكونة من ٩٣ فرد من مقدمي الاقرارات الضريبية عبر الموقع الإلكتروني للمديرية العامة الاندونيسية للضرائب توصلت الدراسة إلى أنه إذا توافر في تصميم الموقع الإلكتروني سهولة الاستخدام والمنفعة المدركة؛ من الممكن أن يتجاهل الفرد المخاطر المتوقعة، ويستطيع سداد الضريبة دون تردد , وايضا في ذات السياق دراسة **Boon-itt, S., 2019** هدفت هذه الدراسة الى تحديد اثر جودة الموقع الإلكتروني الطبي الخاص بالمستشفيات التايلنديه على المنفعة المدركة للمرضى مستخدمي تلك المواقع وانعكاس ذلك على نيه استخدامهم للموقع مره اخرى قامت الدراسة بعمل استبيان والاستعانة بعينه ميسره من المرضى زائري الموقع الطبي للمستشفيات بتايلاند مكونه من ٢٢٢ مريض استنتجت الدراسة أن جودة معلومات المواقع الطبية التي تقدم معلومات ملائمة وسهلة للمرضى تؤثر تأثيراً إيجابياً على المنفعة المُدرَكة لدى مستخدمي المواقع الطبية، والتي تهتم بصحة المرضى.

وفي ضوء استعراض الدراسات التي تناولت العلاقة بين جودة الموقع الإلكتروني والمنفعة المدركة ونية قبول السداد الإلكتروني تبين الآتي :

- هناك محدودية في الدراسات التي تناولت العلاقة بين جودة الموقع الإلكتروني والمنفعة المدركة ونية قبول السداد الإلكتروني وبصفة خاصة على مستوى الخدمات الحكومية في مصر .
و بناء على مراجعة نتائج الدراسات السابقة، وفي ضوء مشكلة البحث وأهدافه، يمكننا صياغة الفروض كالتالي:

- ١- تؤثر جودة الموقع الإلكتروني تأثير مباشراً إيجابياً ومعنوياً على المنفعة المدركة لدى عينة مجتمع البحث .
- ٢- تؤثر جودة الموقع الإلكتروني تأثير مباشراً إيجابياً ومعنوياً على نية قبول السداد الإلكتروني لدى عينة مجتمع البحث .
- ٣- تؤثر المنفعة المدركة تأثير إيجابياً مباشراً ومعنوياً على نية قبول السداد الإلكتروني لدى عينة مجتمع البحث .
- ٤- يوجد تأثير إيجابي ومعنوي للمنفعة المدركة كمتغير وسيط يفسر العلاقة بين جودة الموقع الإلكتروني ونية قبول السداد الإلكتروني لدى عينة مجتمع البحث

٧- منهج البحث:**١/٧ - مجتمع البحث:**

مجتمع البحث هو جميع المفردات التي تتوفر بها خصائص موضوع البحث؛ ومن ثمَّ يتمثل مجتمع البحث في مستخدمي الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية من الممولين المسجلين بمنظومة الفاتورة الإلكترونية، والإقرار الإلكتروني، ومراقبي الحسابات لدى مأموريات الضرائب بمنطقة ضرائب بني سويف بمحافظة بني سويف، مجتمع البحث .

٢/٧ - عينة البحث:

بناءً على معادلة تحديد حجم العينة عند درجة ثقة ٩٥٪، ونسبة خطأ مسموح به $\pm 5\%$ ونسبة توافر الظاهرة في مجتمع البحث ٥٠٪ يكون حجم العينة ٣٨٤ مفردة؛ نظراً لأن مجتمع البحث يزيد عن ١٠ آلاف مفردة؛ طبقاً للجداول العشوائية (بازرعة، ١٩٩٦) ولكن لم يتوفر لدينا إطار بأسماء الممولين وأنشطتهم؛ نظراً لسرية بيانات الممولين لدى مصلحة الضرائب المصرية؛ وبالتالي تم اختيار عينة عمدية عن الممولين، ومراقبي الحسابات المسجلين بمنظومة الفاتورة الإلكترونية بمأموريات ضرائب بني سويف منطقة بني سويف، وكانت نسبة الردود ٣١٦ مفردة بنسبة ٨٢٪.

٣/٧ - وحدة المعاينة:

تتمثل مفردة البحث في مستخدمي الموقع الإلكتروني أي البوابة الإلكترونية لمصلحة الضرائب المصرية؛ حيث الممولين ومراقبي الحسابات؛ سواء كان ذكر أو أنثى، وذلك لتحديد جودة الموقع الإلكتروني للمصلحة، والإجابة على أسئلة قائمة الاستقصاء موضوع البحث.

٤/٧ - طريقة جمع البيانات:

يتضمن البحث البيانات الثانوية والأولية التي قامت بجمعها الباحثة؛ والتي تتمثل في :
- البيانات الثانوية: قامت الباحثة بالاستعانة بالكتب والدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع البحث.

- البيانات الأولية: قامت الباحثة بإعداد قائمة استقصاء، وتوجيهها إلى مستخدمي الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية عبر الإنترنت (الممولين و المحاسبين)؛ من خلال اختيار عينة غير احتمالية (عينة عمدية) بالإضافة الي اجراء المقابلات الشخصية مع الممولين

والمحاسبين للتعرف علي التحديات التي تواجههم لدى المنظومة الضريبية الإلكترونية والوقوف علي الآليات اللازمة لتعزيز الخدمة الضريبية والمساهمة في تطويرها من خلال وضع ما يلزم من توصيات واليات لتنفيذها .

٥/٧ - أداة القياس:

سيتمُّ قياس فروض البحث من خلال قائمة الاستقصاء التي تحتوي على العبارات التي تقيس أبعاد متغيرات البحث؛ وهي تتمثل في ثلاثة متغيرات: المتغير المستقل وهو: جودة الموقع الإلكتروني، والمتغير الوسيط؛ وهو: المنفعة المدركة لدى مستخدمي الموقع الإلكتروني ، وأيضًا المتغير التابع؛ وهو: نية قبول السداد الإلكتروني، لمصلحة الضرائب المصرية، وسيتم عرض كل الأبعاد والمقاييس المستخدمة لكل متغير في البحث كالتالي:

١/٥/٧ متغيرات البحث ومقاييسها :

❖ جودة الموقع الإلكتروني (متغير مستقل) ويتضمن أربعة أبعاد :

- جودة المعلومات :وتتضمن أربعة عبارات . (Aladwani, & Palvia, 2002 ,Brossolles,2006)
- جودة التصميم :وتتضمن ستة عبارات . (Barnes & Vidgen, 2002) (Aladwani &Palvia ,2002)(Bressolles ,2006)
- جودة النظام : وتتضمن ستة عبارات (lee& Lehto , 2013).
- جوده الخدمه:وتتضمن ستة عبارات .

(Yang et al. ,2005) (Loiacono et al., 2007)

❖ المنفعة المدركة : (متغير وسيط) ويتضمن ثلاثة أبعاد :

- الملائمة : تتضمن أربعة عبارات (Millan & Esteban, 2004) Colwell et (Babin et al. ,1994) (al.2008,).
 - التخصيص :وتتضمن أربعة عبارات (Babin (Coelho& Henseler 2012) (et al., 1994) (Bock et al., 2016) .
 - منفعة الدعم المدرك: وتتضمن أربعة عبارات
- (Lam & Zhang, 1999) (Nikbin & Hyun, 2015) (Caro & Garcia, 2008) (Boshoff ,1999)

❖ نية قبول السداد الإلكتروني: (متغير تابع) وتتضمن ثلاثة أبعاد:

(Davis,et al.989) (Venkatesh,et al.,2003) (Gholami., et al. 2010)(Saibon,et al.,2016)

- الجهد المتوقع ويتضمن اربعة عبارات .
- الأداء المتوقع ويتضمن اربعة عبارات .
- التأثيرات الاجتماعية وتتضمن ثلاثة عبارات .

٨- نتائج البحث :

١/٨- الإحصاءات الوصفية واختبارات الفروض:

١/٨/١- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

تعرض الباحثة في هذا الجزء التحليل الوصفي للبيانات مُستخدمة في ذلك برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, v 26)؛ وذلك للتعرف على قيم المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، التي تبرز وتوضح خصائص متغيرات الدراسة وفقاً لآراء المبحوثين محل الدراسة، ويعرض الجدول التالي قيم المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لهذه المتغيرات.

الجدول رقم (٣)

المتوسط العام والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة وفقاً لاستجابات المستقصى منهم

الانحراف المعياري	المتوسط	العينة	المتغيرات
.77462	3.774	316	جودة الموقع الإلكتروني
.88818	3.889	316	المنفعة المدركة
.89992	3.939	316	نية السداد الإلكتروني

المصدر : المصدر: إعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي.

١/٨/١/١- تفسير المتوسط العام والانحراف المعياري لمتغيرات البحث:

- يتضح من الجدول رقم قيم المتوسط العام لأبعاد المتغيرات قد سجلت أعلى درجة؛ حيث إن المتوسط النسبي يتمثل في ثلاث نقاط، وهذا يدل على ارتفاع مستوى إدراك المستقصى منهم لأبعاد جودة الموقع الإلكتروني والمنفعة المدركة من استخدامه، وكذلك نية قبول السداد الإلكتروني عبر الموقع .

- سجلت قيم المتوسط لجميع أبعاد المتغيرات درجة أعلى من المتوسط النسبي، وهي ثلاث نقاط؛ وهذا يدل على أن الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية على درجة عالية من الجودة؛ سواء كانت جودة تصميم أو خدمة أو معلومات؛ وتتمثل قيمة المتوسط ٣.٧٧٤ كما سجلت قيم متوسط المنفعة المدركة ٣.٨٨٩؛ وهي تدل على ارتفاع مستوى إدراك المستقصى منهم بالمنفعة المدركة من استخدام الموقع، كما تمثلت قيمة المتوسط لنية قبول السداد الإلكتروني قيمتها ٣.٩٣٩؛ وهي تدل على ارتفاع مستوى إدراك المستقصى منهم لقبولهم السداد عبر الموقع للضريبة المستحقة عليهم.

- كما سجلت قيم الانحراف المعياري انخفاض الانحراف المعياري لجميع الأبعاد؛ مما يدل على انخفاض التشتت في استجابات مفردات العينة، وبالتالي ثبات مستوى الإدراك وارتفاعه لدى المستقصى منهم؛ حيث تتمثل قيمة الانحراف المعياري لجودة الموقع الإلكتروني ٠.٧٧٤٦٢ وقيمة الانحراف المعياري للمنفعة المدركة ٠.٨٨١١٨. ونية قبول السداد الإلكتروني ٠.٨٩٩٩٢. وهذا يدل على ارتفاع إدراك المستقصى منهم، وبالتالي ثبات مستوى الإدراك.

٢/١/٨ اختبار فروض الدراسة :

يعرض هذا الجزء اختبار الفروض؛ حيث تعتمد منهجية اختبار العلاقات التأثيرية بين متغيرات نموذج الدراسة على استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية ببرنامج (AMOS). العلاقات التأثيرية الكلية والمباشرة وغير المباشرة بين متغيرات النموذج. وقبل أن نورد نتائج اختبار نموذج الدراسة، نوضح معايير كفاءة النموذج النهائي لتفسير العلاقات؛ حيث تشير المؤشرات الموضحة في الجدول (٤) إلى ارتفاع درجة كفاءة النموذج النهائي لتفسير العلاقات و كانت مؤشرات كفاءة النموذج، وهي ($GFI= 0.975$; $NFI=$ $CFI=0.960$; $RMSEA = 0.044$; $IFI=0.951$; $RFI=0.947$; 0.969)، وتعتبر هذه المؤشرات عن ارتفاع جودة مطابقة النماذج التي تم قياسها، والتفسير على النحو التالي:

- قيمة كا²: (Normed Chi-Square) (CMIN)

يتم حساب هذه القيمة للنموذج الذي خضع للتحليل، وكانت هذه القيمة ٣.٦٨٧، وكان عدد درجات الحرية = ٢ درجة، ويحسب أول مؤشر لكفاءة النموذج عن طريق قسمة قيمة كا² إلى درجات الحرية (CMIN/DF)، فإذا كان ناتج هذا المؤشر أقل من القيمة (٥)؛ دل ذلك على إمكانية مطابقة النموذج الفعلي للنموذج المقدر، وهذا هو حد القبول لهذا المؤشر، بينما إذا كان

نتاج المؤشر أقل من القيمة (٢) أشار ذلك إلى أن النموذج المقدر مطابق تمامًا للبيانات المشاهدة. وبالتطبيق على هذه الدراسة يُلاحظ أن قيمة مؤشر (CMIN/DF) قد بلغت (١,٨٤٣)، وهي أقل من القيمة (٥)؛ لذا يمكن القول إن النموذج المقدر مطابق تمامًا للبيانات المشاهدة.

الجدول رقم (٤) مؤشرات الحكم على جودة توافق النموذج المستخدم في الدراسة

م	المؤشر	حدود المؤشر	القيمة
1	مؤشر كا ٢ المعياري (CMIN/DF)	≤ 5	1.834
2	مؤشر جودة التوافق GFI	$\geq 0,90$	0,975
3	مؤشر جودة التوافق المعياري NFI	$\geq 0,90$	0,969
4	مؤشر جودة التوافق المتزايد IFI	$\geq 0,90$	0,951
5	مؤشر جودة التوافق المقارن CFI	$\geq 0,95$	0,960
6	الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA	$\leq 0,05$	0.044

المصدر: إعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي.

- **مؤشر جودة التوافق (GFI) Goodness of Fit Index**: يقيم هذا المؤشر درجة كفاءة النموذج من خلال مقارنة مربع البواقي الكلية للبيانات المقدر من خلال النموذج مع مربع البواقي المحسوب من البيانات الفعلية، وحد القبول لهذا المؤشر (٠,٩٠) أو أكثر، وكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح دل ذلك على جودة توافق النموذج المقدر لبيانات عينة الدراسة، وبالتطبيق على هذه الدراسة يُلاحظ أن قيمة هذا المؤشر بلغت (١)، وهذا يوضح جودة النموذج الذي تم اختياره وصلاحيته نتائجها في تفسير كافة العلاقات بين متغيرات الدراسة.

- **مؤشر جودة التوفيق المعياري (NFI) Normed Fit Index**: يقيم هذا المؤشر كفاءة النموذج من خلال نسبة الحد الأدنى للتعارض في النموذج المقترح إلى الحد الأدنى للتعارض في نموذج العدم، وتتراوح قيمته بين (صفر) توافق منعدم إلى (١) توافق تام، وكلما زادت قيمته عن ٩٠٪ دل ذلك على ارتفاع كفاءة النموذج، وبالتطبيق على الدراسة الحالية يُلاحظ أن قيمة هذا المؤشر بلغت (١)؛ مما يدل على كفاءة نموذج الذي تم اختياره في تفسير العلاقات بين مكوناته.

- **مؤشر جودة التوفيق النسبي (RFI) Relative Fit Index** : يقيم هذا المؤشر جودة توافق النموذج المقترح؛ وذلك من خلال مقارنة درجات الحرية، ودرجة التناقض للنموذج المستخدم في المدى بين النموذج المرضي ذي التوافق التام، ودرجة توافقه مساوية للواحد الصحيح، والنموذج غير المرضي والذي تكون درجة توافقه تساوي الصفر، وكلما اقتربت قيمة هذا المؤشر من الواحد الصحيح دل ذلك على زيادة كفاءة النموذج، وبالتطبيق على الدراسة الحالية يُلاحظ أن قيمة هذا المؤشر بلغت (٠.٨٨٤)؛ مما يدل على زيادة كفاءة النموذج.

- **مؤشر جودة التوافق المتزايد (IFI) Incremental Fit Index**: هو مقياس (Bollen) ويهدف إلى تعديل مقياس جودة التوافق المعياري (NFI)، وذلك من خلال مقارنة كل من درجة التعارض ودرجات الحرية، وكلما زادت قيمة المؤشر عن ٩٥٪ دل ذلك على ارتفاع كفاءة النموذج، وبالتطبيق على الدراسة الحالية يُلاحظ أن قيمة هذا المؤشر بلغت (١)؛ مما يدل على ارتفاع كفاءة نموذج الدراسة في تفسير العلاقات بين المتغيرات.

- **مؤشر جودة التوافق المقارن (CFI) Comparative Fit Index** : يقيس كفاءة أو جودة توافق النموذج المقترح من خلال نسبة تقديرات درجات الحرية والتباين، ومتوسط تقديرات النموذج المقترح إلى مقابلها في نموذج العدم، وكلما اقتربت قيمة هذا المؤشر من الواحد الصحيح دل ذلك على جودة توافق النموذج المقدر لبيانات عينة الدراسة، وبالتطبيق على الدراسة الحالية يُلاحظ أن قيمة هذا المؤشر بلغت (١)؛ مما يدل على ارتفاع كفاءة النموذج الذي تم اختياره.

- **الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA Root Mean Square of Error Approximation**

يقيس هذا المؤشر جودة توافق النموذج لمجتمع الدراسة؛ وبالتالي فهو يأخذ في الحسبان محاولة تصحيح كل من تعقيد النموذج وحجم العينة، وكلما كانت قيمته أقل من (٠.٠٨)؛ دل ذلك على جودة توافق النموذج المقدر لبيانات عينة الدراسة، وبالتطبيق على الدراسة الحالية يُلاحظ أن قيمة هذا المؤشر بلغت (٠.٠٤٤)؛ مما يؤكد على جودة توافق النموذج المقدر لبيانات عينة الدراسة، بعد التأكد من صلاحية النموذج لقياس العلاقات بين المتغيرات، سوف تتناول الباحثة

اختبار النموذج النهائي باستخدام أسلوب تحليل المسار (path analysis) لتفسير متغيرات نموذج الدراسة، واختبار العلاقات بين هذه المتغيرات بالاعتماد على برنامج (AMOS)

الجدول (٥)

معلومات المسار المعيارية للعلاقة بين متغيرات نموذج العلاقات المباشرة ومعنويتها

مسار العلاقة	معلمة المسار	الخطأ المعياري	اختبار (ت)	م (معنوية العلاقة) **
جودة الموقع الإلكتروني ← المنفعة المدركة	0.667	0.048	15.881	0.011
المنفعة المدركة ← نية السداد الإلكتروني	0,432	0.040	10.388	0.012
جودة الموقع الإلكتروني ← نية السداد الإلكتروني	0.173	0.053	3.570	0.010

المصدر: اعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي لاختبار النموذج ببرنامج (AMOS ٢٦.٧).

الجدول رقم (٦)

الآثار المعيارية الكلية (المباشرة وغير المباشرة) بين متغيرات النموذج

المتغير	جودة الموقع الإلكتروني	المنفعة المدركة
المنفعة المدركة	0,667
نية السداد الإلكتروني	0,707	0,432

المصدر: اعداد الباحثة في ضوء نتائج التحليل الإحصائي لاختبار النموذج ببرنامج (AMOS V ٢٦). (٢٦.٧)

٣/١/٨ - نتائج اختبار الفروض :

- اختبار صحة الفرض الأول:

من البيانات الموضحة بلغت قيمة معلمة مسار تأثير جودة الموقع الإلكتروني على المنفعة المدركة (٠,٦٦٧) درجة معيارية، وكذلك تؤكد بيانات جدول معلمات المسار الجدول (٥) إلى أن هذا التأثير إيجابي ومعنوي؛ حيث بلغت قيمة (ت) ١٥,٨٨١ وانحراف معياري (٠,٠٤٨)، وقيمة معنوية = ٠,٠١١ وهي أقل من ٥٪، وكذلك تشير بيانات جدول التأثيرات الكلية والمباشرة إلى نفس النتيجة (الجدول ٥, ٦)، كذلك توضح جداول اختبار المعنوية بتقنية **(Bootstrap- Two Tailed Significance)**، معنوية هذا التأثير الإيجابي، وهذا يعني أن ارتفاع مستوى إدراك المستقصى منهم لجودة الموقع الإلكتروني بدرجة واحدة انحراف معياري، يؤدي إلى ارتفاع مستوى المنفعة المدركة؛ بمقدار (٠,٦٦٧) درجة انحراف معياري. وبالتالي يمكن القول بصحة الفرض الأول لهذه الدراسة، والذي يشير إلى " وجود تأثير إيجابي ومعنوي مباشر لجودة الموقع الإلكتروني على المنفعة المدركة منه لدى المستقصى منهم.

- اختبار صحة الفرض الثاني:

توضح البيانات بأن قيمة المعلمة لمسار تأثير جودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني تأثير مباشر بدرجة معيارية (٠,١٧٣) درجة؛ حيث تؤكد البيانات لجدول معلومات المسار رقم (١٨) إلى أن هذا التأثير إيجابي ومعنوي، ولكن قوة التأثير قد تكون ضعيفة؛ حيث بلغت قيمة (ت) = ٣,٥٧٠ وانحراف معياري (٠,٠٥٣)، وقيمة معنوية = ٠,٠١٠ وهي أقل من ٥، وكذلك تشير بيانات جدول التأثيرات الكلية والمباشرة إلى نفس النتيجة؛ حيث الجداول رقم (٥, ٦) كذلك توضح جداول اختبار المعنوية رقم (٢٠ و ٢٢) بتقنية **Bootstrap- Two Tailed Significance** معنوية هذا التأثير الإيجابي؛ وهذا يعني تأثر مستوى جودة الموقع الإلكتروني لدى المستقصى منهم بدرجة واحدة معيارية؛ مما يؤدي إلى تأثير نية قبول السداد الإلكتروني الإيجابي بمقدار (٠,١٧٣) وبالتالي يمكن القول بصحة الفرض الثاني لهذه الدراسة؛ حيث وجود تأثير إيجابي ومعنوي ومباشر لجودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني لدى المستقصى منهم.

- اختبار صحة الفرض الثالث:

توضح البيانات في الشكل رقم (٦) أن قيمة معلمه المسار تأثير المنفعة المدركة على نية قبول السداد الإلكتروني هي (٠.٤٣٢) درجة معيارية، وكذلك تؤكد البيانات لجدول المعلومات المسار رقم (١٨) إلى أن هذا التأثير إيجابي ومعنوي؛ حيث بلغت قيمة (ت) = ١٠.٣٨٨ بانحراف معياري (٠.٠٤٠) وقيمة معنوية (٠.٠١٢)، وهي أقل من ٥٪، وكذلك تشير بيانات جدول التأثيرات الكلية والمباشرة إلى نفس النتيجة؛ حيث الجدول رقم (٥،٦)

كذلك توضح جداول اختبار المعنوية بتقنية **Bootstrap- Two Tailed**

Significance معنوية هذا التأثير الإيجابي؛ وهذا يعني ارتفاع مستوى المنفعة المدركة لدى المستقصى منهم بدرجة واحدة معيارية؛ مما يؤدي إلى ارتفاع مستوى نية قبول السداد الإلكتروني الإيجابي المستقصى منهم؛ بمقدار (٠.٤٣٢) وبالتالي يمكن القول بصحة الفرض الثالث؛ وهو وجود تأثير إيجابي ومعنوي مباشر للمنفعة المدركة على نية قبول السداد الإلكتروني للضريبة لدى المستقصى منهم.

- اختبار صحة الفرض الرابع:

(الدور الوسيط للمنفعة المدركة بين جودة الموقع ونية قبول السداد الإلكتروني): يعتمد اختبار صحة هذا الفرض على جداول التأثيرات الكلية، والمباشرة وغير المباشرة لاختبار نموذج الدراسة، ويمكن إيضاح ذلك على النحو التالي: يشير جدول التأثيرات الكلية رقم (٦) إلى أن التأثير الكلي لجودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني (٠,٧٠٧)، في حين يشير جدول التأثيرات المباشرة رقم (٥) إلى معلمة مسار مقدارها (٠,١٧٣) ،

في حين يوضح جدول التأثيرات غير المباشرة أن التأثيرات غير المباشرة لجودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني؛ مقدارها (٠,٥٣٤) درجة، وهذا يعني أن وجود المتغير الوسيط (المنفعة المدركة) أدى إلى ارتفاع التأثير الكلي لجودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني من (٠,١٧٣) كتأثير مباشر إلى تأثير كلي = (٠,٧٠٧)، وهذا التأثير الكلي هو محصلة التأثير المباشر وغير المباشر (٠,١٧٣) + (٠,٥٣٤) = ٠,٧٠٧، وقد تم اختبار معنوية التأثير المباشر وغير المباشر؛ باستخدام اختبار (**Bootstrap- Two Tailed Significance**) وبالتالي يمكن القول بصحة الفرض الرابع لهذه الدراسة، والذي يشير إلى وجود دور

وسيط ومعنوي للمنفعة المدركة يفسر تأثير جودة الموقع الإلكتروني في نية قبول السداد الإلكتروني.

٩- مناقشة نتائج البحث :

١/٩- نتائج اختبار العلاقة بين جودة الموقع الإلكتروني والمنفعة المدركة:

توصلت نتائج إختبار الفرض الأول بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المستخدمة تبين التأثير الإيجابي لجودة الموقع الإلكتروني على المنفعة المدركة لدى مستخدمي الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية، وتتفق تلك النتائج مع دراسة كلاً من : (Rachma,et al.,2019 , Belver, et al,2020 , Wang,2016 , Bahari, et al., 2018, Boon-itt, 2019, chopra,et al., 2019) وبالتالي ترى الباحثة أن جودة الموقع الإلكتروني، وتحديداً أبعاد جودة الموقع الإلكتروني؛ حيث جودة المعلومات، وجودة الخدمة على الموقع تحقق المنفعة المدركة لدى مستخدمي الموقع بشكل إيجابي، ولذلك ضرورة العمل على زيادة إدراك المستخدمين للمنافع المرتبطة باستخدام الموقع الإلكتروني للمصلحة للحصول على الخدمة من خلال بذل الجهود الترويجية اللازمة.

٢/٩- نتائج اختبار العلاقة بين جودة الموقع الإلكتروني، ونية قبول السداد الإلكتروني والدور الوسيط للمنفعة المدركة:

توصلت نتائج اختبار الفرض الثاني بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المستخدمة التأثير الإيجابي المباشر لجودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني، بالإضافة إلى توصلها إلى نتائج الفرض الثالث إلى وجود علاقة تأثير إيجابية مباشرة بين المنفعة المدركة، ونية قبول السداد الإلكتروني للضريبة، في حين أنه توصلت نتائج اختبار الفرض الرابع إلى أن تأثير الدور الوسيط للمنفعة المدركة بين جودة الموقع الإلكتروني ونية قبول السداد الإلكتروني يعزز تلك العلاقة، ويزيد من قوة التأثير الإيجابي لجودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني، وذلك يتفق مع نتائج دراسة كلاً من : (Liébana-Cabanillas,et al, 2017, Jin,et al, 2020 , Subawa,et al, 2021, Rachma,et al.,2019 , Vinitha & Vasantha,2020, Mahmudah, & Kartikaningdyah, 2020 , Nguyen,et al., 2024)وبالتالي ترى الباحثة: أنه وفقاً لنتائج الاختبارات الإحصائية للفروض تبين أن العلاقة المباشرة لجودة الموقع الإلكتروني، ونية قبول السداد الإلكتروني كانت بالرغم من أنها إيجابية،

ولكن كان التأثير الإيجابي لجودة الموقع على نية السداد ضعيف، بينما عند الاستعانة بالمنفعة المدركة كمتغير وسيط للعلاقة زاد التأثير الإيجابي لجودة الموقع الإلكتروني على نية قبول السداد الإلكتروني؛ ولذلك أصبحت المنفعة التي يدركها المستخدم من جودة.

١٠ - توصيات البحث :

- في إطار ما توصلت إليه النتائج ترى الباحثة أنه من الضرورة العمل بالتوصيات الآتية:
١. ضرورة الاهتمام والتطوير والتحديث للموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية بما يتفق مع احتياجات مستخدمي الموقع ومتطلبات العمل عليه بما يتفق مع كل ما هو جديد في القطاع الضريبي.
 ٢. الاستفادة من تجارب المؤسسات الحكومية الأخرى التي لها السبق والنجاح في الاعتماد على الموقع الإلكتروني لتقديم خدماتها؛ مثل الشهر العقاري، وهيئة البريد، والبنوك، والعديد من الوزارات؛ مثل وزارة الداخلية.
 ٣. ضرورة توافر خدمات الدعم الفني؛ سواء على المستوى الداخلي للمصلحة بشكل مستمر لتفادي أعطال الشبكة على الموقع بمساعدة العاملين في حل مشكلات الموقع حتى يتسنى لمستخدمي الموقع على المستوى الخارجي الحصول على خدمة ضريبية متميزة، وتلقي شكاوى المستخدمين هاتفياً على مدار الساعة من خلال خدمة عملاء ضريبية.
 ٤. ضرورة ربط الحساب الخاص بالمستخدم على الموقع الضريبي برقم الهاتف؛ نظراً لفقد الكثير من المستخدمين رقم المستخدم، وكلمة السر؛ حتى يتسنى له الدخول على الموقع الإلكتروني الضريبي، ومن ثم منظومتي الفاتورة الإلكترونية، والإقرار الإلكتروني الضريبي، وتقديم الإقرار بسهولة.
 ٥. عمل تحفيز مادي لمستخدمي الموقع من خلال وضع نظام نقاط خصم عند سداد الضريبة إلكترونياً من خلال الموقع؛ حتى يشجع الممولين، ومستخدمي الموقع باختلاف أنشطتهم على الإقبال على الموقع الإلكتروني الضريبي
 ٦. ضرورة الاستعانة بخبراء تكنولوجيا المعلومات لتصميم المواقع الإلكترونية للمصلحة؛ بما يتوافق مع احتياجات المستخدمين، بالإضافة إلى نشر كافة التقارير على الموقع بلغة مفهومة ومبسطة وسهلة؛ حتى يتمكن المستخدم من الإلمام بكافة المعلومات الدقيقة بسهولة.

١١ - محددات البحث ومقترحات البحوث المستقبلية:

- اقتصر البحث على دراسة جودة الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب المصرية؛ وبالتالي تقترح الباحثة إعادة البحث من خلال التطبيق على قطاعات أخرى؛ مثل قطاع البريد، والصحة، والتعليم، والمواقع الإلكترونية الحكومية المختلفة للمؤسسات الحكومية، وقطاع البنوك.
- اقتصر البحث على دراسة جودة الموقع الإلكتروني لمصلحة الضرائب على مستوى المستخدم الخارجي للموقع؛ وبالتالي تقترح الباحثة دراسة البحث على العاملين بالمصلحة.

١٢ - قائمة المراجع :

أولاً: المراجع العربية:

بازرعة، محمود صادق (1996) "بحوث التسويق والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية (دارالنهضة العربية، القاهرة)، ص 17 .

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Adamson, Shine. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information System in a Mandatory Environment. **Journal A Bank's Treasure Technology Analysis and Strategic Management**, 15(4).
- Aladwani, A. M., & Palvia, P. C. (2012). Developing and validating an instrument formeasuring user-perceived web quality. **Information & Management**, 39(6), 467–476.
- Al-dweeri, R. M., Moreno, A. R., Montes, F. J. L., Obeidat, Z. M., & Al-dwairi, K. M. (2018). The effect of e-service quality on Jordanian student's e-loyalty: an empirical study in online retailing. **Industrial Management & Data Systems**.
- Ambalov, I. A. (2021). Decomposition of perceived usefulness: A theoretical perspective and empirical test. **Technology in Society**, 64, 101520.
- Bahari, K. A., Abdullah, D., Kamal, M. S. B., Johari, N. R., & Zulkaflī, M. S. (2018). The influence of hotel website design quality, perceived

- ease of use and perceived usefulness on loyalty intention. **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication**, 701-710.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). An integrative approach to the assessment of ecommerce quality. **Journal of Electronic Commerce Research**, 3(3), 114–127.
- Belver-Delgado, T., San-Martín, S., & Hernández-Maestro, R. M. (2020). The influence of website quality and star rating signals on booking intention: analyzing the moderating effect of variety seeking. **Spanish Journal of Marketing-ESIC**.
- Bhuasiri, W., Zo, H., Lee, H., & Ciganek, A. (2016). User Acceptance of e-government Services: Examining an e-tax Filing and Payment System in Thailand. **Information Technology for Development**, 22(4), 672-695.
- Boon-itt, S., (2019) ,Quality of health websites and their influence on perceived usefulness, trust and intention to use: an analysis from Thailand. **J Innov Entrep** 8, 4.
- Brahmantyo, K. F., Paguna, B., & Prawati, L. D. (2023). Measuring the Success of Corporate Annual Tax Online Reporting: Applying the Delone & McLean Information System Success Model. **In E3S Web of Conferences (Vol. 426, p. 01094). EDP Sciences**.
- Bressolles, G. (2006). Electronic service quality: NetQual-proposition of a measurementscale to commercial websites and moderating effects. **Recherche et Applications en**.
- Candiwan and CokroWibisono ,(2021),Analysis of the Influence of Website Quality to Customer's Loyalty on E-Commerce ,**International Journal of Electronic Commerce Studies** ,Vol.12, No.1, pp.83-102.
- Chen, C. D., Ku, E. C., & Yeh, C. C. (2019). Increasing rates of impulsive online shopping on tourism websites. **Internet Research**.
- Chopra, G., Madan, P., Jaisingh, P., & Bhaskar, P. (2019). Effectiveness of e-learning portal from students' perspective: A structural equation model (SEM) approach. **Interactive Technology and Smart Education**.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **Journal MIS Quarterly**, 13(3).

- DeKool, D. and van Wamelen, J. (2008), “Web 2.0: a new basis for e-government?”, Proceedings of the 3rd International Conference on Information and Communication Technologies: From Theory to Applications, **IEEE, Los Alamitos, CA**, pp. 1-7.
- Delafrouz, N.; Paim, L.H.; Khatibi, A. 2011, Understanding consumer’s internet purchase intention in Malaysia. **Afr. J. Bus. Manag.**, 5, 2837–2846.
- Di Fatta, D., Musotto, R., & Vesperi, W. (2016). Analyzing E-commerce websites: A quali-quantitative approach for the User Perceived Web Quality (UPWQ). **International Journal of Marketing Studies**, 8(6), pp. 33–44. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n6p33>.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (2010), Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach, Psychology Press, **Taylor & Francis Group, New York, NY**.
- Forsythe, S.; Liu, C.; Shannon, D.; Gardner, L.C ,2006. Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping. **J. Interact. Mark.**, 20, 55–75.
- Gholami., et al. (2007), Factors Affecting e-Payment Adoption in Nigeria. **Journal of Electronic Commerce in Organizations**; 2010, 8(4),
- Hahn, S.-E., Sparks, B., Wilkins, H., & Jin, X. (2017). E-service quality Management of a Hotel Website: A scale and implications for management. **Journal of Hospitality Marketing & Management**, 26(7), 694–716.
- Hambali, A. J. H. (2020). The success of e-filing adoption during COVID 19 pandemic: The role of collaborative quality, user intention, and user satisfaction. **Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura**, 23(1), 57-68..
- HendroLukman and EstralitaTrisnawati ,(2019), Influence of E-Filling Website Toward Intention of Personal Taxpayers in Submitting Annual Tax Advances in Social Science, **Education and Humanities Research**, volume 439.
- Huang, Echo.,& Cheng, Fa-Cheng. (2012) Online Security Cues and E-Payment Continuance Intention. **International Journal of EEntrepreneurship and Innovation**;; 3(1), 42-58
- Jin, C. C., Seong, L. C., & Khin, A. A. (2020). Consumers’ Behavioural Intention to Accept of the Mobile Wallet inMalaysia. **Journal of Southwest Jiaotong University**, 55(1), 1–13. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.55.1.3>

- Kaban, A. F., Triyanto, F., & Prabowo, I. C. (2023). The success factors of e-Filing implementation for Gen Z individual taxpayers in Indonesia: Based on the DeLone & McLean IS Success Model. **In E3S Web of Conferences** (Vol. 426, p. 01090). EDP Sciences.
- Keramati, Abbas., et al. (2012)Adoption of Electronic Payment Services by Iranian Customers. **Successful Customer Relationship Management Programs and Technologies Issues and Trends**,18, 268-285.
- Kleinlercher, K., Emrich, O., Herhausen, D., Verhoef, P. C., & Rudolph, T. (2018). Websites as information hubs: How informational channel integration and shopping benefit density interact in steering customers to the physical store. **Journal of the Association for Consumer Research**, 3(3), 330–342. <https://doi.org/10.1086/698415>
- Ko, H.; Jung, J.; Kim, J.; Shim, S.W., (2004),Cross-cultural differences in perceived risk of online shopping. **J. Interact. Advert.** 4, 20–29.
- Kotler, P.; Keller, K.L.; Goodman, M.; Brady, M.; Hansen, T. , (2019),Marketing Management; Pearson Education Limited: **Harlow, UK**; Vol. 4th European Edition.
- Lagrosen, S (2005).Effects of the internet on the marketing communication of service companies. **Journal of Services Marketing**.
- Laihad,R. C. Y. (2013). PengaruhPerilakuWajibPajakTerhadapPenggunaan E-Filling WajibPajak di Kota Manado. **Jurnal EMBA**, 1(3), 44-51.
- Layla Hasan &Emad Abuelrub(2011),Assessing the quality of web sites,KingSaudUniversityAppliedComputingandInformatics,vo.9,pp, 11-29.
- Lee, D. Y., & Lehto, M. R. (2013). User acceptance of YouTube for procedural learning: An extension of the technology acceptance model. **Computers & Education**, 61, 193–208. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.001>.
- Liébana-Cabanillas, F., de Luna, I. R., & Montoro-Ríosa, F. (2017)Intention to use new mobile payment systems: A comparativeanalysis of SMS and NFC payments. **Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja** , 30(1), 892–910. <https://1080doi.org/10. /1331677X.2017.1305784>

- Mahmudah, N., & Kartikaningdyah, E. (2020,). The Effect of Perception of Utilization, Perception of Easy of Use and Taxpayer Satisfaction on E-Filing Use by Tax Payer. **In First International Conference on Applied Science and Technology (iCAST 2018)** (pp. 122-127). Atlantis Press.
- Moore, G.C., & Benbasat, (1991), I. Development of an Instrument To Measure The Perceptions of Adopting An Information Technology Innovation. **Information Systems Research**;, 2(3), 192-222.
- Nadiri, H. and Gunay, G.N. (2013), "An empirical study to diagnose the outcomes of customers' experiences in trendy coffee shops", **Journal of Business, Economics, and Management**, Vol. 14 No. 1, pp. 22-53.
- Nguyen, H. T. T., Nguyen, N., & Pervan, S. (2020). Development and validation of a scale measuring hotel website service quality (HWebSQ). **Tourism Management Perspectives**, 35, 100697.
- Nguyen, M. H., & Khoa, B. T. (2019). Perceived mental benefit in electronic commerce: Development and validation. **Sustainability**, 11(23), 6587.
- Nguyen, T., Mac, Y., Nguyen, M., & Bui, V. (2024). Assessing determinants of tax officials' intention to continue applying e-tax in Vietnam: Attitude toward the continued application of e-tax as a mediator. **International Journal of Data and Network Science**, 8(1), 569-584.
- Park, C. & Kim, Y. (2008), The effect of information satisfaction and relational benefit on consumer's online shopping site commitment. **Web Technol. Commer. Serv. Online**, 1, 149.
- Rachma, Agusti Rosalita, and Ramadhan Hanifa Maulani. (2019) "THE EFFECTS OF SERVICE APPLICATIONS ON TAXPAYER COMPLIANCE AND BEHAVIORAL INTENTION TO USE."
- Richard, E. (2009), "Online deliberation in the government of Canada: organizing the back office", in Davies, T. and Gangadharan, S.P. (Eds), **Online Deliberation: Design, Research, and Practice**, CSLI Publications, Stanford, CA, pp. 177-91.
- Santhanamery, T., & Ramayah, T. (2015). Understanding the Effect of Demographic and Personality Traits on the e-filing Continuance Usage Intention in Malaysia. **Global Business Review**, 16(1), 1-20.

- Subawa, N. S. (2021). Differences of gender perception in adopting cashless transaction using technology acceptance model. **Available at SSRN 3948415**.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017). Customer satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case. **ServiceScience**, 9(2), 106–120.
- Venkatesh, Viswanath., et al. 2003, User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View. **MIS Quarterly**; 27(3), 425-478.
- Vinitha, K., & Vasantha, S. (2020). Determinants of Customer intention to use Digital payment system. **J. Adv. Res. Dyn. Control Syst**, 12, 168-174.