

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

الرقم التسلسلي: / 2019

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

الفرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

جودة الإدارة الإلكترونية في تحقيق رضا المستخدمين

دراسة حالة: جامعة العربي التبسي - تبسة

إشراف الدكتورة:

- هدى بوحنيك

من إعداد الطالبتين:

- أمال كركاطو

- حبيبة نيب

جامعة العربي التبسي - تبسة
Université Larbi Tébessi - Tébessa

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
وداد بن قيراط	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
هدى بوحنيك	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا ومقرررا
عمر عمروش	أستاذ مساعد - أ -	عضوا مناقش

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم:

الرقم التسلسلي:/ 2019

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

الفرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

جودة الإدارة الإلكترونية في تحقيق رضا المستخدمين

دراسة حالة: جامعة العربي التبسي - تبسة

إشراف الدكتورة:

- هدى بوحنيك

من إعداد الطالبتين:

- أمال كركاطو

- حبيبة نيب

جامعة العربي التبسي - تبسة
Université Arbi Tébessi - Tébessa

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
وداد بن قيراط	أستاذ محاضر - ب-	رئيسا
هدى بوحنيك	أستاذ محاضر - ب-	مشرفا ومقرررا
عمر عمروش	أستاذ مساعد - أ-	عضوا مناقش

السنة الجامعية 2018/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرّفان

الحمد لله العظيم الجليل الحي القيوم ذو الجلال والإكرام كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه له المنّة والفضل والثناء والحسن والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين نبي الهدى والرحمة سيدنا وحبينا وقدوتنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه ومن ولاة أجمعين إلى يوم الدين.

إن الحروف لتتهادى بكلماتها لتجسد لكم أجمل عبارات الشكر والثناء.

إن الكلمات لتقف عاجزة، والعبارات تائهة، بل والأفكار قاصرة حينما نريد أن نشكركم في مثل هذه اللحظات يتوقف القلم ليفكر قبل أن يخط الحروف لينظمها في سطور تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا من الذكريات وصور تجمعنا برفاق أناروا لنا دربنا. فواجب علينا شكرهم ونحن نخطو الخطوات الأخيرة لإتمام هذه المذكرة.

وننقدم بجزيل الشكر والعرّفان إلى

الأستاذة المؤطرة: "الدكتورة بوحنيك هدى" على المجهودات المبذولة ونصائحها القيمة وعلى تعاونها التام من أجل إتمام هذه المذكرة.

كل التقدير والاحترام للجنة المناقشة: الذين بتصويباتهم واقتراحاتهم سيتم عملنا.

الشكر والعرّفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب العلم إلى: كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير وخاصة قسم علوم التسيير.

وإلى كل عمال جامعة العربي التبسي - تبسة -

كما نشكر موظفي مركز الأنظمة وشبكات الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز بجامعة العربي التبسي على تعاونهم معنا لإتمام الجانب التطبيقي في هذه المذكرة.

وفي الأخير نتوجه بالشكر إلى كل من ساهم من بعيد أو من قريب في إنجاز هذا العمل وتأدية هذه

الأمانة الجليلة.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وعرهان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-ز	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري لجودة الخدمة الإلكترونية ورضا المستخدمين	
09	تمهيد
10	المبحث الأول: مدخل للإدارة الإلكترونية
10	المطلب الأول: مفهوم وخصائص الإدارة الإلكترونية
10	أولاً. نشأة الإدارة الإلكترونية
11	ثانياً. تعريف وخصائص الإدارة الإلكترونية
12	المطلب الثاني: أسباب التحول نحو الإدارة الإلكترونية ومزاياها
12	أولاً. أسباب التحول إلى الإدارة الإلكترونية
12	ثانياً. مزايا الإدارة الإلكترونية
14	المطلب الثالث: متطلبات ووظائف الإدارة الإلكترونية
14	أولاً. متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية
17	ثانياً. وظائف الإدارة الإلكترونية
19	المطلب الرابع: أهداف وأهمية الإدارة الإلكترونية
19	أولاً. أهداف الإدارة الإلكترونية
19	ثانياً. أهمية الإدارة الإلكترونية
22	المبحث الثاني: إطار نظري لجودة الإدارة الإلكترونية
22	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات
22	أولاً. تعريف الجودة
23	ثانياً. تعريف جودة الخدمات
24	المطلب الثاني: جودة الخدمة الإلكترونية
24	أولاً. تعريف الخدمة الإلكترونية
24	ثانياً. تعريف جودة الخدمة الإلكترونية
25	المطلب الثالث: معايير جودة الخدمة الإلكترونية
25	أولاً: جودة محتوى الموقع الإلكتروني
26	ثانياً: جودة تصميم الموقع الإلكتروني
27	ثالثاً: جودة تنظيم الموقع الإلكتروني

27	رابعاً: جودة سهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني
28	المبحث الثالث: رضا المستخدم
28	المطلب الأول: مفهوم رضا المستخدم وخصائصه
28	أولاً. تعريف رضا المستخدم
29	ثانياً. خصائص رضا المستخدمين
30	المطلب الثاني: قياس رضا المستخدمين
30	أولاً: أساليب قياس رضا المستخدمين
32	ثانياً. أهمية قياس رضا المستخدمين
33	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الرضا الإلكتروني
34	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: تقديم عام للجامعة محل الدراسة
37	المطلب الأول: التعريف بجامعة تبسة
37	أولاً. نشأة الجامعة
37	ثانياً. تطور الجامعة
38	ثالثاً. مهام الجامعة
38	رابعاً. أهداف الجامعة
38	خامساً. الهيكل التنظيمي
40	المطلب الثاني: الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة
40	أولاً. اسم النطاق
40	ثانياً. الخدمات المقدمة في الموقع الإلكتروني
40	ثالثاً. تاريخ الموقع الإلكتروني للجامعة
41	المبحث الثاني: إجراءات الدراسة وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية
41	المطلب الأول: إجراءات الدراسة
41	أولاً. مصادر جمع المعلومات والبيانات
42	ثانياً. مكونات استمارة الاستبيان
43	المطلب الثاني: اعتماد الاستبيان وتداوله
43	أولاً. اختبار صدق وثبات أداة الدراسة
46	ثانياً. تداول استمارة الاستبيان
48	المطلب الثالث: عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية
48	أولاً. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس
49	ثانياً. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية

50	ثالثا. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي
51	رابعا. توزيع عينة الدراسة حسب متغير طبيعة المستخدم
51	خامسا. توزيع عينة الدراسة حسب متغير معدل زيارة الموقع
53	المبحث الثالث: تحليل محاور الدراسة واختبار فرضياتها
53	المطلب الأول: تحليل محاور الدراسة
53	أولا. تحليل استجابات أفراد العينة نحو محور جودة الخدمة الإلكترونية
56	ثانيا. تحليل استجابات أفراد العينة نحو محور رضا المستخدم
57	المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية وفرضياتها الفرعية
58	أولا. نتائج اختبار الفرضيات الفرعية
60	ثانيا. اختبار الفرضية الرئيسية
61	المطلب الثالث: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية وفرضياتها الفرعية
61	أولا. اختبار الفرضية الفرعية الأولى
62	ثانيا. اختبار الفرضية الفرعية الثانية
62	ثالثا. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة
63	رابعا. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة
64	خلاصة الفصل
66	الخاتمة
69	فهرس المراجع
74	الملاحق
	ملخص

فهرس الجداول:

رقم الصفحة	البيان	الرقم
43	توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة	01
44	معاملات الارتباط (الصدق) بين الدرجة الكلية للاستبيان والمحاور والأبعاد الفرعية	02
44	معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور جودة الخدمة الإلكترونية	03
45	معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور رضا المستخدمين	04
46	اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة	05
47	تداول الاستبيان	06
48	سلم ليكرت الخماسي	07
48	طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي	08
48	توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس	09
49	توزيع عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية	10
50	توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي	11
51	توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير طبيعة المستخدم	12
51	توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير معدل زيارة الموقع	13
53	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف لفقرات محور جودة الخدمة الإلكترونية	14
56	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور رضا المستخدمين	15
58	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وفرضياتها الفرعية	16
61	اختبار التباين الأحادي لمحاور الدراسة حسب الجنس	17
62	اختبار التباين الأحادي لمحاور الدراسة حسب العمر	18
62	اختبار التباين الأحادي لمحاور الدراسة حسب المستوى التعليمي	19
63	اختبار التباين الأحادي لمحاور الدراسة حسب طبيعة المستخدم	20

فهرس الأشكال:

رقم الصفحة	البيان	الرقم	
31	نموذج Kano لقياس رضا العملاء	01	الفصل الأول
39	الهيكل التنظيمي لجامعة العربي التبسي	02	الفصل الثاني
42	نموذج الدراسة	03	
49	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس	04	
50	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر	05	
50	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي	06	
51	التوزيع عينة الدراسة حسب متغير طبيعة المستخدم	07	
52	توزيع عينة الدراسة حسب متغير معدل زيارة الموقع	08	

فهرس الملاحق:

رقم الصفحة	البیان	الرقم
76	اتفاقية التربص	01
78	استمارة الاستبيان	02
82	قائمة الأساتذة المحكمين	03
83	مخرجات برنامج (SPSS)	04



أولاً. تمهيد

أدى النمو المتسارع للمعلومات والتقنيات في الألفية الثالثة إلى ثورة في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي أثرت بشكل واضح في كيفية سير الأعمال الإدارية والتنظيمية على مستوى القطاع الحكومي وعلى مستوى القطاع الخاص، فبرزت مفاهيم جديدة كالحكومة الإلكترونية أو الإدارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، تسعى إلى تزويد المستخدمين والمنظمات بالمعلومات والخدمات الإلكترونية بكفاءة وفعالية، حيث أصبح استخدام الإدارة الإلكترونية خياراً استراتيجياً في تقديم الخدمة العملية والتعليمية في منظمات الأعمال وتعزيز البنية التحتية لها والتواصل مع بعضها من جهة ومع العالم من جهة أخرى.

وكون الجامعة منظمة أعمال خدمية تعليمية تسعى لتقديم خدماتها بالجودة المطلوبة وجب عليها مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم بتبنيها الإدارة الإلكترونية من أجل تقديم الخدمات لموظفيها وأساتذة وطلابها وكذا المستخدمين من المحيط الخارجي، وذلك من خلال إنشاء موقع إلكتروني الذي يعتبر حلقة وصل بين الأطراف المتعاملين مع الجامعة سواء في بيئتها الداخلية أو الخارجية، وتبرز أهمية الموقع الإلكتروني في إدارة أعمال الجامعات والمنظمات في سرعة التواصل وإنجاز الأعمال وموثوقية الخدمات المقدمة والتقليل من الجهد المبذول في سبيل الحصول على هذه الخدمات.

وزاد الاهتمام بدراسة وحصر وتقييم المواقع الإلكترونية لمعرفة مدى نجاحها في أداء المهام التي أنشأت من أجلها، كنتيجة للزيادة الهائلة في عددها وصعوبة المفاضلة بينها. حيث تختلف المواقع الإلكترونية للجامعات والمنظمات التعليمية على شبكة المعلومات العالمية في مدى جودتها والتزامها بالمعايير الواجب توافرها من حيث المواصفات، وجودة الخدمة، والتصميم، والمميزات الجمالية، لتجذب العدد الأكبر من المستخدمين والجمهور المستهدف وتحقيق رضاهم.

ثانياً. إشكالية الدراسة

وبناء على ما سبق، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر جودة الخدمة الإلكترونية في تحقيق رضا المستخدم في الجامعة، من خلال خدمات الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة، ويمكن صياغة إشكالية الدراسة كالتالي:

ما مدى تأثير جودة الإدارة الإلكترونية على تحقيق رضا المستخدمين، وما واقع ذلك على مستخدمي

الموقع الإلكتروني لجامعة العربي التبسي؟

ثالثاً. التساؤلات الفرعية

ولمعالجة هذه الإشكالية والإجابة عليها بوضوح تمت صياغة التساؤلات الفرعية التالية:

- فيما تتمثل الإدارة الإلكترونية وماهي أهم خصائصها؟

- فيما تكمن جودة الإدارة الإلكترونية؟

- إلى أي مدى تساهم جودة الإدارة الإلكترونية في تحقيق رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة العربي التبسي -تبسة؟ وما مدى تأثير المتغيرات الشخصية والوظيفية على موضوع الدراسة؟

رابعاً. فرضيات الدراسة

نصت الفرضية الرئيسية على أنه:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة الإلكترونية على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"

وتفرعت إلى ما يلي:

- الفرضية الفرعية الأولى: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المحتوى على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"
 - الفرضية الفرعية الثانية: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"
 - الفرضية الفرعية الثالثة: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تنظيم الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"
 - الفرضية الفرعية الرابعة: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة التعامل مع الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"
- ونصت الفرضية الرئيسية الثانية على أنه:

توجد فروق دلالة لمحاور الدراسة تعود للمتغيرات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة.

خامساً. أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من خلال الأهمية البالغة التي تكتسبها الإدارة الإلكترونية وما يمكن لهذه الأخيرة أن توفر من خدمات للمستفيدين، والتي يمكن أن تسهل وتسرع في التعاملات ما بين الإدارة وطالب الخدمة، سعياً لإرضاء المستخدم.

سادساً. أهداف الدراسة

فأهداف الدراسة تبرز من خلال ما يلي:

- المساهمة في بناء وتكوين المعرفة العلمية المتعلقة بموضوع الإدارة الإلكترونية ورضا المستخدمين.
- التعرف على مستويات وخصائص الإدارة الإلكترونية.
- محاولة فتح المجال أمام دراسات لاحقة لموضوع أثر جودة الخدمات الإلكترونية متمثلة في جودة المواقع الإلكترونية على رضا مستخدميها.
- إمكانية الوصول إلى نتائج موضوعية مبنية على دراسة إحصائية تخدم القائمين على الموقع الإلكتروني لجامعة العربي التبسي.
- التأكد من وجود تأثير لأبعاد جودة الموقع الإلكتروني على رضا مستخدميها.

سابعاً. منهج الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة منهج البحث الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي؛ حيث تم إتباع المنهج الوصفي من خلال جمع المعلومات من موضوع الدراسة وتحليلها وتفسيرها من خلال الأدوات المناسبة وسيتم التفصيل في ذلك في الجانب التطبيقي.

ثامناً. الدراسات السابقة

تعد البحوث والدراسات السابقة من المصادر الثانوية للبيانات والمعلومات، وقد تم الاطلاع على عدد منها، والاستفادة من إطارها النظري والتطبيقي في التعريف بمتغيرات الدراسة وطرائق تحليل العلاقة بينها واختبارها، وأهم النتائج التي توصلت إليها، وفيما يلي عدد من الدراسات ذات الصلة بمتغيري جودة الإدارة الإلكترونية ورضا المستخدم:

أ. الدراسات العربية

1. دراسة صلاح الدين مفتاح سعد الباهي (2016)

بعنوان: أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان - الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا الزبائن، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أن مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام في البنك الإسلامي الأردني في مدينة عمان وفروعه من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

- ضرورة قيام البنك بدراسات دورية لقياس فعالية الخدمات المصرفية الإلكترونية وضمان رضا الزبائن والمحافظة عليهم، خاصة وأن توقعات وخبرات الزبائن تتفاوت من زبون لآخر، فضلاً عن التطور المستمر في مجال التكنولوجيا وأنظمة الاتصال.

2. دراسة علي محمد العضايلة ونهى خالد المحارب (2015)

بعنوان: أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا طالبات جامعة الأميرة نوره بالمملكة العربية السعودية: دراسة حالة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا طالبات جامعة الأميرة نورة والمقدمة لهن عن طريق موقع الجامعة على الأنترنت. ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، حيث تم توزيع (500) استبانة على طالبات الجامعة بمختلف

التخصصات والمستويات الدراسية وذلك من خلال عينة ملائمة، وقد استعيد منها 306 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي بنسبة بلغت (61.2 %)، وبعد عملية جمع الاستبيانات تم معالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

توصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها جامعة الأميرة نوره من وجه نظر الطالبات كان بمستوى ضعيف. وأشارت النتائج أيضاً أن مستوى رضا الطالبات عن الخدمات الإلكترونية المقدمة من الجامعة ضعيف، كما بينت نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق معايير جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة من جامعة الأميرة نوره على مستوى رضا الطالبات عن هذه الخدمات. وأوصت الدراسة بضرورة الاستمرار في إجراء المزيد من الدراسات، كمحاولة للوصول إلى أبعاد أكثر دقة لقياس جودة الخدمة الإلكترونية. وبإعادة النظر في كفاءة موقع جامعة الأميرة نورة من حيث توفير المعلومات بطريقة تساعد الطالبة على الحصول عليها بأقل جهد ممكن. كما أوصت بتطوير موقع الجامعة بشكل يمكن الطالبة من إجراء الحركات الأكاديمية من خلال الموقع دون الحاجة للحضور شخصياً للجامعة.

3. دراسة محمد خثير وأسماء مرايمي (2017)

بعنوان: العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة

جاءت الورقة البحثية في شكل دراسة نظرية حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبائن في المنظمة، وذلك بإعطاء مفاهيم أساسية حول جودة الخدمة وأبعادها المختلفة، وكذا الرضا ورضا الزبائن والعلاقة النظرية بين جودة الخدمة وأبعادها والرضا لدى العملاء والزبائن في المنظمات، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

- تعتمد مؤشرات جودة الخدمة على معايير ومواصفات تضعها المؤسسة الشيء الذي يعبر عن حقيقة ملموسة، بالمقابل مؤشرات رضا الزبون تعتمد على قاعدة حساسة يصعب لمسها (إدراك الزبائن)، ومن خلال قياس جودة الخدمة وقياس رضا الزبون يتضح التناقض المتكرر في النتائج لأنه مهما تكن الجودة الحقيقية فإن الجودة المدركة هي الأهم لأن الزبون هو الذي يقرر في النهاية مع من يتعامل مع المؤسسة أو منافسها.
- تأثير الملموسية، التعاطف والأمان على رضا الزبون، حيث أن رضا الزبون يستمد في المراحل الأولى من اتجاهات وسلوكيات مقدم الخدمة، عندما يكون متفائلاً وملتحمساً ومستعداً لمساعدة الزبائن، فإن هذا يدعم من فرص البيع وتكرار التعامل.

- تأثير الاستجابة والاعتمادية على رضا الزبون، حيث أن درجة ودقة وسرعة الاستجابة لها تأثير في رغبات الزبون وكسب رضاه.

4. دراسة عبد الجليل طواهر وجمال الهواري (2013)

بعنوان: محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس NetQual: دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر

تناولت الدراسة معرفة دور جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة عبر موقع مؤسسة بريد الجزائر- باعتبارها من بين المؤسسات العمومية الرائدة في قطاع البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بالجزائر خاصة في مجال تقديم الخدمات الإلكترونية- في تحقيق رضا الزبون- وباستعمال أبعاد مقياس Netqual المعد لقياس جودة الخدمة الإلكترونية. وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن السبب الرئيسي لعدم معرفة الخدمات الإلكترونية الموجودة عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة هو ضعف السياسة الاتصالية للمؤسسة بصفة عامة.
 - أن أكثر الخدمات طلبا من بين الخدمات الإلكترونية للمؤسسة هي معرفة الرصيد، والخدمة التي يأمل أغلب المستعملين الحصول عليها مستقبلا هي خدمة التحويل الإلكتروني.
 - أظهرت نتائج الاستبيان أن هناك علاقة طردية متوسطة بين أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية المقترحة مجتمعة ورضا المستعملين عن جودة هذه الخدمات.
- ومن بين ما أوصى به الباحثان ما يلي:
- تفعيل عرض الخدمة الإلكترونية بطريقة أكثر جدية عن طريق التسهيل في كيفية الوصول لخدمات الموقع بواسطة التسريع في تسليم كلمة السر للمستعملين هذا وقد بسكن هذه التوصية في ضوء وجود المنافسة المستقبلية على ميزة تنافسية أطلقنا عليها في القسم النظري بالمنافسة من خلال التركيز على السرعة في التسليم.
 - دعم الموقع بدليل متعدد الوسائط -صوت صورة- لكيفية استعمال الخدمات المتواجدة به.
 - ضرورة الاستفادة من تجارب الدول المجاورة منها خاصة كتونس والمغرب والتي كان لذا السبق في تطوير خدمات إلكترونية عبر بريد كل من الدولتين يرقى لمصاف الخدمات المقدمة في الدول المتقدمة.

ب. الدراسات الأجنبية:

1. دراسة Tsao & Others (2016)

بعنوان:

Intensifying online loyalty! The power of website quality and the perceived value of consumer/seller relationship

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تأثير جودة مواقع التسوق على خلق قيمة للعميل وتعزيز الولاء بين العملاء في تايوان، وقد بينت النتائج أن جودة النظام وجودة الخدمة الإلكترونية لها تأثير إيجابي كبير على القيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك / البائع.

وقد أوصت الدراسة مديري الموقع بتبني تجربة التسوق على الإنترنت من المستهلكين كمتغير تجزئة السوق وذلك لتعزيز جودة الموقع، وزيادة القيمة المتصورة للعلاقة بين البائع والمستهلك، وكسب ولاء المستهلك.

2. دراسة Ghaffari & Ashkiki (2015)

بعنوان:

The impact on the quality of the website to buy online customers

والهدف من هذه الدراسة هو تعزيز المعرفة في مجال التسوق عبر الإنترنت، والتحقق، وقياس وترتيب العوامل الأكثر تأثيراً على قرار الشراء. وتم جمع البيانات في الفترة (في النصف الأول من عام 2014م). من مجتمع الدراسة وهم العملاء الذين يشترون عبر الإنترنت من الشركات العاملة في محافظة غيلان الإيرانية، حيث تم جمع 384 استبياناً صالحاً وقد تم تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيان على أساس منهجية النمذجة بالمعادلة البنائية وخلصت الدراسة إلى النتيجة النهائية على أنها مرضية، وأن العوامل (جودة البيانات، وجودة المعلومات، وجودة النظام وجودة الخدمة) متغيرات تؤثر على رضا المستخدمين وعلى نية الشراء عبر الإنترنت.

تاسعا. هيكلية الدراسة

سيتم تقسيم هذه الدراسة إلى جزأين؛ نظري وجزء تطبيقي بالشكل الآتي:

الفصل الأول: سيتم التعرض في هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث متعلقة بمتغيري الدراسة بعنوان الأدبيات النظرية للدراسة حيث سيتم التطرق في المبحث الأول مفهوم الإدارة الإلكترونية من خلال محاولة التعرض لخصائص هاته الأخيرة وكذا أهم مزايا الإدارة الإلكترونية، ومتطلبات تطبيقها ووظائفها، أما المبحث الثاني، فيستمر التطرق فيه إلى مفهوم جودة الإدارة الإلكترونية من خلال مفهوم جودة المعلومات وجودة الخدمات ومفهوم جودة الخدمة الإلكترونية، بينما سيتم التعرض في المبحث الثالث إلى مفاهيم تتعلق برضا المستخدم وأساليب قياس الرضا وكذا أهم العوامل المؤثرة فيه.

الفصل الثاني: سيتم فيه التطرق إلى الدراسة التطبيقية لتجسيد الجانب النظري المحدد في الفصل السابق وسوف يخصص له ثلاثة أجزاء، حيث سيعرض المبحث الأول كل من التعريف بالمنظمة محل الدراسة وكذا هيكلها التنظيمي ومن ثم عرض لموقع الجامعة الإلكتروني، أما المبحث الثاني فسيتناول مختلف الإجراءات الإحصائية المتبعة في الدراسة الميدانية وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة، وأخيرا المبحث الثالث الذي سيتناول تحليلا لمتغيرات الدراسة واختبار فرضياتها وختاما للدراسة ستصاغ خاتمة تبرز أهم النتائج المتعلقة بالموضوع، إضافة إلى تقديم اقتراحات وتوصيات مرتبطة بالموضوع.

الفصل الأول: الإطار

النظري لجودة الإدارة

الإلكترونية ورضا

المستخدمين

تمهيد

أصبح لزاما على منظمات الأعمال في وقتنا الحالي انتهاز التكنولوجيا وكيفية توظيفها في ممارسة أنشطتها وتأدية وظائفها بغية تحقيق أهدافها، مما دفع المنظمات إلى التحول نحو الإدارة الإلكترونية، ولا ينتهي الأمر بمجرد تبني المنظمات لأبعاد الإدارة الإلكترونية، بل يتعدى إلى الوصول إلى تحقيق جودة خدمات إلكترونية بهدف كسب رضا أكبر عدد من المستخدمين، وللوقوف على المفاهيم الأساسية للإدارة الإلكترونية وجودة الخدمات الإلكترونية وأثرها في رضا المستخدم، سيتم تقسيم هذا الفصل كما يلي:

المبحث الأول: مدخل للإدارة الإلكترونية

المبحث الثاني: إطار نظري لجودة الإدارة الإلكترونية

المبحث الثالث: رضا مستخدم الخدمة الإلكترونية

المبحث الأول: مدخل للإدارة الإلكترونية

لقد أصبحت الإدارة الإلكترونية ضرورة حتمية يجب السعي لتطبيقها لمواكبة تطور عصر مجتمع المعلومات في النظم والأعمال الإدارية، لخلق نمط يركز على البعد التكنولوجي، ويعتبر مصطلح الإدارة الإلكترونية من المصطلحات الإدارية الحديثة والتي ظهرت نتيجة الثورة الهائلة في شبكات المعلومات والاتصالات والذي أحدث تحولاً هاماً في أداء المنظمات بتحسين إنتاجيتها وسرعة أدائها وجودة خدماتها.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الإدارة الإلكترونية

تعد الإدارة الإلكترونية إحدى المفاهيم التي خلفتها الثورة الرقمية التي تقودنا إلى عصر المعرفة، كما أن الطبيعة التحويلية القوية لهذه التكنولوجيا أصبح لها تأثير عميق على الطريقة التي يتعامل بها الناس ويعملون ويتسوقون بها ويتبادلون العلاقات الاجتماعية ويتواصلون في شتى بقاع الأرض، إن العامل المشترك في ذلك هو إتاحة وتوفير المعرفة بأقل تكلفة ممكنة وبأسرع وقت ممكن وعلى سبيل المثال، فإن الاتصال السريع من خلال البريد الإلكتروني الذي يكاد يكون عديم التكلفة مع كمية المعلومات الهائلة التي تتدفق قد أصبح ظاهرة بحد ذاته.

أولاً. نشأة الإدارة الإلكترونية

أدى التطور السريع لتقنيات المعلومات والاتصالات إلى بروز نموذج ونمط جديد من الإدارة في ظل التنافس والتحديات المتزايدة أمام الإدارات البيروقراطية، كي تحسن من مستوى أعمالها، وجودة خدماتها، وهو ما اصطلح على تسميته بالإدارة الرقمية، أو الإدارة الإلكترونية، وعليه فإن ظهور الإدارة الإلكترونية جاء بعد التطور النوعي السريع للتجارة والأعمال الإلكترونية وانتشار شبكة الأنترنت، في حين ترى بعض الدراسات أن الاهتمام بالإدارة الإلكترونية، ظهر مع بداية اهتمام الحكومات وتوجهها نحو تحقيق شفافية التعامل، وتعميق استخدام التكنولوجيا الرقمية لخدمة أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فالإدارة الإلكترونية هي أحد مفاهيم الثورة الرقمية التي تقودنا إلى عصر المعرفة، كما أن الطبيعة التحويلية القوية لهذه التكنولوجيا أصبح لها تأثير عميق على الطريقة التي يتعامل بها الناس، ويعملون ويتبادلون العلاقات الاجتماعية ويتواصلون في شتى بقاع العالم،¹ إن نشأة الإدارة العامة الإلكترونية تعود إلى التحول للعمل بأشكال وأساليب مختلفة، إذ كانت تقتصر على استخدام بعض برامج الحاسوب التي تستخدم لأغراض الإحصاء، ويستخدم بعضها الآخر للمساعدة في إظهار بعض النتائج المختلفة في موازنات الدول، وكذا طريقة توزيع بنودها، وقد ظهر استخدام للتقنية في أنشطة الحكومات.²

¹ سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، المملكة العربية السعودية، معهد الإدارة العامة، 2005، ص3.

² بن معلا العمري سعيد، المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الإدارة الإلكترونية دراسة مسحية على المؤسسة العامة للموانئ، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2003، ص 19.

لقد كان تطبيق الإدارة الإلكترونية بصورة مصغرة، وبأساليب بسيطة، ولم تصل إلى الصورة الرسمية إلا متأخراً حيث بدأت بالظهور في أواخر عام 1995م بولاية فلوريدا الأمريكية في هيئة البريد المركزي، من خلال الحاسوب دون الذهاب إلى المؤسسة.¹

ومن ثم فالإدارة الإلكترونية هي محصلة للتقدم في المجالات التقنية والمعلوماتية وهو ما جعل الإدارات الحكومية ودوائر صنع القرار تعتمد وسائل تقنية متطورة تساعدهم على إنجاز المهام، وتنفيذها على الوجه الأكمل، فعلى صعيد التجارب العالمية جاءت المبادرة الأمريكية في مجال الإدارة الإلكترونية الحكومية، وتبعها بعد ذلك دول أخرى مثل المملكة المتحدة والنمسا، خلال العقد الأخير من القرن الماضي.²

ثانياً. تعريف وخصائص الإدارة الإلكترونية

1. تعريف الإدارة الإلكترونية

هناك العديد من التعريفات لهذا المفهوم منها ما هو مبسط ومنها ما هو مركب وأكثر عمقا، ولعل من أهم هذه التعريفات ما يلي:

- تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها: «مجموعة الأنشطة الحكومية التي تعتمد على الأنترنت والاتصالات الإلكترونية، عبر جميع طبقات ومستويات الحكومة، لتقديم الخدمات والمعاملات للأفراد والحصول على المعلومات في شتى المجالات ببسر وسهولة.»³
- أنها «مقدرة الحكومة على تحسين الخدمات التي تقدمها إلى المواطن من خلال استخدام التكنولوجيا.»⁴
- «تنفيذ المعاملات والخدمات عن بعد مع ضمان صحتها ومصداقيتها.»⁵

كما يقصد بالإدارة الإلكترونية: «تبادل الأعمال والمعلومات بين الأطراف من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية بدلا من الاعتماد على استخدام الوسائل المادية الأخرى كوسائل الاتصال المباشر.»⁶

¹ عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص12.

² المرجع نفسه، ص12.

³ محمد متولي، إدارة الموارد البشرية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في الدول العربية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية للعمليات الإلكترونية، الذي نظمه شرطة دبي في الفترة من (24-26 أبريل 2003)، ص81.

⁴ عمار بوحوش، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرين، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 2006، ص182.

⁵ توفيق عبد الرحمان، الإدارة الإلكترونية، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003، ص95.

⁶ مها وليد علي الفاضل، الإدارة الإلكترونية في المكتبات ومراكز مصادر المعلومات، مجلة رسالة المكتبة، المجلد السابع والأربعون - العدد الثاني، الأردن، 2012 ص 20.

وتعرف الإدارة الإلكترونية على أنها: «منهجية إدارية جديدة تقوم على الاستيعاب والاستخدام الواعي لتقنيات المعلومات والاتصالات في ممارسة الوظائف الأساسية للإدارة في مؤسسات عصر العولمة والتغير المستمر».¹

من خلال التعاريف السابقة، يمكن القول أن الإدارة الإلكترونية منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد أو المنظمات باستخدام كل الوسائل الإلكترونية.

ثالثاً. خصائص الإدارة الإلكترونية

تتمثل هذه الخصائص فيما يلي:²

- تجميع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة، وتقليص معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير البيانات وربطها؛
- توفير تكنولوجيا المعلومات من أجل دعم وبناء ثقة مؤسسية إيجابية لدى كافة العاملين؛
- التعلم المستمر وبناء المعرفة، وتوفير المعلومات للمستفيدين بصورة فورية، مع زيادة الترابط بين العاملين والإدارة العليا؛
- إدارة ومتابعة الإدارات المختلفة للمؤسسة كأنها وحدة مركزية؛
- تجميع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة، وتقليص معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير البيانات وربطها؛
- توفير تكنولوجيا المعلومات من أجل دعم وبناء ثقة مؤسسية إيجابية لدل كافة العاملين؛
- التعلم المستمر وبناء المعرفة، وتوفير المعلومات للمستفيدين بصورة فكرية، مع زيادة الترابط بين العاملين والإدارة العليا.

ومما سبق يمكن صياغة بعض الخصائص الجوهرية للإدارة الإلكترونية كالاتي:³

- زيادة الإنتاج: إن الإدارة الإلكترونية كآلية عصرية في عمليات التطوير الإداري، والتغير التنظيمي تمثل منعرجاً حاسماً في شكل المهام، والأنشطة الإدارية التقليدية حيث تنطوي على المعالجة الفورية للطلبات، والدقة والوضوح التام في إنجاز المعاملات.
- تبسيط الإجراءات: أمام الحاجة للتحديث والعصرنة الإدارية عملت جل الإدارات على إدخال المعلومات إلى مصالحها، وحرصت على الاستخدام الأمثل، لما لها من إمكانيات وقدرات في تلبية

¹ علي السلمي، خواطر في إدارة المعاصرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001، ص 323.

² رأفت رضوان، الإدارة الإلكترونية، الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة، الملتقى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة، مركز المعلومات واتحاد القرار، القاهرة، 2004، ص 4.

³ أحمد محمود درويش، الشفافية والنزاهة حلمنا القادم، نشرة تكنولوجيا الإدارة، العدد الثامن، فيفري-مارس، 2007، وزارة الدولة للتنمية الإدارية، مصر، ص 3.

حاجات المواطنين بشكل مبسط وسريع، خاصة في ظل الفئات التي تستهدفها أنشطة المنظمات العامة.

- تحقيق الشفافية: فالشفافية الكاملة داخل المنظمات الإلكترونية هي محصلة لوجود الرقابة الإلكترونية، التي تضمن المحاسبة الدورية على كل ما يقدم من خدمات إذ تعرف الشفافية أنها الجسر الذي يربط بين المواطن، ومؤسسات المجتمع المدني من جهة، والسلطات المسؤولة عن المهام الإدارية من جهة أخرى، فهي تتيح مشاركة المجتمع بأكمله.

المطلب الثاني: أسباب التحول نحو الإدارة الإلكترونية ومزاياها

إذا كان تطبيق الإدارة الإلكترونية دفعة واحدة يؤدي إلى خلل في استراتيجية التطبيق كون الانتقال نحو واقع معين يرتبط دائما بتهيئة الظروف والمناخ الملائم، فإن أفضل سيناريو للوصول إلى تطبيق سليم لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية، هو العمل على تقسيم خطة الوصول إلى المرحلة النهائية للإدارة الإلكترونية، بما يتماشى والظروف المحيطة بالمنظمات، والهيئات الإدارية التي تشهد عملية التحول الإلكتروني، وفيما يلي شرح لأهم أسباب الانتقال من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية:

أولاً. أسباب التحول إلى الإدارة الإلكترونية

توجد مجموعة من الأسباب التي أدت إلى التحول والاتجاه إلى الإدارة الإلكترونية والتي من أهمها:¹

- العجز عن توحيد البيانات على مستوى المؤسسة.
- صعوبة الوقوف على معدلات قياس الأداء.
- صعوبة توفير البيانات المتداولة للعاملين في المؤسسة.
- التطور السريع في أساليب وتقنيات الأعمال.
- توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات.
- حتمية تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل.

ثانياً: مزايا الإدارة الإلكترونية

- تتمثل أهمية الإدارة الإلكترونية فيما يأتي:²
- خفض تكاليف الإنتاج وزيادة ربحية المنظمة.
- تحسين مستوى أداء المنظمات الحكومية.
- تقادي مخاطر التعامل الورقي.
- زيادة الصادرات وتدعيم الاقتصاد الوطني.
- إيجاد فرص جديدة للعمل الحر، والاستفادة من الفرص المتاحة في أشواط التكنولوجيا المتقدمة.

¹ طارق عبد الرؤوف عامر، الإدارة الإلكترونية: نماذج معاصرة، الطبعة الأولى، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص45.

² أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية، أفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المنصورة، المكتبة العصرية، 2004، ص43.

المطلب الثالث: متطلبات ووظائف الإدارة الإلكترونية

إن المفهوم الشائع للإدارة الإلكترونية هي الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال التعامل الإلكتروني تكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة إلى إجراءات مكتبية تم معالجتها حسب خطوات متسلسلة منسقة مسبقاً، وفيما يلي ذكر لأهم متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية وكذا أهم وظائفها.

أولاً. متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية

إن التحول من الإدارة التقليدية التي تعتمد على الوثائق والسجلات وغيرها، إلى الإدارة الإلكترونية يقتضي توفر عدد من المتطلبات، من أهمها:

1. المتطلبات الإدارية:

تتخصر المتطلبات الإدارية في العناصر التالية:¹

أ- وضع الاستراتيجيات وخطط التأسيس: ويتطلب ذلك تشكيل إدارة أو هيئة لتخطيط ومتابعة وتنفيذ ووضع الخطط لمشروع الإدارة الإلكترونية والاستعانة بالجهات الاستشارية والبحثية لدراسة ووضع المواصفات العامة ومقاييس الإدارة الإلكترونية والتكامل والتوافق بين المعلومات المرتبطة بأكثر من جهة.

ب- القيادة والدعم الإداري: من أهم العوامل المؤثرة في أي مشروع كان هو القيادة وهي المفتاح الرئيسي لنجاح أو فشل أي منها، إذ أن دعم الإدارة وقدرتها على إيجاد بيئة مناسبة للعمل تلعب دوراً رئيسياً في نجاح أي عمل أو فشله، كما أن التزام القيادة يعتبر أمراً ضرورياً لدعم كل نقطة من نقاط استراتيجيات المؤسسة، وكذا متابعة القيادة للمشروع وتقديم المعلومات المرتدة سيضمن نجاح المشروع وتطويره.

ج- الهيكل التنظيمي: أصبح النموذج الهرمي التقليدي للمؤسسة الذي واكب عصر الصناعة لم يعد ملائماً لنماذج الأعمال الجديدة في عصر تكنولوجيا المعلومات والأعمال الإلكترونية، ويتطلب تطبيق الإدارة الإلكترونية إجراء تغييرات في الجوانب الهيكلية والتنظيمية والإجراءات والأساليب، بحيث تتناسب مع مبادئ الإدارة الإلكترونية وذلك عن طريق استحداث إدارات جديدة أو إلغاء أو دمج بعض الإدارات مع بعضها، وإعادة الإجراءات والعمليات الداخلية بما يكفل توفير الظروف الملائمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية بشكل أكثر فعالية.

د- تعليم وتدريب العاملين، توعية وتنقيف المتعاملين: تطلب الإدارة الإلكترونية إحداث تغييرات جذرية في نوعية الموارد البشرية الملائمة لها وهذا يعني إعادة النظر في نظم التعليم والتدريب الحالية لمواكبة متطلبات التحول الجديد، بما في ذلك إعداد الخطط والبرامج والأساليب التدريبية على كافة المستويات، بالإضافة إلى توعية أفراد العينة بثقافة وطبيعة الإدارة الإلكترونية وتهيئة الاستعداد النفسي والسلوكي والتقني والمادي وغير ذلك من متطلبات التكيف مع متطلبات الإدارة الإلكترونية.

¹ حورية قارطي، إيمان مداوي، دراسة أثر استخدام الإدارة الإلكترونية من طرف مصالح الخدمة العمومية في تحسين جودة الخدمة العمومية في الجزائر: دراسة استطلاعية حول خدمة استخراج جواز السفر البيومتري، مجلة مجاميع المعرفة، معهد العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي تندوف، الجزائر، 2015، ص ص 235-236.

هـ- وضع الأطر التشريعية وتحديثها وفقا للمستجدات: أي إصدار القوانين والأنظمة والإجراءات التي تسهل التحول نحو الإدارة الإلكترونية لتلبي متطلبات التكيف معها، لأن معظم التشريعات والقوانين نشأت في بيئة تقليدية، لذا فإنها قد أسست لأداء العمل وفقا لمعايير الانتقال واللقاء المباشر بين الموظف وطالب الخدمة، وكذا الاعتماد على شهادات الإثبات الموثقة وبالطبع فإن التحول إلى الإدارة الإلكترونية يحتاج بيئة قانونية وتشريعية مختلفة، كما أن وجود التشريعات والنصوص القانونية يسهل عمل الإدارة الإلكترونية ويضفي عليها المشروعية والمصادقية على كافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

2. المتطلبات البشرية:

يكاد يتفق أغلب المتخصصين في مجال النظم المعلومات الإدارية القائمة على التقنية الإلكترونية على الأهمية القصوى للعنصر البشري، ذلك لأن العنصر البشري يمثل مدخل أساسيا في التعامل مع الإدارة الإلكترونية، وذلك باعتبار أنه العنصر المحرك.

فالتحول إلى تطبيق الإدارة الإلكترونية لن يلغي العنصر البشري ولن تحل الآلة محل الإنسان وإنما هو الذي يسيرها، لذلك يتطلب الأمر عاملين متقابلين لفكرة الإدارة الإلكترونية وواعين بأبعادها وقادرين على التعامل معها وأن الأمر ليس قاصرا على عاملين من نوعية فنية متخصصة جديدة، وإنما لابد أن يكون جميع العاملين قادرين على التعامل مع معطيات الإدارة الإلكترونية والإلكترونيات.¹

3. المتطلبات المالية:

يقترن تطبيق أسلوب الإدارة الإلكترونية بالإمكانات المالية المتاحة للمؤسسات من خلال توافر السيولة النقدية لديها، والتي تسهل تطبيقه وتضمن نجاحه حتى لا يتوقف في منتصف الطريق انتظارا للدعم مما يعطل المشروع، ومن ضمن التكاليف التي تتحملها المؤسسة نتيجة التحول إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية: تكلفة شراء الآلات والمعدات، وتكاليف الدورات التدريبية للعاملين في مجال استخدام الحواسيب والشبكات.

ومشروع الإدارة الإلكترونية يحتاج إلى دعم مالي كبير لكي يضمن الاستمرار وبلوغ الأهداف والتي

منها:

- الدعم المالي اللازم لتصميم وتطوير البرامج الإلكترونية لتطبيقات الإدارة الإلكترونية.
- الدعم المالي اللازم لصيانة الأجهزة والبرامج الإلكترونية.
- الدعم المالي اللازم لتحديث الحاسبات والبرمجيات.
- الدعم المالي لتوفير البنية التحتية فيما يتعلق بشراء الأجهزة وإنشاء المواقع، وربط الشبكات.²

¹ ماجد بن عبد الله الحسن، الإدارة الإلكترونية وتجويد العمل الإداري المدرسي، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2011، ص 81.

² خالد رفعت شاكر بدوي، أثر الإدارة الإلكترونية على أداء العنصر البشري (دراسة حالة)، برنامج الماجستير المهني M.B.A، رسالة ماجستير (غير منشورة) في إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة بور سعيد، 2013، ص 60.

4. المتطلبات القانونية:

يقدم أسلوب الإدارة الإلكترونية تحديات جديدة للجهات التشريعية، والتي ينبغي عليها أن تتمتع بالمرونة والقدرة على تطوير التشريعات بحيث تتماشى مع متطلبات الإدارة الإلكترونية وفي هذا الصدد فإن هذا الأمر يتطلب ضرورة إعطاء الصيغة القانونية للأعمال.

والمعاملات الإدارية الإلكترونية وتحديد النشاطات السلبية منها والعقوبات المفروضة عليها وتحديد الأمن الوثائقي ومتطلباته بما يحافظ على سرية العمل الإلكتروني.¹

5. المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية:

تشمل العمل على خلق تعبئة اجتماعية مساعدة ومستوعبة لضرورة التحول للإدارة الإلكترونية وعلى دراية كافية بمزايا تطبق الوسائل التقنية في الأجهزة الإدارية مع الاستعانة بوسائل الإعلام، وجمعيات المجتمع المدني في دعم اللقاءات والندوات والتجمعات التحسيسية الخاصة بنشر فوائد تطبيق الإدارة الإلكترونية، وبرمجة حصص تدريبية على استعمال الآلات التقنية في مختلف المستويات التعليمية مع ضرورة توفير المخصصات المالية الكافية لتغطية الإنفاق على مشاريع الإدارة الإلكترونية، دون إهمال الاستثمار في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وإيجاد مصادر تمويل لها تمتاز بالديمومة على مستوى المركزي والمحلي.

6. المتطلبات الأمنية:

وهو تأمين الحماية من المخاطر التي تهدد المعلومات والأجهزة، وتأمين وصول المعلومات للمستفيدين، ولذلك هناك مجموعة من الإجراءات التي ينبغي أن تتوفر لحفظ المعلومات، مثل:²

- تركيب جدار ناري: وهو جدار حماية أشبه بشرطي مرور فيما يخص استفادة المستخدمين من خدمات الأنترنت فيسمح بهذه الخدمات أو يمنعها تبعاً لسياسة الأمانة للشركة.
- التشفير: ويعد أحد النظم الأساسية التي تحقق تأمين كل الأعمال ومعاملات الإدارة الإلكترونية.
- التحديث المستمر لأنظمة التشغيل.
- التحديث المستمر للبرامج المضادة للفيروسات بين المستفيدين ومصادر المعلومات.
- عمل نسخ احتياطية للمعلومات الهامة وحفظها في أماكن آمنة.
- استخدام كلمة المرور تتكون من ست خانات على الأقل يكون مزيج من الأحرف والأرقام يفضل عدم التكرار.
- استخدام البطاقة الممغنطة أو البصمات.

7. المتطلبات التقنية:

إن أسلوب الإدارة الإلكترونية أسلوب حديث يتطلب توفير مجموعة من المكونات المادية التي من خلالها تنفذ تطبيقات الإدارة الإلكترونية ونذكر منها:

¹ محمود القدوة، الحكومة الإلكترونية والإدارة المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 49.

² خالد رفعت شاكر، مرجع سابق، ص 60.

- أجهزة الحاسوب بمختلف أنواعها وقدرتها بالإضافة إلى الأجهزة المساندة للحاسوب أو الملحقة به والتي تعتبر لازمة وضرورية لتمكين الاستفادة من قدرات الحاسوب كأجهزة الإدخال أو الإخراج بمختلف أنواعها.
- نظم برامج التشغيل ونظم التطبيقات المختلفة.
- متطلبات البنية التحتية لأعمال الحاسوب مثل: المواقع المكانية، التوصيلات السلكية، الأجهزة المساندة وغير ذلك.
- شبكات الحاسوب وتعد العمود الفقري لتنفيذ العمل إلكترونيًا لقيامها بدور نقل المعلومات وتبادلها.
- البرامج التطبيقية.

ثانياً. وظائف الإدارة الإلكترونية

تؤدي الإدارة الإلكترونية عدداً من الوظائف الأساسية التي تؤديها الإدارة التقليدية مع اختلاف الأساليب المعتمدة في تطبيق هذه الوظائف، وتشمل هذه الأخيرة ما يلي:¹

1. التخطيط الإلكتروني: يعتمد التخطيط الإلكتروني على التركيز بصفة أساسية على استخدام التخطيط الاستراتيجي والسعي نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية، حيث تتم القرارات التي تستخدم النظم الإلكترونية في تخطيط أعمالها بالشمولية لخدمة مختلف أقسام المنظمة وإدارتها، ويعتمد التخطيط الإلكتروني أيضاً في ظل الثورة الإلكترونية على استخدام نظم جديدة للمعرفة كنظم دعم القرار، والنظم الخبيرة، ونظم الشبكات العصبية الاصطناعية، كما يعتمد أيضاً على تبسيط نظم وإجراءات العمل.

وهناك اختلافات أساسية بين التخطيط الإلكتروني والتخطيط التقليدي وهي كالتالي:

- التخطيط الإلكتروني عملية ديناميكية في اتجاه الأهداف الواسعة والمرنة والآنية وقصيرة الأمد، وقابلة للتطوير المستمر، بعكس التخطيط التقليدي الذي يحدد الأهداف من أجل تنفيذها في السنة القادمة، وعادة ما يكون تغير الهدف يؤثر سلباً على كفاءة التخطيط.
- أن المعلومات الرقمية دائمة التدفق تضفي استمرارية على كل شيء في الشركة بما فيها التخطيط مما يحوله من التخطيط الزمني المنقطع إلى التخطيط المستمر.
- التخطيط الإلكتروني هو تخطيط أفقي في إطاره العام بشكل بين الإدارة والعاملين، بينما التخطيط التقليدي كان في جوهره تخطيط أعلى-أسفل حيث أن فكرة تقسيم العمل الإداري التقليدية بين إدارة تخطيط وعمال الخط الأمامي ينفذون.

2. التنظيم الإلكتروني: يعد التنظيم الإلكتروني الإطار الواسع لتوزيع أكبر للسلطة والمهام والعلاقات الشبكية - الأفقية التي تحقق التنسيق الآني وكل مكان من أجل إنجاز الهدف المشترك لأطراف

¹ محمد حمود علي النعمان، درجة توافر متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مدارس المرحلة الثانوية بأمان العاصمة صنعاء، وسبل تطويرها من وجهة نظر مدرّاء المدارس، مجلة جامعة الناصر، السنة الرابعة، العدد الثامن، صنعاء، اليمن، 2016، ص ص 159-163.

التنظيم، فمع الإنترنت يتم التحول من منظمة التركيز على الهياكل والخصائص التنظيمية الرسمية إلى منظمة التركيز على الهدف الواحد المتكاسم.

وتجدر الإشارة أن التنظيم الإلكتروني للمنظمات المعاصرة يعتمد على إجراء تغييرات في مستويات وشكل الهياكل التنظيمية، فيتم تحويلها من الشكل الطويل إلى الشكل المفرطح، كما يتطلب أيضا إحداث تغييرات في الهياكل التنظيمية نفسها، لمواجهة كل مشكلات التنظيمات الإدارية التقليدية والقضاء عليها، ويتم ذلك من خلال تجميع الوظائف، أو إعادة توزيع الاختصاصات، أو استبعاد بعض الوحدات الإدارية من التنظيم، واستحداث بعض الوحدات التنظيمية الجديدة، كما يتطلب التنظيم الإداري للمنظمات المعاصرة أن يتضمن العديد من الوحدات الإدارية الجديدة، والتي يتمثل أهمها بصفة أساسية في الوحدات التالية:

- إدارة قواعد البيانات والمعلومات والمعرفة إلكترونيا؛
- إدارة الدعم التقني للمستفيد؛
- إدارة علاقات العملاء إلكترونيا.

3. التوجيه الإلكتروني: يعتمد التوجيه الإلكتروني بالمنظمات المعاصرة على وجود القيادات الإلكترونية والتي تسعى إلى تفعيل دور الأهداف الديناميكية والعمل على تحقيقها، كما يعتمد أيضا وجود قيادات قادرة على التعامل الفعال بطريقة إلكترونية مع الأفراد الآخرين، والقدرة على تحفيزهم وتعاونهم، لإنجاز الأعمال المطلوبة، كما يعتمد التطبيق الكفؤ للتوجيه الإلكتروني على استخدام شبكات الاتصالات الإلكترونية المتقدمة كشبكة الإنترنت، بحيث يتم إنجازها وتنفيذ كل عمليات التوجيه من خلالها.

ووجب توافر بعض المهارات الأساسية في القيادة الإلكترونية، أهمها:¹

- **مهارات المعارف الإلكترونية:** مثل تقنية المعلومات في الحاسبات الآلية وشبكات الاتصالات الإلكترونية والبرمجيات الخاصة بها والتعامل الجيد معها.
- **مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين:** حيث يتطلب هذا الأمر ضرورة تأسيس علاقات عمل جديدة من خلال استخدام جميع أنواع الاتصالات سواء كانت مكتوبة أو شفوية؛
- **مهارات إدارية:** وهي تتضمن مهارات تحفيز الأفراد الآخرين بالمنظمة نحو العمل الجماعي والتعاون، بالإضافة إلى مهارات التخطيط والتنظيم والمتابعة والرقابة.

4. الرقابة الإلكترونية: تعد الرقابة الإلكترونية أكثر قربا من الرقابة القائمة على الثقة بدلا من الرقابة التقليدية القائمة على العلاقات والمساءلة الرسمية، وهذا يفسر الاتجاه المتزايد نحو التأكيد على الثقة الإلكترونية والولاء الإلكتروني بين العاملين والإدارة، وهذا ما يحول الرقابة كرسيد إلى الرقابة كعملية وتدفق مستمر، وهناك العديد من المزايا للرقابة الإلكترونية منها:

- أنها تحقق الرقابة المستمرة بدلا من الرقابة الدورية؛

¹ محمد حمود علي النعمان، مرجع سابق، ص ص 159-163.

- تحقيق الرقابة بالوقت الحقيقي وفي الآن الحقيقي بدلا من الرقابة القائمة على الماضي، فهي تحقق الرقابة بالنقرات بدلا من الرقابة بالتقارير؛
- الحد الأدنى من المفاجآت الداخلية في الرقابة: فلا شيء يتفاقم داخل المنظمة دون معرفته أولا، وهذا ما يقلص إلى الحد الأدنى المفاجآت الداخلية؛
- إن الرقابة الإلكترونية تتطلب بل وتحفز العلاقات القائمة على الثقة، وهذا ما يقلل من الجهد الإداري المطلوب في الرقابة؛
- إن الرقابة الإلكترونية تقلص مع الوقت من أهمية الرقابة القائمة على المدخلات أو العمليات أو الأنشطة لصالح التأكيد المتزايد على النتائج، فهي إذن أقرب إلى الرقابة بالنتائج؛
- أن الرقابة الإلكترونية تساعد على انخراط الجميع في معرفة ماذا يوجد في المنظمة إلى حد كبير، من أجل تحقيق مستلزمات الرقابة والحد من المفاجآت والأزمات في المنظمة.¹

المطلب الرابع: أهداف وأهمية الإدارة الإلكترونية

- إن تطبيق إدارة إلكترونية يعود على المنظمات بمختلف أشكالها بالفائدة لما له من أهمية في تحسين الأداء وزيادة فعاليته، وفيما يلي تفصيل لأهم أهداف الإدارة الإلكترونية:
- أولاً. أهداف الإدارة الإلكترونية**

للإدارة الإلكترونية أهداف منها ما يلي:²

- تقديم الخدمات للمستفيدين بصورة مرضية خلال 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع.
- تحقيق السرعة المطلوبة لإنجاز العمل وبتكلفة مالية مناسبة.
- إيجاد مجتمع قادر على التعامل مع متغيرات العصر التكنولوجي.
- تعميق مفهوم الشفافية والبعد عن المحسوبية.
- الحفاظ على أمن وسرية المعلومات وتقليل مخاطر فقدانها.
- البريد الإلكتروني بدلاً من الصادر والوارد.
- ضمان تدفق المعلومات بدقة وكفاية وتوقيت ملائم وجاهزية مستمرة.
- إدارة الملفات بدلاً من حفظها.³

ثانياً. أهمية الإدارة الإلكترونية

- إن استخدام الإدارة الإلكترونية كان نتيجة للأهمية البالغة التي تتميز بها وتتجلى هذه الأهمية في:⁴
- **القضاء على البيروقراطية:** إن استخدام الإدارة الإلكترونية يحقق للعمل الإداري المزايا التالية:

¹ محمد حمود علي النعمان، مرجع سابق، ص ص 159-163.

² محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2009، ص73.

³ علاء عبد الرزاق السلمي وخالد إبراهيم السليطي، الإدارة الإلكترونية، دار وائل، عمان، 2010، ص39-40.

⁴ بوزوالغ نور الدين، بن زعرور عمار، الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين خدمة الإدارة العمومية -دراسة حالة بلدية باب الوادي -الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، الجزائر، 2018، ص ص 43-44.

- رفع كفاءة الأداء الإداري: ويتم ذلك أساسا عن طريق توفير أحدث وأشمل المعلومات المطلوبة، مع تيسير الحصول على أي منها، بعد تصنيفها إلكترونيا، وكذلك تسهيل تبادل المعلومات وسبل الاتصالات الإلكترونية بين الإدارات المعنية، فالإجراءات يمكن أن تنجز في دقائق أو ثوان بدل من ساعات أو أيام أي ربح الوقت.
- زيادة دقة البيانات: نظرا لتوفر إمكانية الحصول على المعلومات المطلوبة، من جهة الإدخال الأولية، أي أن الثقة في صحة البيانات المتبادلة، التي أعيد استخدامها، ستكون مرتفعة وسيغيب القلق من عدم دقة المعلومات والأخطاء الناجمة عن الإدخال اليدوي.
- تقليص الإجراءات الإدارية: فمع توفر المعلومات بشكلها الرقمي تنقلص الأعمال الورقية، وتعبئة البيانات يدويا.
- كما تنعدم الحاجة، إلى تقديم نسخ من المستندات الورقية، طالما أن إمكانية تقديمها تقنيا متاحة، وبترافق مع هذا الاستغلال الأمثل للموارد البشرية، فإذا ما تم احتواء المعلومات بشكل رقمي، فإن ذلك سيؤدي إلى سهولة تحريكها وإعادة استخدامها من مكان لآخر وسيصبح من الممكن توجيه الطاقات البشرية، للعمل على مهام وأعمال أكثر إنتاجية.

الفوائد بالنسبة للعاملين:

توفر الإدارة الإلكترونية للعاملين الفوائد التالية:

- وضوح الاختصاصات والمسؤوليات والسلطات للعاملين في ظل الإدارة الإلكترونية.
- تنمية المهارات والقدرات التقنية للعاملين من خلال الاستعمال المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- سهولة أداء الأعمال نتيجة توحيد نماذج إجراءات العمل إلكترونيا واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تدعيم الاتصال الفعال بين العاملين والمستويات الإدارية المختلفة والإدارات الأخرى.
- تحقيق اللامركزية الإدارية مما يحقق سرعة أداء المهام ببسر وسهولة.
- سرعة الحصول على المعلومات اللازمة لأداء الأعمال من خلال الأرشيف الإلكتروني للمنظمة.
- التوثيق الإلكتروني لجهود العاملين من خلال الرقم السري لكل موظف أو مكتب ما يحفظهم للإبداع والتميز.

الفوائد بالنسبة للمنظمات:

- تحقق الإدارة الإلكترونية فوائد كثر لثيرة للمنظمات أهمها:
- تبسيط إجراءات إنجاز الأعمال في المنظمة.
- توفير برمجة تدفق سير المعاملات إلكترونيا.
- توفير معلومات دقيقة وموثوقة وقليلة الأخطاء.

- تساعد الإدارة العليا للمنظمات في اتخاذ القرارات في الوقت المناسب نتيجة توافر البيانات والمعلومات الدقيقة والضرورية عند الحاجة إليها.
- تلغي المستويات الإدارية المتعددة في المنظمات بل يمكن القول أنه لا يوجد سوى مستوى إداري واحد متصل بالشبكة وتصبح الشبكة هي الإدارة.
- تساهم في تحقيق التميز من خلال التقليل في وقت إنجاز المعاملات وتكلفتها نتيجة إلغاء التأخيرات والاستغناء عن بعض الخطوات والإجراءات غير الضرورية أثناء العمل.
- التقليل من حجم القوى العاملة غير الكفؤة في الوقت نفسه ثم إعادة تأهيل الآخرين لغرض مواكبة التطورات الجديدة التي طرأت على المنظمة.¹

¹ بوزوالغ نور الدين، بن زعرور عمار، مرجع سابق، ص 44.

المبحث الثاني: إطار نظري لجودة الإدارة الإلكترونية

انطلاقاً من الاهتمام المتزايد بالخدمة الإلكترونية وظهور المفهوم الخاص بها في القطاعات والصناعات المتنوعة، تقتضي الضرورة تدارس العديد من المفاهيم التي برزت في أدبيات الإدارة الإلكترونية، وفيما يلي تفكيك لأهم هذه المفاهيم.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات

تكتسي جودة الخدمات أهمية بالغة للمنظمات بغية تحقيق أهدافها والوصول إلى أكبر عدد من العملاء والمستخدمين، ولا يختلف الأمر بالنسبة للإدارة الإلكترونية، حيث يجب أن تتوفر الخدمات الإلكترونية على جودة كفيلة بإرضاء مستخدميها.

أولاً. تعريف الجودة

يرجع مفهوم الجودة (Qualité) إلى الكلمة اللاتينية (Qualitas) التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة وقديما كانت تعني الدقة والإتقان.¹ وقد عرف قاموس أكسفورد الجودة بأنها: درجة الامتياز.² كانت الجودة في بداية القرن العشرين، تعني المعاينة وتصحيح الأخطاء ثم تطور مفهومها تطوراً كبيراً وأصبح له أبعاد جديدة تتلاءم مع هذا التطور وفيما يأتي نورد بعض التعاريف، التي أوردها مختصون عالميون في الجودة وذلك حسب التطورات التي مر بها المفهوم:

- تعريف (جوران J.M Joran): عرف جوران الجودة في كتابه "quality control handbook" الذي نشر عام 1981 بأنها: «القابلية للاستخدام أو الملائمة للاستعمال».³
 - تعريف (فيليب كروسبي PH. Crosby): عرف كروسبي الجودة في كتابه "quality is free" عام 1979، بأنها: «المطابقة للمواصفات وبأنها مسؤولية الجميع، ورغبات المستهلك هي أساس التصميم».⁴
 - عرف كارو ايشيكاوا في كتابه "Le TQM" عام 1984 الجودة بأنها «القابلية على إشباع حاجات ورغبات العميل»⁵
- من خلال ما تقدم يمكن القول أن الجودة هي مدى المطابقة مع المتطلبات، فكلما كانت مواصفات المنتج مطابقة لمتطلبات المستهلك كلما كان هذا المنتج ذو جودة عالية.

¹ مأمون درادكة، طارق الشلي، الجودة في المنظمات الحديثة، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 15.

² بسمان فيصل محجوب، إدارة الجامعات العربية في ضوء المواصفات العالمية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003، ص 103.

³ J.M Juran, **gestion de la qualité** 3eme tirage, AFNOR, Paris, 1983, p 15.

⁴ CHANTAL boursault, Martine prété, **organisation et gestion de l'entreprise**, vuibert, Paris, 1991, p 7.

⁵ PHILIPPE detrie, **conduire in démarche qualité**, éditions d'organisation, 4eme édition, Paris, p 20.

ثانياً. تعريف جودة الخدمات

1. تعريف الخدمة

وتعرف الخدمة على أنها قيام الإنسان بنشاط ما، لصالح غيره من الأفراد أو الجمهور. وقد عرفها (Lovelock & Wirtz) بأنها: «أي فعل أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر، وقد تكون عملية تقديم الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، وأداء مؤقت، وفي كثير من الأحيان طبيعتها غير ملموسة، وعادة لا تؤدي إلى ملكية نتيجة عوامل إنتاجها»¹

وقد عرفها "YVES LE GOLVON" بأنها «هي كل نشاط يحقق الرضا للمستفيد منها دون تحويل الملكية»²

وقد عرفت بأنها: «أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الطرفين للآخر، وهي غير ملموسة أساساً ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء»³

2. تعريف جودة الخدمة

تعددت تعاريف جودة الخدمة ويرجع السبب في ذلك إلى صعوبة حصر خصائص الخدمة والعوامل المؤثرة فيها، والتي تجعل من عملية قياس جودتها عملية صعبة، إلا أنه قد وردت عدة تعريفات حول جودة الخدمة تفيد بأن جودة الخدمة هي الفرق بين ما يتوقعه العملاء من الخدمة (الخدمة المتوقعة) وبين ما يدركونه فعلاً (الخدمة الفعلية).

وعرفت جودة الخدمة على أنها: «قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء»⁴

وتعرف جودة الخدمة من منظور الخدمة الإلكترونية بأنها: «التقييم والحكم الشامل للعملاء عن جودة للخدمات الإلكترونية المطروحة في السوق الافتراضي»⁵

ومن خلال ما تقدم من تعاريف لجودة الخدمة، يمكن القول أنها مدى ارتقاء الخدمة لتوقعات العميل أو الزبون من خلال الأداء الفعلي للخدمة.

¹ Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen, **Services marketing, People, Technology, Strategy**, (5th edition). USA: Pearson Education International, 2004, P 36.

² مصطفى أحمد السيد، إدارة الإنتاج والعمليات في الصناعة والخدمات، الدار الجامعية، مصر، 1999، ص 02.

³ Kotler, P., Armstrong, G., Tolba, A., Habib, A, **Principles of Marketing- Arab World Edition**, Person Education Limited, 2011, P 83.

⁴ مؤيد الساعدي وسلمان عبود زيار، جودة المعلومات وتأثيرها في القرارات الاستراتيجية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 15، العدد 15، 2013، ص 07.

⁵ Jessica Santos, **E-service quality: a model of virtual service dimensions**, an international Journal, Vol 13, Issue 03, P P 233-246.

المطلب الثاني: جودة الخدمة الإلكترونية

إن للتكنولوجيا أثر كبير وفعال في تسهيل وتقديم الخدمات للعملاء وتحويلها من خدمات تقليدية إلى خدمات إلكترونية، الأمر الذي دفع بمقدمي الخدمة إلى الاستفادة واستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتوفير خدماتهم الإلكترونية بأفضل جودة ممكنة، سعياً لإرضاء متلقيها، وفيما يلي محاولة لإعطاء مفهوم للخدمة الإلكترونية.

أولاً. تعريف الخدمة الإلكترونية

تعرف الخدمة الإلكترونية على أنها: «خدمة شأنها شأن الخدمات الأخرى بما في ذلك الخدمات التقليدية مع فارق أساسي هو أنها خدمة على الشبكة، حيث تعتبر شكلاً من أشكال الخدمة الذاتية فبدلاً من تقديم الطلب إلى موظف في مكتب أو عبر الهاتف للحصول على معلومة أو أي استفسار يتم الحصول على الخدمة من خلال التفاعل الإلكتروني المتبادل بين طالب الخدمة والحاسب الآلي من خلال وسيط "شبكة إلكترونية" لذا ينبغي أن يلائم تصميم الخدمة الإلكترونية حاجة ورغبة وتطلع وتوقع طالب الخدمة.»¹

وتعرف كذلك على أنها: «لقاء بين مقدم الخدمة والمستهلك، بمعنى لقاء بين مقدم الخدمة (أي الشركة) والمستهلك، حيث تختلف عن اللقاءات المادية التقليدية المعروفة في مجالات التسويق التقليدية، نظراً لغياب موظفي المبيعات وغياب العناصر المادية التقليدية، وخدمة العملاء فيها ذاتية.»² يمكن القول أن الخدمة الإلكترونية هي ذلك التفاعل بين مقدم الخدمة والمستهلك اعتماداً على وسيط متمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمواقع الأنترنت والمواقع الإلكترونية.

ثانياً. تعريف جودة الخدمة الإلكترونية

جودة الخدمة الإلكترونية مفهوم حديث نوعاً ما بخلاف المفهوم الذي قدمه (Parasuraman & Others) حيث عرفت جودة الخدمة الإلكترونية بأنها: «إلى أي مدى يسهل الموقع على شبكة الأنترنت التسوق والشراء والتسليم بكفاءة وفعالية.»³

الجودة الإلكترونية هي الشكل الأخير وربما الأرقى لتطور مجالات واهتمامات سياسات وجهود تطوير وتحسين الجودة،⁴ لذا لا بد من توفر مجموعة من المعايير مثل السرعة في التنفيذ وألا تستغرق وقتاً كبيراً في طلب الخدمة وأن يكون نمط إدخال البيانات المطلوبة سهلاً بحيث لا يشعر المستخدم بالملل

¹ بوعنان نور الدين، جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا العملاء، دراسة ميدانية في مؤسسات ميناء سكيكدة في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2007، ص 96.

² Carlson, J. and O'Cass, A., **exploring the relationships between eservice equality, satisfaction, attitudes and behaviors in content-driven eservice web sites**, Journal of Services Marketing, 24 (2), 2010, P 113.

³ Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. and Malhotra, A., **E-S-QUAL: A multiple item scale for assessing electronic service quality**, Journal of Service Research, 7(3), 2005, P P 1-12.

⁴ نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 69.

وتجنب حصول أي شكل من أشكال التأخير بسبب بطء التحميل أو الربط بالخادم ووجود مشاكل في التصميم وينبغي أن تكون الخدمة الإلكترونية متوافقة مع التقنيات الأخرى وأن تكون ذات موثوقية عالية.¹ وتشير جودة الخدمة إلى المفهوم الذي يقيس الاختلاف ما بين توقعات متلقي الخدمة ومدركاته الفعلية نحو الخدمة، تصميم الموقع والثقة والتسليم وسهولة الاستعمال والمتعة والرقابة. كما أشار شينغ وآخرون (Sheng et al) أن جودة الخدمة الإلكترونية تشتمل على أربعة أبعاد: سهولة الدخول إلى الموقع، وسرعة التعامل مع آلية الذاكرة، والتصميم الفني للموقع، وعوامل الجذب للدخول إلى هذا الموقع دون غيره، ومعدل الاستجابة للتفاعل الحاصل حتى لا يصاب المستخدم بالملل وينصرف لموقع آخر على كل حال.²

من خلال ما تقدم، يتضح أن جودة الخدمة الإلكترونية هي قياس مدى قدرة مستوى الخدمة الإلكترونية المقدمة التي تصل إلى المستفيد أو المستخدم والمتوافقة مع توقعاته.

المطلب الثالث: معايير جودة الخدمة الإلكترونية

إن الحكم على جودة الخدمة الإلكترونية يحتاج لمجموعة من المعايير والمقاييس من أجل تقييم مدى جودتها، وفيما يلي نذكر لأهم المعايير:

أولاً. جودة محتوى الموقع الإلكتروني

يقصد بجودة المحتوى أن يحتوي الموقع على جميع المعلومات التي يحتاجها المستخدم بفئاتهم المختلفة. ويعرض الموقع أيضاً المعلومات بشكل واضح ودقيق ويلائم توقعات المستخدمين، ويجذب المستخدمين لقراءته، ولا يعطيهم شعوراً بالملل عند تصفح صفحاته.³ ويمكن إجمال مؤشرات جودة المحتوى بما يلي:⁴

- 1- **الحداثة (المعاصرة):** يقصد بالحداثة مقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، ويتوقف معيار الحداثة على الهدف.
- 2- **التغطية:** تعني التغطية المعرفية مقدار ما يشملها المحتوى من معلومات ترتبط بالمجال الموضوعي. فالتغطية لكي تتحقق لابد من معرفة الموضوعات التي يغطيها المصدر، ومدى جودة الموضوعات المتاحة في مصادر أخرى، وما مدى عمق التغطية.

¹ Cullen, A. J. and M. Taylor, **Critical success factors for B2B ecommerce use within the UK NHS pharmaceutical supply chain**, International Journal of Operations & Production Management, 29 (11), 2009, P 1156-5811.

² Sheng, Tianxiang, and Liu, Chunlin, **An empirical study on the effect of e-service quality on online customer satisfaction and loyalty**, Nankai Business Review International, 1(3), 2010, P P 273-283.

³ ليلي حسن وعماد أبو الرب، إطار نظري لتقويم جودة المواقع الأكاديمية، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد 01، العدد 01، 2012، ص 07.

⁴ محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 6، العدد 18، العراق، 2010، ص 75-70.

3- الموضوعية: ترتبط الموضوعية بعدة اشتراطات منها أن يعبر المحتوى عن الموضوع الذي يشير إليه العنوان بدقة. وتعرف الموضوعية على أنها الخلو من التحريف الشخصي وغيره من أشكال التحريف المقصود أو غت المقصود، بدا يؤدي إلى ضياع حقيقة الموضوع الذي تتعلق به المعلومات المحرفة.

4- الدقة: تمثل الدقة الثقة بالمعلومات وخلوها من الأخطاء بعد التأكد منها ومقارنتها مع المعلومات الموجودة في مصادر أخرى موثوقة. لذلك ينبغي التأكد من دقة المعلومات، وخلوها من القصور والأخطاء العلمية وكذلك من أخطاء الطباعة والهجاء، لأنها قد برجب معلومات ذات قيمة بالغة للباحث، وبالتالي يمكن قياس هذا المؤشر من خلال التأكد مما يلي:

- دقة المعلومات على الموقع؛
 - عدم وجود أخطاء قواعدية أو لغوية ظاهرة على الموقع؛
 - مصادر المعلومات على الموقع موثقة.
- 5- السلطة الفكرية:** يقصد بالسلطة الفكرية المسؤول مسؤولية مباشرة عن المحتوى الفكري سواء كان شخصاً أو مؤسسة أو جهة معينة. ويتم تقويم السلطة الفكرية لمحتوى صفحة الويب من خلال المستوى العلمي والخبرات السابقة لدن يقدم الإطار والمحتوى الفكري في موضوع العمل.

6- القدرة على الاستجابة: ينبغي اختبار قدرة المصادر المرجعية الإلكترونية على استجاء المعلومات من خلال التعرف على ما يأتي:

- عدد المداخل القابلة للبحث والاسترجاع؛
- مدى توفر مجموعة برامج استرجاعية؛
- إمكانية الربط بث أكثر من مدخل استرجاعي؛
- مدى السرعة في الاسترجاع؛
- مدى توفر إحالات بين المداخل؛
- توفر إحالات بث المواقع على شبكة الأنترنت ومواقع أخرى تتضمن معلومات لذا علاقة أو معلومات مكملة.

ثانياً. جودة تصميم الموقع الإلكتروني

يقصد بجودة التصميم أن الموقع مصمم بطريقة مميزة، وفريدة من نوعها، وصفحات الموقع مصممة بطريقة مناسبة، والصور والخطوط والألوان المستخدمة في الموقع مناسبة.¹

ويمكن إجمال مؤشرات التصميم بدا يلي:²

1- الجاذبية: ويقصد بها جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع.

¹ ليلي حسن وعماد أبو الرب، مرجع سابق، ص 01.

² محمد مصطفى حسين، مرجع سابق، ص ص 75-77.

- 2- اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم.
- 3- الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات المواقع.
- 4- النص: خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع، من حيث حجم الخط ونوع الخط واستخدام الحروف الكبيرة والصغيرة أو الفواصل، وإبراز العناوين الرئيسية.

ثالثاً. جودة تنظيم الموقع الإلكتروني

- وهو من أهم عناصر عملية التقييم، ويعتبر المنهجية الواضحة والميسرة والمنظمة، مثل الترتيب الزمني أو الأبجدي أو الجغرافي أو الهيكل التنظيمي، وكل ذلك لغرض تسهيل مهمة المستخدم.¹ ويمكن إجمال جودة التنظيم بما يأتي:¹
- 1- الفهرس: احتواء الموقع على فهرس أو وصلات لجميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسية.
 - 2- الاتساق: اتساق وتوافق جميع الصفحات في طريقة عرضها.
 - 3- الروابط والوصلات: عمل الروابط والوصلات بشكل صحيح ووجود روابط مساعدة في كل صفحة، بحيث يتم الانتقال إلى الدكان المطلوب بشكل صحيح.
 - 4- الشعار: وجود شعار الشركة أو المؤسسة في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.

رابعاً. جودة سهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني

- وتعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستخدم بغض النظر عن خلفيته العلمية، للحصول على المعلومة المطلوبة، وسرعة الإنجاز بأقل قدر من الوقت والجهد، لئلا يحفز على معاودة الاستعمال، وهذا يزيد من قيمة الموقع. ويمكن إجمال مؤشرات جودة سهولة التعامل بما يأتي:²
- 1- السهولة: سهولة استخدام الموقع، والغاد المعلومات، والتصفح فيه.
 - 2- الميزات التفاعلية: وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، وبرنامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، وأدوات اتصال وتغذية راجعة بتأثير المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة.
 - 3- التكيف وفق الحاجة: عملية تكيف محتوى الموقع حسب رغبة وحاجة مستخدم معين.

¹ عثمان بن إبراهيم السلوم وهاني عبد الكريم العريفي، معايير مقترحة لقياس جودة عينة من المواقع العربية الإلكترونية في مجال العلوم الإدارية، مجلة جامعة الدلك سعود، المجلد 55، العدد 10، 2011، ص 146.

² عثمان بن إبراهيم السلوم وهاني عبد الكريم العريفي، مرجع سابق، ص 146.

المبحث الثالث: رضا المستخدم

إن نجاح المنظمات واستمرارها مرتبط برضا العميل أو المستخدم من خلال معرفة وتحديد حاجاته ورغباته ومدى القدرة على تلبيتها، لذلك ركزت المنظمات على كيفية تحقيق رضا العميل، فالعميل يعد عنصراً ضرورياً لنجاح المنظمة واستقرارها، لذلك زاد الاهتمام به في المنظمات لوجود العديد من الخيارات المتاحة أمامه من الخدمات، وسيتم التعرض في هذا المبحث إلى أهم المفاهيم المتعلقة بالرضا ورضا المستخدم.

المطلب الأول: مفهوم رضا المستخدم وخصائصه

تسعى المؤسسة إلى كسب أكبر زبائن والمحافظة عليهم من خلال خلق خدمات وفقاً لحاجاتهم ورغباتهم، وكل هذا من أجل تحقيق وكسب رضاهم. وضمن هذا المطلب سيتم التعرض إلى رضا المستخدم من حيث مفهومه، خصائصه، أساليب قياسه وأخيراً العوامل المؤثرة فيه.

أولاً. تعريف رضا المستخدم

1. مفهوم المستخدم الإلكتروني

وهو مستهلك يستفيد من سلعة أو خدمة، ويقوم بالتواصل مع مقدم الخدمة بواسطة شبكة الأنترنت أي أن يقوم الزبون بخدمة نفسه بنفسه حتى يحصل على الخدمة من خلال التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة ومقدمها.¹

2. تعريف الرضا

اختلف الباحثون حول تعريف موحد وشامل لمفهوم الرضا، وفيما يلي استعراض لأهم التعاريف الخاصة بمفهوم الرضا.

- عرف KOTLER رضا الزبائن بأنه: "شعور الشخص بالسعادة أو الخيبة الناتجة عن مقارنة الأداء المدرك للمنتج مع توقعاته"²
 - عرف أيضاً أنه ذلك الشعور الذي يوحى للزبون بالسرور أو عدم السرور والذي ينتج عند مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع توقعات الزبون.³
 - كما يعرف الرضا بأنه "ردة فعل المستهلك والتقييم الذي يتبع عملية شراء السلعة أو الخدمة."⁴
- وتحقق حالة الرضا جملة من المزايا للعميل والمؤسسة في نفس الوقت منها:

¹ مؤمن عبد السميع حسن الحلي، جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين: (دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة)، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2017، ص 12.

² Kotler Philip, Kevin Keller, Delphine Manceau, Bernard Dubois, **marketing management**, Pearson éducation, 13^{ème} édition, France, 2009, P 92.

³ زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 90-91.

⁴ محمد منصور أبو جليل وآخرون، سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 131.

- من أهم مزايا الرضا أنه يعد رابطاً قوياً بين المستهلكين والخدمة، فالمستهلك الراضى يكون مصدراً في جلب عملاء جدد والمستهلك الراضى يصبح بمرور الزمن وسيلة إعلانية للخدمة.¹
- خلق تفاعلات شخصية إيجابية نتيجة معاملات الزبون مع المؤسسة مما يجعله يرغب في الاستمرار في تعامله معها نتيجة شعوره بالرضا.²
- رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة سيقلل من احتمال توجيهه إلى مؤسسات أخرى منافسة.
- يمثل رضا الزبون التغذية العكسية لمستوى الخدمات المقدمة مما يمكن المؤسسة من تطوير الخدمات المقدمة للزبائن.³

3. تعريف الرضا الإلكتروني

يتضمن مفهوم الرضا الإلكتروني أوجهاً عدة فيمكن أن يعني المنافع المحصل عليها من الاستهلاك، ففي هذه الحالة يهتم بجودة المنتج أو الخدمة الناجمة عن مقارنة الجودة المرغوبة وجودة المنتج أو الخدمة كما يدركها الزبون.⁴

وعرف رضا متلقي الخدمة بأنه: الشعور العام بالسعادة والارتياح للعملاء نتيجة تأدية وإنجاز معاملاتهم، ويتحقق ذلك بالتوافق بين ما يتوقعه العميل ومقدار ما يحصل عليه من الجهة المقدمة للخدمة.⁵

أي أن الرضا الإلكتروني يمكن تعريفه بأنه محصلة تجربة سابقة عن الخدمات المقدمة من طرف موقع إلكتروني تسمح هذه التجربة بتقييم فعالية قناة التوزيع المتمثلة في شبكة الأنترنت. وتحديد مدى رضاه عن الموقع الإلكتروني.

ثانياً. خصائص رضا المستخدمين

للرضا ثلاث خصائص هي:⁶

✓ **الرضا الذاتي:** أي إدراك العميل الذاتي للخدمة المقدمة له فعليا من جهة وطبيعة ومستوى توقعاته الشخصية من جهة أخرى، وإن نظرة العميل هي الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار عند الحديث عن تقييم الرضا، وعلى المؤسسة أن تقدم خدمات وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل، ولا تلتزم فقط

¹ محمد منصور أبو جليل، مرجع سابق، ص 132.

² جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمود أبو بكر، دليل في خدمة الزبائن ومهارات البيع، الإسكندرية، ص 23.

³ علاء فرحات طالب، أميرة الضاي، إدارة المعرفة، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 177.

⁴ Kotler. Philip, DuBois. Bernard, **Marketing Management**, (10th edition), Paris, 2000, P 42.

⁵ اعتدال عبد الله هملان الفقهاء، جودة الموقع الإلكتروني والثقة الإلكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية، رسالة ماجستير (غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص 53.

⁶ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر الجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص ص 48-49.

بالمواصفات والمعايير المحددة، ومن هنا على المؤسسة أن تتبنى وجهة النظر الخارجية التي تعتمد على (الجودة-الرضا)، ولا تتبنى وجهة النظر الداخلية التي تركز على (الجودة-المطابقة).

✓ **الرضا النسبي:** إذ يقوم كل عميل بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق، وفي هذه الخاصية يتغير الرضا حسب مستويات التوقع، والتي بدورها تتفاوت من عميل إلى آخر، ومن هنا يمكن تفهم الدور لتقسيم أو تجزئة السوق، وتحديد التوقعات المتجانسة للعملاء من أجل تقديم خدمات أكثر توافقاً مع هذه التوقعات.

✓ **الرضا تطوري:** فطور مستوى التوقع يغير رضا العميل من جهة، وكذا مستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فتوقعات العملاء تتطور نتيجة المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة وظهور خدمات جديدة فضلاً عن زيادة المنافسة، وبالتالي فإن قياس رضا العميل أصبح يتبع نظام يتوافق مع هذه التطورات والتغيرات الحاصلة.

المطلب الثاني: قياس رضا المستخدمين

يعتبر قياس رضا العميل الأداة أو الوسيلة التي تعتمد عليها المؤسسة من أجل معرفة درجة رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها.

أولاً: أساليب قياس رضا المستخدمين

يمكن قياس رضا المستخدم أو متلقي الخدمة أو الزبون بعدة أساليب هي:

1. القياسات الدقيقة: متنوعة يمكن ذكر منها ما يلي:¹

- قياس الحصة السوقية؛
- عدد الخدمات التي يستهلكها الزبون؛
- قياس معدل الاحتفاظ بالزبائن؛
- تطور عدد الزبائن الجدد.

2. القياسات التقريبية: تعتمد على نوعتُ وهما:

أ. **البحوث الكيفية:** وتهدف إلى وضع نظام للقياس، حيث تعمل على الكشف عن توقعات العملاء

بدقة، كما تقوم بتحديد وفهم العناصر المختلفة والمكونة لإدراك العملاء للخدمة المقدمة.¹ إذ تشمل:²

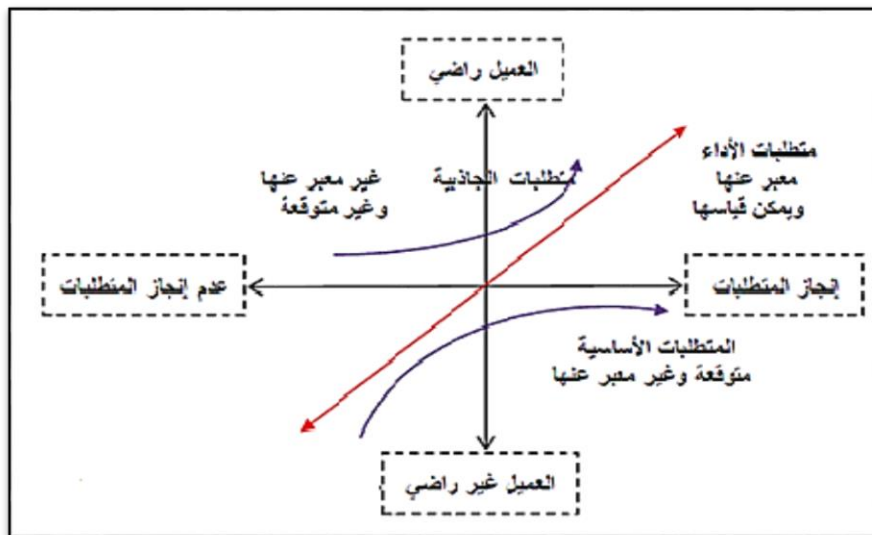
- تسيير شكاوى الزبائن؛
- بحوث حول الزبائن المفقودين؛
- بحوث الزبائن الخفي.

¹ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، مرجع سابق، ص 21.

² زعباط سامي، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون، مجلة المالية والأسواق، المجلد 5، العدد 2، جامعة جيجل، 2016، ص 737.

ب. **البحوث الكمية:** يجب على المؤسسة الخدمية استعمال طرق كمية في قياس رضا العميل باستعمال الاستقصاء، وإن إعداد بحوث الرضا يتم من خلال منهجية تتمثل في أهداف البحث، إعداد الاستقصاء، صياغة الأسئلة، تحديد العينة، تجميع البيانات، تحليل البيانات المجمعة وعرض النتائج¹. وتختلف عملية قياس رضا متلقي الخدمة باختلاف الخدمات المقدمة وباختلاف الوسيلة التي يتم تقديم الخدمة من خلالها فمع ظهور الخدمات الإلكترونية ظهرت العديد من النماذج لقياس رضا متلقي الخدمة الإلكترونية وقياس لصاح نظام المعلومات. ومن النماذج المستخدمة بشكل واسع لقياس رضا العميل هو نموذج Kano وتم وضع هذا النموذج في عام 1984 ويهدف إلى قياس رضا العملاء من خلال متطلبات المنتج وهي: المتطلبات الأساسية ومتطلبات الأداء، والمتطلبات الجاذبة². والشكل التالي يوضح نموذج Kano لقياس رضا العملاء:

الشكل رقم (01): نموذج Kano لقياس رضا العملاء



المصدر: عمار سلامة الرواحنة، أثر جودة الموقع الإلكتروني لديوان الخدمة المدنية في تحقيق رضا العاملين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 33.

وفيما يلي توضيح متطلبات المنتج لنموذج Kano:

- **المتطلبات الأساسية:** يتوقع أن تكون هذه المتطلبات موجودة في الخدمة وبالتالي لا حاجة للتعبير عنها، أما إذا لم يتم تلبية هذه المتطلبات فإن العميل لن يكون راضيا، كما أن وجودها لن يزيد من مستوى

¹ زعباط سامي، جودة الخدمة كأداة لبناء رضا الزبون، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جبجل، جوان 2016، ص 85.

² عمار سلامة الرواحنة، أثر جودة الموقع الإلكتروني لديوان الخدمة المدنية في تحقيق رضا العاملين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 55.

رضا الزبون.¹ وعلى سبيل المثال إمكانية تصفح الموقع الإلكتروني في أي وقت هي من المتطلبات الأساسية لعمل الموقع الإلكتروني.²

• **متطلبات الأداء:** تكون باتجاه واحد أي مستوى رضا العميل يتناسب طردياً مع درجة تلبية هذه المتطلبات، فكلما كانت درجة تلبيةها عالية كلما كان مستوى الرضا عالي والعكس بالعكس وهذه المتطلبات يطلبها العميل بصراحة ويتم تمثيله بخط مستقيم.³ فسهولة تصفح الموقع الإلكتروني يمكن اعتبارها مطلب أداء فإذا كانت عالية فذلك سيزيد من رضا مستخدم الموقع وإذا قلت فذلك سيقبل من رضاه.⁴

• **متطلبات الجاذبية:** إن هذه المتطلبات تحتل أكبر درجة من التأثير على رضا العملاء وحسب طبيعة هذه المتطلبات فإنها غير معبر عنها من قبل العميل وكذلك فهي غير متوقعة منه.⁵ وعلى سبيل المثال أن يوفر الموقع الإلكتروني الأشياء التي يفضلها العميل كأن يظهر الصفحة الأولى باللون المفضل لديه.⁶

ثانياً. أهمية قياس رضا المستخدمين

يكتسب رضا العميل أهمية كبيرة لذا تسعى جميع المنظمات الراغبة في الاستمرار إلى قياسه، إذ أن رضا العميل موضوع بالغ الأهمية لتحقيق النجاح في الأعمال سواء التقليدية أو عبر الأنترنت، وتبرز أهمية قياس رضا العميل من خلال الآتي:⁷

- يساعد في تشخيص أسباب عدم تحقيق أهداف المنظمات؛
- معرفة أن الفئة المستهدفة قد استفادت من الخدمة المقدمة؛
- تجنب تكرار نفس الأخطاء في الأنشطة والخدمات التي سوف تقدمها المنظمة؛
- معرفة إذا كان نمط الإدارة المتبع يحقق رضا العملاء أم يحتاج إلى مراجعة.

¹ بن سعيد مسعودة أمال وبن لخضر محمد العربي، دور التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية في تحقيق رضا الزبون الجزائري، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 5، العدد 5، جامعة هري محمد، بشار، سبتمبر 2017، ص 202.

² عمار سلامة الرواحنة، مرجع سابق، ص 34.

³ بن سعيد مسعودة أمال وبن لخضر محمد العربي، مرجع سابق، ص 203.

⁴ عمار سلامة الرواحنة، مرجع سابق، ص 34.

⁵ بن سعيد مسعودة أمال وبن لخضر محمد العربي، مرجع سابق، ص 203.

⁶ عمار سلامة الرواحنة، مرجع سابق، ص 34.

⁷ حاكم جيوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 8، العدد 25، جامعة الكوفة، العراق، 2012، ص ص 84-85.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الرضا الإلكتروني

تحاول منظمات الأعمال اليوم المحافظة على عملائها الحاليين واستقطاب عملاء جدد من خلال العمل على تقديم خدمات ترقى لمستوى تطلعاتهم وتوقعاتهم، بدراسة ومعرفة أهم العوامل التي من الممكن أن تؤثر في رضاهم.

فمن خلال التعاريف السابقة التي تناولت مفهوم الرضا الإلكتروني يمكن معرفة مدى تأثير التجارب السابقة على الرضا، فهناك عوامل عدة من أهمها:¹

✓ **رضا العاملين:** من العوامل المهمة والمؤثرة في رضا الزبائن أو المستخدمين هو رضا العاملين في المنظمة حيث أن رضا العاملين ينعكس على طبيعة أدائهم وبالتالي على إنتاجيتهم وفي النهاية على رضا المستخدم أو متلقي الخدمة.

ولذلك يجب أن تعمل الإدارة في المنظمات على إشراك العاملين في وضع أهداف المنظمة إيجاد بيئة العمل المناسبة لزم وتدريبهم وتأهيلهم بما يتوافق مع خطط المنظمة المستقبلية واستقطاب كوادر بشرية تقدم خدمة متميزة برقق رضا المستخدم.

✓ **خبرة العميل:** ويمكن تعريف خبرة العميل على أنها مجموعة التفاعلات التي يقوم بها من خلال الموقع الإلكتروني للمنظمة بدءاً من دخوله للصفحة الأولى حتى اتخاذ قرار عملية الشراء وذات المفهوم ينطبق على خبرة المستخدم ولكن قد لا تكون نهاية العملية مرتبطة بقرار الشراء.

ويرى الباحثون بأن رضا هو الفرق بين ما يتوقعه أو يتصوره متلقي الخدمة عن الخدمة وبين الفائدة الفعلية التي يتحصل عليها جراء الاستفادة من الخدمة وعلى هذا فإن خبرة متلقي الخدمة تلعب دوراً هاماً في تحديد رضاه عن الخدمة، وكذلك مدى مطابقة جودة الخدمة للمواصفات المحددة مسبقاً من قبل المنظمة.

وهناك عوامل أخرى من أهمها:²

✓ **عوامل مرتبطة بالموقع:** وتشمل خصائص الموقع والتي تضم سهولة الشراء، خصائص العرض (المنتجات التي يتم عرضها والمعلومات المقدمة عن المنتج)، تصميم الموقع، الأمن المالي، السعر، ظروف التسليم.

✓ **عوامل مرتبطة بخدمات الزبائن:** تعد جودة خدمات الزبائن عاملاً هاماً في تحديد رضاهم، فكلما كانت الخدمات أكثر قدرة على الرد على الأسئلة وحل المشكلات زاد رضا الزبائن.

¹ عبد الجليل طواهري وجمال الهواري. محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس (NETQUAL)، دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 1، 2011، ص 61-97.

² مؤمن عبد السمیع حسن الحلي، جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص 14.

خلاصة الفصل الأول

من خلال تحديد مختلف المفاهيم والإلمام بالجوانب المتعلقة بالإدارة الإلكترونية ورضا المستخدم الإلكتروني، فالإدارة الإلكترونية تعتبر كباقي الإدارات التنظيمية، إلا أن عملها إلكتروني أكثر منها وركي، فهنا تظهر لا محدودية العمل الإداري، فمفهوما الزمان والمكان يتنافيان مع مفهوم الإدارة الإلكترونية، التي توفر خدماتها للمستخدمين وقتما يشاؤون وأينما يريدون.

فرضا المستخدم عن خدمات الإدارة الإلكترونية، عبارة عن سلوك وممارسة يبيدها المستخدم تجاه جودة الخدمة المقدمة، ما ينتج عنه مجموعة من السلوكيات والعلاقات تسعى المؤسسة لتوجيهها في اتجاه إيجابي اعتمادا على مجموعة من الوسائل التي تسمح بتعظيم الرضا، وللتفصيل في علاقة جودة الخدمات الإلكترونية برضا المستخدمين، سيتطرق إلى هذا بشكل ميداني في الجانب التطبيقي.

الفصل الثاني: الإطار

التطبيقي للدراسة

تمهيد

يأتي هذا الفصل كتكملة للدراسة النظرية حول موضوع البحث، فبعد أن تم التطرق في الفصل النظري إلى المفاهيم المتعلقة بموضوع البحث وأثر جودة الخدمة الإلكترونية في تحسين رضا المستخدمين، وجب اختبار هذه العلاقة ميدانيا لإثراء البحث العلمي وإعطاء صورة صحيحة وواضحة عن الموضوع، إذ وقع الاختيار على جامعة العربي التبسي -تبسة لتكون ميدانيا لتطبيق الدراسة النظرية من خلال تقسيم هذا الفصل إلى ما يلي:

- ❖ المبحث الأول: تقديم عام للجامعة محل الدراسة
- ❖ المبحث الثاني: إجراءات الدراسة وتحليل البيانات الشخصية.
- ❖ المبحث الثالث: اختبار الفرضيات وعرض نتائجها.

المبحث الأول: تقديم عام للجامعة محل الدراسة

سيتم من خلال هذا المبحث التعريف بميدان الدراسة التطبيقية، والمتمثل في جامعة العربي التبسي، والتي تعتبر من بين المؤسسات الإدارية ذات طابع علمي، ثقافي وإداري والتي تسعى بدورها إلى تطبيق هذه التكنولوجيات مما لها من مساهمات في تحسين أداءها العام.

المطلب الأول: التعريف بجامعة العربي التبسي

تعتبر الجامعات من أهم الأقطاب التي يعتمد عليها لتوفير الخبرات وتأطير الأفراد المؤهلين في شتى المجالات العلمية والاقتصادية وغيرها، لذلك فإن هذه المؤسسات العلمية تستلزم توفر تأطير بشري فعال وتجهيزات تكنولوجية منطورة للتمكن من تحقيق تسيير فعال وتحقيق أهدافها من خلال تطبيق أحدث التكنولوجيات الخاصة بالمعلومات والاتصال.

أولاً: نشأة جامعة العربي التبسي

تأسست جامعة تبسة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-08 الصادر في 04 جانفي 2009 وقد جاء الإعلان عن ترقية المؤسسة إلى مصف جامعة تتويجا للمجهودات الجبارة التي بذلتها الأسرة الجامعية بكل أطيافها على مدار سنوات متواصلة، كانت بدايتها سنة 1985، سنة تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي في تخصصات علو الأرض، الهندسة المدنية والمناجم.

أما المحطة الثانية التي عرفتها مسيرة تطوير المؤسسة فكانت سنة 1992 أين أنشأ المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 297/92 الصادر في 27 سبتمبر 1992، وقد حمل اسم العلامة الكبير وابن مدينة تبسة الشيخ العربي التبسي يتمنا بما يحمله هذا الاسم من دلالات العلم والنضال الفكري البناء.¹

ثانياً: تطور جامعة العربي التبسي

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/06 الصادر في 16 أوت 2006، وفي الإطار الهيكل الجديدة للمراكز الجامعية تمت هيكلة المؤسسة باعتماد تقسيم جديد للمصالح الإدارية وتوزيع الأقسام والمعاهد، أما المرحلة الحاسمة فكانت يوم 12 أكتوبر 2008 في حفل الافتتاح الرسمي للسنة الجامعية 2008/2009 من جامعة تلمسان أين أعلن رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة ترقية المركز الجامعي تبسة إلى مصف جامعة، وهذا التاريخ يعتبر نقطة تحول هامة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة حيث عرفت جامعة تبسة اليوم تغيرات كبرى على مستوى الهيكل التنظيمي والعلمي بما يسمح لها بإبراز كفاءتها العلمية وإمكانياتها المادية التي تتيح لها الفرصة لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة .

تتضمن جامعة تبسة التكوين والتأطير لحوالي 14000 طالب في النظامين الكلاسيكي ول م د وموزعين على خمس كليات وهي كالتالي:

➤ كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير؛

¹ معلومات مقدمة من مصلحة الإعلام والتوجيه والإحصاء للجامعة.

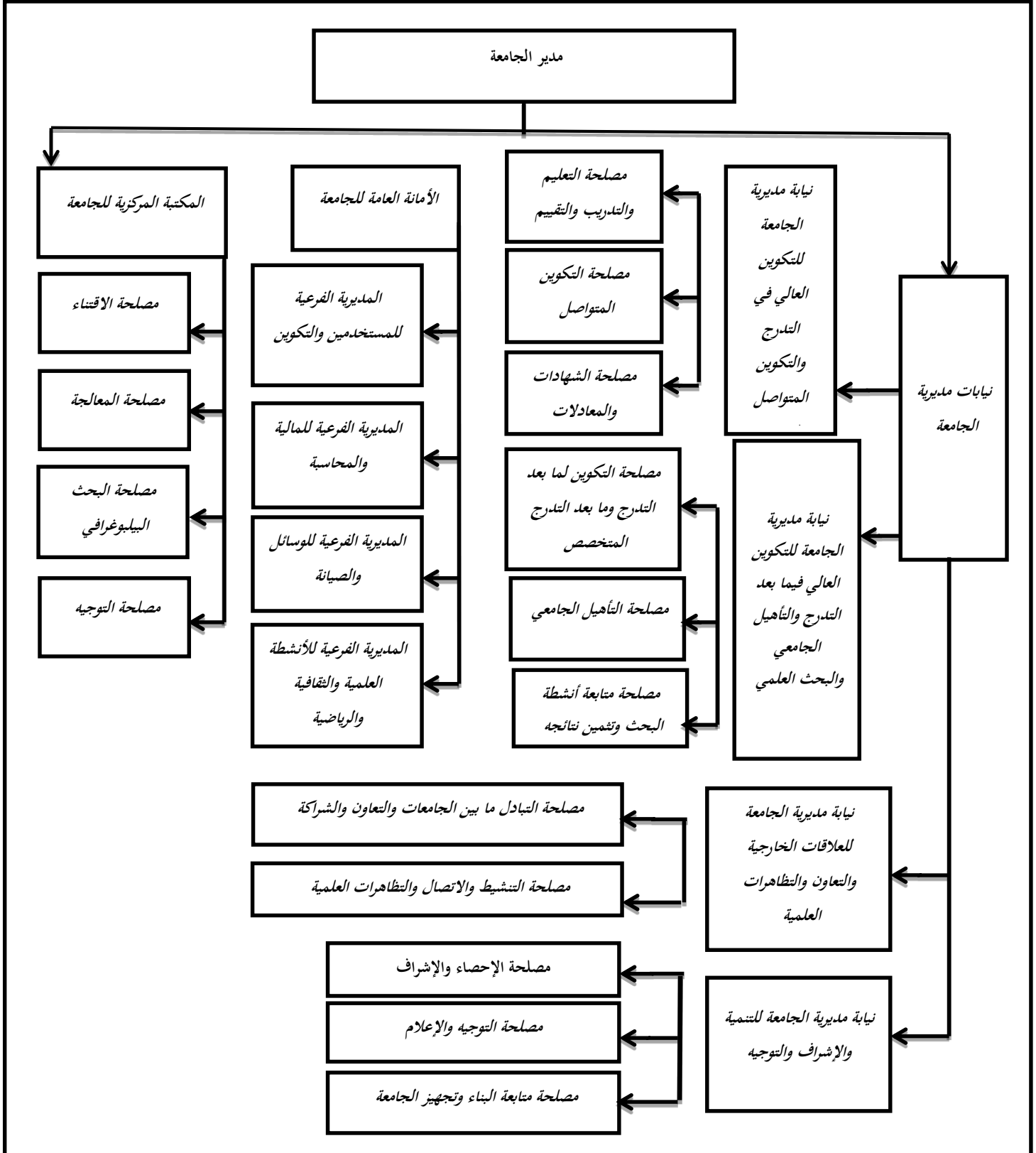
- كلية الحقوق والعلوم السياسية؛
- كلية العلوم التكنولوجية؛
- كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة؛
- كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية

ثالثاً: مهام جامعة العربي التبسي -تبسة-

- وتتمثل المهام الأساسية للجامعة في:
 - المساهمة في الجهد الوطني للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي؛
 - ترقية الثقافة الوطنية ونشره؛
 - المشاركة في دعم القدرات العلمية الوطنية؛
 - تثمين نتائج البحث ونشر الإعلام العلمي والتقني؛
 - المشاركة ضمن الأسرة العلمية والثقافية الدولية في تبادل المعارف وإثرائها.
- ### رابعاً: أهداف جامعة العربي التبسي - تبسة -

- تسعى الجامعة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تمكنها من الاستمرار ومواكبة التغيرات ومن بينها:
- التحكم في المعارف من الجانب العلمي والتكنولوجي والإنساني بالابتعاد على التطوير المناسب للبحث العلمي؛
 - تمكين الطالب من اكتساب المعارف وتعميقها وتنويعها في اختصاصات مختلفة؛
 - تكوين الطلبة في مختلف الاختصاصات العلمية الحديثة للتكيف مع متطلبات العصر؛
 - تشجيع البحث العلمي وتوفير الإمكانيات اللازمة لتجسيد هذه المشاريع على أرض الواقع؛
 - تمويل إطارات يستفاد من خبراتهم في عملية التحول الاقتصادي؛
 - تكوين نخبة قادرة على أخذ دور الريادة في عملية التغيير؛
 - اكتساب المهارات التكنولوجية بصورة كاملة من قبل الأكاديميين والإداريين والطلبة؛
 - ضمان البحوث العلمية ذات جودة عالية.
- ### خامساً. الهيكل التنظيمي لجامعة العربي التبسي

الشكل رقم (02): الهيكل التنظيمي لجامعة العربي التبسي



المصدر: مصلحة الإعلام والتوجيه والإحصاء للجامعة.

المطلب الثاني: الموقع الإلكتروني لجامعة العربي التبسي -تبسة

نظرا للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا وخصوصا تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبح لزاما على الجامعات إنشاء مواقع إلكترونية من شأنها أن تكون حلقة وصل بينها وبين المتعاملين معها سواء داخليا أو خارجيا، فقد بات ترتيب الجامعات يعتمد على ترتيب مواقعها من حيث الجودة، وفيما يلي وصف لموقع الجامعة محل الدراسة.

أولا. اسم النطاق

الذي يتم التواصل به على شبكة الأنترنت هو: **Nom de domaine: Univ-tebessaDZ**

اللغات المستخدمة في الموقع

- ✓ اللغة العربية
- ✓ اللغة الفرنسية
- ✓ اللغة الإنجليزية (قيد الإنشاء في النسخة الجديدة للموقع)

الصفحة الرئيسية

يكون محتوى الصفحة الرئيسية عبارة عن جميع مستجدات الجامعة من إعلانات -ملتقيات، أحداث...

ثانيا. الخدمات المقدمة في الموقع الإلكتروني

✓ منصة خاصة بالتعليم عن بعد (أين يضع الأساتذة جميع الدروس والأعمال التطبيقية للطلبة، ويمكن أن يكون الدخول لهذه الدروس مشروط بكلمة سر تطلب عند الدخول -e-learning.Univ-tebessa.DZ)

✓ منصة خاصة بالمنشورات العلمية ومذكرات التخرج **dspace.Univ-tebessa.dz**

✓ البريد الإلكتروني للجامعة (شراكة مع شركة google)

✓ النظام الوطني للتوثيق عبر الإنترنت **SNDL**: عبارة عن رابط يوصل المستخدم إلى منصة **SNDL**

ثالثا. تاريخ الموقع الإلكتروني للجامعة

✓ الإنشاء الأول للموقع: حوالي أواخر 2006

منذ تاريخ الإنشاء إلى يومنا هذا توجد حوالي 08 نسخ من الموقع الإلكتروني في كل نسخة يتم

تجديد الموقع من حيث الشكل والمحتوى.

✓ النسخة الأخيرة للموقع

هي قيد الإنشاء بداية من سنة 2019.

✓ مميزات النسخة الجديدة

هذه النسخة تتماشى مع المعايير التقنية الحديثة للمواقع الإلكترونية من حيث:

- الشكل والحجم: يتغير حسب نوع شاشة العرض (هاتف نقال، شاشة كبيرة الحجم...)
- المحتوى (الصور): حجمها يتماشى مع سرعة عرض الموقع الإلكتروني عبر الإنترنت.

المبحث الثاني: إجراءات الدراسة وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية

تتطلب أي دراسة عملية إجراءات منهجية تكون بمثابة المسار الذي سوف يقود أي باحث لمعرفة ما يريد البحث عنه، وأيضاً لإجابته على الأسئلة أو فك الغموض أو إيجاد استفسارات حول الموضوع الذي يريد دراسته أو البحث عما تحتويه طياته، وهذه الإجراءات تختلف من دراسة لأخرى، إلا أنها تساعد على جمع ومعرفة المعلومات التي يرجى من خلالها إيجاد حلول للتساؤلات الخاصة بموضوع الدراسة.

المطلب الأول: إجراءات الدراسة

غرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة بإجراءات لازمة ومناسبة لكل مرحلة من مراحل البحث.

أولاً. مصادر جمع المعلومات والبيانات

لقد تم الاستعانة بمجموعة من الكتب والمجلات لمعالجة الجانب النظري من الدراسة والوثائق المتعلقة بالمؤسسة، قصد التعريف بها وتوضيحها أكثر في الجانب التطبيقي، وقد برز نوعان من مصادر جمع المعلومات:

1. **المصادر الثانوية:** وهذا يخص الجانب النظري حيث تم الاعتماد على الكتب العربية والأجنبية الخاصة بتوضيح كل من متغيرات الدراسة (جودة الخدمة الإلكترونية ورضا المستخدم) وأيضاً المجلات والمقالات العلمية حيث ساعدت هي الأخرى في إثراء هذا الجانب بكل المعلومات التي تم التطرق إليها، ولزيادة مصداقية هذا الجانب تم الاطلاع على مجموعة معتبرة من الدراسات السابقة التي ساهمت في توضيح المصطلحات بشكل أفضل، وإبراز العلاقة التي من شأنها الربط بين متغيرات الدراسة، متحصلين بذلك على جزء نظري يزخر بمعلومات شاسعة وعمامة حول متغيرات الدراسة انطلاقاً من مراجع معتمدة.
2. **المصادر الأولية:** تعبر المصادر الأولية عن مختلف الوثائق والتسجيلات التي تم الحصول عليها من المؤسسة محل الدراسة والتي تتضمن نبذة تاريخية عن تطورها، كما تم الاطلاع على هيكلها التنظيمي وكيفية تقسيمه ومعرفة كيفية عمل المصالح فيما بينها، من أجل تحقيق أفضل اتساق.

2-1- الوثائق والسجلات

تم الاستعانة بمجموعة من الوثائق المتعلقة بالجانب التاريخي للمؤسسة والتعريف بها وكذا الهيكل التنظيمي لجامعة تبسة.

2-2- الاستبيان

يعد من أكثر الوسائل العلمية المستعملة في الحصول على البيانات والمعلومات، فهو وسيلة بحث للكشف عن آراء ومواقف العاملين حول موضوع جودة الخدمة الإلكترونية وأثرها في رضا المستخدمين، وهذا عن طريق مجموعة من الأسئلة المكتوبة والمغلقة الموجهة إليهم والمبنية على أساس إشكالية وفرضيات البحث محل الدراسة.¹

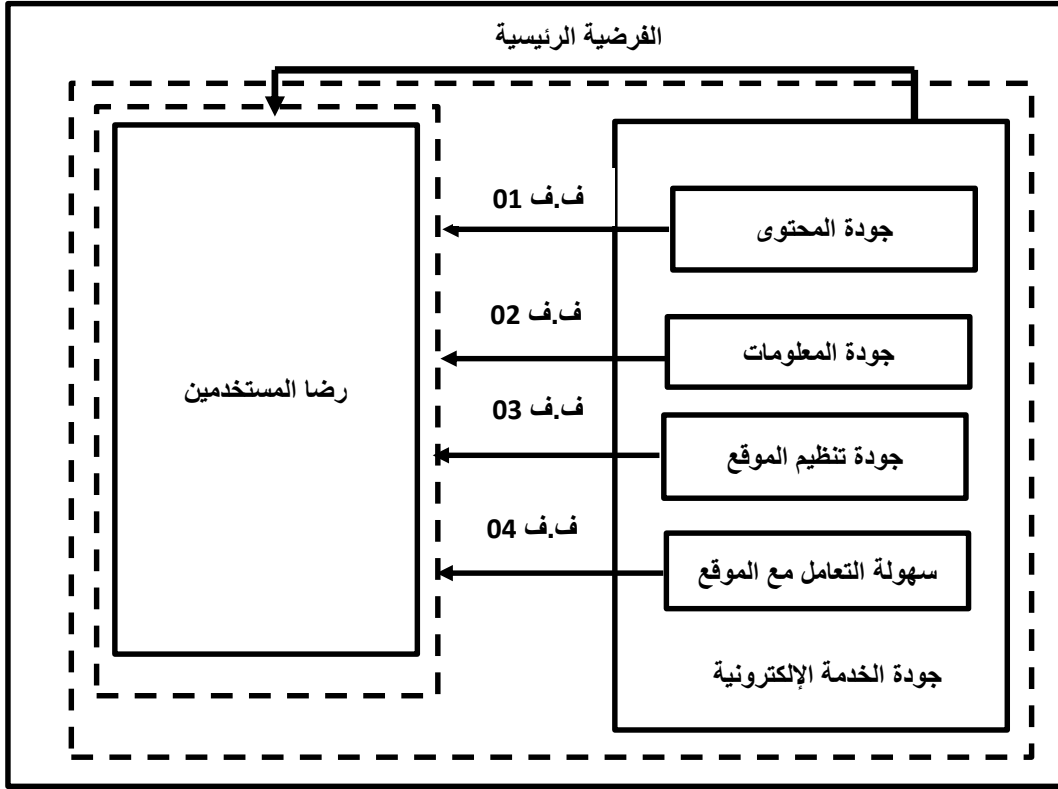
تم إعداد الاستبيان وفقاً لنموذج الدراسة التالي:

¹ - حمد سليمان المثنوي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002، ص: 177.

تتناول الدراسة البحث أثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا الزبون وبالتالي فهي تشتمل على المتغيرات التالية:¹

المتغير المستقل: جودة الخدمة الإلكترونية وتقاس من خلال جودة الموقع الإلكتروني للجامعة.
المتغير التابع: رضا المستخدمين

الشكل رقم (03): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين

يتضح من خلال ما سبق أن نموذج الدراسة يشتمل على متغير مستقل (جودة الخدمة الإلكترونية) ومتغير تابع (رضا المستخدمين) ومنه تم اعتماد جملة من الأدوات الإحصائية بناء على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS): STASTICAL PACKAGE FOR SOCIAL STUDIES)) وقد تحدد نموذج الدراسة وفقاً للعلاقة بين متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة مع إدراج البيانات الشخصية والوظيفية لمعرفة مدى تأثيرها على العلاقة السابقة.

ثانياً. مكونات استمارة الاستبيان

تعتبر استمارة الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات فهي مجموعة من الأسئلة المصاغة بطريقة خاصة تهدف بالدرجة الأولى للحصول على معلومات يراها البحث ضرورية لتحقيق أغراض دراسته،² وقد اشتملت على جزأين أساسيين، وفيما يلي وصف لهما:³

¹ الملحق رقم (02)، يوضح مضمون الاستبيان.

² مصطفى صلاح، فوال، مناهج البحث العلمي الاجتماعية، دار غريب، مصر، 1998، ص 305.

³ الملحق رقم (02).

الجزء الأول: ويشتمل على متغيرات الدراسة الشخصية والوظيفية والمتمثلة في كل من: الجنس والعمر والمستوى التعليمي وطبيعة المستخدم وكذا معدل زيارة الموقع الإلكتروني.

الجزء الثاني: ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها بـ: 34 سؤالاً، تم تقسيمه على محورين أساسيين يعكسان محاور الدراسة الأساسية التي تناولتها الدراسة ويوضح الجدول التالي متغيرات الدراسة والفقرات التي تقيس كل متغير.

الجدول رقم (01): توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة

عدد الفقرات	محاور الدراسة	محاور الدراسة	
07	جودة المحتوى	جودة الخدمة الإلكترونية	المحور الأول
07	جودة المعلومات		
07	جودة تنظيم الموقع		
05	سهولة التعامل مع الموقع		
08	رضا المستخدم	المحور الثاني	
34	المجموع		

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

المطلب الثاني: اعتماد الاستبيان وتداوله

من أجل اعتماد الاستبيان وتداوله وجب تحديد المجتمع محل الدراسة ومن ثم اختبار مدى الصدق والثبات للأداة المرغوب اعتمادها وصولاً إلى تداوله.

يتكون مجتمع الدراسة من مستخدمي موقع جامعة تبسة من الطلبة والأساتذة وكذا موظفي وعمال الجامعة.

أولاً. اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

من أجل اعتماد استمارة الاستبيان كأداة للدراسة الميدانية وجب اختبار صدقها وثباتها وذلك عن طريق ما يلي:

1- صدق أداة الدراسة

1-1- الصدق الظاهري

يقصد بذلك قدرة استمارة الاستبيان على قياس المتغيرات التي وصفت لقياسها، وقد تم التحقق من ذلك عن طريق عرضها على عدد من المحكمين من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير -جامعة تبسة- وفي ضوء الملاحظات تم تعديل الاستمارة.¹

1-2- صدق الأبعاد الفرعية

يتم التأكد من صدق أداة الدراسة باستخدام طريقة صدق الأبعاد الفرعية، ويتم ذلك من خلال حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية للاستبانة والأبعاد والمجالات الفرعية المكونة لها.

¹ الملحق رقم (04).

الجدول رقم (02): معاملات الارتباط (الصدق) بين الدرجة الكلية للاستبيان والمحاور والأبعاد الفرعية

المجال	البعد	عدد الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المحور الأول	جودة المحتوى	07	**0.814	0.00
	جودة المعلومات	07	**0.760	0.00
	جودة تنظيم الموقع	07	**0.723	0.00
	سهولة التعامل مع الموقع	05	**0.957	0.00
	أبعاد جودة الموقع (المحور ككل)	26	**0.990	0.00
المحور الثاني	محور رضا المستخدمين	08	**0.897	0.00

** : دال عند مستوى دلالة (0.01)

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل برنامج (SPSS)

حيث تشير النتائج الموضحة بالجدول رقم (02) أن معاملات الارتباط على مستوى الأبعاد الفرعية للمحور الأول تراوحت بين (0.760 و 0.957) وذلك لبُعدي (سهولة التعامل مع الموقع) و(جودة تنظيم الموقع) على التوالي.

وعلى مستوى المجالات ككل بلغ معامل ارتباط المجال الأول بالدرجة الكلية للاستبيان (0.990)، بينما بلغ معامل ارتباط المجال الثاني بالدرجة الكلية للاستبيان (0.897) وكانت جميع معاملات الارتباط (الصدق) ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 ويشير ذلك لوجود درجة جيدة من صدق الأبعاد الفرعية والمجالات الرئيسية للبيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة.

1-3- صدق الاتساق الداخلي

يقصد بالاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع البعد أو المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، ويتم التحقق من وجود صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للبعد أو المجال الذي تنتمي إليه، وذلك بهدف التحقق من مدى صدق الاستبانة ككل، وفيما يلي عرض لنتائج التحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة حسب الأبعاد والمجالات التي تتكون منها.

الجدول رقم (03): معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور جودة الخدمة الإلكترونية

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	عدد الخطوات المتاحة للدخول للموقع مناسبة.	**0.553	0.00
02	الاستجابة السريعة للموقع أثناء ساعات الضغط خلال العمل	**0.687	0.03
03	تؤدي أي عملية على الموقع إلى الوصول لنتيجة محددة.	**0.688	0.00
04	إنجاز أي عملية في الموقع، نقوم بتتبع خطوات متسلسلة ومتراطة.	**0.641	0.00
05	يتميز الموقع بأدوات كافية لتسيير كل الخدمات	**0.776	0.00
06	المرونة والتغيرات السلسة والطبيعية والمتوقعة للشاشات من مميزات الموقع.	**0.723	0.04

0.00	**0.811	سهولة وسلاسة تنظيم العناصر على الموقع.	07
0.00	**0.854	يسمح الموقع بالحصول على المعلومات اللازمة في وقت مناسبة.	08
0.00	**0.769	يحتوي الموقع على معلومات مفيدة وذات صلة عملي.	09
0.00	**0.795	سرعة تبادل المعلومات من خلال الموقع ودون تأخير.	10
0.00	**0.716	التحديث المستمر والتلقائي للمعلومات.	11
0.00	**0.840	الموثوقية العالية ومصادقية المعلومات المتحصل عليها من خلال الموقع.	12
0.00	**0.879	يقدم الموقع معلومات كاملة وكافية ووافية لأداء عملي.	13
0.00	**0.866	دقة ووضوح مخرجات المعلومات من الموقع.	14
0.00	**0.703	التوفر الدائم للخدمة في الموقع دون أي انقطاع.	15
0.00	**0.903	جذب المستخدم من خلال واجهة تفاعلية حديثة يتمتع بها الموقع.	16
0.00	**0.788	يتسم الموقع بالخصوصية	17
0.00	**0.798	الحرص على توفير كافة متطلبات الأمان	18
0.04	**0.787	يقدم الموقع الحل الأمثل والأنسب لما أحتاج	19
0.00	**0.819	الخدمة السريعة في تنفيذ المتطلبات من قبل الموقع	20
0.00	**0.816	الاهتمام الفردي ومراعاة الاحتياجات الخاصة متاحة من قبل الموقع	21
0.00	**0.712	إمكانية حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على الموقع.	22
0.00	**0.827	تعدد طرق الاتصال والتواصل مع موظفي الدعم الفني	23
0.00	**0.794	يمكن حل المشاكل التي تواجهني من خلال التطرق إلى الدعم الفني.	24
0.00	**0.639	يضع الموقع خطوات سهلة وواضحة لاستخدامه.	25
0.00	**0.505	وجود نظام للتبليغ عن المشاكل يلغي ضرورة الذهاب إلى الدعم الفني.	26

** : دال عند مستوى دلالة (0.01)

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل برنامج (SPSS)

يتضح من خلال الجدول (03) بأن معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول (جودة الخدمة الإلكترونية)، جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور بين (0.505) للفقرة رقم (26) التي تنص على "يوجد نظام للتبليغ عن المشاكل وحلها دون الحاجة للذهاب لمكان الدعم الفني" و(0.903) للفقرة رقم (16) التي تنص على "يتمتع الموقع بواجهة تفاعلية حديثة وذات جاذبية للمستخدم".

الجدول رقم (04): معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور رضا المستخدمين

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
27	هناك استفادة من استخدام الموقع	**0.849	0.00
28	يوفر لي استخدام الموقع ربحا للوقت والجهد.	**0.884	0.00
29	يوفر لي الموقع منافع أكثر مما كنت أتوقع.	**0.847	0.00
30	أستطيع أن أحقق من الموقع ربحا خاصا بي.	**0.849	0.00

0.00	**0.884	لدي قبول تام عن أداء خدمة الموقع.	31
0.00	**0.847	استخدامي للخدمات الإلكترونية التي يوفرها الموقع كان صائباً.	32
0.00	**0.884	كان استخدامي للموقع تجربة جيدة.	33
0.00	**0.847	سأواصل استخدامي للموقع	34

*: دال عند مستوى دلالة (0.01)

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج تحليل برنامج (SPSS)

يتضح من خلال الجدول (05) بأن معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني (رضا المستخدمين)، جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور بين (0.847) للفقرة رقم (27) التي تنص على " تعتبر تجربتي مع الموقع أفضل مما كنت أتوقع " و(0.884) للفقرة رقم (28) التي تنص على " أجد في استخدام الموقع توفيراً للوقت والجهد ".

2- ثبات أداة الدراسة

تم توزيع عدد من استمارات الاستبيان وعددها 20 على مجتمع الدراسة للتأكد من ثباتها طبقاً لمعامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)¹ لاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

رقم الفقرة في الاستبيان	المتغير	معامل الثبات
الفقرات من (01-16)	جودة الخدمة الإلكترونية	0.971
الفقرات من (17-26)	رضا المستخدمين	0.951
الفقرات من (01-26)	الاستبيان الكلي	0.977

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن معامل الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة، حيث بلغ معامل الثبات لكافة فقرات أداة الدراسة 97.7% وهي نسبة ثبات عالية ومقبولة لأغراض إجراء الدراسة ويمكن اعتماد استمارة الاستبيان.

ثانياً. تداول استمارة الاستبيان

بعد تحديد مجتمع الدراسة والمتمثل في كلية العلوم الدقيقة وعلوم الحياة بجامعة العربي التبسي وكان العدد الإجمالي لأفراد العينة 2554 من طلبة وأساتذة وموظفين، وتم أخذ عينة عشوائية قدرها 150 فرداً، إذ تم توزيع استمارة الاستبيان على أفراد العينة، والجدول الموالي يوضح تداول هذا الاستبيان:

¹ ألفا كرونباخ: هو اختبار لفحص مدى انسجام أسئلة المحور فيما بينها وكذا انسجام محاور الدراسة مجتمعة، وعليه فهو يحدد مدى اعتمادية استمارة الاستبيان وقدرتها على إعطاء بيانات وقياسات مستقرة نوعاً ما وغير متباينة، فكل ما كانت قيمة معامل "ألفا كرونباخ" أعلى تكون أداة القياس (استمارة) أفضل وتتراوح قيمة المعامل بين 0-01، ويعتبر الحد الأدنى المقبول لهذا المعامل هو 60% (انظر محمود مهدي، تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي spss، دار حامد، الأردن، 2005، ص 49).

الجدول رقم (06): تداول الاستبيان

النسبة (%)	العدد	الاستبيان
100	150	الاستمارات الموزعة
13.33	20	الاستمارات التي لم يتم استرجاعها
6.66	10	الاستمارات غير الصالحة للتحليل
80	120	الاستمارات الصالحة للتحليل

المصدر: من إعداد الطالبتين

1- المعالجة الإحصائية وأدوات التحليل الإحصائي

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات سيتم الاعتماد على طرق إحصائية يتم من خلالها وصف المتغيرات وتحديد نوعية العلاقة الموجودة بينها. بداية بجمع البيانات الموزعة وترميزها ثم إدخال البيانات بالحاسوب باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية " (SPSS)", حيث تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات والمعاملات الإحصائية، المتمثلة في:

✓ معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)

تم استخدامه لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة، ويعبر عنه بالمعادلة الموالية:

$$a = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum vi}{vt} \right)$$

حيث:

a: يمثل ألفا كرونباخ.

n: يمثل عدد الأسئلة.

vt: يمثل التباين في مجموع المحاور للاستمارة.

vi: يمثل التباين لأسئلة المحاور.

✓ التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية (Means) والانحرافات معيارية (Standard Deviation): والتي استخدمت الوصف خصائص عينة الدراسة وترتيب الأبعاد.

$$\frac{\text{تكرار المجموعة} \times 100}{\text{المجموع الكلي التكرارات}} = \text{النسبة المئوية}$$

تم حسابها لتحديد استجابات أفراد الدراسة نحو محاور وأسئلة أداة الدراسة، حيث أن الانحراف المعياري عبارة عن مؤشر إحصائي يقيس مدى التشتت في التغيرات ويعبر عنه بالعلاقة الموالية:

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum (Xi - \bar{X})^2}}{N}$$

✓ مصفوفة الارتباط لبيرسون: حيث استخدمت في وصف خصائص مجتمع الدراسة، ولتحديد الاستجابة اتجاه محاور أداة الدراسة.

وتم الاعتماد على مقياس ليكرت للتعرف على وجهة نظر مفردات المجتمع حول موضوع الدراسة ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (07): سلم ليكرت الخماسي

الإجابات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين

كما تم تحديد طول خلايا مقياس ليكرت للتدرج الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) حيث تم حساب المدى ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي $(0.80=5/4)$ وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى بداية المقياس وهي واحد وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية ويمكن توضيح طول الخلايا في الجدول الموالي:

الجدول رقم (08): طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي

الفئة الأولى	من 1 إلى أقل من 1.80	غير موافق بشدة	منخفض جدا
الفئة الثانية	من 1.80 إلى أقل من 2.60	غير موافق	منخفض
الفئة الثالثة	من 2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	متوسط
الفئة الرابعة	من 3.40 إلى أقل من 4.20	موافق	مرتفع
الفئة الخامسة	من 4.20 إلى أقل من 5	موافق بشدة	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج (SPSS)

✓ معامل التحديد (R^2): لمعرفة نسبة التغير في المتغير التابع نتيجة للتغير في المتغير المستقل.
 ✓ تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression): لاختبار الفرضيات وبالتالي التأكد من تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع ومن صلاحية نموذج الدراسة.
 يتضح مما تقدم أنه تم اعتماد أدوات الدراسة من وثائق وسجلات واستبيان بعد التأكد من صلاحية ذلك، خاصة ما تعلق بالاستبيان من خلال اختباري الصدق والثبات.

المطلب الثالث: عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية

تمثلت متغيرات الدراسة الشخصية والوظيفية في الجنس والعمر والمستوى التعليمي وطبيعة المستخدم ومعدل زيارة الموقع، ويمكن توضيح هذه المتغيرات من خلال الجدول التالي:
 أولاً. توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس

الجدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس

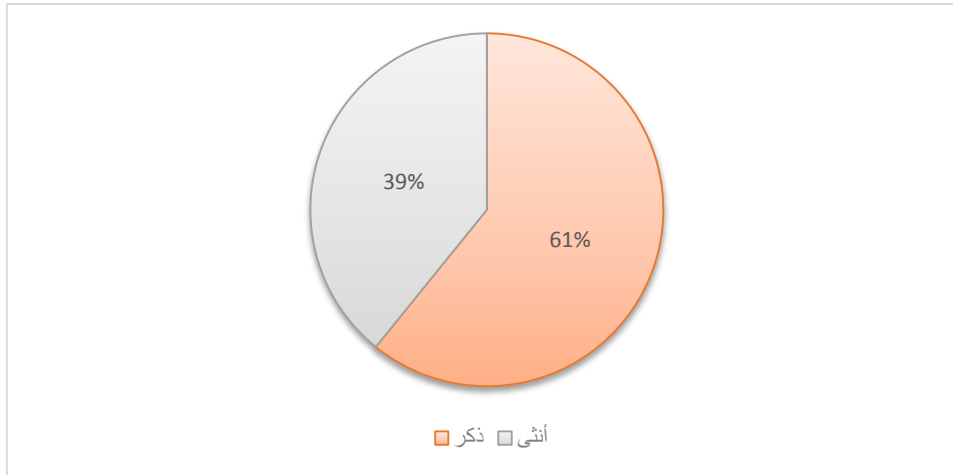
النسبة (%)	التكرار	البيان
60.8	73	نكر
39.2	47	أنثى
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة الذكور قدرت بـ 60.8% حيث بلغ عددهم 73 ما بين طلبة وأساتذة وموظفين، في حين سجلت الإناث نسبة قدرت بـ 93.2% مقارنة بنسبة الذكور، والملاحظ أن الفئة الغالبة في عينة الدراسة هي فئة الذكور.

والشكل الموالي يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس.

الشكل رقم (04): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج برنامج (SPSS)

ثانياً. توزيع عينة الدراسة وفق متغير الفئة العمرية

الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية

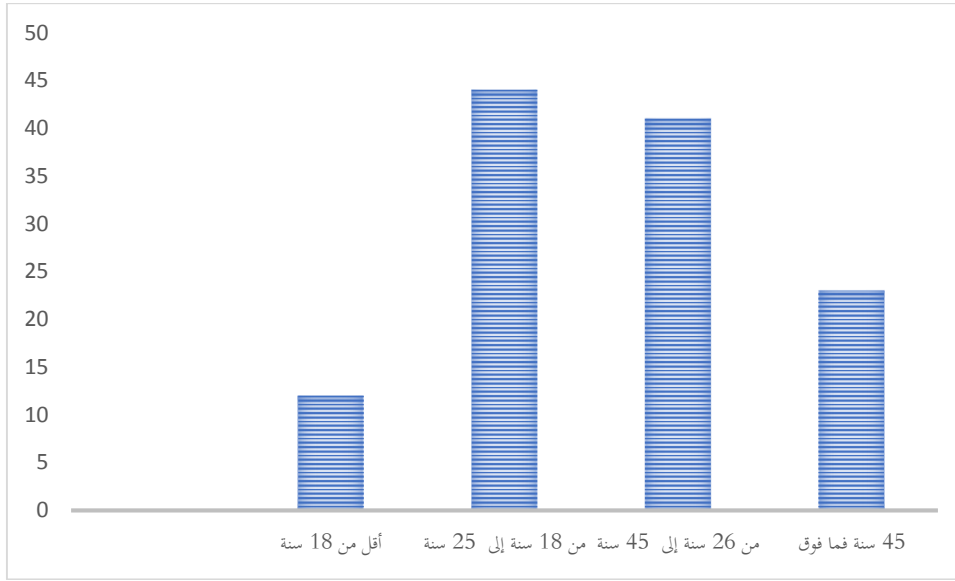
النسبة (%)	التكرار	البيان
10	12	أقل من 18 سنة
36.7	44	من 18 إلى 25 سنة
34.2	41	من 26 سنة إلى 45 سنة
19.2	23	45 سنة فما فوق
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

يوضح الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة الدراسة من البالغين، وجاءت النسبة الأكبر منهم من فئة (18-25) سنة بما قدره 36.7% كونها الفئة العمرية الغالبة من رواد الجامعة من الطلبة، تلتها نسبة 34.2% الذين تراوحت أعمارهم بين (26 و 45 سنة) وسجلت نسبة 19.2% من الذين يفوق سنهم 45 سنة، وفي الأخير سجلت نسبة 10% من مستخدمي الموقع أصحاب الأقل من 18 سنة.

والشكل التالي يوضح توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفقاً لمتغير العمر.

الشكل رقم (05): توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير العمر



المصدر: من أعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

ثالثا. توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

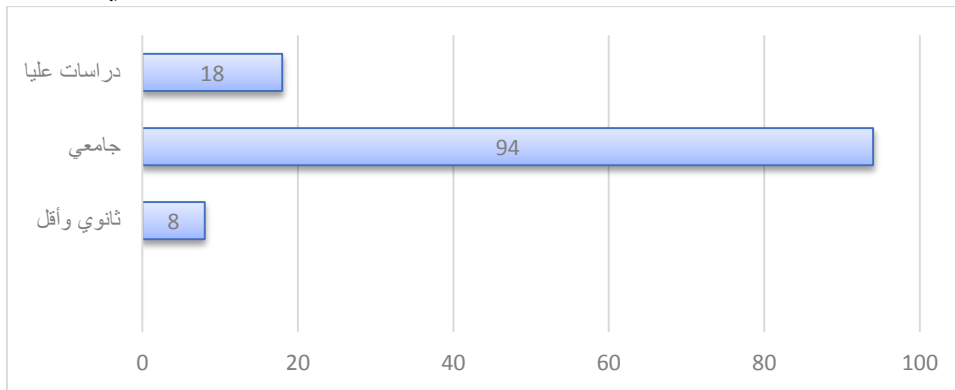
الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي

النسبة (%)	التكرار	البيان
6.7	8	ثانوي وأقل
78.3	94	جامعي
15	18	دراسات عليا
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد مجتمع الدراسة من الجامعيين أصحاب مستوى الليسانس والماستر، بنسبة 78.3% كونهم الفئة العظمى بالجامعة، تلتها نسبة 15% من أصحاب الدراسات العليا، وأتت نسبة 6.7% من إجمالي عينة الدراسة لتمثل من هم ثانويون أو دون ذلك. والشكل الموالي يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفقا لمتغير المستوى التعليمي.

الشكل رقم (06): توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

رابعاً. توزيع عينة الدراسة وفق متغير طبيعة المستخدم

الجدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير طبيعة المستخدم

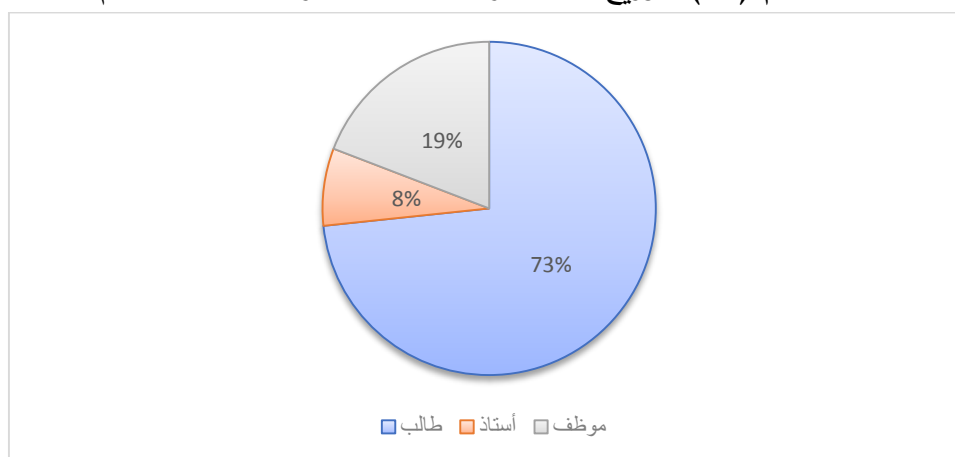
النسبة (%)	التكرار	البيان
73.33	88	طالب
7.5	9	أستاذ
15.33	23	موظف
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

يتضح من الجدول أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين بنسبة 73.3% تليها نسبة معتبرة من الموظفين وعمال الجامعة بما قدره 15.33% لتأتي في الأخير نسبة 7.5% ممثلة للأساتذة، ويرجع هذا التوزيع إلى كون الطلبة هم الأكثر توافراً أثناء إجراء الدراسة وسهولة الوصول إليهم والتواصل معهم.

والشكل الموالي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة المستخدم

الشكل رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب متغير طبيعة المستخدم



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

خامساً. توزيع عينة الدراسة وفق متغير معدل زيارة الموقع

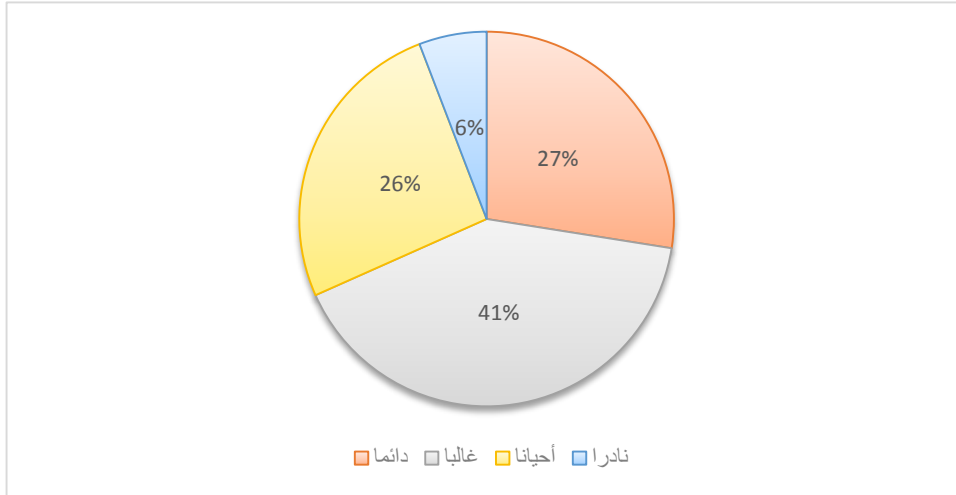
الجدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير معدل زيارة الموقع

النسبة (%)	التكرار	البيان
27.5	33	دائماً
40.8	49	غالباً
25.8	31	أحياناً
5.8	7	نادراً
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أكبر نسبة من العينة المبحوثة من مستخدمي الموقع بمعدل "غالبا" بما قدره 40.8% لتليها الفئة التي تتصفح الموقع دائما بنسبة 33% أما من يتصفحونه أحيانا فقد بلغت نسبتهم 25.8%، بينما الذين نادرا ما يتصفحون موقع جامعة تبسة، فقد بلغت نسبتهم 5.8%.

والشكل الموالي يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير معدل زيارة الموقع
الشكل رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب متغير معدل زيارة الموقع



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS)

ومما سبق يتبين أن أفراد عينة الدراسة موزعين بين فئة الذكور والإناث، وأغلبيتهم من فئة الشباب الذين ومتوسطي العمر، كما أن هناك تنوعا في طبيعة المستخدمين من حيث كونهم طلبة أو أساتذة أو إداريين.

المبحث الثالث: تحليل محاور الدراسة واختبار فرضياتها

يتناول هذا المبحث تحليلاً لمحاور الدراسة المستقلة والتابعة لمعرفة مدى توافرها في المؤسسة التي تم اعتمادها في الجانب التطبيقي، هذا الأخير بني على فرضيات تمكن عملية اختبارها من معرفة إمكانية وجود تأثير لجودة الخدمة الإلكترونية على رضا المستخدمين وفيما يلي تفصيل في الموضوع.

المطلب الأول: تحليل محاور الدراسة

سيتم تحليل هذه المحاور بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS)، وقد تم استخدام معياري المتوسط الحسابي لمعرفة درجة الموافقة على كل محور، والانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت إجابات عينة الدراسة، ولقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس شدة الإجابة.

أولاً: تحليل استجابات أفراد العينة نحو محور جودة الخدمة الإلكترونية

حيث تناول المحور الأول لأداة الدراسة جودة الخدمة الإلكترونية بالمؤسسة محل الدراسة، وسيتم من خلال ما يلي تحليل النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكذا معامل الاختلاف وهذا من خلال الجدول التالي:¹

الجدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف لفقرات محور جودة الخدمة الإلكترونية

رقم العبارة	العبارة / البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدلالة
	جودة المحتوى	3.79	0.833	
01	عدد الخطوات المتاحة للدخول للموقع مناسبة.	3.32	1.223	متوسطة
02	الاستجابة السريعة للموقع أثناء ساعات الضغط خلال العمل.	3.56	1.235	مرتفعة
03	تؤدي أي عملية على الموقع إلى الوصول لنتيجة محددة.	3.37	1.315	متوسطة
04	إنجاز أي عملية في الموقع، نقوم بتتبع خطوات متسلسلة ومتراصة.	3.95	.969	مرتفعة
05	يتميز الموقع بأدوات كافية لتسيير كل الخدمات.	4.08	1.001	مرتفعة
06	المرونة والتغيرات السلسة والطبيعية والمتوقعة للشاشات من مميزات الموقع.	4.07	.890	مرتفعة
07	سهولة وسلاسة تنظيم العناصر على الموقع.	4.15	1.042	مرتفعة
	جودة المعلومات	3.79	0.990	
08	يسمح الموقع بالحصول على المعلومات اللازمة في وقت مناسبة.	4.07	1.139	مرتفعة
09	يحتوي الموقع على معلومات مفيدة وذات صلة بعلمي.	3.81	1.063	مرتفعة
10	سرعة تبادل المعلومات من خلال الموقع ودون تأخير.	3.74	0411.	مرتفعة
11	التحديث المستمر والتلقائي للمعلومات.	3.84	1.004	مرتفعة
12	الموثوقية العالية ومصداقية المعلومات المتحصل عليها من خلال الموقع.	3.38	1.310	متوسطة

¹ الملحق رقم (04) - مخرجات برنامج (SPSS).

مرتفعة	1.164	3.58	يقدم الموقع معلومات كاملة وكافية ووافية لأداء عملي.	13
مرتفعة	1.230	3.82	دقة ووضوح مخرجات المعلومات من الموقع.	14
	0.854	3.63	جودة تنظيم الموقع	
مرتفعة	1.121	3.56	التوفر الدائم للخدمة في الموقع دون أي انقطاع.	15
مرتفعة	1.065	3.66	جذب المستخدم من خلال واجهة تفاعلية حديثة يتمتع بها الموقع.	16
مرتفعة	.958	3.43	يتسم الموقع بالخصوصية.	17
مرتفعة	1.212	3.71	الحرص على توفير كافة متطلبات الأمان.	18
مرتفعة	1.091	3.69	يقدم الموقع الحل الأمثل والأنسب لما أحتاج.	19
مرتفعة	1.183	3.81	الخدمة السريعة في تنفيذ المتطلبات من قبل الموقع.	20
مرتفعة	1.129	3.55	الاهتمام الفردي ومراعاة الاحتياجات الخاصة متاحة من قبل الموقع.	21
	0.857	3.65	سهولة التعامل مع الموقع	
مرتفعة	1.047	3.88	إمكانية حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على الموقع.	22
مرتفعة	1.002	3.56	تعدد طرق الاتصال والتواصل مع موظفي الدعم الفني	23
مرتفعة	.968	3.73	يمكن حل المشاكل التي تواجهني من خلال التطرق إلى الدعم الفني.	24
مرتفعة	1.159	3.54	يضع الموقع خطوات سهلة وواضحة لاستخدامه.	25
مرتفعة	1.143	3.56	وجود نظام للتبليغ عن المشاكل يلغي ضرورة الذهاب إلى الدعم الفني.	26
	0.850	3.70	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحوّر جودة الخدمة الإلكترونية	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تحليل نتائج برنامج (SPSS)

✓ تحليل جدول المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محوّر جودة الخدمة الإلكترونية

بلغ المتوسط الحسابي الكلي للمحوّر الأول للدراسة (3.82) أي بدرجة مرتفع حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.850) في المحوّر، ما يشير إلى انسجام وعدم تشتت في استجابات عينة الدراسة لما جاءت به فقرات وعبارات هذا المحوّر، وفيما يلي تفصيل لتحليل لاستجابات أفراد العينة لعبارات المحوّر:

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح أن المتوسط الحسابي لبعده (جودة المحتوى) قد جاء مقدراً بـ (3.79) أي بدرجة موافقة مرتفعة نسبياً وبانحراف معياري قدره (0.833) ما يشير إلى موافقة بدرجة مرتفعة انسجام في استجابات أفراد العينة المبحوثة تجاه ما جاءت به عبارات هذا البعد، وقد جاءت العبارة رقم (01) بأقل متوسط حسابي على مستوى هذا المحوّر بما قدره (3.32) وانحراف معياري بلغ (1.223) ما يشير إلى موافقة متوسطة حول ما جاءت به هذه العبارة والمتمثل في "عدد الخطوات المتاحة للدخول للموقع مناسبة"، ما يشير إلى أن اعتبار المستخدمين للموقع يرون أن الموقع سهل الولوج بصورة متوسطة، وأنت العبارة رقم (07) بأعلى متوسط حسابي، فقد بلغ (4.15) وبانحراف معياري قدره (1.042) ونصت العبارة على "سهولة وسلاسة تنظيم العناصر على الموقع"، ما يشير إلى أن غالبية مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة يرون أن العناصر على الموقع منظمة بشكل سهل وواضح.

وبالنظر لمعطيات الجدول رقم (15) يتضح أن البعد الثاني في محور جودة الخدمة الإلكترونية والمتمثل في (جودة المعلومات) قد سجل متوسطا حسابيا قدره (3.79) وبانحراف معياري (0.990) وهذه دلالة على الموافقة تجاه ما جاءت به عبارات هذا البعد من وجهة نظر العينة المدروسة، فقد جاء أقل متوسط حسابي على مستوى هذا البعد للعبارة رقم (12) بما قدره (3.38) ما يشير إلى موافقة متوسطة نسبيا لما نصت عليه هذه العبارة والمتمثل في "الموثوقية العالية ومصداقية المعلومات المتحصل عليها من خلال الموقع"، فغالبية الفئة المدروسة يرون أن المعلومات المتوفرة على الموقع تمتاز بالموثوقية ولكن ليس بالشكل الكافي من وجهة نظرهم، وسجلت العبارة رقم (08) أعلى متوسط حسابي على مستوى المحور بما قدره (4.07) وبانحراف معياري عن المتوسط بلغ (1.139)، ونصت العبارة على "يسمح الموقع بالحصول على المعلومات اللازمة في وقت مناسبة"، ما يشير إلى موافقة لدى غالبية أفراد العينة حول توفر المعلومات التي قد يحتاجها المستخدمون وفي الوقت الذي يلائم متطلباتهم.

أما فيما يخص بعد (جودة تنظيم الموقع) فقد جاء هذا البعد بمتوسط حسابي قدره (3.63) وبانحراف معياري (0.854) ما يشير إلى موافقة مرتفعة نسبيا وانسجام لاستجابات أفراد العينة من مستخدمي ومتصفح الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة، والملاحظ أن العبارة رقم (17) جاءت في أسفل الترتيب من ناحية المتوسط الحسابي، فقد بلغ (3.43) وبانحراف معياري قدره (0.958) ما يشير إلى موافقة مرتفعة نسبيا حول ما جاءت به هذه العبارة والذي تمثل في "يتسم الموقع بالخصوصية"، ما يشير أن أفراد العينة في مجملهم يرون أن الموقع يمنحهم عنصر الخصوصية، والذي يعتبر عاملا هاما في إرضاء مستخدمي المواقع الإلكترونية، أما العبارة رقم (20) فقد جاءت في أعلى الترتيب من حيث المتوسط الحسابي، وقدر متوسطها الحسابي بـ (3.81) وبانحراف معياري بلغ (1.183)، ونصت العبارة على "الخدمة السريعة في تنفيذ المتطلبات من قبل الموقع"، ما يدل أن موقع الجامعة الإلكتروني يلبي احتياجات مستخدميهم من خدمات بشكل سريع من وجهة نظرهم.

أما فيما يخص بعد (سهولة التعامل مع الموقع) فقد جاء هذا البعد بمتوسط حسابي قدره (3.65) وبانحراف معياري (0.857) ما يشير إلى موافقة مرتفعة نسبيا وانسجام متوسط في استجابات أفراد العينة المدروسة، إذ جاءت العبارة رقم (23) بأقل متوسط حسابي على مستوى البعد، والذي بلغ (3.56)، ونصت هذه الأخيرة على "تعدد طرق الاتصال والتواصل مع موظفي الدعم الفني"، ما يشير إلى موافقة مرتفعة لأفراد العينة حول ما جاءت به هذه العبارة، أما أعلى متوسط حسابي على مستوى البعد فقد سجل للعبارة رقم (22)، إذ بلغ (3.88) وبانحراف معياري قدره (1.047) ما يدل على موافقة مرتفعة لدى أفراد العينة حول نص العبارة القائل "إمكانية حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على الموقع"، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هناك فريق دعم فني يعمل باستمرار لحل كافة المشاكل التي تواجه المستخدمين والعمل على الحد منها، في المستقبل ومتابعتها والتأكد من عدم تكرارها، بالإضافة إلى تقديم شرح مفصل حول عناصر الموقع وكيفية استخدامها بشكل سلس.

ثانياً. تحليل استجابات أفراد العينة نحو محور رضا المستخدمين

سيتم من خلال ما يلي تحليل النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكذا معامل الاختلاف وهذا من خلال الجدول التالي:¹

الجدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور رضا المستخدمين

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدلالة
27	هناك استفادة من استخدام الموقع.	3.56	.994	مرتفعة
28	يوفر لي استخدام الموقع ربحاً للوقت والجهد.	3.71	1.024	مرتفعة
29	يوفر لي الموقع منافع أكثر مما كنت أتوقع.	3.99	.974	مرتفعة
30	أستطيع أن أحقق من الموقع ربحاً خاصاً بي.	3.56	.994	مرتفعة
31	لدي قبول تام عن أداء خدمة الموقع.	3.71	1.024	مرتفعة
32	استخدامي للخدمات الإلكترونية التي يوفرها الموقع كان صائباً.	3.99	.974	مرتفعة
33	كان استخدامي للموقع تجربة جيدة.	3.71	1.024	مرتفعة
34	سأواصل استخدامي للموقع.	3.99	.974	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور رضا المستخدمين	3.78	0.860	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تحليل نتائج برنامج (SPSS)

✓ تحليل جدول المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور رضا المستخدمين:

بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور أداء المؤسسة (3.78) أي بدرجة مرتفع حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.860) في عبارات المحور، ما يدل على اتفاق عام على ما جاءت به عبارات هذا المحور ويلاحظ عدم وجود تشتت في استجابات أفراد العينة بشكل كبير، وفيما يأتي إيضاح أكثر لاستجابات العينة المدروسة لعبارات هذا المحور:

جاءت العبارة رقم (30) بأقل متوسط حسابي على مستوى المحور، إذ قدر بـ (3.56) وبانحراف معياري قدره (994)، ونصت العبارة على "أستطيع أن أحقق من الموقع ربحاً خاصاً بي" مما يشير إلى درجة موافقة مرتفعة نسبياً ووجود تشتت حول أهمية الموقع من الناحية المالية بالنسبة لأفراد العينة، ويفسر ذلك بأن الموقع خدمي بشكل بحث ولا يمكن الربح منه أو الاستفادة منه مادياً، غير أنه قد يساعد العاملين والموظفين والأساتذة في الاستفادة من بعض الخدمات التي توفرها الجامعة، وسجلت العبارة رقم (28) متوسطاً حسابياً بلغ (3.71) ما يدل على درجة موافقة مرتفعة نحو نص العبارة القائل "يوفر لي استخدام الموقع ربحاً للوقت والجهد"، ويدل ذلك على أن غالبية مستخدمي الموقع من العينة المبحوثة يرون أنه يساهم في توفير الوقت والجهد، وأيضاً سجلت العبارة رقم (33) متوسطاً حسابياً بلغ (3.71) وبانحراف معياري قدره (1.024)، ما يشير إلى أن عينة الدراسة يتفقون مع ما جاءت به العبارة والمتمثل في "كان استخدامي للموقع تجربة جيدة"، أما العبارة رقم (34) فقد جاءت في أعلى الترتيب بمتوسط

¹ الملحق رقم (04) - مخرجات برنامج (SPSS).

حسابي قدره (3.99) وبانحراف معياري بلغ (0.974) ونصت هذه الأخيرة على "سأواصل استخدامي للموقع"، ما يشير إلى وجود رغبة لدى غالبية أفراد العينة حول الاستمرار في استخدام الموقع. مما تقدم، يتضح أن عينة الدراسة موافقون بدرجة كبيرة إلى حد ما حول ما جاءت به عبارات هذا المحور، والذي صمم لقياس وجهات نظرهم حول رضاهم عن استخدام وتصفح موقع الجامعة الإلكتروني، ويرجع ذلك إلى الأداء الجيد للموقع والخدمات التي يقدمها عدا عن الاستفادة المتحققة من وراء هذا الاستخدام، فتوفير كافة المتطلبات التي يريدها المستخدمون وفي الوقت المناسب وبشكل سريع من شأنه زيادة رضا المستخدمين عن الموقع.

المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وفرضياتها الفرعية

نصت الفرضية الرئيسية على أنه:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة الإلكترونية على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"

وتفرعت إلى ما يلي:

- الفرضية الفرعية الأولى: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المحتوى على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"
- الفرضية الفرعية الثانية: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"
- الفرضية الفرعية الثالثة: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تنظيم الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"
- الفرضية الفرعية الرابعة: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة التعامل مع الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"

ولاختبار هذه الفرضيات تم الاعتماد على نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي يسمح بدراسة وجود علاقة متأثر (المتغيرات التابعة) وتأثير المتغيرات المستقلة، كما تم الاعتماد على معامل الارتباط بيرسون لمعرفة طبيعة العلاقة (طردية أو عكسية) ومعامل التحديد (R^2) لمعرفة نسبة التغير في المتغير التابع والتي تعود إلى المتغير المستقل، كما تم الاستناد إلى مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) عند تحليل فرضيات الدراسة، ويمكن توضيح النتائج من خلال الجدول التالي:¹

¹ الملحق رقم (04) - مخرجات برنامج SPSS.

الجدول رقم (16): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وفرضياتها الفرعية

مستوى الدلالة (sig)	القيمة المحسوبة (F)	قيمة (t)	معامل التحديد (R ²)	معامل الارتباط (Pearson)	معامل الانحدار (β)	ثابت الانحدار (α)	المتغير المستقل	المتغير التابع
0.00	232.39	15.24	0.663	0.814	0.841	0.595	جودة المحتوى	رضا المستخدمين
0.00	161.14	12.69	0.577	0.760	0.660	1.315	جودة المعلومات	
0.00	129.49	11.38	0.523	0.723	0.669	1.349	جودة تنظيم الموقع	
0.00	261.77	16.17	0.689	0.830	0.834	0.730	سهولة التعامل مع الموقع	
0.00	255.82	15.99	0.684	0.827	0.873	0.676	جودة الخدمة الإلكترونية	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS)

وبالاستناد إلى الجدول رقم (16) كانت نتائج اختبار الفرضيات كالتالي:

أولا. نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

✓ الفرضية الفرعية الأولى

نصت الفرضية الفرعية الأولى على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المحتوى على

رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"

يتضح من نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك لجودة

المحتوى على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة، وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة

إحصائية بين جودة المحتوى ورضا المستخدمين، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.841) في حين بلغ

معامل الارتباط بين المتغيرين (0.814) وهذه المعاملات؛ معامل الانحدار -معامل الارتباط- ذات دلالة

إحصائية عند مستوى (α= 0.05) وهذا ما أوضحه اختبار (t)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار

التمثلة في معامل التحديد (R²) بلغت (0.663) مما يعني أن نسبة 66.3% من التغيرات في رضا

المستخدمين تعود لمتغيرات جودة محتوى موقع الجامعة الإلكتروني، وقد أظهر اختبار (F) أن نموذج

الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة (0.00) أقل من مستوى المعنوية (0.05)

وبهذه النتائج ترفض الفرضية الفرعية الأولى لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على ما يلي: "يوجد

أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المحتوى على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"

✓ الفرضية الفرعية الثانية:

نصت الفرضية الفرعية الثانية على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات على

رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة."

يتضح من نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك لجودة المعلومات على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة محل الدراسة، وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية لجودة المعلومات على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.660) في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.760) وهذان المعاملان جاءا دالين إحصائياً عند مستوى ($\alpha=0.05$) وهذا ما أوضحه اختبار (t)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R^2) بلغت (0.577) مما يعني أن نسبة 57.7% من التغيرات رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة تعود لجودة المعلومات المتوفرة عليه، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.00$) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الفرعية الثانية لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على ما يلي: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة تبسة".

✓ الفرضية الفرعية الثالثة

نصت الفرضية الفرعية الثالثة على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تنظيم الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة تبسة".

يتضح من نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك تأثير لجودة تنظيم الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني، وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية لجودة تنظيم الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.669) في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.723) وكانت هذه المعاملات ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) وهذا ما أوضحه اختبار (t)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R^2) بلغت (0.523) مما يعني أن نسبة 52.3% من التغيرات في رضا المستخدمين يعود لمتغيرات في جودة تنظيم الموقع، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.00$) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الفرعية الثالثة لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على ما يلي: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تنظيم الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة تبسة".

✓ الفرضية الفرعية الرابعة

نصت الفرضية الفرعية الرابعة على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة التعامل مع الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة تبسة".

يتضح من نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك تأثير لسهولة التعامل مع الموقع على رضا المستخدمين، وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية لسهولة التعامل مع الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.834) في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.830) وكانت هذه المعاملات ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) وهذا ما أوضحه اختبار (t)، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار

المتثلة في معامل التحديد (R^2) بلغت (0.689) مما يعني أن نسبة 68.9% من التغيرات في رضا المستخدمين يعود لسهولة التعامل مع الموقع ، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.00$) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج ترفض الفرضية الفرعية الرابعة لتحل محلها الفرضية البديلة التي تنص على ما يلي: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة التعامل مع الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة"

ثانيا. اختبار الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على أنه:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة الإلكترونية على رضا مستخدمي الموقع

الإلكتروني لجامعة تبسة"

من خلال نتائج الجدول رقم (16) يتضح أن نتائج الانحدار الخطي البسيط قد أظهرت وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة الإلكترونية ورضا مستخدمي الموقع الإلكتروني للجامعة، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.873) في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.827) وهذه المعاملات؛ معامل الانحدار، معامل الارتباط أتت ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) وهذا ما أوضحه اختبار (t) وهذا دال إلى جودة الخدمة الإلكترونية تؤثر إيجابا في رضا مستخدميها، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتثلة في معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (68.4) مما يعني أن ما نسبته (68.4%) من التغيرات في الحاصلة في رضا المستخدمين يعود لجودة الخدمة الإلكترونية، وما تبقى من تغيرات يعود إلى عوامل أخرى لم يشملها نموذج الدراسة، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية، كما أن مستوى الدلالة أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه ترفض الفرضية الرئيسية لتحل محلها الفرضية القائلة "توجد علاقة تأثير معنوية لجودة الخدمة الإلكترونية على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة" وبالتالي من خلال تحليل النتائج الإحصائية للفرضية الرئيسية تم التأكد من وجود تأثير لجودة الخدمة الإلكترونية بشكل إيجابي على رضا المستخدمين، من وجهة نظر أفراد العينة المبحوثة والذي تم استنتاجه أن تأثير سهولة التعامل مع الموقع على رضا المستخدمين يأتي في الدرجة الأولى، يليه أثر جودة المحتوى، بينما سجلت الدراسة أقل تأثير بين أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية في أثر جودة تنظيم الموقع على رضا المستخدمين.

ويمكن تفسير ذلك إلى أنه كلما كان الموقع مبنيا على أفضل النظم والتقنيات الحديثة ويتمتع بالمرونة وسهولة الاستخدام ويستجيب بسرعة خاصة خلال فترات الضغط ويمتلك الأدوات الكافية لإدارة الخدمات ويؤدي إلى النتائج المتوقعة كان أفضل لتحقيق جودة النظام وبالتالي سيؤدي إلى الرضا لدى المستخدمين. كما أنه كلما كان الحصول على المعلومات بسرعة دون تأخير وفي الوقت المناسب وبشكل دقيق وواضح، وأيضا كلما كانت المعلومات ذات موثوقية ومحدثة باستمرار وذات صلة بطبيعة العمل كلما كانت جودة المعلومات وهذا بالتأكيد ينعكس بالإيجاب على رضا المستخدمين.

المطلب الثالث: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية وفرضياتها الفرعية

للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة، طبقا لاختلاف البيانات الشخصية والوظيفية، تم اقتراح الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على:
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول محاور الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس العمر، المستوى التعليمي، طبيعة المستخدم) لدى عينة الدراسة" وسيتم اعتماد اختبار One Way ANOVA وذلك لاختبار هذه الفرضيات:¹
أولا. اختبار الفرضية الفرعية الأولى

تتمثل هذه الفرضية في: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا المستخدمين تعزى لمتغير الجنس، ونتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (17): اختبار التباين الأحادي لمحاور حسب الجنس

مستوى الدلالة	المحسوبة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.148	2.197	10.457	1	10.457	بين المجموعات
		0.598	118	70.585	داخل المجموعات
			119	81.042	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات التحليل الإحصائي (SPSS).

من النتائج الموضحة في الجدول السابق يتبين أن F المحسوبة تقدر بـ (2.197) أصغر من قيمة F الجدولية، وأن مستوى الدلالة (0.148) المقابل لاختبار التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) لمحاور الدراسة، وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تعود إلى متغير الجنس.

ومنه ترفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية وهي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة تعزى إلى اختلاف الجنس.

¹الملحق رقم (04). - مخرجات نتائج برنامج SPSS

ثانياً. اختبار الفرضية الفرعية الثانية

تنص هذه الفرضية على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا المستخدمين تعزى لمتغير العمر، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18): اختبار التباين الأحادي لتحليل المحاور حسب العمر

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	المحسوبة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	20.318	3	6.773	0.663	0.581
داخل المجموعات	60.723	116	0.523		
المجموع	81.042	119			

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات التحليل الإحصائي (SPSS).

من النتائج الموضحة في الجدول السابق يتبين أن F المحسوبة تقدر بـ (0.663) أصغر بكثير من قيمة F الجدولية، وأن مستوى الدلالة (0.581) المقابل لاختبار التباين الأحادي بكثير من مستوى الدلالة (0.05) لمحاور الدراسة وهذا يدل على أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في محاور الدراسة تعود إلى العمر، فالموظفون في الشركة محل الدراسة على اختلاف أعمارهم، لديهم آراء متشابهة ومنسجمة حول أهمية جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها في تعزيز رضا المستخدمين.

ومنه ترفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية وهي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة تعزى إلى اختلاف العمر.

ثالثاً. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

تنص هذه الفرضية على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا المستخدمين تعزى لمتغير المستوى التعليمي، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19): اختبار تحليل التباين الأحادي للمحاور حسب المستوى التعليمي

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	المحسوبة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	4.132	2	2.066	0.363	0.833
داخل المجموعات	76.909	117	0.657		
المجموع	81.042	119			

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات التحليل الإحصائي (SPSS).

من النتائج الموضحة في الجدول السابق يتبين أن F المحسوبة تقدر بـ (0.363) أصغر من قيمة F الجدولية، وأن مستوى الدلالة (0.833) المقابل لاختبار التباين الأحادي أكبر بكثير من مستوى الدلالة (0.05) لمحاور الدراسة وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محاور الدراسة تعود إلى المستوى التعليمي.

ومنه ترفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية وهي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة تعزى إلى اختلاف المستوى التعليمي. رابعاً. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

تتمثل هذه الفرضية في: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا المستخدمين تعزى لمتغير طبيعة المستخدم، واختبار هذه الفرضية نستخدم تحليل التباين الأحادي، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20): اختبار تحليل التباين الأحادي لمحاور حسب طبيعة المستخدم

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.880	2	0.940	1.389	0.253
داخل المجموعات	79.162	117	0.677		
المجموع	81.042	119			

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات التحليل الإحصائي (SPSS).

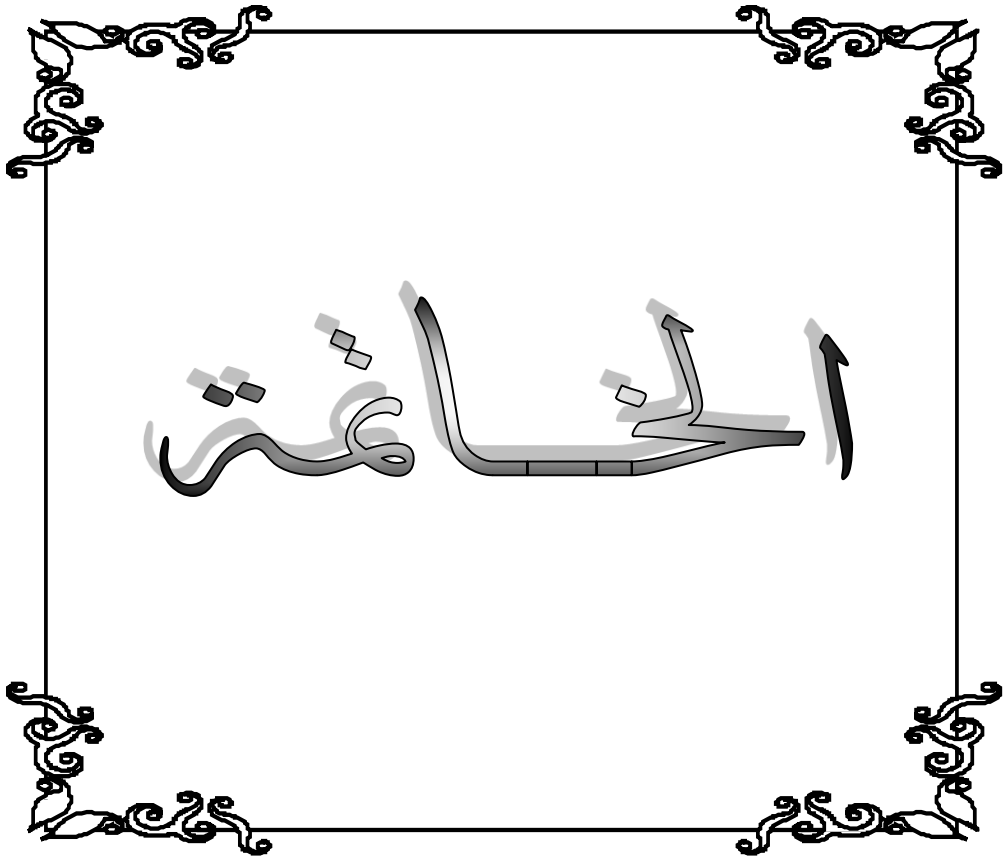
من النتائج الموضحة في الجدول السابق يتبين أن F المحسوبة تقدر بـ (1.389) أصغر من قيمة F الجدولية، وأن مستوى الدلالة (0.253) المقابل لاختبار التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) لمحاور الدراسة وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محاور الدراسة تعود إلى طبيعة مستخدمي الموقع الإلكتروني.

ومنه ترفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية وهي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة تعزى إلى اختلاف طبيعة المستخدم.

مما سبق يمكن رفض الفرضية البديلة، وقبول الفرضية الصفرية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محاور الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي وطبيعة المستخدم) لدى عينة الدراسة.

خلاصة الفصل

لقد تم التطرق من خلال هذا الفصل إلى تقديم عام لجامعة تبسة، والتي كانت ميدان الدراسة التطبيقية حيث تم الوقوف على واقع الخدمات الإلكترونية بها من خلال دراسة موقعها الإلكتروني ومدى تأثير جودة الخدمات الإلكترونية على رضا مستخدمي الخدمات الإلكترونية، كما تم إجراء دراسة إحصائية لآراء عينة عشوائية تقدر بـ: 120 مفردة من طلبة وموظفي وعمال وأساتذة جامعة تبسة لمعرفة واقع الخدمات الإلكترونية بالجامعة ومدى تأثير جودة هذه الأخيرة على رضا المستخدمين، وتمت المعالجة الإحصائية للبيانات عن طريق برنامج SPSS وكانت النتائج أن معظم أفراد العينة يوافقون أن لجودة الخدمات الإلكترونية متمثلة في جودة الموقع الإلكتروني لها أثر إيجابي على رضا المستخدمين.



الخاتمة:

باعتبار أن الخدمة الإلكترونية شكل من أشكال الخدمة الذاتية الذي يتطلب قيام المستخدم الخدمة نفسه بنفسه، فبدلاً من تقديم الطلب إلى الموظف خلف المكتب أو التحدث إلى شخص عبر الهاتف طلباً لمعلومات أو استفسارات يتم الحصول على الخدمة عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة والآلة. لذا ينبغي أن يكون تصميم الخدمة الإلكترونية مرتكزاً على حاجات ورغبات وتطلعات وتوقعات وخبرة المستخدم. ومن أمثلة ذلك النشر الإلكتروني، ففي بداية ظهور هذه الخدمة كانت المنشورات تظهر بصيغة لم تكن مرنة إطلاقاً خاصة من ناحية صعوبة تحميل الصحيفة أو المجلة إلا أنه وبمرور الوقت ظهرت تقنيات برمجية تسمح بعرض المحتوى بسهولة ومرونة كبيرتين سمحت بتحسين جودة النشر الإلكتروني ولكي يكون تصميم الخدمة موجهاً حق الزبون وملبياً لأدق رغباته وحاجاته وتطلعاته يحدد العلاقة.

وعليه، فقد استهدفت الدراسة الحالية البحث في موضوع الإدارة الإلكترونية ومدى تأثير الخدمات المقدمة إلكترونياً في رضا مستخدميها، وذلك من خلال تقصي آراء مستخدمي الموقع الإلكتروني من طلبة وأساتذة وموظفين، ومن خلال الحثيات النظرية للدراسة وكذا الجانب الميداني منها، أمكن الخروج بعدة نتائج وتوصيات، يمكن إيضاحها فيما يلي.

أولاً. نتائج الدراسة:

- لتحقيق جودة الخدمة الإلكترونية وجب توفر معايير كالملموسية، الاستجابة، الأمان...إلخ؛
- رضا المستخدم الإلكتروني يعتمد بصورة كبيرة على مدى جودة الخدمات الإلكترونية؛
- توجد علاقة تأثير إيجابية ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة الإلكترونية على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المحتوى على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تنظيم الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة التعامل مع الموقع على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة تبسة؛
- عدم الاطلاع لفئة معتبرة من مستخدمي الموقع الإلكتروني ظناً منهم انه لا يلبي حاجياتهم.

ثانيا. التوصيات والاقتراحات:

بناء على ما تقدم من النتائج التي تم التوصل إليها وما تناولته الدراسة في الإطار النظري أمكن الخروج بالتوصيات التالية:

- إن جودة الموقع الإلكتروني عامل مهم ومؤثر في رضا مستخدميه. وبالتالي لابد من التركيز على هذا الأخير لأهميته في نجاح وفعالية الأنظمة الإلكترونية والخدمات الإلكترونية والقيام بتصميمها من وجهة نظرهم لأنها وجدت لخدمتهم؛
- يجب أن يشرف ويتابع هذه المواقع الإلكترونية أصحاب التخصص المباشر؛
- العمل على نشر الوعي بين الأساتذة بأهمية استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة؛
- ضرورة اهتمام الجامعة بتحويل خدماتها وأعمالها من الأسلوب التقليدي القديم إلى الأسلوب الإلكتروني الحديث لمواكبة عصر المعلوماتية؛
- أهمية اعتماد المعايير الخاصة بجودة المواقع من قبل القائمين بإنشائها أو إدارتها وذلك لكي تكون هذه المواقع بأفضل صورتها وخالية من نقص أو نقاط ضعف؛
- ضرورة عقد دورات تحسيسية بشكل مستمر لبيان كيفية استخدام الموقع، وإعلامهم على ما هو مستجد وحديث.

أفاق الدراسة:

نقترح بعض الدراسات المكملة لدا بدأتها هذه الدراسة وأخرى تعتبر إضافة لها:

- أثر جودة الموقع الإلكتروني بالجامعة في تحقيق رضا الطلبة؛
- أثر جودة الموقع الإلكتروني بالجامعة في تحقيق زيادة ولاء الطلبة والأساتذة؛
- أثر جودة الموقع الإلكتروني في تحقيق جودة الخدمة التعليمية المقدمة؛

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً. المراجع باللغة العربية

• الكتب

1. أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية، أفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المنصورة، المكتبة العصرية، 2004.
2. بسمان فيصل محجوب، إدارة الجامعات العربية في ضوء المواصفات العالمية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003.
3. توفيق عبد الرحمان، الإدارة الإلكترونية، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003.
4. جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمود أبو بكر، دليل في خدمة الزبائن ومهارات البيع، الإسكندرية.
5. حمد سليمان المثوني، تقنيات ومناهج البحث العلمي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002.
6. زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، ط1، دار الريبة للنشر والتوزيع، 2011.
7. سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، المملكة العربية السعودية، معهد الإدارة العامة، 2005.
8. طارق عبد الرؤوف عامر، الإدارة الإلكترونية: نماذج معاصرة، الطبعة الأولى، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
9. علاء عبد الرزاق السالمي وخالد إبراهيم السليطي، الإدارة الإلكترونية، دار وائل، عمان، 2010.
10. علاء فرحات طالب، أميرة الضابي، إدارة المعرفة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2009.
11. علي السلمي، خواطر في إدارة المعاصرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001.
12. عمار بوحوش، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرين، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 2006.
13. ماجد بن عبد الله الحسن، الإدارة الإلكترونية وتجويد العمل الإداري المدرسي، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2011.
14. مأمون درادكة، طارق الشلبي، الجودة في المنظمات الحديثة، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2002.
15. محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2009.
16. محمد منصور أبو جليل وآخرون، سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
17. محمود القدوة، الحكومة الإلكترونية والإدارة المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010.
18. محمود مهدي، تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي spss، دار حامد، الأردن، 2005.
19. مصطفى صلاح، فوال، مناهج البحث العلمي الاجتماعية، دار غريب، مصر، 1998.
20. نجم عبود نجم، إدارة الجودة الشاملة في عصر الأنترنت، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

• الأطروحات والرسائل والمذكرات

1. اعتدال عبد الله هملان الفقهاء، جودة الموقع الإلكتروني والثقة الإلكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية، رسالة ماجستير (غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.
2. بن معلا العمري سعيد، المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الإدارة الإلكترونية دراسة مسحية على المؤسسة العامة للموانئ، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2003.

3. بوحنان نور الدين، جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا العملاء، دراسة ميدانية في مؤسسات ميناء سكيكدة في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2007.
4. خالد رفعت شاكور بدوي، أثر الإدارة الإلكترونية على أداء العنصر البشري (دراسة حالة)، برنامج الماجستير المهني M.B.A، رسالة ماجستير (غير منشورة) في إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة بور سعيد، 2013.
5. صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر الجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
6. عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010.
7. عمار سلامة الرواحنة، أثر جودة الموقع الإلكتروني لديوان الخدمة المدنية في تحقيق رضا العاملين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
8. مؤمن عبد السميع حسن الحلبي، جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016.
9. مؤمن عبد السميع حسن الحلبي، جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين: (دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة)، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2017.

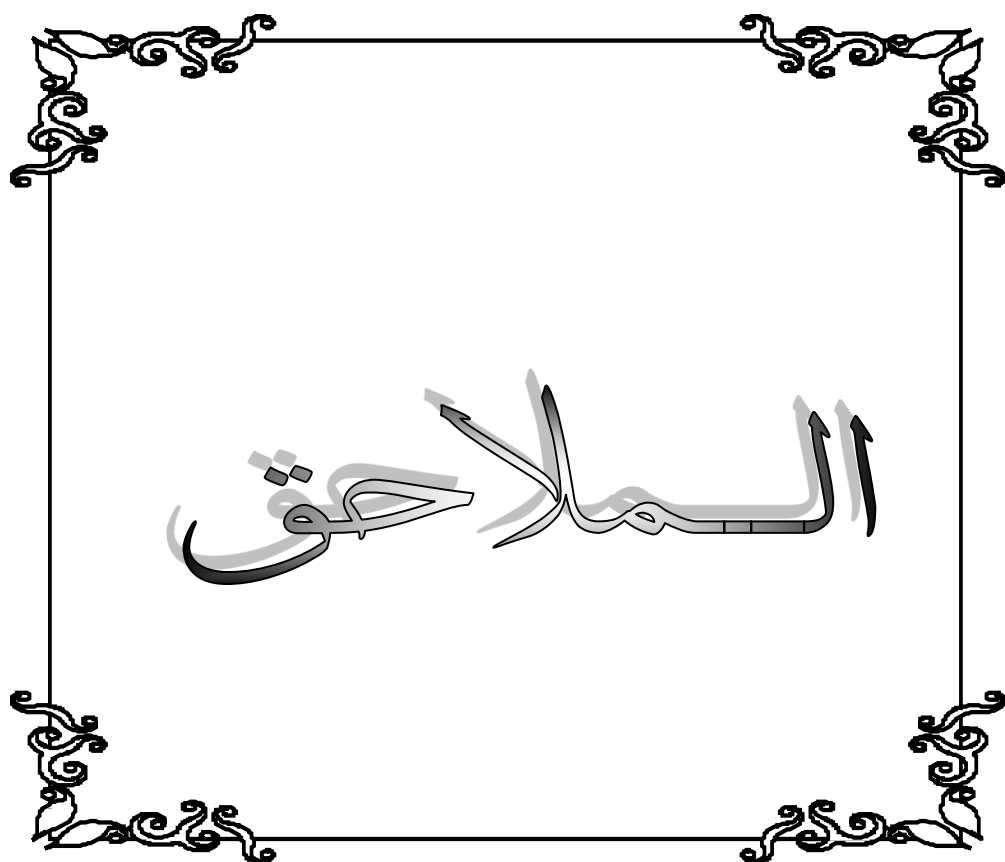
• المجالات والدوريات والنشرية:

1. أحمد محمود درويش، الشفافية والنزاهة حلمنا القادم، نشرية تكنولوجيا الإدارة، العدد الثامن، وزارة الدولة للتنمية الإدارية، مصر. فيفري-مارس، 2007.
2. بن سعيد مسعودة أمال وبن لخضر محمد العربي، دور التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية في تحقيق رضا الزبون الجزائري، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 5، العدد 5، جامعة هري محمد، بشار، سبتمبر 2017.
3. بوزوالغ نور الدين، بن زعرور عمار، الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين خدمة الإدارة العمومية -دراسة حالة بلدية باب الوادي -الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، الجزائر، 2018.
4. حاكم جبوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 8، العدد 25، جامعة الكوفة، العراق، 2012.
5. حورية قارطي، إيمان مداوي، دراسة أثر استخدام الإدارة الإلكترونية من طرف مصالح الخدمة العمومية في تحسين جودة الخدمة العمومية في الجزائر: دراسة استطلاعية حول خدمة استخراج جواز السفر البيومتري، مجلة مجاميع المعرفة، معهد العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي تندوف، الجزائر، 2015.
6. رأفت رضوان، الإدارة الإلكترونية، الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة، الملتي الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة، مركز المعلومات واتحاد القرار، القاهرة، 2004.
7. زعباط سامي، جودة الخدمة كأداة لبناء رضا الزبون، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جبيل، جوان 2016.
8. زعباط سامي، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون، مجلة المالية والأسواق، المجلد 5، العدد 2، جامعة جبيل، 2016.
9. عبد الجليل طواهري وجمال الهواري. محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس (NETQUAL)، دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 1، 2011.

10. عثمان بن إبراهيم السلوم وهاني عبد الكريم العريفي، معايير مقترحة لقياس جودة عينة من المواقع العربية الإلكترونية في مجال العلوم الإدارية، مجلة جامعة الدلك سعود، المجلد 55، العدد 10، 2011.
11. فاطمة حلوز وهاني الضمور، أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، دراسات العلوم الإدارية، 30 (1)، 2012.
12. ليلى حسن وعماد أبو الرب، إطار نظري لتقويم جودة المواقع الأكاديمية، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد 01، العدد 01، 2012.
13. محمد حمود علي النعمان، درجة توافر متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مدارس المرحلة الثانوية بأمان العاصمة صنعاء، وسبل تطويرها من وجهة نظر مدراء المدارس، مجلة جامعة الناصر، السنة الرابعة، العدد الثامن، صنعاء، اليمن، 2016.
14. محمد متولي، إدارة الموارد البشرية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في الدول العربية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية للعمليات الإلكترونية، الذي نظمته شرطة دبي في الفترة من (24-26 أبريل 2003).
15. محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 6، العدد 18، العراق، 2010.
16. مها وليد علي الفاضل، الإدارة الإلكترونية في المكتبات ومراكز مصادر المعلومات، مجلة رسالة المكتبة، المجلد السابع والأربعون- العدد الثاني، الأردن، 2012.
17. مؤيد الساعدي وسلمان عبود زيار، جودة المعلومات وتأثيرها في القرارات الاستراتيجية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 15، العدد 15، 2013.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

1. Carlson, J. and O'Cass. A, **exploring the relationships between eservice equality, satisfaction, attitudes and behaviors in content-driven eservice web sites**, Journal of Services Marketing, 24 (2), 2010.
2. CHANTAL boursault, Martine prété, **organisation et gestion de l'entreprise**, vuibert, Paris, 1991.
3. Cullen, A. J. and M. Taylor, **Critical success factors for B2B ecommerce use within the UK NHS pharmaceutical supply chain**, International Journal of Operations & Production Management, 29 (11), 2009.
4. J.M Juran, **gestion de la qualité** 3eme tirage, AFNOR, Paris, 1983.
5. Jessica Santos, **E-service quality: a model of virtual service dimensions**, an international Journal, Vol 13, Issue 03.
6. Kotler Philip, Kevin Keller, Delphine Manceau, Bernard Dubois, **marketing management**, Pearson éducation, 13^{eme} édition, France, 2009.
7. Kotler, P., Armstrong, G., Tolba, A., Habib, A, **Principles of Marketing- Arab World Edition**, Person Education Limited, 2011.
8. Kotler. Philip, DuBois. Bernard, **Marketing Management**, (10th edition), Paris, 2000, P 42.
9. Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen, **Services marketing, People, Technology, Strategy**, (5th edition). USA: Pearson Education International, 2004.
10. Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. and Malhotra, A, **E-S-QUAL: A multiple item scale for assessing electronic service quality**, Journal of Service Research, 7(3), 2005.
11. PHILIPPE detrie, **conduire in démarche qualité**, éditions d'organisation, 4eme édition, Paris.
12. Sheng, Tianxiang, and Liu, Chunlin, **An empirical study on the effect of e-service quality on online customer satisfaction and loyalty**, Nankai Business Review International, 1(3), 2010.



المادة الرابعة :

برنامج التريص المعد من طرف الكلية مراقب عند تنفيذه من طرف جامعة نيسة والمؤسسة المعنية.

المادة الخامسة:

وعلى غرار ذلك تتكفل المؤسسة بتعيين عون أو أكثر يكلف بمناوبة تنفيذ التريص التطبيقي هؤلاء الأشخاص مكلفون أيضا بالحصول على المسابقات الضرورية للتنفيذ الأمثل للبرنامج وكل غياب للمتريص ينبغي أن يكون على استمارة السيرة الذاتية المسلمة من طرف الكلية .

المادة السادسة::

خلال التريص التطبيقي والمحدد بثلاثين يوما يتبع المتريص مجموع الموظفين في وجباته المحددة في النظام الداخلي وعليه بحسب على المؤسسة أن توضع للطلبة عند وصولهم لاماكن تريصهم مجموع التدابير المتعلقة بالنظام الداخلي في مجال الأمن والنظافة وتبين لم الأخطاء الممكنة.

المادة السابعة :

في حالة الإخلال بهذه الفواعد فالمؤسسة لها الحق في إنهاء تريص الطالب بعد إعلام القسم عن طريق رسالة مسجلة ومؤمنة الوصول.

المادة الثامنة:

تأخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المتريص ضد مجموع مخاطر حوادث العمل وتسهر بالخصوص على تنفيذ كل تدابير النظافة والأمن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ التريص.

المادة التاسعة :

في حالة حادث ما على المتريصين بمكان التوجيه يجب على المؤسسة أن تلجأ إلى العلاج الضروري كما يجب أن ترسل تقريرا مفصلا مباشرة إلى القسم.

المادة العاشرة.

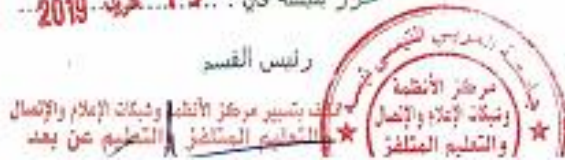
تحمل المؤسسة التكاليف بالطلبة في حدود إمكانياتها وحسب مجمل الاتفاقية الموقعة بين الطرفين عند الوجوب وإلا فإن الطلبة يتكفلون بأنفسهم من ناحية النقل ، المسكن ، المطعم.



ممثل المؤسسة

حرر بنيسة في : 15... أفريل 2019...

رئيس القسم



مكلف بيشهر الأمانة العامة للجامعة

الملحق رقم (02): استمارة الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة تبسة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

التخصص: ماستر إدارة أعمال

استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته... تحية طيبة وبعد:

يسرنا إفادتكم أننا بصدد إعداد استبيان يخدم البحث العلمي الذي نقوم به استكمالاً لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، إذ يهدف موضوع البحث إلى دراسة جودة الخدمة الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين.

إن نجاح هذا البحث مرتبط بمدى تعاونكم معنا، آمليين منكم التكرم بالاطلاع على كل عبارة من عبارات محاور المقياس والإجابة عليها بكل موضوعية علماً بأن إجاباتكم ستكون موضع العناية والاهتمام والسرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وسيكون لها الأثر في التوصل لنتائج إيجابية للاستفادة منها - بإذن الله.

أخيراً لا يسعنا إلا أن نتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من ساهم معنا وأعاننا في التوصل إلى النتائج والتوصيات لهاته الدراسة، متمنين أن تحقق الأهداف المرجوة منها؛ شاكرين لكم حسن تعاونكم.

السنة الجامعية: 2018-2019

الجزء الأول: معلومات عامة

يرجى وضع علامة (X) في الخانة التي تناسب اختياركم.

الجنس:		<input type="checkbox"/> ذكر	<input type="checkbox"/> أنثى			
العمر:		<input type="checkbox"/> 18 دون	<input type="checkbox"/> 18 - 25	<input type="checkbox"/> 26 - 45	<input type="checkbox"/> 46 - 59	<input type="checkbox"/> 60 فما فوق
المؤهل العلمي:		<input type="checkbox"/> ثانوي وأقل	<input type="checkbox"/> جامعي	<input type="checkbox"/> دراسات عليا		
طبيعة المستخدم:		<input type="checkbox"/> طالب	<input type="checkbox"/> أستاذ	<input type="checkbox"/> موظف		
معدل زيارة الموقع الإلكتروني:		<input type="checkbox"/> دائماً	<input type="checkbox"/> غالباً	<input type="checkbox"/> أحياناً	<input type="checkbox"/> نادراً	

الجزء الثاني: محاور الدراسة

يرجى وضع علامة (X) في الخانة التي تناسب اختياركم.

المحور الأول: جودة الخدمة الإلكترونية

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	المحاور	الرقم
جودة المحتوى:						
					عدد الخطوات المتاحة للدخول للموقع مناسبة.	01
					الاستجابة السريعة للموقع أثناء ساعات الضغط خلال العمل	02
					تؤدي أي عملية على الموقع إلى الوصول لنتيجة محددة.	03
					لإنجاز أي عملية في الموقع، نقوم بتتبع خطوات متسلسلة ومتراصة.	04
					يتميز الموقع بأدوات كافية لتسيير كل الخدمات	05
					المرونة والتغيرات السلسة والطبيعية والمتوقعة للشاشات من مميزات الموقع.	06
					سهولة وسلاسة تنظيم العناصر على الموقع.	07
جودة المعلومات:						
					يسمح الموقع بالحصول على المعلومات اللازمة في وقت مناسبة.	08
					يحتوي الموقع على معلومات مفيدة وذات صلة بعملية.	09
					سرعة تبادل المعلومات من خلال الموقع ودون تأخير.	10
					التحديث المستمر والتلقائي للمعلومات.	11
					الموثوقية العالية ومصداقية المعلومات المتحصل عليها من خلال الموقع.	12
					يقدم الموقع معلومات كاملة وكافية ووافية لأداء عملي.	13
					دقة ووضوح مخرجات المعلومات من الموقع.	14
جودة تنظيم الموقع:						
					التوفر الدائم للخدمة في الموقع دون أي انقطاع.	15
					جذب المستخدم من خلال واجهة تفاعلية حديثة يتمتع بها الموقع.	16
					يتسم الموقع بالخصوصية	17
					الحرص على توفير كافة متطلبات الأمان	18
					يقدم الموقع الحل الأمثل والأنسب لما أحتاج	19
					الخدمة السريعة في تنفيذ المتطلبات من قبل الموقع	20

					21	الاهتمام الفردي ومراعاة الاحتياجات الخاصة متاحة من قبل الموقع
سهولة التعامل مع الموقع:						
					22	إمكانية حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على الموقع.
					23	تعدد طرق الاتصال والتواصل مع موظفي الدعم الفني
					24	يمكن حل المشاكل التي تواجهني من خلال التطرق إلى الدعم الفني.
					25	يضع الموقع خطوات سهلة وواضحة لاستخدامه.
					26	وجود نظام للتبليغ عن المشاكل يلغي ضرورة الذهاب إلى الدعم الفني.

المحور الثاني: رضا المستخدمين

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	ال فقرات	الرقم
					هناك استفادة من استخدام الموقع	27
					يوفر لي استخدام الموقع ربحا للوقت والجهد.	28
					يوفر لي الموقع منافع أكثر مما كنت أتوقع.	29
					أستطيع أن أحقق من الموقع ربحا خاصا بي.	30
					لدي قبول تام عن أداء خدمة الموقع.	31
					استخدامي للخدمات الإلكترونية التي يوفرها الموقع كان صائبا.	32
					كان استخدامي للموقع تجربة جيدة.	33
					سأواصل استخدامي للموقع	34

الملحق رقم (03): قائمة الأساتذة المحكمين

قائمة الأساتذة المحكمين:

الإمضاء	الجامعة	الرتبة	الأستاذ
	الحريري النبسي	دكتور	د. مهدي عبد المالك

الملحق رقم (04): مخرجات برنامج (SPSS)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.977	34

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	26

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	8

Correlations

	محاور الدراسة	جودة الخدمة الإلكترونية	رضا المستخدمين	جودة المحتوى
محاور الدراسة	Pearson Correlation	1	.990**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	120	120	120
جودة الخدمة الإلكترونية	Pearson Correlation	.990**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	120	120	120
رضا المستخدمين	Pearson Correlation	.897**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	120	120	120
جودة المحتوى	Pearson Correlation	.950**	.953**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	120	120	120
جودة المعلومات	Pearson Correlation	.943**	.960**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	120	120	120
جودة تنظيم الموقع	Pearson Correlation	.931**	.957**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	120	120	120
سهولة التعامل مع الموقع	Pearson Correlation	.877**	.855**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	120	120	120

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Q1	120	3.32	1.223
Q2	120	3.56	1.235
Q3	120	3.37	1.315
Q4	120	3.95	.969
Q5	120	4.08	1.001
Q6	120	4.07	.890
Q7	120	4.15	1.042
Q8	120	4.07	1.139
Q9	120	3.81	1.063
Q10	120	3.84	1.004
Q11	120	3.38	1.310
Q12	120	3.58	1.164

Q13	120	3.82	1.230
Q14	120	3.59	1.233
Q15	120	3.56	1.121
Q16	120	3.66	1.065
Q17	120	3.43	.958
Q18	120	3.71	1.212
Q19	120	3.69	1.091
Q20	120	3.81	1.183
Q21	120	3.55	1.129
Q22	120	3.88	1.047
Q23	120	3.56	1.002
Q24	120	3.73	.968
Q25	120	3.54	1.159
Q26	120	3.56	1.143
Q27	120	3.56	.994
Q28	120	3.71	1.024
Q29	120	3.99	.974
Q30	120	3.56	.994
Q31	120	3.71	1.024
Q32	120	3.99	.974
Q33	120	3.71	1.024
Q34	120	3.99	.974
محاوَر_الدراسة	120	3.72	.825
جودة_الخدمة_الإلكترونية	120	3.70	.850
رضا_المستخدمين	120	3.78	.860
جودة_المحتوى	120	3.79	.833
جودة_المعلومات	120	3.73	.990
جودة_تنظيم_الموقع	120	3.63	.930
سهولة_التعامل_مع_الموقع	120	3.65	.857
Valid N (listwise)	120		

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT رضا_المستخدمين
  /METHOD=ENTER جودة_الخدمة_الإلكترونية.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	جودة_الخدمة_الإلكترونية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 ^a	.684	.682	.485

a. Predictors: (Constant), جودة_الخدمة_الإلكترونية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.269	1	60.269	255.822	.000 ^b
	Residual	27.799	118	.236		
	Total	88.068	119			

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. Predictors: (Constant), جودة_الخدمة_الإلكترونية

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.676	.199		3.402	.001
	جودة_الخدمة_الإلكترونية	.837	.052	.827	15.994	.000

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT رضا_المستخدمين
  /METHOD=ENTER جودة_المحتوى.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	جودة_المحتوى ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.663	.660	.501

a. Predictors: (Constant), جودة_المحتوى

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.410	1	58.410	232.394	.000 ^b
	Residual	29.658	118	.251		
	Total	88.068	119			

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. Predictors: (Constant), جودة_المحتوى

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.595	.214		2.782	.006
	جودة_المحتوى	.841	.055	.814	15.244	.000

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT رضا_المستخدمين
 /METHOD=ENTER جودة_المعلومات.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	جودة_المعلومات ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.577	.574	.562

a. Predictors: (Constant), جودة_المعلومات

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.840	1	50.840	161.146	.000 ^b
	Residual	37.228	118	.315		
	Total	88.068	119			

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. Predictors: (Constant), جودة_المعلومات

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.315	.201		6.554	.000
	جودة_المعلومات	.660	.052	.760	12.694	.000

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT رضا_المستخدمين
 /METHOD=ENTER جودة_تنظيم_الموقع.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	جودة_تنظيم_الموقع ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.519	.597

a. Predictors: (Constant), جودة_تنظيم_الموقع

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.079	1	46.079	129.494	.000 ^b
	Residual	41.989	118	.356		
	Total	88.068	119			

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. Predictors: (Constant), جودة_تنظيم_الموقع

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.349	.220		6.123	.000
	جودة_تنظيم_الموقع	.669	.059	.723	11.380	.000

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT رضا_المستخدمين
 /METHOD=ENTER سهولة_التعامل_مع_الموقع

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	سهولة_التعامل_مع_الموقع ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.687	.482

a. Predictors: (Constant), سهولة_التعامل_مع_الموقع

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.704	1	60.704	261.770	.000 ^b
	Residual	27.364	118	.232		
	Total	88.068	119			

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

b. Predictors: (Constant), سهولة_التعامل_مع_الموقع

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	.193		3.776	.000
	سهولة_التعامل_مع_الموقع	.834	.052	.830	16.179	.000

a. Dependent Variable: رضا_المستخدمين

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا عينة من طلبة وأساتذة وموظفي جامعة العربي التبسي -تبسة، عن طريق موقع الجامعة على الأنترنت، ولتحقيق هدف هذه الدراسة والإجابة عن التساؤل الرئيسي والمتمثل في؛ ما مدى تأثير جودة الإدارة الإلكترونية على تحقيق رضا المستخدمين، وما واقع ذلك على مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة العربي التبسي؟ تم استخدام استمارة استبيان كأداة لجمع المعلومات، حيث تم توزيع (120) استبيانا على أفراد المجتمع، وبعد عملية جمع الاستبيانات تم معالجتها إحصائيا بواسطة برنامج (SPSS)، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها جامعة العربي التبسي من وجهة نظر العينة المدروسة كان مرتفعا نسبيا، كما بينت النتائج أيضا وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق معايير جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة من طرف الجامعة على رضا مستخدمي موقعها الإلكتروني. وأوصت الدراسة بالحرص أكثر على تطبيق معايير جودة تتلاءم مع المتطلبات التي يريدها المستخدم، ذلك أن رضا المستخدم يتوقف على جودة الموقع بصورة كبيرة.

الكلمات المفتاحية: جودة الموقع الإلكتروني، الرضا، جودة الخدمات.

Abstract:

The aim of this study was to identify the impact of the quality of e-services on the satisfaction of a sample of students, professors and employees of Larbi Tebessi University through the university's website. To achieve the objective of this study a questionnaire was used as a tool for collecting information. The study found that the quality of e-services provided by Larbi Tebessi University from the point of view of the studied sample was relatively high. The results also showed a statistically significant effect of the quality standards of the website provided by the university on the satisfaction of its users. The study recommended that more emphasis be placed on the quality standards of the website to meet the requirements that the user wants, as the user's satisfaction depends on the quality of the site significantly.

Keywords: Quality of Website, Satisfaction, Quality of Service.