



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة سعيدة الدكتور مولاي الطاهر  
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي  
الميدان : علوم اقتصادية ، تسيير و علوم تجارية  
الشعبة : تسويق  
التخصص : تسويق الخدمات

بعنوان :

أثر جودة خدمة الموقع الالكتروني على رضا الطلبة  
"دراسة حالة جامعة دكتور مولاي الطاهر لولاية سعيدة"

تحت إشراف الأستاذ :  
- د. عطا الله لحسن

من إعداد الطالبتين :  
- إكرام عبد اللاوي

نوقشت و اجيزت علنا بتاريخ : 2024/06/12

أمام اللجنة المكونة من السادة :

/ الدرجة العلمية/ رئيسا  
/ الدرجة العلمية / مشرفا  
/ الدرجة العلمية/ مناقشا

الدكتور / شريفي جلول  
الدكتور / عطالله لحسن  
الدكتور /وزاني محمد

السنة الجامعية 2024/2023

كلمة شكر.....

نحمد الله عزّ وجل

الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي و الذي

أهنا الصّحة و العافية و العزيمة

فالحمد لله حمدا كثيرا .....

نتقدم بجزيل الشكر و التقدير إلى الأستاذ المشرف "د.عطالله

لحسن " على كل ما قدمه لنا من توجيهات و معلومات قيمة

ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة كما نتقدم

بالشكر لمديري و معلمي جامعة د. مولاي الطاهر كما أتوجه

بالشكر إلى صديقاتي كل من "م.شيماء" و "ل.حميدة" و

"ط.أمال" و "ج.عائشة" و كذلك "ن.سهام" لظالما كانوا لنا

يد عون في إعداد هذا البحث

اكرام

## إهداء

اهدي تخرجي إلى الذي أوصاني به الله برا  
وإحسانا إلى من علمني كل أمور الحياة على  
حساب جهده وطاقته أبي العزيز إلى التي أنارت  
دربي بدعائها إلى نبع الحب والحنان وشمعة  
العطاء أمي الغالية إلى من وقفوا معي دائما  
سندي في الحياة إخوتي وأخواتي والى اعز  
صديقاتي إلى أساتذتي والذين وقفوا معي خلال  
هذه الرحلة الطويلة من النجاح

اكرام



ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة خدمة الموقع الإلكتروني بأبعادها ( الكفاءة، توفر النظام، الوفاء، الخصوصية) على رضا الطلبة. ولتحقيق هدف الدراسة تم تصميم استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتوزيعها على عينة من الطلبة التابعين لجامعة دكتور مولاي الطاهر بسعيدة، ولهذا الغرض تم توزيع استبيان على مجموعة من الطلبة حيث بلغ حجم عينة البحث 70 طالب، وتم تحليل معطيات باستخدام برمجية SPSS. ومن خلال هذه الدراسة تم التوصل الى أن تقييم الطلبة لجودة خدمات الموقع الإلكتروني لجامعة دكتور مولاي الطاهر في ولاية سعيدة كان ذو مستوى مرتفع، و عليه فإن جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة كانت مرضية للطلبة محل الدراسة، حيث أن تقييم الطلبة للكفاءة و توفر النظام و الخصوصية كان عاليا بينما كان تقييم الطلبة لبعد الوفاء أقل درجة بمستوى منخفض .

الكلمات المفتاحية: الموقع الإلكتروني، جودة الموقع الإلكتروني، رضا الطلبة، جامعة سعيدة

Abstract : This study aimed to identify the impact of website service quality and its dimensions (efficiency, system availability, loyalty, privacy) on student satisfaction. To achieve the goal of the study, a questionnaire was designed as a main tool for collecting data and distributed to a sample of students affiliated with Dr. Moulay Taher University in Saida. For this purpose, a questionnaire was distributed to a group of students, where the size of the research sample reached 70 students, and data was analyzed using SPSS software. Through this study, it was concluded that the students' evaluation of the quality of the services of the website of Dr. Moulay Taher University in the state of Saida was of a high level, and accordingly, the quality of the service of the university's website was satisfactory to the students under study, as the students' evaluation of the efficiency, availability of the system, and privacy It was high, while the students' evaluation of the loyalty dimension was lower, with a low level.

Keywords: website, website quality, student satisfaction, Saida university

فهرس المحتويات :

	الإهداء
	كلمة الشكر
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ - و	المقدمة
<b>الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة</b>	
2	المبحث الأول : الإطار النظري للدراسة
22	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني: الدراسة الميدانية</b>	
29	المبحث الأول: الطريقة والأدوات
30	المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها
54	الخاتمة
57	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
30	توزيع أفراد العينة حسب النوع	1
31	توزيع أفراد العينة حسب العمر	2
32	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	3
33	معامل الثبات ألفا كرونباخ	4
34	نتائج تحليل كفاءة الموقع الالكتروني	5
35	نتائج تحليل توفر نظام الموقع الالكتروني	6
37	نتائج تحليل وفاء الموقع الالكتروني	7
38	نتائج تحليل خصوصية الموقع الالكتروني	8
39	نتائج تحليل رضا الموقع الالكتروني	9
40	نتائج علاقة الارتباط بين جودة خدمة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة	10
41	نتائج علاقة الارتباط بين كفاءة الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة	11
42	نتائج علاقة الارتباط بين توفر نظام الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة	12
43	نتائج علاقة الارتباط بين وفاء الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة	13
44	نتائج علاقة الارتباط بين خصوصية الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة	14
45	ملخص النموذج وتقدير معاملات النموذج المتعلقة بالفرضية الرئيسية	15
47	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الأولى	16
48	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الثانية	17
49	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الثالثة	18
50	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الرابعة	19

قائمة الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
14	نموذج الفجوات لقياس جودة الخدمة	1
31	دائرة نسبية لتوزيع العينة حسب النوع	2
31	أعمدة بيانية لتوزيع العينة حسب النوع	3
32	دائرة نسبية لتوزيع العينة حسب العمر	4
32	أعمدة بيانية لتوزيع العينة حسب العمر	5
33	دائرة نسبية لتوزيع العينة حسب المستوى التعليمي	6
33	أعمدة بيانية لتوزيع العينة حسب المستوى التعليمي	7

# مقدمة



شهدت السنوات القليلة الماضية ثورة تكنولوجية واسعة يغذيها الانتشار الكبير لشبكة الإنترنت وتقنيات الويب وتطبيقاتها، حيث أن هذه الثورة مست ميادين مختلفة ولعل من أبرزها نجد مجال التعليم العالي. تعد المواقع الالكترونية للجامعات إحدى معالم التنافس والتميز واستمرار تقدمها العلمي الذي يعزز مكانتها الأكاديمية بين مختلف الجامعات، لذلك تولي الجامعات أهمية بالغة لبناء وتصميم مواقعها من خلال وضع خطط إستراتيجية واضحة المعالم وفعالة على شبكة الانترنت، تهدف من خلالها إلى التعريف بالمؤسسة الجامعية وتحسين مستوى المخرجات، وتهدف أيضا على تزويد الطلبة، الباحثين، الأساتذة، الموظفين وغيرهم من المتصفحين بالمعلومات والخدمات المختلفة المتعلقة بالتعليم والبحث والتطوير. وفي هذا الإطار ارتبطت جودة مواقع المؤسسات الجامعية بتصنيفها على أساس أدائها من خلال شبكة الانترنت، وأصبحت الجامعات بحاجة إلى معرفة تصنيفها الشبكي بين بقية الجامعات الأخرى محليا ودوليا، ولن يتسنى هذا إلا عبر تقييم جودة الموقع الالكتروني لها.

لقد تم اقتراح عدة أبعاد لجودة خدمات الموقع الالكتروني مثل: الكفاءة، توفر النظام، الوفاء والخصوصية والتي يتم من خلالها الوقوف على درجة رضا المستفيدين من الخدمة. وفقا لأهمية جودة المواقع الالكترونية وما لها من أثر على رضا مستخدميها. تأتي هذه الدراسة لمعرفة جودة خدمات الموقع الالكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير لولاية سعيدة على رضا الطلبة.

## 1. الإشكالية:

يعد تطبيق الموقع الالكتروني على مستوى التعليم العالي ضرورة حتمية، بهدف مواكبة التطور الحاصل في مختلف المجالات. وهذا ما يستدعي تدعيم تطبيقه والاستطلاع الدائم للتطورات والتقنيات الحديثة الذي أصبح يفرضها العالم اليوم وتوظيفه لأجل تحسين الأداء والجودة وتقديم خدمات تحقق الرضا للمستخدمين.

ومنه نطرح الإشكالية التالي:

- ما مدى تأثير جودة خدمة الموقع الالكتروني على رضا الطلبة؟

يندرج ضمن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية:

✓ ماهية الموقع الإلكتروني وما هي خصائصه؟

✓ ماهية جودة خدمة الموقع الإلكتروني؟

- ✓ ماهية نماذج جودة خدمة الموقع الالكتروني؟
- ✓ ماهية العلاقة بين الموقع الالكتروني ورضا الطلبة؟

## 2. فرضيات الدراسة:

- أ- الفرضية الرئيسية الأولى: هناك ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية بين جودة خدمة الموقع الالكتروني و رضا الطلبة.
- الفرضيات الثانوية للفرضية الرئيسية الأولى:
  - ✓ الفرضية الثانوية الأولى: توجد علاقة ارتباط ايجابي بين كفاءة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.
  - ✓ الفرضية الثانوية الثانية: توجد علاقة ارتباط ايجابي بين توفر نظام الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.
  - ✓ الفرضية الثانوية الثالثة:علاقة ارتباط ايجابي بين وفاء الموقع الالكتروني و رضا الطلبة.
  - ✓ الفرضية الثانوية الرابعة: علاقة ارتباط ايجابي بين خصوصية الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.
- ب- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة.
- الفرضيات الثانوية للفرضية الرئيسية الثانية:
  - ✓ الفرضية الثانوية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لكفاءة الموقع الالكتروني على رضا لطلبة.
  - ✓ الفرضية الثانوية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتوفر نظام الموقع الالكتروني على رضا لطلبة.
  - ✓ الفرضية الثانوية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لوفاء الموقع الالكتروني على رضا لطلبة.
  - ✓ الفرضية الثانوية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لخصوصية الموقع الالكتروني على رضا لطلبة.

**3. أسباب اختيار الموضوع:**

- ✓ أسباب ذاتية: نظرا لارتباط الموضوع بمجال التخصص.
- ✓ أسباب موضوعية: التعرف على جودة خدمة الموقع الالكتروني ومدى تأثيره على رضا الطلبة.

**4. أهمية الدراسة:**

- تبرز أهمية الدراسة من خلال ما يلي :
- ✓ التعرف على جودة خدمة الموقع الالكتروني.
- ✓ معرفة درجة تأثير جودة خدمة الموقع الالكتروني على رضا الطلبة.
- ✓ إبراز خصوصيات المواقع الالكترونية والتعرف على نماذج جودة الموقع الالكتروني.

**5. أهداف الدراسة:**

- تهدف هذه الدراسة إلى :
- ✓ التعرف على أثر جودة خدمة الموقع الالكتروني على رضا الطلبة.
- ✓ معرفة العلاقة بين جودة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.
- ✓ لتوصل إلى نتائج وتوصيات من شأنها أن تساهم في تحسين جودة الموقع الالكتروني لتحقيق رضا الطلبة.

**6. تقسيمات الدراسة:**

جاءت هذه الدراسة للتعرف على أثر جودة خدمة الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة، وتم تقسيم هذه الدراسة إلى قسمين: جانب نظري وجانب تطبيقي، وفي المقابل تم تقسيم الجانب النظري إلى مبحثين:

الفصل الأول: يتكون من مبحثين، المبحث الأول بعنوان الإطار النظري للدراسة ويندرج تحته مفهوم وخصائص الخدمة الالكترونية، أبعاد جودة الخدمة الالكترونية، مفهوم ووظائف الموقع الالكتروني، خصائص الموقع الالكتروني الجيد، قياس الموقع الالكتروني. أما المطلب الثاني بعنوان جودة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة، يتضمن مايلي: تعريف جودة خدمة الموقع الالكتروني، نماذج جودة خدمة

الموقع الإلكتروني، مفهوم وأهمية الرضا، علاقة جودة الموقع الإلكتروني برضا الطلبة. المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: المتمثل في الفصل التطبيقي تطرقنا فيه إلى أثر جودة خدمة الموقع الإلكتروني على رضا الطلبة من خلال إجراء دراسة تطبيقية على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة سعيدة.

## 7. الحدود المكانية والزمنية:

أنجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2023\_2024 في الفترة الممتدة من بداية شهر ديسمبر إلى غاية شهر جوان، بجامعة دكتور مولاي الطاهر سعيدة.

## 8. صعوبات الدراسة:

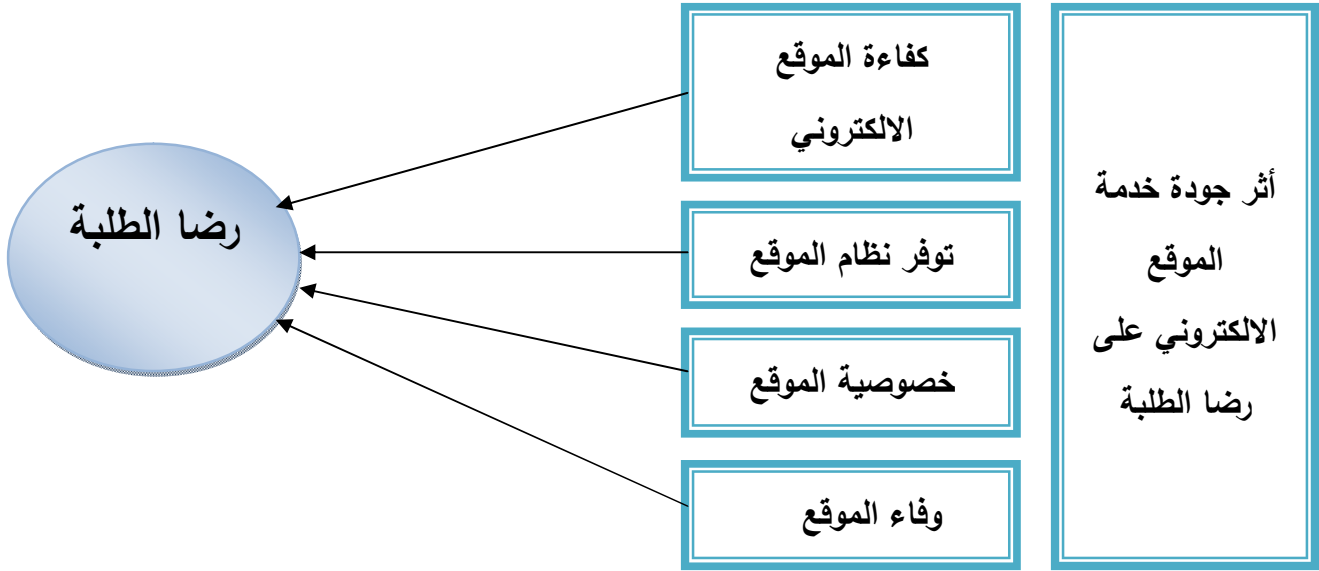
✓ حداثة الموضوع.

✓ قلة المراجع المتعلقة بنماذج الموقع الإلكتروني

## 9. منهجية الدراسة:

لمعالجة مشكلة البحث واختبار الفرضيات المتبناة اعتمدنا في الجانب النظري على المنهج التاريخي وذلك لما تقتضيه طبيعة الدراسة القائمة لوصف طبيعة متغيرات الدراسة لتحديدي العلاقة بينهما. أما في الجانب التطبيقي فاعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي من خلاله تمكنا من جمع البيانات حول الظاهرة المدروسة وتبويبها وتحليلها بهدف دراستها، كما اعتمدنا على المنهج الاحصائي في تحليل البيانات واختبار الفرضيات.

10. نموذج الدراسة:



# الفصل الأول

تمهيد الفصل :

في ظل التطور التكنولوجي أصبح التوجه للتعليم الإلكتروني وتوظيفه في خدمة العملية التعليمية أمرا واقعا خاصة في التعليم العالي لما فيه من تسهيلات وإيجابيات الأمر الذي زاد من إتباع مناهج جديدة واستخدام وسائل حديثة كالموقع الإلكتروني . وهذا من خلال اهتمام الجامعة بجودة خدمة الموقع الإلكتروني والذي بدوره يؤدي لرضا الطلبة ، ويتناول هذا الفصل :

- المبحث الأول : الإطار النظري للدراسة
- المبحث الثاني : دراسات سابقة



## المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

### المطلب الأول: مفاهيم عامة حول الخدمة والموقع الإلكتروني

#### الخدمة الإلكترونية

#### مفهوم الخدمة الإلكترونية :

من بين التعريفات الواردة لتحديد مفهومها ما يلي: (بوراس و بوعشة، صفحة 57)

- ✓ الخدمات الإلكترونية تعرف بـ : تلك الخدمات التي تقدم من خلال الاتصال الإلكتروني بين مقدم الخدمة و المستفيد منها.
- ✓ وتعرف أيضا بأنها: إجراء الكثير من المعاملات كلها جزئياً عبر الانترنت.
- ✓ ويرى كل من ريست ولمو أن الخدمات الإلكترونية تعرف في إطارها الواسع على أنها: تنطوي على تقديم خدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية مثل الإنترنت.

نظرا للاهتمام المتزايد بالخدمة الإلكترونية وظهر المفهوم الخاص بها في القطاعات والصناعات اختلفت وجهات النظر حول تعريفها، ومن بين التعريفات ما يلي:

الخدمة الإلكترونية هي خدمات تقدم عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت. وعرفت بأنها عملية لنقل الوثائق بشكل الكتروني إلى العنوان الإلكتروني لزبون بهدف تقديم خدمة معينة. في حين هناك من يعرفها بأنها تزويد المستهلكين بتجربة متفوقة فيما يتعلق بالتدفق التفاعلي المعلوماتي. من خلال التعاريف سابقة الذكر يكمن القول بأن الخدمة الإلكترونية: " هو إجراء العمليات بطريقة إلكترونية. أي استخدام التكنولوجيا و الاتصالات والآلات الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال التقليدية أو الجديدة وفي ضل هذا النمط لن يكون العميل مضطر للتنقل إلى المؤسسة إذ أمكنه القيام بالأعمال التي يريدتها من أي مكان وفي أي زمان. (فروح و بوشناق، 2019، صفحة 19)

الخدمة الإلكترونية: تعرف في إطارها الواسع على أنها تنطوي على تقديم خدمة عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها وإنما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد نجاحهم على جودة هذه الخدمات، وتأسيسا على ما تقدم فإن مفهوم الخدمة الإلكترونية يركز بالدرجة الأساس على العميل. (ابراهيم، احمد جواد، و عارف بريسم، 2022، صفحة 210)

تعتبر الخدمة الالكترونية شكل من أشكال الخدمة الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون خدمة 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 الالكتروني المتبادل بين طالب الخدمة والحاسب الآلي من خلال وسيط "شبكة الكترونية"، لذا ينبغي أن يكون تصميم الخدمة الالكترونية مرتكزا على حاجات ورغبات وتطلعات وتوقعات الزبون. (ماجدة و سليمة، 2020)

### خصائصها:

تتمثل خصائص الخدمة الالكترونية في ما يلي (بوراس و بوعشة، صفحة 59):

✓ **القدرة على الوصول:** أي القدرة على الوصول إلى الشخص أو المعلومات التي يحتاجها العميل في الوقت المناسب له، وتتم باتجاهين بين العميل والمؤسسة، وهذا من شأنه تعزيز العلاقة بينها، وتكمن هذه الخاصية العملاء والمنظمات من تحقيق الآتي:

- سهولة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتبادلات التجارية والمنتجات والخدمات التي يمكن الاستفادة منها.
- إرسال العملاء معلومات حول اهتماماتهم بسلعة أو خدمة ما، وبالتالي تستطيع المؤسسات الاستفادة من التغذية العكسية.
- البحث عن حلول ممكنة جديدة لأي مشكلة تواجههم والحصول على إجابات لتساؤلاتهم حول مختلف المسائل.

✓ **القدرة على التنبيه:** أي القدرة على توفير المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب، والتنبيه لوجود أشياء جديدة ينبغي الاهتمام بها. وهذه الخاصية تتطلب ما يلي: وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، برامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، توفر أداة بحث داخل محتوى الموقع، أدوات اتصال وتغذية راجعية بين المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة، الاتصال من خلال البريد الالكتروني أو نماذج التقييم ونحوه والمقدرة على متابعة الطلبات ومعرفة أين وصلت؟

✓ **سرعة التحديث:** خاصية التحديث تعني القدرة على تكوين وإدامة مصادر معلومات محدثة، من خلال تحديث المعلومات المستفادة من العملاء ومن التفاعلات التي تحدث بين العميل والمؤسسة بشكل متواصل، بتوقيت مناسب وبسرعة فائقة وهذا من شأنه أن يعزز كفاءة وفاعلية قواعد البيانات مما يضيفي عليها قدراً من الدقة والمصداقية والثقة.

✓ **ليس لها قيود زمنية:** أي إمكانية طلب الخدمة في أي وقت، إضافة إلى سرية المعاملات والتي تزيد من ثقة الزبون.

- ✓ **سهولة الاتصال:** يسمح استخدام الوسائل الالكترونية بسهولة الاتصال، والتعرف على الخدمات المقدمة الكترونياً.
- ✓ **خفض التكاليف:** إن تكاليف تقديم الخدمة الالكترونية منخفضة مقارنة بتقديم الخدمات التقليدية.

## 1- أبعاد جودة الخدمة الالكترونية:

❖ **الأبعاد الأساسية:** (dedi jubaedi, et al., p. 467)

- **الكفاءة:** قدرة العملاء على الوصول إلى الموقع، البحث عن المنتجات المطلوبة والمعلومات ذات الصلة بالمنتج.
- **الموثوقية:** تتعلق بالوظائف التقنية للموقع، خاصة مدى توفير الموقع ومدى ملاءمته المهام.
- **الوفاء:** ينطوي على دقة الوعد بالخدمة، وتوافر المنتجات، ومنتج التسليم يتوافق مع الوقت المتفق عليه مع العميل.
- **الخصوصية:** ضمان حماية المعلومات المتعلقة بسلوك العميل في البحث وعدم مشاركة المعلومات الشخصية للعميل وضمان سلامتها.
- **الاتصال:** شرح احتياجات العميل عبر الخدمة الالكترونية أو المكالمات الهاتفية.

❖ **الأبعاد الإضافية:** (Parasuraman, Valarie, & Malhotra, 2005, p. 7)

- **الاستجابة:** سرعة الاستجابة والقدرة للحصول على المساعدة في حالة وجود مشكلة أو سؤال.
- **المرونة:** اختيار طرق الدفع، الشحن والشراء، البحث عن العناصر وإرجاعها.
- **سهولة التصفح:** يحتوي الموقع على وظائف مساعدة العملاء في العثور على ما يحتاجون إليه بدون صعوبة.
- **جماليات الموقع:** مظهر الموقع.

لا يوجد هناك اتفاق موحد بين الباحثين حول أبعاد بحث ذاتها لجودة الخدمات الالكترونية بسبب وجهة نظر كل باحث، الأبعاد الأكثر استخداماً في بعض الدراسات: (ابراهيم، احمد جواد، و عارف بريسم، 2022، صفحة 137)

## - إتاحة النظام: System availability

يمكن اعتبار إتاحة النظام على أنها الوظيفة الفنية الصحيحة للموقع، ففي الخدمة الإلكترونية يتيح توفر النظام للزبائن إمكانية الوصول دائماً إلى الخدمة عبر الإنترنت التي تقدمها المنظمات، والتي يمكن أن تساعد الزبائن في الحصول على صورة جيدة للمنظمات عبر الإنترنت، فإذا لم يتمكن الزبائن من استخدام النظام عندما يحتاجون إلى خدمة عبر الإنترنت، فسيتحولون إلى بعض المنظمات الأخرى عبر الإنترنت، وتوافر النظام هو جزء من الوظيفة الفنية في موقع الويب والتي يمكن أن تؤثر على رضا الزبائن فيما يتعلق بإتاحة الموقع على شبكة الإنترنت، إذ يمكن أن يشعر الزبائن بعدم الرضا عن التجربة المقدمة في الموقع. ويعرف إتاحة النظام بأنه " قدرة النظام على البقاء قيد التشغيل ويمكن الوصول إليه من قبل المستخدمين. وفي هذا السياق يمكن تعريف إتاحة النظام بأنها قدرة الخدمة الإلكترونية على أن تظل عاملة ومتاحة للمستخدمين، دون أي انقطاع أو تدهور في الأداء، وتقديم وظائفها المقصودة للمستخدم بجودة مقبولة.

## - الخصوصية | الأمان:

يمكن وصف الخصوصية بمستوى حماية المعلومات من التهديد ويمكن أن تكون المعلومات الشخصية آمنة، إذ يشعر الزبائن بالقلق عند إجراء الأعمال التجارية عبر الإنترنت من الخصوصية والأمان، خاصة فيما يتعلق بمعلوماتهم الشخصية السرية فالتحول التكنولوجي في تقديم الخدمات أدى أيضاً إلى زيادة كبيرة في الهجمات و الأنشطة الاحتيالية من قبل مجرمي الإنترنت وبالتالي كانت الخصوصية و الأمان أمراً بالغ الأهمية في تطوير الخدمة الإلكترونية، وسيؤدي الشعور المعزز بالأمان إلى تحسين تصور الجودة.

وتعرف الخصوصية والأمان بأنها " قدرة الخدمة الإلكترونية على حماية المعلومات الشخصية للزبون والمعاملات من الوصول أو الكشف غير المصرح به". وتعرف كذلك بأنها مدى حماية مزود الخدمة الإلكترونية لمعلومات الزبائن والمعاملات من التهديدات المحتملة، مثل القرصنة وسرقة الهوية والاحتيال". ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها الدرجة التي تحمي بها المواقع الإلكترونية معلومات الزبائن الشخصية والحساسية من الوصول غير المصرح به والاستخدام والإفشاء، مع ضمان سرية المعلومات وسلامتها وتوافرها.

**- الكفاءة: Efficiency**

تشير الكفاءة إلى قدرة الزبون على الوصول إلى الموقع الإلكتروني واستخدامه بسرعة وسهولة، ولكي يكون الموقع كفاء يجب أن يكون منظم جيدا ولا يحتاج إلى الكثير من المعلومات للإجابة على تدخلات الزبائن. تعرف الكفاءة بأنها الدرجة التي يكون فيها موقع الويب قادرا على تزويد المستخدمين بالمعلومات والخدمات الشخصية وذات الصلة المصممة لاحتياجاتهم وتفضيلاتهم، مع تقليل الوقت والجهد اللازمين للوصول إليها واستخدامها، ويمكن تعريفها إجرائيا بأنها مدى قدرة أداء موقع الويب لوظائفه المقصودة بأقل قدر من الأخطاء أو التأخير، مما يوفر للمستخدمين تجربة ايجابية ويلبي احتياجاتهم وأهدافهم التجارية.

**- الوفاء: Fulfillment**

يشير الوفاء إلى دقة مواعيد الخدمة وتوافر المنتجات وتسليم المنتجات في الوقت الموعود، ويعد الوفاء كواحد من الموضوعات الأكثر أهمية نظريا وعمليا لكيانات التجارة الإلكترونية من حيث الدقة والحالات النفسية حول توفر المنتجات وتسليمها. ويوضح إلى أنه في الخدمة الإلكترونية، يعد إبلاغ الزبائن بالبيانات الصحيحة حول العناصر أو إمكانية الوصول إلى الإدارة أمرا بالغ الأهمية عند الحصول عليها، ويمكن أن تؤدي البيانات الخاطئة إلى تأثير سلبي على نية إعادة الشراء المستقبلية للزبون، علاوة على ذلك يمكن أن تؤدي المرونة في الشراء إلى زيادة ثقة الزبون في المنظمة. ويعرف الوفاء بأنه " قدرة المزود على تلبية احتياجات الزبائن وتوقعاتهم من خلال توفير معلومات ومساعدة دقيقة وكاملة وفي الوقت المناسب أثناء لقاء الخدمة. ويعرف كذلك بأنه " الدرجة التي يقدم بها مزود الخدمة بدقة وبسرعة كما هو موعود، دون أخطاء أو تأخير. ويعتبر الوفاء بأنه " قدرة مزود الخدمة على تقديم الخدمة على النحو الموعود به في الوقت المناسب، وبطريقة دقيقة وموثوقة، بما يلبي توقعات الزبون. ويمكن تعريف الوفاء كأحد أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية إجرائيا بأنه المدى الذي يقدم فيه مزود الخدمة الموعودة بدقة، ويمكن الاعتماد عليها، وفي الوقت المناسب، وبشكل موثوق، بما يلبي متطلبات الزبون وتوقعاته دون أي أخطاء أو تأخير أو معلومات غير كاملة.

## الموقع الإلكتروني:

### مفهوم الموقع الإلكتروني:

✓ الموقع الإلكتروني "Web site" هو مجموعة من الحواسيب المرتبطة مع شبكة الانترنت التي تحتوي على وسائط متعددة ويمكن الوصول إليها من أي جهاز حاسوب آخر على الشبكة، وتعرف الصفحة الرئيسية home page على أنها الصفحة الأولى في الموقع الإلكتروني التي يتم الوصول إلى باقي الصفحات من خلالها. (عتيق و عتيق، 2023، صفحة 120)

✓ يعرف بأنه " مجموعة من الصفحات والنصوص والصور والمقاطع الفيديوهات المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف الى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول اليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت. (مدروس، 2020، صفحة 451)

✓ ويعرف " مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينها والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات. (مدروس، 2020، صفحة 451)

✓ تعتبر شبكة الويب المجال الأكثر زخرا بالمعلومات والإثارة، وتتكون الويب من مجموعة من المستندات المختزنة على مئات الآلاف من أجهزة الكمبيوتر والتي تسمى صفحات الويب. ان صفحات الويب الموجودة على الشبكة هي مستندات تزود المستخدمين بالمعلومات التي يحتاجونها، ومن مجموعة صفحات الويب هذه يتكون الموقع الإلكتروني الذي قد تشرف عليه جامعة، مؤسسة، وكالة، شركة أو فرد. (يحيوي و جيجخ، 2014، صفحة 179)

✓ وقد عرفه البعض " على أنه صفحات مبرمجة بأي لغة من لغات الويب، يقوم بعرض وأخذ البيانات على شبكة الإنترنت وتختلف المواقع عن بعضها من ناحية عملها، وبرمجتها وطريقة عملها. (قشي و هباش، 2022، صفحة 219)

➤ نشأة الموقع الإلكتروني: (عبدالجاير، 2019، صفحة 112)

يعتبر تي بيرني لي، هو أول من قام بإنشاء موقع إلكتروني على web world wide وهو باحث في الفيزياء، فقد استطاع خلال عمله أن يخترع أول موقع على الانترنت وحمل هذا الموقع العنوان التالي http://info.cem.ch وهو إلى حد بعيد المواقع الإلكترونية الحالية، ويمكن اعتباره القاعدة لكل لاحقة، وبفضل هذا الاختراع أصبحت المواقع الإلكترونية وسيلة هامة لنشر وتبادل المعلومات.

ويمكن استعراض الأجيال التي ظهرت حتى الآن من المواقع المختلفة على انترنت على النحو التالي:

## - الجيل الأول: static contents web sites

المواقع ذات المحتوى الثابت، وتتميز هذه المواقع بأنها تشكل الجيل الأول من المواقع الإلكترونية حيث تعتمد على صفحات ثابتة لمحتوى مصممة باستخدام لغة كتابة النصوص الترابطية Hyper Text Markup Language (HTML)، وبالاعتماد على بروتوكول نقل النصوص الترابطية Hyper Text Transport Protocol (http)، الذي يضبط عملية نقل وتصفح صفحات HTML ثابتة المحتوى من الخادم Web Server إلى مستخدم الموقع Web Client.

## - الجيل الثاني: Dynamic Contents Web Sites

المواقع ذات المحتوى المتغير، حيث يصدر مستخدم الموقع طلبه لصفحة من صفحات الانترنت من خلال المتصفح Web Browser، فيقوم برنامج عام يشكل الواجهة العامة بين المستخدم والخادم للموقع يعرف باسم Common Gateway Interface (CGI) وباستخدام ما يسمى Application Programming Interface (API)، حيث يقوم بتنفيذ صورة لبرنامج استدعاء صفحات HTML مضافا إليها معلومات إضافية، كرسالة شكر للمستخدم على زيارة الموقع.

## - جيل الثالث: Web Based Applications

مواقع التطبيقات البرمجية، وهي المواقع التي ترتبط بخدمات متعددة تتيح للمستخدم بأن يتصفح وظائف تلك الخدمات باستخدام أزرار متخصصة، وعند طلب خدمة ما فإن الموقع يعالج من خلال برمجيات صورية تعرف باسم Scripts تعالج بيانات الطلب، وتنقلها إلى خادم الموقع، حيث قواعد البيانات أو إلى خادم وظائف الموقع وفقا لنوع التطبيق المستخدم في ذلك الموقع.



وظائف الموقع الإلكتروني: (بجياوي و جيجخ، 2014، صفحة 182)

- الوظيفة التأسيسية: هي الوظيفة الأولى المرتبطة بالموقع الإلكتروني، والمتعلق بالاتصال وتقديم الجهة المالكة أو المعنية به والتعريف بأنشطتها أكثر مما هو ترويجي، فالهدف منها هو إشعار البيئة (وليس الزبائن فقط) بل الشركاء في القطاع، الموردين، المستثمرين....
- وظيفة جمع المعلومات: إن حركة وسريان المعلومات أصبحت واسعة النطاق بفضل خدمات الإنترنت، خصوصا الموقع الإلكتروني الذي يعتبر أداة بسيطة وسريعة تغني عن البحوث والدراسات المكلفة والعميقة.
- وظيفة عرض المنتجات والخدمات: وتعد هذه الوظيفة الأكثر تواجدا في المواقع الإلكترونية، حيث تعتبر كنوع من الدعاية الحديثة التي يمكن أن تجلب الكثير من العملاء وإنما دون أن يقدم هذا النوع من المواقع أي نوع من التعاملات التجارية وهذه المواقع تكون وظيفتها محددة بعرض معلومات صافية عن المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها، حيث تسمح للزبائن بالاتصال الدائم وفي كل الأوقات وتزويدهم بالمعلومات الضرورية بسرعة وسهولة.
- وظيفة تكوين الدخول الاشهارية: يعد بيع الفضاءات ووظيفة أساسية للمواقع التي تنشط في ميدان النشر والإعلام أو تلك المتخصصة في الخدمات المجانية، وقد نجدها في المواقع التجارية كوظيفة مكملة فالمواقع من النوع الأول تعتمد في تمويلها على الإشهار، بينما النوع الثاني تعتمد كمورد مالي مكمل.
- وظيفة البيع: تقوم هذه المواقع بعملية البيع على الخط لمختلف الخدمات والمنتجات، حيث أن الموقع الإلكتروني الذي يقوم بهذه الوظيفة يعتبر بمثابة وسيلة بيع عن بعد، ومن البارزون في استخدامها شركة مايكروسوفت Microsoft التي استطاعت البيع عن بعد لمليون نسخة من برنامج internetExplorer 4 خلال 48 ساعة من سنة 1997.
- وظيفة دعم الزبون: يعتبر الموقع الإلكتروني أداة قوية لدعم الزبائن بالمعلومات والوثائق في شكل استشارات ومساعدات في مختلف الميادين تقنية، طبية وإدارية وذلك على مدار 24/24 ساعة .
- وظيفة العلامة التجارية: حيث يقوم الموقع الإلكتروني بتسيخ العلامة التجارية في ذهن المتصفح وذلك من خلال الزيارات المتكررة للموقع يمكن غرس العلامة التجارية في ذهن الزائر.

## 1. خصائص الموقع الإلكتروني الجيد: (سباغ و رماس، 2019، صفحة 40)

- أن يكون تصميم الموقع الإلكتروني بسيط وسهل التعامل معه.
- أن يتجاوب الموقع الإلكتروني مع احتياجات المستخدمين وأن يأخذ بعين الاعتبار أرائهم في الموقع وخدماته.
- أن تكون المعلومات المتاحة في الموقع الإلكتروني محددة ومترابطة.
- أن يتميز الموقع الإلكتروني بوضوح الهدف والخدمات بحيث يستطيع المستخدم منه معرفة الخدمات التي يقدمها الموقع.
- أن تكون واجهة الموقع الإلكتروني متاحة دائماً وأن يستوعب أكبر عدد ممكن من متلقي الخدمات.
- أن يوفر الموقع محرك بسيط لتسهيل وصول تلقى الخدمة إلى المعلومات داخله.
- أن يمتاز بسهولة التصفح وأن يتمكن مستخدم الموقع من الانتقال بين صفحاته بسهولة.
- أن يكون عنوان الموقع الإلكتروني سهلاً ومختصراً ويعبر عن طبيعة المنظمة.
- مواصفات الموقع الإلكتروني وفقاً لتعريف اللايزو: (ثيو، 2017، صفحة 35)
- سهولة التعلم وهي مدى سرعة المستخدم في تصفح الموقع لأول مرة وتفهمه وإدراكه لمحتواه.
- فعالية الاستخدام: وهي مدى سرعة المستخدم الذي تصفح الموقع لعدة مرات في أداء المهام الأساسية.
- إمكانية التذكر: وهي مدى إمكانية تذكر المستخدم الذي تصفح الموقع من قبل.
- تكرار الخطأ: والمقصود بها هل يقع المستخدم في خطأ متكرر دائماً عند استخدامه.
- مدى موضوعية المستخدم وارتياحه: أو إلى أي مدى يفضل المستخدم استخدام الموقع.

## 2. قياس فاعلية الموقع الإلكتروني:

- جودة النظام يعني الوصول إلى النظام بسهولة، وإمكانية الرد على مشكلات واحتياجات المستخدم في الوقت المناسب، وتلبية توقعات المستخدمين، سهولة استخدام النظام وموثوقية النظام وسهولة التكيف معه، من العناصر التي تستخدم لتحديد مستوى جودة نظام: (طوال و شتاحة، 2018)
- ❖ وقت الاستجابة: الوقت اللازم للمستهلك لإكمال نشاط أو معاملة.
- ❖ سهولة الاستخدام: فهم النظام وسهولة استخدامه.
- ❖ التوفر: جاهزية النظام ومقياس لعدد المرات التي يكون فيها النظام متوفر ويعمل بكفاءة وبدون مشاكل تقنية تسبب توقفه.

- ❖ التكامل: يشير إلى مستوى تزامن وتكامل المعلومات الموجودة على الموقع وكيف يتم عرضها بشكل جيد على شاشات المستخدم.
- جودة المعلومات: جودة المعلومات هي مقياس للقيمة التي يتصورها العميل من المخرجات الذي ينتجه موقع الويب. حيث تعتبر بعض الخصائص، مثل محدثة ودقيقة ومفيدة وكاملة وطريقة عرضها، من المحددات الهامة لنوعية المعلومات، تساعد جودة المعلومات العملاء على مقارنة المنتجات وجعل المعاملات أكثر سهولة وأماناً. (طوال و شتاتحة، 2018)
  - جودة الخدمة: تعرف على أنها مدى ما يتيح موقع الويب من تسهيل عمليات التسوق والشراء وتسليم المنتجات بكفاءة وفعالية. يتم التعرف على جودة الخدمة بشكل متزايد باعتبارها تلعب دوراً هاماً في التأثير نوايا الشراء للعملاء. (طوال و شتاتحة، 2018)
- يمكن تقييم جودة الموقع من خلال ثمانية معايير رئيسية، مقسمة إلى 38 معياراً فرعياً هي: (بركات، 2023)
- كفاءة الأداء Performance Efficiency, ويقاس الأداء بالنسبة لحجم الموارد المستخدمة، في ظروف محددة. ويتكون من ثلاثة معايير فرعية: الوقت، استخدام الموارد، والسعة.
  - الملائمة الوظيفية Functional Suitability, الدرجة التي يوفر بها الموقع الوظائف التي تلبي الاحتياجات المحددة والضمنية، عند استخدامها في ظروف محددة. ويمكن تقدير ذلك من خلال: الشمول الوظيفي، الدقة الوظيفية، الملائمة الوظيفية.
  - التوافق Compatibility. ويركز على الدرجة التي يمكن بها للموقع تبادل المعلومات مع منتجات أو أنظمة أخرى، وأداء وظائفه المطلوبة، أثناء مشاركة نفس بيئة الأجهزة أو البرامج. ويمكن تقدير هذا من خلال: التكيف، قابلية التشغيل البيئي.
  - سهولة الاستخدام Usability. أي الدرجة التي يمكن من خلالها استخدام الموقع من قبل مستخدمين محددين لتحقيق أهداف محددة بكفاءة وفعالية ورضا، في سياق محدد. ويمكن تقدير ذلك من خلال ستة معايير فرعية: قابلية التعرف على الملائمة، وقابلية التعلم، وقابلية التشغيل، والتعامل مع أخطاء المستخدم، وجماليات واجهة المستخدم، وإمكانية الوصول.
  - المصداقية Reliability. ويقصد بها الدرجة التي يؤدي بها الموقع وظائف معينة، في ظروف محددة، ويمكن تقدير ذلك من خلال أربعة معايير: النضج، التوفر، تحمل الخطأ، وقابلية الاسترداد.
  - الحماية Security. أي الدرجة التي يحمي بها الموقع المعلومات، بحيث يتمتع الأشخاص أو الأنظمة الأخرى بدرجة الوصول إلى البيانات المناسبة، وفقاً لمستويات التفويض. ويشتمل هذا المعيار على خمسة معايير فرعية: السرية، النزاهة، وعدم التنصت، المسائلة، الأصالة.
  - قابلية الصيانة Maintainability. يمثل هذا المعيار درجة الفعالية والكفاءة التي يمكن بها تعديل البرنامج الموقع، لتحسينه أو تصحيحه، أو تكيفه مع تغيرات البيئة والمتطلبات. ويضم هذا المعيار

خمسة معايير فرعية هي: النمطية، قابلية إعادة الاستخدام، وقابلية التحليل، قابلية التعديل، وقابلية الاختبار.

- قابلية التنقل Portability. أي درجة كفاءة وفعالية نقل الموقع من بيئة تشغيلية إلى أخرى. ويشتمل هذا المعيار على ثلاثة معايير هي: القدرة على التكيف، قابلية التثبيت، وقابلية الاستبدال.

## المطلب الثاني: جودة الموقع الإلكتروني ورضا الطلبة

### جودة خدمة الموقع الإلكتروني:

#### تعريف جودة خدمة الموقع الإلكتروني:

➤ تعرف على أنها: "درجة تسهيل الانترنت (موقع ويب) لعمليات إنتاج وتقديم الخدمة، وبالشكل الذي يلبي حاجات وتوقعات الزبون ويحقق رضاه"، وتعرف أيضا على أنها: "تسهيل الانترنت لعمليات التخزين والشراء وتقديم الخدمة". ويمكن تعريف جودة خدمة الموقع الإلكتروني بصفة عامة، على أنها: "قابلية مجموعة من الخصائص الجوهرية للموقع على إنتاج وتقديم منفعة تلبي متطلبات أصحاب المصلحة وتحقيق رضاهم. (رقاد، لعكيكة، و بويمة، 2018، صفحة 9)

➤ تعرف على أنها: "قياس لمستوى جودة الخدمة المقدمة ومدى وتوافقها مع توقعات العميل، وتعرف بأنها: "مدى سهولة وبساطة استخدام النظام الإلكتروني بالنسبة للعميل، وهي: "مدى تسهيل المواقع الإلكترونية للتسوق والشراء بكفاءة عالية وفعالية. (اللح، فرج رضوان، و عزت على حسن، 2024، صفحة 287)

➤ تعرف على أنها: "تحقيق كفاءة التنقل على الشبكة وزيادة حجم البيانات المقدمة مع المحافظة على السلوك المتسق للخصائص. (الرشيدي و عبد الستار نافع، 2022، صفحة 895)

## 1. نماذج جودة خدمة الموقع الإلكتروني:

➤ نموذج ServQual : يعتبر نموذج ServQual من أكثر النماذج فعالية والتي يتم الاعتماد عليها لقياس جودة الخدمة، ومصطلح ServQual هو مختصر للمصطلح {servic Quality}

✓ لقد تم تطوير منهجية قياس جودة الخدمة ServQual أو نموذج الفجوات (GapsModel) باعتبارها الأداة الملائمة جدا لقياس الجودة في منظمات الخدمة من طرف (Parasuraman , Zeithaml, Berry) وهو عبارة عم سلسلة من المقاييس المتكاملة والمترابطة لمعرفة رأي المستهلك بما يتوقعه من أداء في الخدمة المقدمة له من منتجها وعلى وفق عدد من الخصائص. (بوفاس و بلايلية، 2018، صفحة 7)

✓ إن هذا المقياس المتعدد الأبعاد يقوم على أساس معرفة الفجوة بين ما يدركه المستهلك من الخدمة وما يتوقعه. ومن ناحية أخرى يتمتع نموذج ServQual بقبول واسع النطاق كمقياس لجودة الخدمة. (الأعوام و بابلحاج، 2022، صفحة 19)

✓ قدم (Parasurman 1985) طريقة أو نموذج الفجوة معتمدا على محورين: (سالم و محمد، 2022، صفحة 11)

- جودة الخدمة يمكن إلى عدة أبعاد.

- جودة الخدمة يمكن قياسها عن طريق الفرق بين الإدراكات والتوقعات.

ومنه فإن جودة الخدمة = إدراكات الزبون للخدمة المقدمة - توقعات الزبون نحو الخدمة.

ويقوم هذا النموذج على أساس الفجوات التي من خلالها يمكن معرفة أوجه القصور أو الخلل في تقديم الخدمة ذات مستوى عالي من الجودة وتتمثل الفجوات في ما يلي:

- الفجوة الأولى (فجوة التوقع) : الفرق بين ادراكات المسيرين لتوقعات الزبائن والأهمية النسبية التي يوليها الزبائن لأبعاد الجودة.

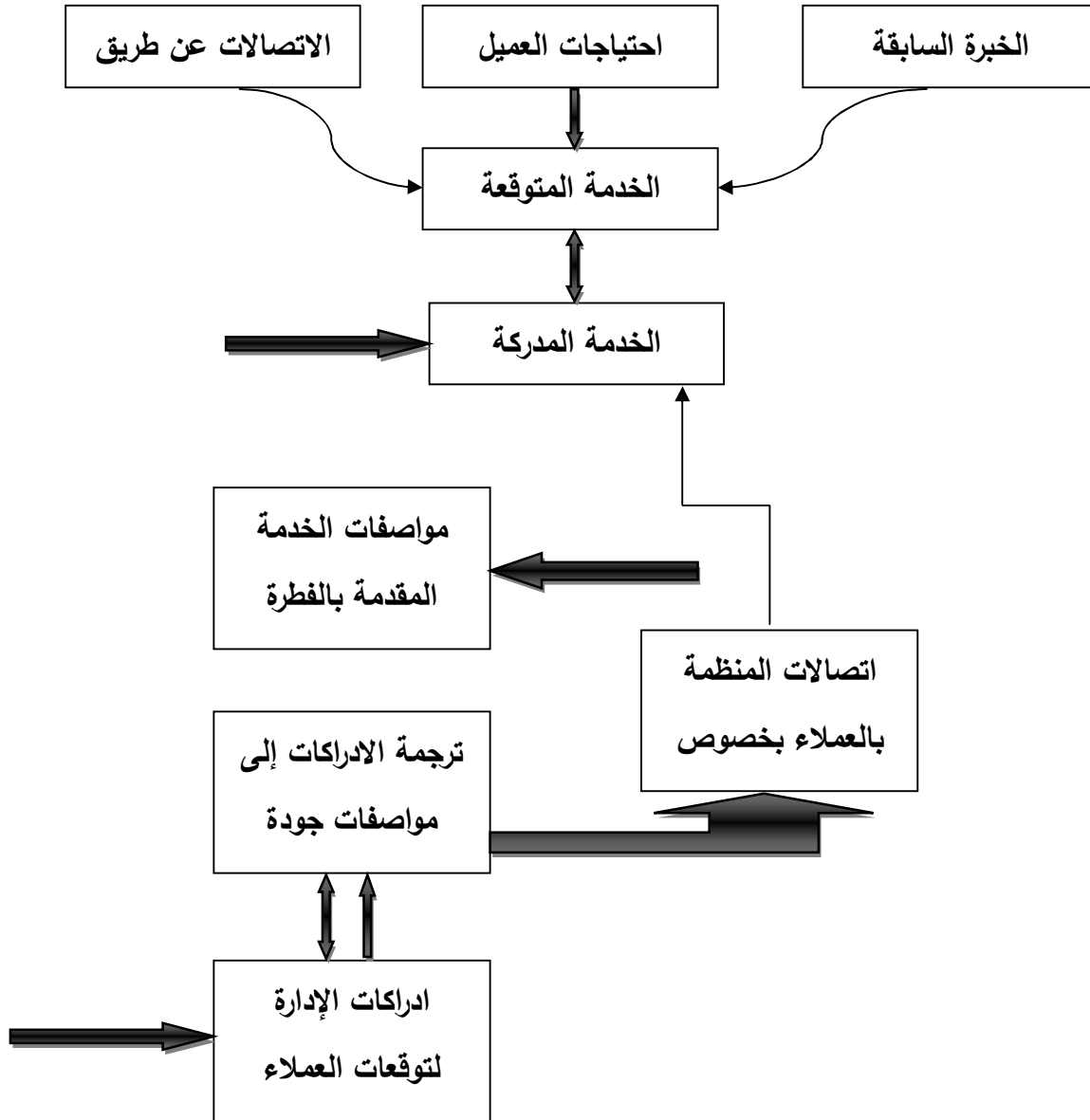
- الفجوة الثانية (فجوة المواصفات) : الفرق بين ما تعتقده الإدارة أن الزبون يرغب فيه، وماذا يتوقع الزبون من المؤسسة أن تقدم له.

- الفجوة الثالثة (فجوة التسليم) : الفرق بين الخدمة المقدمة من طرف موظفي المؤسسة والمواصفات الموضوعية من طرف الإدارة.

- الفجوة الرابعة (فجوة الاتصال) : الوعود المعلنة من طرف المؤسسة للزبون لا تطابق توقعات الزبون من تلك الوعود.

الفجوة الخامسة (فجوة الإدراك) : الفرق بين إدراك الخدمة من طرف الزبون وتوقعاته من الخدمة.

الشكل (1،1): نموذج الفجوات لقياس جودة الخدمة



➤ قياس جودة الموقع (WEBQUEL): هناك عدد من العناصر التي تحدد مستوى جودة الموقع غير أننا سنقوم باختيار أهمها مثل: سهولة الاستخدام . جودة المعلومات . الأمان والخصوصية . الجاذبية المرئية، حيث سبق اختيارها في العديد من الدراسات السابقة والبحوث لقياس جودة الموقع، حيث يستند هذا المقياس الى تصورات المستخدمين . (عامر و علي بلحاج، 2023، صفحة 642)

✓ نشأت خمس فئات عامة لجودة موقع الويب من مراجعة الأدبيات والاستكشافية البحث: سهولة الاستخدام، الفائدة، الترفيه، العلاقة التكاملية، وخدمة العملاء. (Loiacono، Watson، و Goodhue، 2002، صفحة 433)

✓ ويعتمد على 14 معيار: (Loiacono، Watson، و Goodhue، 2002، صفحة 433)

- جودة المعلومة.

- تلبية الموقع لاحتياجات الزبون.

- الاتصال الملائم من أجل الاستجابة لاحتياجات الزبون.

- الثقة أي توفر عنصر أمن المعلومات والمعاملات واحترام الخصوصية.

- فترة الرد أي المدة اللازمة للحصول على رد تبعا للبحث في الموقع أو التفاعل معه.

- سهولة قراءة وفهم الموقع.

- سهولة استعمال والتشغيل وتصفح الموقع.

- جمالية الموقع.

- الابتكار وابداعية وأصالة الموقع.

- جاذبية الموقع.

- يعطي صورة متسقة أي لا يطرح أفكار مناقضة لصورة المنظمة.

- شمولية الموقع أي إمكانية إجراء أغلب إجراءات ومراحل الشراء عبر الانترنت.

- تقديم ميزة نسبية أثناء التعامل مقارنة بطرق التفاعل الأخرى مع المنظمة.

- خدمة الزبون مثل الإجابة على تساؤلات أو التعليقات والتغذية العكسية للزبون.

➤ نموذج الاتجاهات للأداء الفعلي للخدمة: ويعرف هذا النموذج باسم (ServPerf) وتعني أداء

الخدمة، وتتكون من العبارتين: service الخدمة والأداء performanc، وتعرف الجودة في

إطار هذا النموذج بأنها اتجاها يرتبط بإدراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف

الاتجاه على أنه: "تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة"، يقوم

نموذج الاتجاهات على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة، ويركز على تقييم

الأداء الفعلي للخدمة، أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالعميل فقط. (البدوي و سعيد علي

القحطاني، 2019، صفحة 21)



✓ **نموذج الأداء الفعلي (ServPerf):** قدم هذا النموذج الباحثان (Cronin, Taylor) ويعتمد هذا النموذج في قياس جودة الخدمة على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة، ويتم التعبير عنه من خلال المعادلة التالية، جودة الخدمة = الأداء الفعلي، وهو يختلف عن نموذج جودة الخدمة، في أنه يستبعد فكرة الفجوة بين الأداء الفعلي والتوقعات المدركة لدى المستفيدين من الخدمة. (المكاوي، 2019، صفحة 338)

✓ يعتمد ServPerf على طريقة أكثر بساطة في قياس جودة الخدمة باستخدام اتجاهات العملاء نحو الأداء الفعلي للخدمة المقدمة لهم. ويعتمد مقياس الأداء الفعلي ServPerf على خمسة أبعاد أساسية لقياس وتقييم جودة الخدمات وهي: العناصر الملموسة، الاعتمادية أو المصدقية في التعامل، سرعة الاستجابة، الأمان، التعاطف والاهتمام بالطلاب. (صالح محمد صلاح الدين، 2016)

✓ **لتقييم جودة الخدمة يتضمن هذا الاتجاه الأفكار التالية:** (بخنة، مراد، و بروجو، 2018، صفحة 126)

- إن الأداء الحالي للخدمة يحدد بشكل كبير تقييم الزبون لجودة الخدمة المقدمة فعليا من المؤسسة الخدمية.
- ارتباط الرضا بتقييم الزبون لجودة الخدمة أساسه الخبرة السابقة في التعامل مع المؤسسة أي أن التقييم عملية تراكمية طويلة لأجل نسبيا.
- تعتبر المؤشرات المحددة لمستوى الجودة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، الملموسة) ركيزة أساسية لتقييم مستوى الخدمة وفق نموذج ServPerf.

✓ ويلاحظ أن مقياس ServPerf لجودة الخدمة يعتمد على قياس الجودة بعدها شكلا من أشكال الاتجاهات نحو الأداء الفعلي للخدمة، ولم يختلف المقياس الجديد "ServPerf" عن المقياس الأول "ServQual" في الأبعاد الرئيسية المستخدمة في قياس جودة الخدمة، وهي: الأشياء المادية (العناصر الملموسة) والاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف. (نادية، 2023، صفحة 545)

### ➤ **نموذج NetQual: صممه Bressoolles (2006 \_ 2008)**

يتضمن خمس أبعاد: (غباد، 2021، صفحة 118)

- سهولة الاستخدام (الاستكشاف، البحث عن المعلومات): يتطلب نجاح تطبيق أي تقنية توافر عدد من المحددات من أهمها سهولة الاستخدام التي تشير إلى توقع المستخدم بأن استخدام التقنية لن يترتب عليه جهد بدني وعقلي كبير، إذ يؤدي تعقيد التقنية، وصعوبة استخدامها إلى إثارة قلق المستخدم، ومن ثم عزوفه عنها. وقد عرفت المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس international organization for standardization " "

سهولة الاستخدام بأنها مدى إمكانية استخدام المنتج من قبل مستخدمين محددين، لتحقيق أهداف محددة، مع الفعالية والكفاءة والرضا، في سياق استخدام محدد. ويرجع منشأ مفهوم سهولة الاستخدام إلى مجال تفاعل الإنسان مع الحاسوب، وهو مجال واسع يرتبط بالطرق والأساليب التي يتفاعل بها الإنسان مع الحاسوب. وتؤكد معظم تعريفات سهولة الاستخدام الشائعة على الكفاءة والفعالية ورضا المستخدم، ويعتمد التنوع والاختلاف الدقيق بينها على خصائص النظام الذي تقيم سهولته وسماته. (الجهني، 2019، صفحة 5)

وترتبط سهولة الاستخدام بعدة معايير تشمل: (الجهني، 2019، صفحة 5)

- ✚ سهولة التعلم (Learnability): وتشير إلى مدى سهولة قيام المستخدم بإنجاز المهمات عند تفاعله مع الموقع لأول مرة.
- ✚ الكفاءة (Efficiency): وتعني مدى سرعة أداء المهمات حالما يتعلم المستخدم كيف يستخدم الموقع.
- ✚ سهولة التذكر (Memorability): وتشير إلى مدى سهولة أن يعود المستخدم إلى استخدام الموقع بكفاءة بعد فترة انقطاع عن استخدامه.
- ✚ الأخطاء (Errors): ويرتبط هذا المعيار بعدد الأخطاء التي يرتكبها المستخدم، ومدى خطورتها، ومدى سهولة معالجتها.
- ✚ الرضا (Satisfaction): ويشير إلى مدى رضا المستخدم عن جاذبية الموقع، واستمتاعه باستخدامه.

- تصميم الموقع (القدرة على الإبداع، التفاعلية): أكدت عدة دراسات أن لجودة تصميم الموقع الإلكتروني أثر بالغ في إقبال العملاء على الخدمات الإلكترونية باستخدام خيار البحث وسهولة الوصول إلى الخدمة الإلكترونية من الصفحة الرئيسية للموقع الخاص بالجهة مقدمة الخدمة، وأيضا جودة تصميم الموقع الإلكتروني لجذب المستخدمين لزيارة الموقع ومن تم المكوث أكثر فترة ممكنة داخل الموقع. (حسيبة و لبادي، 2023، صفحة 27)

- الأمن واحترام الخصوصية:

- جودة وكمية المعلومات المتوفرة: إن الانترنت هو أكبر وأسرع مستودع بيانات ومعلومات وتقارير المؤسسات، لهذا فان جودة المعلومات تحتل الأهمية الكبرى في موقع المؤسسة الإلكترونية. هناك من حدد القيمة المضافة على موقع المؤسسة بخصائص المنتج الرقمي مضروبا بجودة و ثراء المعلومات. (حسيبة و لبادي، 2023، صفحة 27)

- الدقة واحترام الالتزامات:

➤ نموذج SiteQual: صممه Yoo et Donthu (2001)

يتضمن الأبعاد التالية: (غياذ، 2021، صفحة 118)

- سهولة الاستخدام وقدرة الموقع على توفير المعلومات المناسبة
- التصميم وتفاعلية الموقع
- سرعة العملية
- الأمان

➤ نموذج E-TailQ: من طرف (Wolfenbarger et Gilly (2003)

يتضمن الأبعاد التالية: (غياذ، 2021، صفحة 118)

- التصميم
- خدمة المستهلكين
- الموثوقية
- الأمان والخصوصية

➤ نموذج E-S-Qual: من طرف (Parasuraman, Zeithaml, Malhotra (2005):

وحددوا الأبعاد التالية: (غياذ، 2021، صفحة 118)

- الكفاءة
- احترام الالتزامات
- توفر النظام
- احترام الخصوصية
- الاستجابة، الاتصال
- التعويض

## علاقة جودة الموقع الإلكتروني برضا الطلبة:

**1) مفهوم الرضا:** هو الشعور بالسعادة والابتهاج الذي يحصل عليهما الإنسان نتيجة إشباع حاجة أو رغبة عنده، الرضا أيضا هو الحالة التي يشعر بها الطالب تجاه الخدمة التي تقدمها الجامعة.، يقصد برضا الطالب اقتناعه بجودة الخدمات التعليمية المقدمة له في البيئة الجامعية، وثقته بها وتفاعله معها واستجابته لها على الوجه الذي يحقق الكثير من النتائج والإيجابيات، على المستوى أكاديمي والنفسي، كما يمكن أن تعني توقعات الطالب حول شكل ونوع وجودة الخدمات التعليمية التي سيحظى بها في الجامعة، فحين كانت الخدمات الجامعية المتوفرة إلى حد ما تصورات الطالب وتوقعاته فانه سيشعر بالرضا وسينعكس رضاه على تفاعله الجامعي وتحصيله الأكاديمي والجدير بالذكر أن رضا الطالب يعد من أهم العوامل التي تقيس وتقيم تطوره ونموه الأكاديمي، والتي تقيم أيضا مستوى الجامعة ومستوى الخدمات المقدمة فيها. (علة و الود، 2017، صفحة 9)

■ يعرف الرضا بأنه الفعل المدرك الدال على الأداء، ويقاس من قبل الطالب نفسه، وفي حال عدم وصول الأداء إلى الحد المطلوب والمتوقع من قبل الطالب، فذلك ينعكس على مستوى السرور أو يعكس مدى استياء الطالب عن ذلك الأداء، أما في حالة تجاوز الأداء المستوى المتوقع من قبل الطالب، فذلك يتحول إلى مستوى من الرضا والوصول إلى مرحلة الولاء والارتباط بالمنظمة. (العابدين و قدرى، 2020، صفحة 39)

■ يعتبر رضا الطالب من المؤشرات الايجابية التي تدل ولائه للمؤسسة التعليمية، ويرجع سبب اهتمام مؤسسات التعليم العالي برضا طلبتها إلى أثره الكبير على تحفيزهم والحفاظ عليهم من جهة وعلى قدرة استقطابها لطلبة جدد من جهة أخرى في ظل المنافسة الشديدة بين الجامعات. (الرحمان و قاشي، 2020، صفحة 153)

■ من المهم معرفة مدى تصور الطلبة لجودة الخدمات المقدمة لهم من قبل المؤسسات التعليمية، وذلك من خلال تحقيق احتياجات الطلبة من المنتجات والخدمات على حد سواء. ويعتمد رضا الطلبة على عدة أبعاد متعددة في مجال التعليم منها: جودة البرامج التعليمية والتوعية، البيئة التعليمية، وجودة البنية التحتية للمؤسسات التعليمية، والمناهج التعليمية الجيدة، وانتشار السمعة الحسنة من خلال الطلبة الحاليين أو الخريجين من المؤسسة التعليمية. وبهذا فإنها كلما كانت جودة الخدمات المقدمة للطلبة جيدة ينعكس على ارتفاع معدل رضاهم. (الطيوط و بن محمد المحميد، 2022، صفحة 98)

■ مفهوم الرضا الإلكتروني: هو تقييم العميل المستمر لخبرته الشرائية الأولية مع منظمة تجارة إلكترونية معينة. (بركات م، 2019، صفحة 13)، يعرف على أنه انجاز نتيجة لتجارب تعاملات متعددة في تشكيل تقييم شامل للشركات على الإنترنت، على أساس مجموع المشتريات وتجارب الاستهلاك مع السلعة أو الخدمة على مر الزمن، وقد اكتسب الرضا الإلكتروني أهمية متزايدة في أدبيات التسويق الآونة الأخيرة، إن العملاء الراضين يميلون لاستخدام أكبر للخدمة ويمتلكون نوايا شراء أقوى ومتشوقين للتوصية بالمنتج أو الخدمة لأمثالهم أكثر من غير الراضين، بناء على رأي بعض الباحثين فإن رضا العميل يمثل مركز أهداف المؤسسة لبناء برامج العلاقات في سياق التجزئة الإلكترونية. (سباغ و رماس، 2019، صفحة 79)

## (2) أهمية الرضا:

- نظرا لأهمية رضا الطالب ينبغي على الجامعات الحرص والعمل لتحقيق هذا الرضا، كي تتمكن الجامعة من اكتساب أكبر عدد من الطلبة والمحافظة عليهم، مما يؤدي إلى تطورها ونموها في مختلف المجالات الأكاديمية،
- أصبح رضا الطلبة قيمة حيوية في السير نحو التطور والتميز. (المومني، 2018، صفحة 93)
- الرضا هو الوصول إلى درجة القبول والموافقة والإعجاب والارتياح بين ما يريده الفرد وبين ما يحصل عليه في موقف معين، كما أن توفير خدمات تعليمية بجودة مطلوبة تحقق درجات من رضا الطلبة، والذي ينعكس على مستواهم العلمي بشكل مباشر زيادة على الأطراف الأخرى المستفيدة من تلك الخدمات، ولعل أحد أهم أسباب الاهتمام بمؤشرات جودة العملية التعليمية هو لرفع وتحسين مخرجاتها. (الجريس، 2022، صفحة 31)
- إن لرضا العميل أهمية بالغة تتمثل في: (سفيان، 2017، صفحة 119)
  - ✚ رسم برنامج وخطط العمل بالمنظمة،
  - ✚ تطوير جودة الخدمة وتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة في السوق،
  - ✚ نجاح المنظمة في تحقيق الأرباح من خلال إشباع احتياجات ومطالب العميل،
  - ✚ خلق الولاء من قبل العميل للمنظمة،
  - ✚ زيادة معدل تكرار تعاملات العميل للمنظمة،

### (3) علاقة جودة الموقع الإلكتروني برضا الطلبة:

تسعى مؤسسات التعليم العالي إلى تعزيز العلاقة بين جودة الموقع الإلكتروني ورضا الطلبة من خلال إنشاء بنية تحتية جيدة تسهم في تعزيز مقدره المؤسسات التعليمية على تقديم خدمات ذات جودة عالية من أجل تحقيق أعلى معدل رضا لدى الطلبة. إن المؤسسة التعليمية لا يمكنها جذب الكثير من الطلبة إلا من خلال تقديم خدمة متميزة وموثوقة وذات جودة عالية. (الطيب و بن محمد المحميد، 2022، صفحة 99)

**علاقة جودة المحتوى برضا الطالب:** إن محتوى الموقع هو مستودع بيانات ومعلومات وتقارير المؤسسة. لهذا فإن جودة المحتوى تحتل الأهمية الكبرى في موقع المؤسسة الإلكترونية. هناك من حدد القيمة المضافة على موقع المؤسسة بخصائص الخدمة الرقمية مضروبا بجودة وثناء لمحتوى ولقد حدد جيمس أوبرين ثلاثة أبعاد لجودة المعلومات على الموقع الوق أو التوقيت، الشكل، المحتوى. (غياذ، 2021، صفحة 121)

**علاقة جودة سهولة التعامل برضا الطالب:** عرف Barnes Dvidgen سهولة الاستخدام للموقع والتصفح التي ينجم عنها الرغبة في إعادة استخدامه، مما ينجم عنه الولاء الإلكتروني وبالتالي الرضا عنه، لذا فلا بد أن تكون بسيطة وسريعة بدون انقطاع، حتى يمكن للمستخدم إتمام عمله بسهولة وتصفح الموقع والانتقال بين أجزائه بسلاسة والوصول الى الخدمة المطلوبة بطريقة سهلة وبسيطة. (غياذ، 2021، صفحة 121)

**علاقة جودة التصميم برضا الطالب:** تسعى المؤسسة دائما لأن يظهر موقعها في أبهى صورة حتى يجذب الزبائن لزيارته وذلك بإعطاء انطباع جيد منذ الزيارة الأولى للموقع، حيث توصل Tarase Wich لوجود عدة عوامل تسهم في جعل الموقع أكثر جاذبية وهي: الصور، التصميم، الألوان، مقاطع الفيديو. (غياذ، 2021، صفحة 122)

**علاقة جودة التنظيم برضا الطالب:** تسهيل مهمة المستخدم في الولوج الى الموقع المؤسسة وذلك باتباع منهجية واضحة وسلاسة في التنقل وتنظيم المبدع والمتطور للموقع يسهل على الزبون في ايجاد ما يبحث عنه ويرغبه في استخدامه عدة مرات دون ان يتوه بين الصفحات ويخلق لديه انطباع ايجابي يؤدي به في الأخير إلى الرضا عن الموقع الإلكتروني.

## المبحث الثاني : الدراسات السابقة

## 1-دراسة ( بن مريم نور الدين، درقاوي أسماء \_ 2024 )

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة خدمة الموقع الالكتروني لجامعة مستغانم ودوره في تحقيق رضا الطلبة، واعتمدنا على المنهج التحليلي الكمي ولتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق الاستبانة كأداة قياس على عينة عشوائية من الطلبة بلغ عددهم 83 بجامعة مستغانم، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود انطباع ايجابي لدى عينة الدراسة على معيار جودة المحتوى، ومعيار جودة التصميم، ومعيار جودة التنظيم، ومعيار جودة سهولة التعامل. ولذا اقترحت الدراسة ضرورة الاهتمام بمعيار جودة المحتوى، ومعيار جودة التنظيم أكثر حيث كانت نسبة الاستجابة أقل مقارنة بمعيار سهولة التعامل، وكذا احتواء الموقع على عناصر تتيح التفاعلية وعناصر أخرى لقياس مدى رضا الطلبة بصفة دورية لضمان تلبية توقعات واحتياجات الطلاب في عصر التكنولوجيا المتقدمة.

## 2-دراسة ( عتيق خديجة، عتيق عائشة 2023):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الموقع الالكتروني بمتغيراتها(جودة النظام، جودة المعلومات، جودة الخدمة) على رضا العميل، شمل البحث عينة من مستخدمي موقع جوميا في كامل القطر الجزائري من خلال استبيان الكتروني، وتحليل النتائج المتوصل إليها تم اعتماد برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS .

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد جودة الموقع الالكتروني وتحقيق رضا العميل، كما بينت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الموقع الالكتروني في تحقيق رضا العميل.

## 3-دراسة ( سالي سليمان الجريس، 2022 )

من أهداف هذه الدراسة هو البحث في العلاقة ما بين جودة الخدمة التعليمية المقدمة في المعهد العالي للغات و ما بين رضا الطلاب، ولهذا الغرض تمت دراسة الحالة في المعهد العالي للغات الموجود في دمشق.

وقد تم إتباع المنهج الوصفي، ولتحقيق هذا تم الانطلاق من البحث الاستكشافي من دراسات سابقة حول الموضوع نفسه، أو موضوعات متعلقة بالجودة والخدمات الأكاديمية وما لها من تأثير على الطلاب وعلى رضاهم عن الأداء مما ينعكس على المؤسسة التعليمية المقدمة لهذه الخدمة.



أظهرت معظم الدراسات أن هناك علاقة طردية بين جودة الخدمات التعليمية المقدمة، ورضا الطلاب بدرجات متفاوتة، وقد توصلت هذه الى نتائج مشابهة حيث لوحظ أن الأثر الأكبر على الرضا عائد لبعدها الجودة التي تخص التعاطف وبدرجة كبيرة.

لاتمام الدراسة، تم جمع البيانات من عينة عرضية مؤلفة من 124 طالبا وتم تحليلي البيانات باستخدام برنامج SPSS.

بعد الدراسة تم التوصل الى وجود علاقة قوية ما بين جودة الخدمات المقدمة ورضا الطلاب بفروق متفاوتة ما بين خدمة وأخرى،

#### 4- دراسة ( قشي ليلي، هباش فارس\_ 2022 )

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر جودة خدمات المواقع الالكترونية في مؤسسات التعليم العالي على رضا المستخدمين. وقد اشتملت عينة الدراسة على 211 مستخدما للموقع الالكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة فرحات عباس بسطيف1، حيث تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، وعلى برنامج spss لتحليل البيانات.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن جميع أبعاد جودة خدمات الموقع لها أثر ايجابي في رضا المستخدمين، وعلى ضوء هذه النتائج تم تقديم مجموعة من الاقتراحات أهمها تعزيز أمن وخصوصية الموقع الالكتروني للكلية تخصيص موظفين لمهمة الاستجابة للمستخدمين، تحسين تصميم الموقع وإدخال تحسينات مستمرة تتماشى مع متطلباتهم.

#### 5- دراسة ( لحسن عطا الله\_ 2022 )

يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير جودة خدمة التعليم الالكتروني عبر منصة موودل على رضا الطلبة ونية استخدامهم للتعليم الالكتروني في الجزائر، ولهذا الغرض تم توزيع استبيان على مجموعة من الطلبة حيث بلغ حجم عينة البحث 147 طالب، وتم تحليل معطيات الدراسة باستخدام أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية بالمربعات الصغرى الجزئية عن طريق برنامج smart pls، ومن خلال هذه الدراسة تم التوصل الى وجود تأثير ايجابي مباشر لجودة خدمة التعليم الالكتروني عبر منصة موودل على رضا الطلبة ونية استخدامهم للتعليم الالكتروني، وأيضا يوجد تأثير مباشر لرضا الطلبة عن التعليم الالكتروني على نية استخدامهم الطلبة له، كما تم التوصل الى ان هناك تأثير ايجابي غير مباشر لجودة خدمة التعليم الالكتروني عبر منصة موودل مع وجود الرضا كمتغير وسيط.

## 6-دراسة ( خلفاوي هدى،بلهداجي صليحة\_ 2022)

يهدف هذا البحث إلى التعرف على تأثير جودة خدمة التعليم الإلكتروني عبر منصة موودل على رضا الطلبة في جامعة سعيدة، حيث تم اختيار عينة ملائمة من الطلبة بلغ عددها 100 طالب وفقا لطريقة العينة العشوائية، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستمارة كأداة لجمع البيانات. ومن أهم نتائج هذه الدراسة أن جميع فرضيات الدراسة جاءت صحيحة بحيث أثبتت النتائج السابقة أن هناك ارتباط ذو دلالة إحصائية بين مؤشرات جودة التعليم عبر منصة موودل وبين رضا الطلبة، كما أثبت النتائج أيضا على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات جودة التعليم الإلكتروني عبر منصة موودل على رضا الطلبة.

## 7-دراسة (رضا عبد الواحد أمين \_ 2022)

تهدف هذه الدراسة لقياس رضا الجمهور نحو فاعلية المواقع الإلكترونية لشركات قطاع الأعمال العام. من خلال تحليل مضمون تلك المواقع، ورصد الأدوات المستخدمة من قبل هذه الشركات لتفعيل تلك العلاقة والاهتمام بكسب رضا الجمهور وفهم حاجاته ورغباته، واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون عينة من المواقع الإلكترونية لشركات قطاع الأعمال العام المتمثلة في: (موقع شركة مياه الشرب والصرف الصحي، وموقع شركة غاز مصر لتوزيع الغاز الطبيعي)، كما اعتمدت في جمع البيانات على استمارة الاستبانة على عينة من المستخدمين لمواقع هذه الشركات، وعددهم (466مفردة)، بالإضافة إلى إجراء مقابلة شخصية مع الإدارة العليا بهذه الشركات.

وتوصلت الدراسة إلى أن جميع استجابات أفراد العينة أخذت الاتجاه الايجابي بنسب متفاوتة ومقاربة من واقع آرائهم بنسبة (86,8%) حتى نسبة (100%)، كما ثبتت صحة فروض الدراسة، حيث توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المواقع الإلكترونية للشركات (شركة مياه الشرب والصرف الصحي، شركة غاز مصر لتوزيع الغاز الطبيعي) وفقا لأبعاد نموذج الفجوات لتحسين مستوى الخدمة، وأبعاد نموذج جودة الخدمات الإلكترونية ومدى رضاهم عنها، كما توجد علاقة ارتباطية دالة بين اتجاهات الجمهور نحو التغذية الراجعة وسرعة استجابة المواقع الإلكترونية للشركات ومدى رضاهم عنها، وأيضا يوجد فروق دالة بين رضا الجمهور عن فاعلية المواقع الإلكترونية للشركات وفقا للعوامل الديموغرافية.

**8-دراسة ( كريمة غياد \_ 2021 )**

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الالكترونية التي يقدمها موقع بريد الجزائر على رضا زبائنه المستخدمين للموقع الالكتروني ببلدية سكيكدة، وذلك بالاعتماد على المقياس الفرنسي NetQual المصمم لقياس جودة الخدمات الالكترونية بأبعاده. وتم اختيار عينة ملائمة من مستخدمي الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر وعددها 80 فردا وفقا لطريقة العينة العشوائية، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستمارة كأداة لجمع البيانات.

**9-دراسة( ياسر عبد الرحمان، خالد قاشي \_ 2020 )**

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار أثر جودة خدمة التعليم العالي على رضا طلبة جامعة محمد الصديق بن يحيى \_ جيجل. اعتمد الباحثان على الاستلانة كأداة رئيسية لجمع البيانات عن متغيرات الدراسة، حيث تم توزيعها على عينة شملت 470 طالب بجامعة جيجل، ومن أجل معالجة البيانات تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. توصلت الدراسة الى وجود أثر ايجابي لجودة خدمة التعليم العالي على رضا طلبة جامعة جيجل.

**10 - دراسة( مدروس نادية \_ 2020 )**

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر جودة الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق الرضا لدى العملاء بولاية تلمسان ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام نموذج WebQual المعتمد لقياس جودة المواقع الالكترونية، ولقد تم توزيع استبيان على عينة الدراسة تمثلت في 272 عميل، ولتحليل النتائج المتوصل لها تم اعتماد برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V20 .

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بمعامل ارتباط بيرسون بلغ 0,953 بين أبعاد جودة الموقع الالكتروني وتحقيق الرضا لدى العملاء، كما بينت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الموقع الالكتروني في تحقيق رضا العملاء.

## 11- دراسة (بسام عطية المكاوي \_ 2019)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توافر معايير جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة القاسمية وعلاقتها بتحقيق رضا الطلبة. ولتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق الاستبانة كأداة قياس، بعد التحقق من الخصائص السيكومترية لها، وقد طبقت على عينة من الطلبة بلغ عددهم 100 طالب، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود انطباع ايجابي لدى عينة الدراسة على كل من معيار جودة النص، وجودة التصميم وجودة المحتوى وجودة سهولة التعامل، في حين أظهرت النتائج وجود انطباع متوسط\_ان لم يكن سلبي\_ لمعيار جودة المعلومات الأكاديمية. كما أوصت بضرورة احتواء الموقع على عنصر التفاعلية.

## 12- دراسة (علي بركات\_ 2019)

تهدف هذه الدراسة للعلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية بين جودة الخدمة الإلكترونية المدركة ورضا العملاء وولائهم الإلكتروني، تتمثل مشكلة البحث في عدم الإدراك الكافي لبعض مديري منظمات الأعمال الذين لديهم خطط للمشاركة في أعمال التجارة الإلكترونية لمحددات جودة الخدمة الإلكترونية ورضا العميل الإلكتروني وولاء العميل الإلكتروني وتسلسل العلاقات بين هذه المفاهيم مما يحول دون جذب العملاء للتعامل مع المواقع الإلكترونية لتلك المنظمات ومما يؤدي إلى عدم قدرة هؤلاء المديرين على تحقيق الأهداف التسويقية لمنظماتهم. استخدم الباحث اختبار الاعتمادية باستخدام معامل ألفا كرونباخ لاختبار ثبات مقاييس الدراسة، واستخدم الباحث التحليل العاملي الاستكشافي والتحليل العاملي التأكيدي لاختبار صلاحية مقاييس الدراسة، واستخدم الباحث تحليلات المسار والارتباط والانحدار لتحديد معنوية ونوع العلاقات بين عوامل الدراسة. توصل الباحث إلى أن أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية هي معلومات الموقع واعتمادية الموقع وسهولة استخدام الموقع وأمان الموقع، وأنه توجد علاقة معنوية وإيجابية بين أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية المدركة ورضا العميل الإلكتروني، وأنه توجد علاقة معنوية وإيجابية بين رضا العميل الإلكتروني وولاء العميل الإلكتروني، وأنه توجد علاقة معنوية وإيجابية بين سهولة استخدام الموقع وولاء العميل الإلكتروني.

**13- دراسة (صليحة رقاد، وآخرون \_ 2018)**

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى توافر معايير جودة خدمة في الموقع الالكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة سطيف1\_ الجزائر \_ ودورها في تحقيق رضا الطالب.

ولتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق الاستبانة كأداة قياس، وقد وزعت على عينة من الطلبة، بلغ عددهم ب 257 طالبا، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتوصلت الدراسة الى جملة من النتائج، من أهمها:

\_ وجود انطباع ايجابي لدى عينة الدراسة على كل من معيار محتوى الموقع والتنظيم وسهولة التعامل على الترتيب، في حين وجد انطباع متوسط \_ إن لم يكن سلبي \_ لمعيار التصميم.

\_ مستوى الرضا عن معايير جودة خدمة الموقع الالكتروني لدى أفراد عينة الدراسة كان متوسطا بشكل عام.

\_ وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمعايير جودة خدمة الموقع الالكتروني إجمالا على رضا الطالب.

**14- دراسة (بوراس نادية، بوعشة مبارك \_ 2017)**

هدف هذه الدراسة الى التعرف على معايير جودة الخدمة الالكترونية، ولتحقيق هذا الهدف تم توضيح أهم المفاهيم المتعلقة بأهم الخدمات الالكترونية من جهة وجودة الخدمات من جهة ثانية، بعدها تم التوسع في معايير تقييمها، وخلصت الدراسة أنه يمكن الاعتماد على مجموعة من المعايير لتقييم جودة الخدمات

الالكترونية

**خلاصة :**

يتضح لنا من خلال هذا الفصل الدور الكبير الذي تؤديها جودة خدمات الموقع الالكتروني بالنسبة للجامعة ،حيث تطرقنا إلى مفاهيم حول الخدمة الالكترونية والموقع الالكتروني وكذا جودة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة وتعتبر الأخيرة محور الفصل باعتباره مفهوم حديث أدرج في المؤسسات وأنه كلما زاد رضا الطالب على الموقع الالكتروني يعني وجود جودة في خدمة الموقع الالكتروني .

## الفصل الثاني

## المبحث الأول: الطريقة والأدوات

### مجتمع وعينة الدراسة:

بعد تصميم الاستبيان واختباره وتعديله تم تعميمه على العينة المستهدفة من الدراسة وهذه الأخيرة مكونة من طلاب جامعة د. مولاي الطاهر- سعيدة- بحجم عينة مكون من 70 طالب مجيب على الاستبيان.

### الأدوات والبرامج الإحصائية المستخدمة:

لقد تم القيام بتفريغ البيانات وتحليل الاستبانة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS نسخة 20 وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- اختبار ألفا كرونباخ لقياس وثبات وصدق الدراسة.
- التكرارات والنسب المئوية للقسم الأول (البيانات الشخصية).
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحليل محاور الدراسة.
- التحليل الوصفي للمؤشرات.
- الاختبار الارتباط الثنائي بيرسون . corrélacion B–variée de Spearman
- اختبار الانحدار الخطي البسيط .Regressions Linéaire simple
- اختبار الانحدار الخطي المتعدد.

### تحديد متغيرات الدراسة:

- المتغيرات المستقلة: كفاءة الموقع الالكتروني للجامعة، توفر نظام الموقع الالكتروني للجامعة، وفاء الموقع الالكتروني للجامعة، خصوصية الموقع الالكتروني للجامعة.
- المتغير التابع: رضا الطلبة.



## المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها

## المطلب الأول: نتائج الدراسة

## ▪ خصائص عينة الدراسة:

تساهم معرفة خصائص العينة في تحديد مواقف مفردات عينة البحث، بالإضافة إلى أن ذلك يسمح بتجنب عدد من الانحرافات، الأمر الذي يؤدي إلى فهم الواقع و يمكن تحديد هذه الخصائص والصفات كما يلي:

## 1- توزيع أفراد العينة حسب النوع:

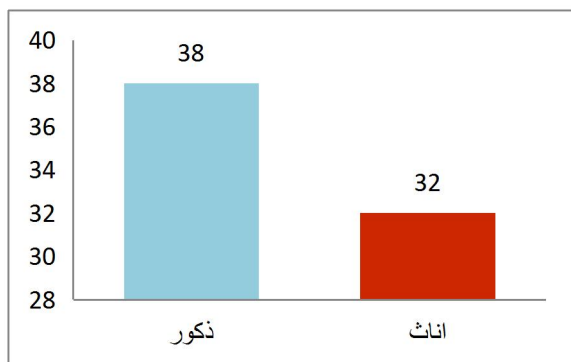
الجدول رقم (1) : توزيع أفراد العينة حسب النوع

النسبة	التكرار	الفئة
54,3%	38	ذكر
45,7%	32	أنثى
100%	70	المجموع

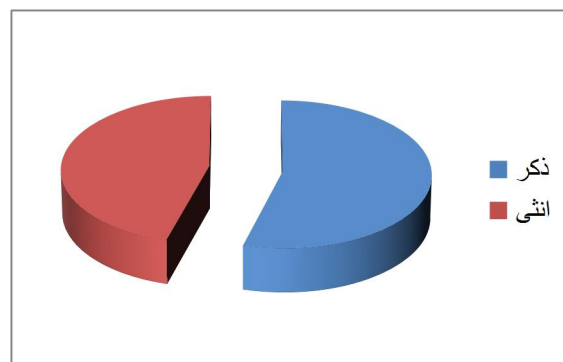
المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

وتوضح الأشكال التالية النسب المئوية والأعمدة البيانية حسب النوع:

الشكل رقم (3) أعمدة بيانية لتوزيع العينة حسب النوع



الشكل رقم (2) دائرة نسبية لتوزيع العينة حسب النوع



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (1) أن 54,3% من أفراد العينة قصد الدراسة ذكور بينما 45,7% منهم إناث وهذا يأتي انسجاماً مع توزيع أفراد الطلبة في جامعة سعيدة، باعتبار فئة الذكور هي الفئة الغالبة.

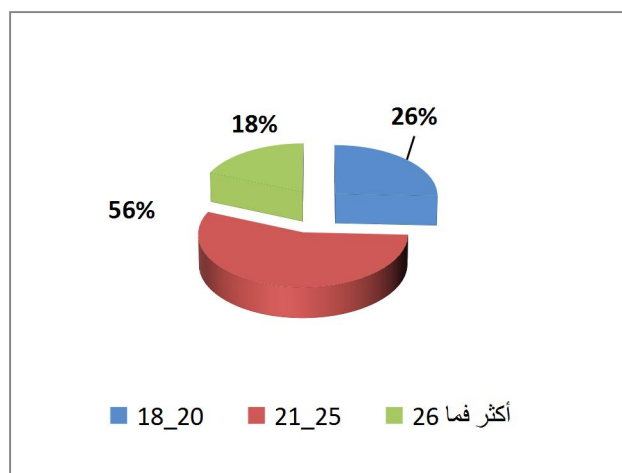
## 2- توزيع أفراد العينة حسب العمر:

الجدول رقم(2) : توزيع أفراد العينة حسب العمر

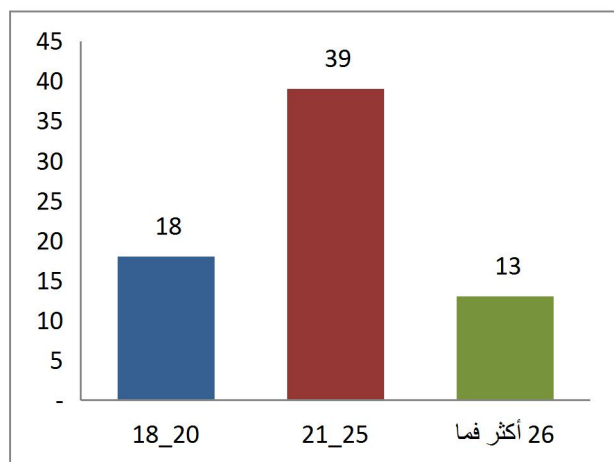
النسبة	التكرار	الفئة
25,7%	18	20_18 سنة
55,7	39	25_21 سنة
18,6	13	26 فما أكثر سنة
100%	70	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (4) دائرة نسبية لتوزيع العينة حسب العمر



الشكل رقم (5) أعمدة بيانية لتوزيع العينة حسب النوع



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (2) أن 56% من أفراد العينة قصد الدراسة ذات الفئة 25-21 بينما 26% منهم ذات الفئة 18-20 و 18% للفئة العمرية 26.

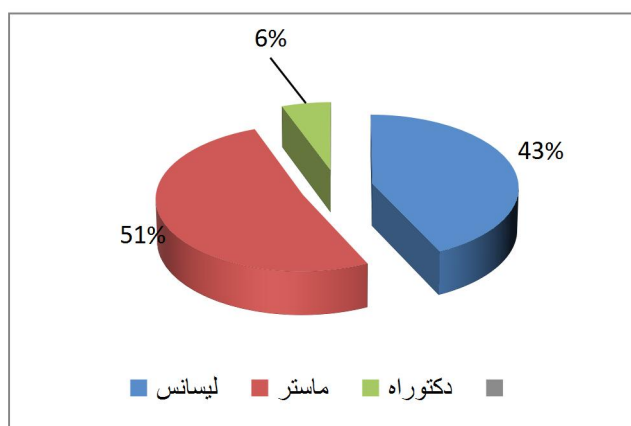
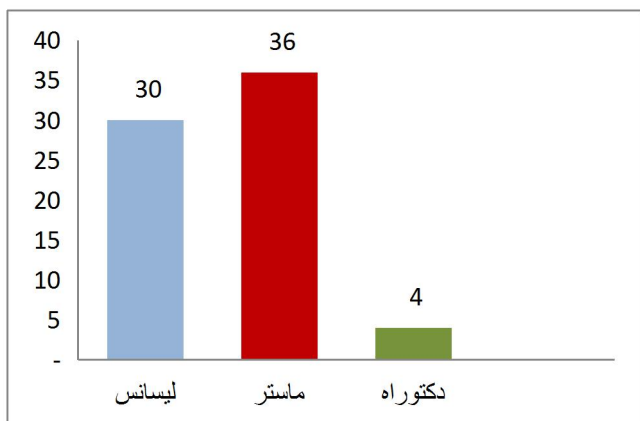
### 3- توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم(3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الفئة
42,9%	30	ليسانس
51,4%	36	ماستر
5,7%	4	دكتوراه
100%	70	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (6) دائرة نسبية لتوزيع العينة حسب المستوى      الشكل رقم (7) أعمدة بيانية لتوزيع العينة حسب المستوى



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (5) نلاحظ أن 51% من أفراد العينة قصد الدراسة لديهم مستوى تعليمي ماستر بينما 42,9% لديهم مستوى تعليمي ليسانس أما 5,7% لديهم مستوى الدكتوراه.

### 1) دراسة صدق وثبات الاستمارة:

لمعرفة صدق وثبات الاستمارة تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ فوجدناه يساوي (0.832)، وهذا يعني أن معامل الثبات جيد.

الجدول رقم(4): معامل الثبات ألفا كرونباخ

عدد الأسئلة	ألفا كرونباخ
24	0.832

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

▪ تحليل اتجاهات إجابات عينة الدراسة:

الجدول (5): يمثل نتائج تحليل كفاءة الموقع الالكتروني:

رقم العبارة	العبارة	الحسابي المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة	مستوى الأهمية
01	هذا الموقع يجعل من السهل العثور على ما احتاج اليه	3,49	1,282	موافق	مرتفع
02	هذا الموقع يجعل من السهل الوصول إلى أي محتوى على الموقع	3,77	1,092	موافق	مرتفع
03	يمكنني من إكمال عملية البحث بسرعة	3,96	0,875	موافق	مرتفع
04	المعلومات في هذا الموقع منظمة بشكل جيد	3,60	1,013	موافق	مرتفع
05	يمكن تحميل صفحاته بسرعة	3,16	1,013	موافق	مرتفع
06	هذا الموقع سهل الاستخدام	3,7	0,921	موافق	مرتفع
07	هذا الموقع يتيح لي الوصول إليه بسرعة	3,67	0,989	موافق	مرتفع
08	هذا الموقع منظم بشكل جيد	3,49	0,974	موافق	مرتفع
	المتوسط العام	3,61	1,018	موافق	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS20

يتبين من خلال الجدول رقم (5) أن قيمة المتوسط الحسابي لبعد الكفاءة يساوي (3,61)، بانحراف قدره (1,108)، وهو ما يدل حسب سلم القياس على درجة موافقة مرتفعة. إذ احتلت العبارة رقم(3) المرتبة الأولى التي تشير إلى أن الموقع يمكن من إكمال عملية البحث بسرعة بمتوسط حسابي قدره (3,96)، بينما احتلت العبارة رقم (5) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3,16)، ويمكن تفسير ذلك أن هذا الموقع لا يمكن تحميل صفحاته بسرعة.

الجدول (6): يمثل نتائج تحليل توفر نظام الموقع الالكتروني:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاستجابة	مستوى الأهمية
09	هذا الموقع متاح دائما لعملية البحث والحصول على المعلومات	3,59	1,210	موافق	مرتفع
10	يتم إطلاق هذا الموقع وتشغيله على الفور	3,63	0,837	موافق	مرتفع
11	لا يتعطل هذا الموقع	2,54	1,151	غير موافق	منخفض
12	لا يتوقف هذا الموقع بعد إدخال معلومات طلبية	3,11	1,029	محايد	متوسط
	المتوسط العام	3,21	3,455	محايد	متوسط

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS20

يتبين من خلال الجدول رقم (6) أن قيمة المتوسط الحسابي لبعد توفر نظام الموقع يساوي (3,21)، بانحراف قدره (3,455)، وهو ما يدل حسب سلم القياس على درجة محايد. إذ احتلت العبارة رقم (10) المرتبة الأولى التي تشير إلى أن يتم اطلاق هذا الموقع وتشغيله على الفور بمتوسط حسابي قدره (3,63)، بينما احتلت العبارة رقم (11) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (2,54)، والتي تشير إلى أن الموقع لا يتعطل.

الجدول (7): يمثل نتائج تحليل وفاء الموقع الالكتروني:

رقم العبارة	العبارة	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	الاستجابة	مستوى الأهمية
13	يقوم هذا الموقع بتسليم المعلومات عند الوعد بها	3,41	1,173	محايد	متوسط
14	هذا الموقع يجعل المعلومات متاحة للتسليم ضمن إطار زمني مناسب	3,57	0,844	موافق	مرتفع
15	يسلم هذا الموقع بسرعة ما أطلبه	3,66	0,849	موافق	مرتفع
16	يرسل هذا الموقع العناصر المطلوبة	3,61	5,054	موافق	مرتفع
17	يقدم هذا الموقع معلومات دقيقة وصادقة	3,93	0,922	موافق	مرتفع
18	هذا الموقع يقدم وعودا دقيقة بشأن تسليم الخدمة	3,39	0,967	محايد	متوسط
	المتوسط العام	3,59	1,63	موافق	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS20



يتبين من خلال الجدول رقم (7) أن قيمة المتوسط الحسابي لبعد وفاء الموقع يساوي (3,59)، بانحراف قدره (1,63)، وهو ما يدل حسب سلم القياس على درجة موافقة مرتفعة. إذ احتلت العبارة رقم (17) المرتبة الأولى التي تشير إلى أن هذا الموقع يقدم معلومات صادقة ودقيقة بمتوسط حسابي قدره (3,93)، بينما احتلت العبارة رقم (18) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3,39)، والتي تشير إلى أن هذا الموقع يقدم وعودا دقيقة بشأن تسليم الخدمة.

الجدول (8): يمثل نتائج تحليل خصوصية الموقع الالكتروني:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاستجابة	مستوى الأهمية
19	يحمي المعلومات بسلوكي في البحث عبر الموقع	4,24	1,013	موافق بشدة	مرتفع
20	لا يشارك معلوماتي الشخصية مع المواقع الأخرى	4,36	0,869	موافق بشدة	مرتفع
21	هذا الموقع يحمي المعلومات المتعلقة بنشاطي البيداغوجي	4,19	0,906	موافق	مرتفع
	المتوسط العام	4,26	0,929	موافق بشدة	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS20

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على عبارات بعد الخصوصية ذات مستوى مرتفع من الأهمية بمتوسط عام قدر ب4,26، إذ احتلت العبارة رقم 20 المرتبة الأولى و التي تشير إلى أن الموقع لا يشارك معلوماتي الشخصية مع الواقع الأخرى وهذا بمتوسط حسابي قدر ب4,36 هذا مطابق لما لاحظناه باستعمالنا للموقع.

الجدول (9): يمثل نتائج تحليل رضا الموقع الالكتروني:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاستجابة	مستوى الأهمية
22	أنا راض عن استخدام الموقع الالكتروني للجامعة	3,74	1,176	موافق	مرتفع
23	يلبي الموقع الالكتروني للجامعة احتياجاتي	4,00	0,901	موافق	مرتفع
24	اعتقد أن استخدامي لموقع الجامعة هو قرار جيد	3,86	1,011	موافق	مرتفع
	المتوسط العام	3,86	1,029	موافق	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS20

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على عبارات محور الرضا ذات مستوى مرتفع بمتوسط عام قدر بـ 3,86 ، إذ احتلت العبارة رقم 23 المرتبة الأولى و التي تشير إلى أن الموقع الالكتروني للجامعة يلبي احتياجاتي وهذا بمتوسط حسابي قدر بـ 4,00 وانحراف معياري 0,901. وهذا ما لاحظناه عند استعمالنا للموقع.

▪ اختبار فرضيات الدراسة:

✓ اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

H0: لا يوجد علاقة ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية بين جودة خدمة الموقع الالكتروني وبين رضا الطلبة.

H1: يوجد علاقة ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية بين جودة خدمة الموقع الالكتروني وبين رضا الطلبة.

الجدول رقم(10): نتائج علاقة الارتباط بين جودة خدمة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة

رضا الطلبة		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0,000	**0,782	جودة خدمة الموقع الالكتروني

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS20

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن مستوى الدلالة المحسوب (0,000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) لجودة خدمة الموقع الالكتروني. كما تشير نتائج الجدول إلى أن معامل الارتباط بيرسون يساوي (0,782) وهو ما يشير إلى وجود ارتباط قوي بين جودة خدمة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.

1- اختبار الفرضية الثانوية الأولى:

**H0:** لا توجد علاقة ارتباط ايجابي بين كفاءة الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

**H1:** توجد علاقة ارتباط ايجابي بين كفاءة الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

الجدول رقم(11): نتائج علاقة الارتباط بين كفاءة الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

رضا الطلبة		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0,000	0,601**	كفاءة الموقع الالكتروني

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن مستوى الدلالة المحسوب (0,000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) لبعد الكفاءة. كما تشير نتائج الجدول إلى أن معامل الارتباط بيرسون يساوي (0,601) وهو ما يشير إلى وجود ارتباط قوي بين كفاءة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.

## -2 اختبار الفرضية الثانوية الثانية:

**H0** : لا توجد علاقة ارتباط ايجابي بين توفر نظام الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

**H1** : توجد علاقة ارتباط ايجابي بين توفر نظام الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

الجدول رقم(12): نتائج علاقة الارتباط بين توفر نظام الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

رضا الطلبة		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0,000	0,508**	توفر نظام الموقع الالكتروني

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن مستوى الدلالة المحسوب (0,000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) لبعد توفر نظام الموقع الالكتروني. كما تشير نتائج الجدول إلى أن معامل الارتباط بيرسون يساوي (0,508) وهو ما يشير إلى وجود ارتباط قوي بين توفر نظام الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.

3- اختبار الفرضية الثانوية الثالثة:

**H0** : لا توجد علاقة ارتباط ايجابي بين وفاء الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

**H1** : توجد علاقة ارتباط ايجابي بين وفاء الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

الجدول رقم(13): نتائج علاقة الارتباط بين وفاء الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

رضا الطلبة		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0,000	0,445**	وفاء الموقع الالكتروني

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن مستوى الدلالة المحسوب (0,000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) لبعد وفاء الموقع الالكتروني. كما تشير نتائج الجدول إلى أن معامل الارتباط بيرسون يساوي (0,445) وهو ما يشير إلى وجود ارتباط متوسط بين وفاء الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.

4- اختبار الفرضية الثانوية الرابعة:

**H0:** لا توجد علاقة ارتباط ايجابي بين خصوصية الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

**H1:** توجد علاقة ارتباط ايجابي بين خصوصية الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

الجدول رقم(14): نتائج علاقة الارتباط بين خصوصية الموقع الالكتروني للجامعة ورضا الطلبة

رضا الطلبة		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0,000	0,660**	خصوصية الموقع الالكتروني

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن مستوى الدلالة المحسوب (0,000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) لبعد خصوصية الموقع الالكتروني. كما تشير نتائج الجدول إلى أن معامل الارتباط بيرسون يساوي (0,660) وهو ما يشير إلى وجود ارتباط قوي بين خصوصية الموقع الالكتروني ورضا الطلبة.

✓ اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

**H0:** لا يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

**H1:** يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

الجدول رقم(15): ملخص النموذج وتقدير معاملات النموذج المتعلقة بالفرضية الرئيسية

Coefficients <sup>a</sup>			
Modèle	Coefficients standardisés	t	Sig.
Bêta			
	(Constante)	-1,906	,061
	الكفاءة	,202	,043
1	التوفر	,316	,000
	الوفاء	,058	,520
	الخصوصية	,497	,000

a. Variable dépendante : الرضا

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال نتائج الجدول رقم (15) يتضح مايلي:

- أن مستوى الدلالة لبعده الكفاءة يساوي (0,043) وهو أقل من (0,05) لذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لمؤشر الكفاءة على رضا الطلبة.
- أن مستوى الدلالة لبعده توفر نظام يساوي (0,000) وهو أقل من (0,05) لذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لمؤشر توفر النظام على رضا الطلبة.



- أن مستوى الدلالة لبعء الوفاء يساوي (0,520) وهو أكبر من (0,05) لذلك نقبل الفرضية العدمية التي تنص على أنه لا يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لبعء الوفاء على رضا الطلبة.
- أن مستوى الدلالة لبعء الخصوصية يساوي (0,000) وهو أقل من (0,05) لذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لمؤشر توفر النظام على رضا الطلبة.

1- اختبار الفرضية الثانوية الأولى:

**H0:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات كفاءة الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

**H1:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات كفاءة الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

الجدول رقم(16): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الأولى

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط بيرسون	معامل التحديد R <sup>2</sup>	قيمة F	الدلالة Sig Anova	معامل الانحدار الغير المعمارية Beta
رضا الطلبة	الكفاءة	0,601	0,361	38,469	0,000	0,601

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

أظهرت نتائج الانحدار الخطي البسيط لفرضية لثانوية الأولى أن نموذج الانحدار معنوي وذلك من خلال قيمة F البالغة 38,469 بدلالة إحصائية Sig بقيمة 0,000 أضغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05) أي نستطيع التنبؤ بالمتغير التابع (رضا الطلبة) من خلال الاعتماد على المتغير المستقل (كفاءة الموقع الالكتروني)، وتفسر النتائج أن مؤشر كفاءة الموقع الالكتروني تفسر التباين الحاصل في رضا الطلبة بنسبة 36,1% وذلك بالنظر إلى معامل التحديد (R<sup>2</sup>) الذي جاءت قيمته ب 0,361. كما جاءت قيمة معامل الانحدار Beta ب

0,601 ذات دلالة إحصائية أي كلما زاد مؤشر الكفاءة بمقدار وحدة زاد رضا الطلبة بمقدار 0,601.

2- اختبار الفرضية الثانوية الثانية:

**H0:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات توفر الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

**H1:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات توفر الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

الجدول رقم(17): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الثانية

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط بيرسون	معامل التحديد R <sup>2</sup>	قيمة F	الدلالة Sig Anova	معامل الانحدار الغير المعمارية Beta
رضا الطلبة	التوفر	0,508	0,258	23,601	0,000	0,508

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

أظهرت نتائج الانحدار الخطي البسيط لفرضية لثانوية الأولى أن نموذج الانحدار معنوي وذلك من خلال قيمة F البالغة 23,601 بدلالة إحصائية Sig بقيمة 0,000 أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05) أي نستطيع التنبؤ بالمتغير التابع (رضا الطلبة) من خلال الاعتماد على المتغير المستقل (توفر نظام الموقع الالكتروني)، وتفسر النتائج أن مؤشر توفر نظام الموقع الالكتروني تفسر التباين الحاصل في رضا الطلبة بنسبة 25,8% وذلك بالنظر إلى

معامل التحديد ( $R^2$ ) الذي جاءت قيمته ب 0,258. كما جاءت قيمة معامل الانحدار Beta ب 0,508 ذات دلالة إحصائية أي كلما زاد مؤشر الكفاءة بمقدار وحدة زاد رضا الطلبة بمقدار 0,508.

3- اختبار الفرضية الثانوية الثالثة:

**H0:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات وفاء الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

**H1:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات وفاء الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

الجدول رقم(18): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الثالثة

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط بيرسون	معامل التحديد $R^2$	قيمة F	الدلالة Sig Anova	معامل الانحدار الغير المعمارية Beta
رضا الطلبة	الوفاء	0,445	0,198	16,824	0,000	0,445

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

أظهرت نتائج الانحدار الخطي البسيط لفرضية لثانوية الأولى أن نموذج الانحدار معنوي وذلك من خلال قيمة F البالغة 16,824 بدلالة إحصائية Sig بقيمة 0,000 أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05) أي نستطيع التنبؤ بالمتغير التابع (رضا الطلبة) من خلال الاعتماد على المتغير المستقل (وفاء الموقع الالكتروني)، وتفسر النتائج أن مؤشر وفاء الموقع

الالكتروني يفسر التباين الحاصل في رضا الطلبة بنسبة 19,8% وذلك بالنظر إلى معامل التحديد ( $R^2$ ) الذي جاءت قيمته ب 0,198. كما جاءت قيمة معامل الانحدار Beta ب 0,445 ذات دلالة إحصائية أي كلما زاد مؤشر الكفاءة بمقدار وحدة زاد رضا الطلبة بمقدار 0,445

4- اختبار الفرضية الثانوية الرابعة:

H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات خصوصية الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات خصوصية الموقع الالكتروني للجامعة على رضا الطلبة

الجدول رقم 19: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانوية الرابعة

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط بيرسون	معامل التحديد $R^2$	قيمة F	الدلالة Sig Anova	معامل الانحدار الغير المعمارية Beta
رضا الطلبة	الخصوصية	0,660	0,435	52,423	0,000	0,660

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

أظهرت نتائج الانحدار الخطي البسيط لفرضية لثانوية الأولى أن نموذج الانحدار معنوي وذلك من خلال قيمة F البالغة 52,423 بدلالة إحصائية Sig بقيمة 0,000 أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0,05) أي نستطيع التنبؤ بالمتغير التابع (رضا الطلبة) من خلال الاعتماد على المتغير المستقل (خصوصية الموقع

الالكتروني)، وتفسر النتائج أن مؤشر خصوصية الموقع الالكتروني تفسر التباين الحاصل في رضا الطلبة بنسبة 43,5% وذلك بالنظر إلى معامل التحديد ( $R^2$ ) الذي جاءت قيمته ب 0,435. كما جاءت قيمة معامل الانحدار Beta ب 0,660 ذات دلالة إحصائية أي كلما زاد مؤشر الكفاءة بمقدار وحدة زاد رضا الطلبة بمقدار 0,660.

### المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

#### مناقشة نتائج الدراسة:

نصت الفرضية الرئيسية الأولى على أنه توجد علاقة ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية بين جودة خدمة الموقع الالكتروني وبين رضا الطلبة، وهذا نظرا لأن قيمة معامل الارتباط بيرسون يساوي 0,782 ومستوى الدلالة الإحصائية 0,000 وهو أقل من الدلالة الإحصائية 0,05 (%5).

مما يعني وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين جودة خدمة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة، ثم اختبار الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات جودة خدمة الموقع الالكتروني ورضا الطلبة والتي أظهرت نتائجها من خلال الجدول (15) كالتالي: مستوى الدلالة 0,000 وهو أقل من 0,05، ماعدا مؤشر الوفاء التي أظهرت أن مستوى الدلالة يساوي (0,520) وهو أكبر من مستوى الدلالة 0,000.

وقد كان أبرز أبعاد جودة خدمة الموقع الالكتروني تقييما بعد الخصوصية بمتوسط حسابي بلغ (4,26). يليه بعد الكفاءة بدرجة تقييم (3,61)، بينما احتلت المراتب الأخيرة كل من بعد الوفاء بمتوسط بلغ (3,59) وبعد توفر نظام بمتوسط بلغ (3,21).

تتوافق نتائج دراستنا مع دراسة قشي ليلي، هباش فارس (2022) والتي هدفت إلى تحديد أثر جودة خدمات المواقع الالكترونية في مؤسسات التعليم العالي على رضا المستخدمين، فكانت نتائجها تدل على أن جميع أبعاد جودة خدمات الموقع لها أثر إيجابي في رضا المستخدمين.

كما اتفقت نتائج دراسة بن مريم نور الدين، درقاوي أسماء (2024) مع دراستنا والتي تهدف إلى التعرف على أثر جودة خدمة الموقع الالكتروني ودوره في تحقيق رضا الطلبة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود انطباع إيجابي لدى عينة الدراسة على معيار جودة المحتوى، ومعيار جودة التصميم، ومعيار جودة التنظيم.

**خلاصة النتائج:**

من خلال التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة واختبار صحة فرضياتها تم التوصل إلى العديد من النتائج يمكن استخلاصها في النقاط التالية:

توصلنا الى أن تقييم الطلبة لجودة خدمات الموقع الالكتروني لجامعة دكتور مولاي الطاهر في ولاية سعيدة كان ذو مستوى مرتفع، و عليه فإن جودة خدمة الموقع الالكتروني للجامعة كانت مرضية للطلبة محل الدراسة، حيث أن تقييم الطلبة للكفاءة و توفر النظام و الخصوصية كان عاليا بينما كان تقييم الطلبة لبعد الوفاء أقل درجة بمستوى منخفض .

خاتمة عامة



تم التطرق من خلال دراستنا إلى العديد من الجوانب التي تظهر جودة خدمات الموقع الإلكتروني في الجامعات بحيث تناولت معرفة جودة خدمات المواقع الإلكترونية بالإضافة إلى استعراض أبعاد جودة الموقع الإلكتروني للجامعة. المعتمدة من طرف الباحثين بالإضافة إلى معرفة رضا الطلبة وأهميته بالنسبة للجامعات. وكان الغرض من كل هذا هو إدراج الجانب المفاهيمي النظري من أجل توضيح اتجاه الدراسة والعلاقة التي تربط بين متغيرات الدراسة، وقد تم طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

#### - ما مدى تأثير جودة خدمة الموقع الإلكتروني على رضا الطلبة؟

بموازاة مع اختبار الفرضيات الرئيسية:

- **الفرضية الرئيسية الأولى:** هناك ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية بين جودة خدمة الموقع الإلكتروني و رضا الطلبة.

- **الفرضية الرئيسية الثانية:** يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة على رضا الطلبة.

أما الجانب التطبيقي فكان عبارة عن دراسة ميدانية في جامعة دكتور مولاي طاهر في ولاية سعيدة، حيث تم التطرق في هذا الجانب إلى استعراض مجموعة من الأدوات والطرق والأساليب الإحصائية المناسبة لغرض المعالجة وتحليل معطيات الاستبيان.

#### **النتائج :**

وفي الأخير توصلنا الى أن تقييم الطلبة لجودة خدمات الموقع الإلكتروني لجامعة دكتور مولاي الطاهر في ولاية سعيدة كان ذو مستوى مرتفع، و عليه فإن جودة خدمة الموقع الإلكتروني للجامعة كانت مرضية للطلبة محل الدراسة، حيث أن تقييم الطلبة للكفاءة و توفر النظام و الخصوصية كان عاليا بينما كان تقييم الطلبة لبعد الوفاء أقل درجة بمستوى منخفض .

التوصيات:

- يجب على الموقع تحسين عملية تحميل صفحاته بسرعة.
- تحسين عملية الولوج للموقع واستخدامه.
- تحسين عملية التعطل للموقع.
- يجب على الموقع تقديم وعود دقيقة بشأن تسليم الخدمة.
- على الجامعة التركيز على إيجاد حلول للمشكل التي تواجه الطلبة أثناء قيامهم بالتصفح في الموقع.
- العمل على الحد من أخطاء نظام الموقع الالكتروني وذلك لرفع مستوى الثقة بالموقع الالكتروني.
- الأخذ بعين الاعتبار التغذية العكسية الصادرة من الطلبة.
- العمل على تطوير الموقع الالكتروني ضمن حلقة التحسين المستمر من خلال إدخال تحسينات مستمرة تتماشى مع متطلبات المستخدمين.

آفاق الدراسة:

- أثر جودة خدمة الموقع الالكتروني للجامعة على رضا المستخدمين.
- دور الموقع الالكتروني في تحسين الجودة من المنظور التعليمي.
- الثقافة الالكترونية ودورها في تطبيق الموقع الالكتروني في مؤسسات التعليم العالي.

# قائمة المصادر

أولاً: المقالات والمجلات:

أ- باللغة العربية:

- أحمد، خ. أ. (2019). جودة الدماء المصرفية و دورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة. مجلة اقتصاد المال و الأعمال.
- البدوي، أ. م.، سعيد علي القحطاني، ا. (2019). استخدام نموذج الادراكات والتوقعات servqual في قياس جودة الخدمات التعليمية. مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر.
- الرحمان، ي. ع. &، قاشي، خ. (2020). أثر جودة خدمة التعليم العالي على رضا الطلبة. مجلة أبحاث اقتصادية وادارية .
- الرشيدى، ب. ف. &، عبد الستار نافع، و. (2022). تأثير جودة الموقع الالكتروني على ولاء العملاء. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والادارية .
- العلوم الادارية والاقتصادية. الطيط، أ. ب. &، بن محمد المحميد، ب. (2022). أثر جودة الخدمات على رضا الطلبة في الجامعات السعودية. مجلة
- العابدين، ف. ز. &، قدرى، م. (2020). أثر فاعلية نظام التسجيل الالكتروني على جودة الخدمة وعلاقة ذلك بمستوى الرضا لدى الطلبة. مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية .
- الللح، أ. أ.، فرج رضوان، ع. &، عزت على حسن، ف. (2024). دور جودة الخدمة الالكترونية في دعم الأداء المؤسسي المستدام. المجلة العلمية للبحوث التجارية .
- المكاوي، ب. ع. (2019). معايير جودة خدمة الموقع الالكتروني لجامعة وعلاقتها بتحقيق رضا الطلبة . المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد . 17
- المومني، ر. ف. (2018). أثر بعض معايير جودة التعليم على رضا الطلبة . مجلة العلوم التربوية والنفسية
- بخته، ب.، مراد، ا. &، برحو، ف. (2018). تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية بنموذج ServPerf. مجلة البحوث الإدارية والإقتصادية
- بركات، خ. م. (2023). تقييم جودة المواقع الالكترونية للجامعات الحكومية المصرية. المجلة الدولية للسياسات العامة في مصر .
- بوراس، ن. &، بوعشة، م. (n.d.). تحسين الخدمات الالكترونية بالاعتماد على معايير الجودة. مجلة العلوم الاجتماعية و النسانية .
- ثنيو، س. (2017). المواقع الالكترونية -خصائصها ومعايير قياس جودتها. مجلة العلوم الإنسانية.
- حساني، ع. ا. &، بوكثير، ج. (2018). تقييم أبعاد جودة الخدمة البنكية و أثرها على رضا الزبائن. مجلة البحوث الاقتصادية و المالية.
- حميدي، ز.، بن علال، ب. &، أولاد حيمودة، ع. ا. (2023). جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي و انعكاسها على رضا العميل. مجلة العلوم الانسانية.

- خليل, ع. ا. & يحيوي, ف. ا. (2015). جودة الخدمات المصرفية و تأثيرها على رضا العملاء. مجلة الاقتصاد و التنمية.
- رقاد, ص., لعكيكزة, ي. & بويمة, أ. (2018). مدى توافر معايير جودة خدمة الموقع الالكتروني للجامعة ودورها في تحقيق رضا الطالب. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي
- سفيان, م. (2017). الأساليب التسويقية لقياس جودة أداء الخدمات التأمينية باستعمال النماذج السلوكية من وجهة نظر العميل. مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير.
- صالح محمد صلاح الدين, ن. (2016). تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي. مجلة البحث العلمي في التربية .
- ضانة, ج. م. (2015). جودة الخدمة و أثرها على رضا الزبائن. مجلة دراسات الاقتصاد و الأعمال .
- طوال, ه., شنتاحة, ه. ص. (2018). أثر جودة المواقع الالكترونية على رضا العميل دراسة حالة موقع jumia الالكتروني. التحديات الحديثة للتسويق وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- عامر, ع. علي بلحاج, ي. (2023). تأثير أبعاد جودة الموقع الالكتروني على تحقيق الشراء الاندفاعي في ظل وساطة الحالة المزاجية للزبون تطبيق نموذج sor. مجلة إضافات اقتصادية.
- عتيق, خ. & عتيق, ع. (2023). أثر أبعاد جودة المواقع الالكترونية على رضا العملاء. مجلة أفاق للبحوث والدراسات.
- عثماني, م. (2022). جودة الخدمات المصرفية و أثرها على رضا العملاء. مجلة دفاتر بوادكس
- علة, ع. & الود, ن. (2017). رضا الطلبة الجامعيين عن جودة الخدمات التعليمية. مجلة الرواق
- غياذ, ك. (2021). أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن. مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة .
- فراح, ش. & داني الكبير, ا. (2018). جودة الخدمات البنكية بين تحقيق فعالية الأداء و تعزيز القدرات التنافسية. مجلة الابتكار و التسويق.
- قشي, ل. & هباش, ف. (2022). أثر جودة خدمات المواقع الالكترونية في مؤسسات التعليم العالي على رضا. مجلة ميلاف للبحوث والدراسات.
- ماجدة, ب. ص., سليمة, ط. (2020). تأثير خصائص الخدمة على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية.
- مدروس, ن. (2020). أثر أبعاد جودة الموقع الالكتروني في تحقيق رضا العملاء. مجلة مجاميع المعرفة.
- نادية, س. (2023). قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية.
- يحيوي, م. & جيخ, ف. (2014). دور الموقع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية والتسويق عبر الانترنت. إفاق علمية.

ب- باللغة الانجليزية:

dedi jubaedi, a., novitasari, d., wiyono, n., riyanto, r., oktabrianto, o., jainuri, j., et al. (n.d.). the impact of E-service quality and satisfaction on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*

Parasuraman, P., Valarie, Z., & Malhotra, A. (2005). Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*

Watson, R., Loiacono, E., & Goodhue, D. (2002). *American Marketing Association: Winter Marketing Educators' Conference*

### ثانيا: الأطروحات والمذكرات

الأعووار, ا. & بابلحاج, ر. أ. (2022). استخدام نموذج servque في تقييم جودة مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، ورقة.

الجريس, س. س. (2022). تأثير جودة الخدمة التعليمية في رضا طالب المعهد العالي للغات بحث مقدم لنيل درجة ماجستير التأهيل والتخصص في إدارة الأعمال، سوريا.

سالم, ب. & محمد, ل. (2022). قياس جودة الخدمات البنكية وفق نموذج الأداء الفعمي. رسالة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي .

سباغ, غ. ا. & رماس, ع. (2019). تقييم أثر جودة الموقع الالكتروني على نية الشراء لدى مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، سعيدة.

فنوح, أ. & بوشناق, م. (2019). تقييم جودة الخدمة الالكترونية من وجهة نظر الزبون. مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية.

