

أثر جودة خدمات المواقع الالكترونية في مؤسسات التعليم العالي على رضا المستخدمين: دراسة استقصائية لمستخدمي موقع كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس سطيف1

The Impact of Website Services' Quality on Users Satisfaction in Higher Education Institutions: A Survey among the Website Users of Economics, Commercial and Management Sciences Faculty of Ferhat Abbas University Setif1

قشي ليلي^{1*}، هباش فارس²

1 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف1، وحدة بحث تنمية الموارد البشرية (جامعة سطيف2). جامعة سطيف1

leila.guechi@univ-setif.dz

2 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف1، مخبر الشراكة والاستثمار في المؤ.ص.وم في الفضاء الأورو مغاربي، جامعة سطيف1

fares.habbache@univ-setif.dz

النشر: 2022/12/31

القبول: 2022/12/06

الاستلام: 2022/08/18

ملخص:

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.26 لتحليل البيانات.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن جميع أبعاد جودة خدمات الموقع لها أثر إيجابي 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..

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة؛ الرضا؛ الموقع الالكتروني؛ المستخدمين؛ مؤسسات التعليم العالي.

* المؤلف المراسل

Abstract:

This study sought to determine how consumers' satisfaction is affected by the websites of higher education institutions' service quality. The study sample involved 211 users of the website of economics, commercial and management sciences faculty of Ferhat Abbas University in Setif. Primary data were gathered via a questionnaire, and they were analyzed using SPSS.26 software.

The study came to the conclusion that consumers' satisfaction is positively impacted by all aspects of the website service quality. Based on these results, we provided a series of recommendations, with a focus on strengthening the safety and privacy of the faculty website, designating specific staff members to respond to users, boosting the website's functionality, and implementing ongoing changes in line with users needs.

Keywords: Service quality; satisfaction; website; users; higher education institutions.

المعلومات الواردة في الموقع، والتي يتم من خلالها الوقوف على درجة رضا المستخدمين من الخدمة. ووفقاً لأهمية جودة المواقع الإلكترونية وما لها من أثر على رضا مستخدميها تأتي هذه الدراسة لمعرفة أثر جودة خدمات الموقع الإلكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة فرحات عباس بسطيف1 على رضا مستخدميه.

1. إشكالية الدراسة:

بناء على ما سبق يمكننا صياغة إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي:

ما أثر جودة خدمات الموقع الإلكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة فرحات عباس بسطيف1 على رضا مستخدميه؟

وللإجابة على إشكالية الدراسة حاولنا أولاً الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تؤثر اعتمادية الموقع الإلكتروني لكلية على رضا مستخدميه؟
- هل يؤثر تصميم الموقع الإلكتروني لكلية على رضا مستخدميه؟

1. مقدمة:

تسعى الجامعات كغيرها من المنظمات الأخرى إلى ترقية جودة الخدمات التي تقدمها والذي يعتبر هدف ينوق إليه كل من مقدمو الخدمات و المستخدمين على حد سواء. ومع التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير وظهور الإدارة الإلكترونية، التي تقوم على التنظيم الشبكي والانترنت، أصبحت الأعمال الإلكترونية مرحلة ضرورية لمعظم المنظمات من أجل إنجاز أنشطتها والاتصال والتنسيق لتصرف خدماتها مع بقية الأطراف من خلال المواقع الإلكترونية.

إن مواقع المؤسسات التعليمية ومنها الجامعات تعكس الصور والنشاط العلمي والتعليمي لهذه المؤسسات، والذي يكون الغرض منها تعريف وتعليمي وكذلك التعريف بأعضاء طاقمها الأكاديمي الذي يقوم بالعملية التعليمية والبحثية. ويتم ربط الموقع الرئيسي للجامعة بمواقع الكليات والمراكز البحثية التابعة لها لتسهيل الحصول على الخدمة المطلوبة.

لقد تم اقتراح عدة أبعاد لجودة الخدمات الإلكترونية مثل الأمان والخصوصية تصميم موقع الواب، سهولة الاستخدام، الانجاز، جودة

الأولية التي من خلالها يتحصل المستخدم على جل المعلومات والبيانات وبواسطتها تتم كل الخدمات الالكترونية، لذلك أصبح من الضروري تحسين جودة هذه المواقع وضبطها بمعايير الجودة حتى تحقق رضا المستخدمين.

4.1 أهداف البحث: يسعى البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف نوردتها كالتالي:

- التعريف بمفهوم جودة المواقع الالكترونية؛
- تسليط الضوء على أهم معايير جودة المواقع الالكترونية التي أجمع عليها معظم الباحثين في هذا المجال؛
- إبراز أثر جودة خدمات المواقع الالكترونية لمؤسسات التعليم العالي على رضا مستخدميها؛
- محاولة الكشف عن أهم مواطن الضعف والنقص بالمواقع الالكترونية لمؤسسات التعليم العالي، لاسيما بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة فرحات عباس سطيف 1، والعمل على تذليلها حتى تحظى برضا مستخدميها.

2. الإطار النظري

1.2 ماهية الموقع الالكتروني:

عرف استخدام المواقع الالكترونية تناميا متزايدا وسجل إقبالا ملحوظا من قبل المستخدمين خاصة خلال العقد الثاني من هذا القرن، وهذا في ظل التطور الكبير الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلى رأسها الشبكة العنكبوتية العالمية، اهتم الكثير من الباحثين والكتاب بتوضيح مفهوم الموقع الالكتروني، فقد عرفه البعض على أنه صفحات مبرمجة بأي لغة من لغات الواب، يقوم بعرض وأخذ البيانات على شبكة الانترنت وتختلف المواقع عن بعضها من

- هل يؤثر أمان وخصوصية الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؟
- هل تؤثر استجابة الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؟
- هل يؤثر انجاز الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؟
- هل تؤثر سهولة استخدام الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؟

2.1 فرضيات الدراسة

في إطار تحقيق أهداف الدراسة ونموذجها صيغت الفرضيات التالية:

- **الفرضية الرئيسية:** تؤثر جودة خدمات الموقع الالكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة سطيف على رضا مستخدميه
- ومن الفرضية الرئيسية تنبثق الفرضيات الفرعية التالية:
- تؤثر اعتمادية الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؛
- يؤثر تصميم الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؛
- يؤثر أمان وخصوصية الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؛
- تؤثر استجابة الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؛
- يؤثر انجاز الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؛
- تؤثر سهولة استخدام الموقع الالكتروني للكلية على رضا مستخدميه؛

3.1 أهمية البحث:

يكتسي البحث أهمية بالغة كونه يعالج المواقع الالكترونية والتي أضحت في وقتنا الحالي الأداة

الالكترونية تزداد الحاجة إلى تقييم جودة المواقع والخدمات الالكترونية التي توفرها، وفي هذا الصدد تمكن كل من الباحث *Parasuraman, Malhotra, Zeithmal* من تطوير معايير لقياس جودة خدمة الموقع الالكتروني تتضمن العملية ثلاث مراحل، وذلك باستخدام مجموعة التركيز الاستكشافية ومرحلتين من جمع البيانات التجريبية وتحليلها، أنتجت هذه العملية الأبعاد التالية:

- **الاعتمادية:** بمعنى درجة الاعتماد على مورد الخدمة ودقة انجازه للخدمة المطلوبة. (الطائي والعلاق، 2009، صفحة 246)
- **الاستجابة:** أي سرعة الانجاز ومستوى المساعدة المقدم للمستخدم من قبل مورد الخدمة. (الطائي والعلاق، 2009، صفحة 246)
- **الأمان والخصوصية:** بمعنى مدى توفير الموقع سياسة الأمن للمستخدم بعدم تخزين المعلومات في أي موقع الكتروني أو في قواعد بيانات خدمة السداد الالكتروني. (محمد فرج، 2020، صفحة 103)
- **سهولة الاستخدام:** هي كل ما يرتبط بسلوك المستخدم اتجاه الخدمة، أي مدى تفاعل المستخدم مع الخدمة ومدى سهولة الموقع وقابلية الوصول إلى مكوناته. (شاهين، 2013، صفحة 110)
- **الانجاز:** يتضمن الانجاز الدقة في الوعد بالخدمة، ضرورة وجود منتجات على مستوى المخازن، وتسليم المنتجات في الوقت المحدد (*Zeithmal, A Parsu, & Arvind, 2002, p. 366*).

ناحية عملها، وبرمجتها وطريقة عملها (الجرعي، 2014، صفحة 10). أما نجم عبود فيعرف الموقع الالكتروني على أنه مجموعة من صفحات الويب المرتبطة مع بعضها ارتباطا تشعبيا لتغطية موضوع متكامل معين، وتمثيل أنشطة الشركة ومنتجاتها وخدماتها بطريقة تضمن تحقيق أهدافها من الحضور الالكتروني (نجم والمبيضين، 2009، صفحة 16)، في حين يعرفه البعض على أنه مجموعة من صفحات وموارد أخرى متوقعة، والمترابطة وفق هيكل متماسك، تنشر من قبل المالك سواء كان مؤسسة أو إدارة أو جمعية أو أحد الخواص، يستضيفه واحد أو أكثر من خادم الويب. (*Loukam, sans date, p.*) (5) ويكتسي الموقع الالكتروني في الوقت الحالي أهمية بالغة، حيث يسمح باتصال سهل وبسيط بالشبكة العنكبوتية باستخدام مجموعة من الحروف، كما يعتبر وسيلة فعالة للإعلان عن المشروعات، وتصريف المنتجات والخدمات. (حوى، 2010، صفحة 60).

2.2 معايير جودة الموقع الالكتروني

ينطوي مفهوم الجودة على مجموعة من المعايير التي تحدد مدى توافق المنتج أو الخدمة مع حاجة المستفيد، وتعرف الجودة على أنها مقياس لمدى توافق مستوى الخدمة المقدمة مع توقعات المستخدمين بمعنى الامتثال لتوقعات المستخدمين على أساس ثابت (*Parasuraman & others, 2014, p. 42*)، كما تعرف أيضا على أنها المقارنة التي يعقدها متلقي الخدمة ما بين توقعاته لما ينبغي أن تكون عليه الخدمة، والأداء الفعلي لمقدم الخدمة (العضيلة والمحارب، 2017، صفحة 310). ومع تزايد الاعتماد يوما بعد يوم على المواقع

يعتبر رضا العملاء أكثر أهمية في حالة الخدمة الإلكترونية لأنه من الصعب الحفاظ على العملاء في العالم الافتراضي والحصول على ولائهم ، حيث يعرف الرضا الإلكتروني بأنه "حصيلة التجربة السابقة مع الخدمات التي يقدمها الموقع ويسمح لهذه التجربة بتقييم

فعالية قناة التوزيع على الويب وتحديد مدى رضاه عن الموقع" (Warda و AL-HAWARY، 2017، صفحة 176)

يشير رضا المستفيد إلى المشاعر التي يحتفظ بها العملاء الذين يستخدمون الخدمات الإلكترونية. (Al-Hawary & Al-Menhalyl, 2016, pp. 3-4)

4.2 محددات الرضا

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول ان محددات الرضا تتمثل في كل من: (هاني ، 2018، صفحة 13)

- **التوقعات:** وهي تطلعات او افكار العميل بشأن احتمال ارتباط اداء المنتج بخصائص ومزايا معينة يتوقع العميل ان يحصل عليها من هذا المنتج؛

- **الاداء الفعلي:** وهو مستوى الاداء المدرك للعميل عند استعماله السلعة او حصوله على الخدمة؛

- **تحقق التوقعات / عدم تحقق التوقعات:** ويحدث تحقق التوقعات عندما يتساوى الاداء الفعلي للمنتج مع التوقعات، اما عدم تحقق التوقعات فهو عبارة عن انحراف اداء المنتج عن المتوقع، فاذا تفوق الاداء الفعلي على التوقعات يحدث عدم التحقق الايجابي، واذا كان الاداء الفعلي اقل من التوقعات يحدث عدم التحقق السلبي.

- **التصميم:** أي إظهار الموقع بأفضل وأبهي صورة بحيث تجذب المستفيد لزيارته وإعادة زيارته بعد استخدامه أول مرة، وهذا اعتمادا على مبدأ إعطاء انطباع ممتاز منذ الزيارة الأولى للموقع لتكرار زيارته لاحقا. (حسين، 2010، صفحة 43)

3.2 تعريف الرضا

تسعى المنظمات جاهدة لتحقيق التوافق مع احتياجات عملائها، في ظل انتشار التكنولوجيا والتقنيات الحديثة واشتداد المنافسة في الاسواق. اذ ان رضا العميل هو مفتاح نجاح المنظمات والوصول اليه ليس بالأمر الهين. يمكن اعتبار الرضا موقفاً عاطفياً يؤثر على سلوك المستخدم وتقييم المنتجات والخدمات. (Ana & Antonio, 2013, p. 1114)

الرضا هو تقييم لاحق لتجربة المستهلك مع الخدمة، ويتم تصويره على أنه شعور إيجابي أو غير مبالٍ أو سلبٍ. (Grégory, 2007, p. 41) وعرفه البعض أن الرضا لا يعكس تقييمات العملاء وتفضيلاتهم فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات فحسب، بل يؤثر أيضاً على سلوك المستهلك المتابع. وأن إرضاء المستهلك أمر بالغ الأهمية لنجاح المؤسسة. (Yi-Hui, 2012, p. 95)

رضا العملاء هو حالة السعادة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنة التأثير المتصور لمنتج أو خدمة مع القيمة المتوقعة. (Tingui, Lijuan, Xiaohua, & Jingtao, 2020, p. 3) من التعاريف السابقة يمكن القول ان الرضا هو عبارة عن موقف عاطفي للعميل ينشأ نتيجة استخدام الخدمة والمنتج او عند مقارنة توقعاته مع الاداء الفعلي للخدمة.

5.2 أهمية الرضا

بينما شمل عدد الطلبة في جميع الأطوار 4000 طالبا. وقد تمثلت عينة الدراسة النهائية في 211 مستخدما للموقع منها 108 أساتذة، حيث تم توزيع الاستبيان إلكترونيا على مجمل أساتذة الكلية كمرحلة أولى، وبعد تسجيل عدم الاستجابة المتوقعة تم التواصل معهم خلال فترة الامتحانات التي تشهد تجمع عدد معتبر من أعضاء الهيئة التدريسية في مكان واحد. وعليه فقد امتدت فترة جمع البيانات من 21 ديسمبر 2021 إلى 21 جانفي 2022. وقد كانت نسبة الاستجابة لدى الأساتذة 64% من مجتمع الدراسة. ولتحقيق أهداف الدراسة وقصد إحداث التوازن في العينة المدروسة فقد تم كذلك جمع نفس عدد مستخدمي الموقع الإلكتروني من الطلبة موزعين بالتساوي بين الطورين الأول والثاني.

3.3 أداة الدراسة:

من أجل جمع البيانات الأولية المتعلقة بهذا البحث، تم تصميم استبيان بالاعتماد على مجموعة من المقاييس لقياس جودة الخدمة الإلكترونية والرضا جمعت من مصادر مختلفة وقد تم تكييفها لتتوافق مع الدراسة المطبقة في مجال التعليم العالي. إذ استخدم بعدي الاعتمادية والانجاز معتمدا على دراسة (العضايلة & المحارب، 2017)، واستخدم بعدي تصميم الموقع الإلكتروني والامن والخصوصية معتمدا على دراسة (محمد العزة، 2017)، واخبرا اعتمدنا على دراسة (الطراونه، 2011) في بعدي الاستجابة وسهولة الاستخدام. وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الثلاثي، حيث طلب من المبحوثين إعطاء درجة موافقتهم على كل عبارة من عبارات الاستبيان وفق هذا المقياس كما يلي:

تتمثل أهمية رضا العميل في النقاط التالية: (مدروس، 2020، صفحة 455)
- رضا العميل عن الخدمة المقدمة إليه يقلل من انتقاله إلى المؤسسة المنافسة؛
- المؤسسة التي تهتم برضا العميل تكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين؛
- يمثل الرضا تغذية عكسية لمؤسسة ما فيما يتعلق بالخدمة المقدمة للعميل مما يساعدها على تطوير منتجاتها؛
- إن المؤسسة التي تسعى لقياس رضا العميل يمكنها تحديد حصتها السوقية.

3. عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1.3 منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف من خلاله في دراستنا الحالية إلى جمع معلومات حول أثر جودة خدمات المواقع الإلكترونية في مؤسسات التعليم العالي على رضا المستخدمين، وتحليل ما تم جمعه من بيانات بأسلوب يمكننا من معرفة العوامل المكونة والمؤثرة على موضوع دراستنا، وقد تم تفرغ وترميز البيانات وإدخالها في الحاسوب وتحليلها باستعمال برنامج SPSS.26.

2.3 مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة جميع مستخدمي الموقع الإلكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة فرحات عباس سطيف1، والذي بدوره يشكل صنفين أساسيين من المستخدمين وهم الأساتذة والطلبة. وقد تم حصر عدد الأساتذة بالكلية إلى 328 أستاذا،

المتوسّط الحسابي والانحراف المعياري؛ الانحدار الخطي البسيط بين كل بعد من أبعاد جودة خدمات المواقع الالكترونية ورضا المستخدمين؛ الانحدار الخطي المتعدد والذي يوضح ما يفسره المتغير المستقل من التباين الحاصل في المتغير التابع:

4.3 صدق وثبات أداة الدراسة:

للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة، ومن كون عبارات الاستبيان تقيس ما وضعت لقياسه، قمنا بالتأكد من صدق الاتساق البنائي ومن ثبات أداة الدراسة كما يلي:

1.4.3 صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة:

يبيّن الاتساق البنائي أو الداخلي مدى ارتباط كل بعد من أبعاد أداة الدراسة بالمتوسط الكلي لفقرات الاستبانة، وبالتالي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى إليها أداة الدراسة، كما هو موضّح في الجدول التالي:

غير موافق ، ولها درجة واحد (1)، محايد: ولها درجة اثنان (2)؛ موافق: ولها درجة ثلاثة (3)؛ وقد قسّم الاستبيان إلى ثلاثة محاور، الأول يحتوي على (28) عبارة تخص جودة خدمات الموقع الالكتروني، بينما تضمن المحور الثاني (10) عبارات تخص رضا المستخدمين عن الموقع. أما المحور الأخير فقد اشتمل على أسئلة مرتبطة بالمبحوثين كصفتهم، مهاراتهم في استخدام الموقع الالكتروني، جودة شبكة الانترنت لديهم والوسيط الذي يستخدمونه عند الاتصال بالموقع وهذا لأنها أسئلة مهمة ترتبط بمتغيرات الدراسة وباشكاليتهما. وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية: معامل الارتباط بيرسون لقياس صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة ومعامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثباتها؛ مقاييس الإحصاء الوصفي: لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، وذلك باستخدام التكرارات المطلقة والنسب المئوية، واستقصاء آراء المستجوبين في كلّ عبارة وكلّ بُعد باستخدام

الجدول (1): نتائج اختبار صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

القرار	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الأبعاد	
دالة إحصائية	0.000	0.777	الاعتمادية	01
دالة إحصائية	0.000	0.812	تصميم الموقع الإلكتروني	02
دالة إحصائية	0.001	0.519	الأمان والخصوصية	03
دالة إحصائية	0.000	0.801	الاستجابة	04
دالة إحصائية	0.000	0.680	الإنجاز	05
دالة إحصائية	0.000	0.790	سهولة الاستخدام	06

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.26

خدمات الموقع الالكتروني والمتوسط الكلي لعباراته دالة إحصائية، حيث أنّ كل قيم r

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن معاملات الارتباط بين متوسط كل بعد من أبعاد جودة

المحسوبة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وعليه تعتبر أبعاد الاستبانة صادقة ومتسقة وتخدم الغرض الذي وضعت لقياسه.

من أجل اختبار درجة الثبات قمنا بحساب معامل " Cronbach Alpha " وهو معامل يدل على ثبات المقياس، وقياس درجة صدق العينة، ويكون دالًا إذا كانت قيمته أكبر من 0.60. وقد كانت نتائج الاختبار كما هي مبينة في الجدول التالي:

2.4.3 ثبات أداة الدراسة:

الجدول (2): قيم ألفا كرونباخ لعبارات الاستبانة حسب أبعادها

قيمة ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المحاور	
		01	02
0.749	5	الاعتمادية	أبعاد جودة خدمات الموقع الإلكتروني
0.682	6	تصميم الموقع الإلكتروني	
0.678	4	الأمان والخصوصية	
0.744	5	الاستجابة	
0.679	3	الانجاز	
0.752	5	سهولة الاستخدام	
0.899	28	جودة خدمات الموقع الإلكتروني	
0.887	10	رضا المستخدمين	
0.936	38	جميع عبارات الاستبانة	

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.26

5.3 وصف وتحليل متغيرات الدراسة:

1.5.3 وصف خصائص أفراد عينة الدراسة :
يوضح الجدول التالي البيانات الشخصية لأفراد العينة:

يلاحظ من الجدول أعلاه أن قيم معامل ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة قد تراوحت بين 0.67 و0.75 وهي معاملات مقبولة؛ أما معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان فقد بلغ 0.93، وهذا يدل على أن أداة الدراسة ذات ثبات كبير، ويمنح الصلاحية للاستبيان لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها.

الجدول (3): وصف لخصائص عينة البحث

الصفة	التكرار	النسبة	مهارات استخدام المواقع	التكرار	النسبة
أستاذ	108	51.1%	ممتازة	32	15.2%
طالب دكتوراه	9	4.3%	جيدة	94	44.5%
طالب ماستر	49	23.2%	متوسطة	76	36%
طالب ليسانس	45	21.3%	ضعيفة	9	4.3%
المجموع	211	100%	المجموع	211	100%
جودة شبكة الانترنت	التكرار	النسبة	الوسيط المستخدم	التكرار	النسبة
ممتازة	8	3.8%	الهاتف الذي	138	65.4%
جيدة	62	29.4%	الحاسوب	122	57.8%
متوسطة	106	50.2%	اللوحة الالكترونية	4	1.9%
ضعيفة	35	16.6%			
المجموع	211	100%			

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.26

الذي يعيق استخدام المواقع بالشكل المرغوب فيه. أخيرا فيما يتعلق بالسؤال المتعدد الخيارات حول الوسيط المستخدم للاتصال بالموقع الالكتروني للكلية، يتضح أن 65.4% من المبحوثين يستخدمون الهاتف، و 57.8% يستعملون الحاسوب، ونسبة قليلة جدا تستخدم اللوحة الالكترونية.

2.5.3 تحليل محاور الاستبانة:

في الجداول التالية سيتم عرض نتائج تحليل إجابات أفراد العينة الخاصة بأبعاد الدراسة، وقد تم اعتماد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، ودرجات الموافقة لكل عبارة حسب قيمة المتوسط الحسابي على مقياس ليكرت من 1 إلى 3، حيث تمنح للمجال [1-1.66] درجة الموافقة الضعيفة، وللمجال [1.66-2.33] درجة الموافقة المتوسطة، بينما تمنح درجة الموافقة المرتفعة للمجال [2.33-3].

يتبين من الجدول أعلاه أن أفراد العينة ينقسمون بالتساوي تقريبا بين الأساتذة والطلبة بحيث يشكل أعضاء الهيئة التدريسية 51.1% من حجم العينة بينما يتوزع البقية بين طلبة الماجستير والليسانس وبنسبة أقل طلبة الدكتوراه وهذا ما يتناسب مع عدد الطلبة الإجمالي لكلية العلوم الاقتصادية. من جهة أخرى يتضح أن نسبة كبيرة من المبحوثين يتمتعون بمهارات جيدة إلى ممتازة في استخدام المواقع الالكترونية بشكل عام حيث بلغت هذه النسبة 59.7%. أما عن جودة شبكة الانترنت فقد أعربت نسبة تصل إلى 68.6% منهم أن جودتها متوسطة إلى ضعيفة، بينما 29.4% ذكروا أنها جيدة، وهو ما يعكس في الحقيقة جودة شبكة الانترنت في الجزائر سواء الخاصة بالجيل الرابع أو اتصال الانترنت الأرضي (الويفي) والتي تعاني من ضعف التدفق والانقطاعات المستمرة الأمر

الجدول (4): تقييم أفراد العينة لجودة خدمات الموقع الإلكتروني ولرضاهم عنه

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
اعتمادية الموقع الإلكتروني	2,150	0,576	متوسطة
تصميم الموقع الإلكتروني	2,206	0,472	متوسطة
أمان وخصوصية الموقع الإلكتروني	2,645	0,431	مرتفعة
استجابة الموقع الإلكتروني	1,928	0,529	متوسطة
انجاز الموقع الإلكتروني	2,469	0,521	مرتفعة
سهولة استخدام الموقع الإلكتروني	2,411	0,530	مرتفعة
رضا المستخدمين	2,273	0,520	متوسطة

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.26

يتبين من الجدول رقم (4) أن قيمة المتوسط الحسابي لُبعد الاعتمادية تساوي (2.15)، بانحراف قدره (0.57)، وهو ما يدل حسب سلم القياس على درجة موافقة متوسطة. أما فيما يتعلق ببعد تصميم الموقع الإلكتروني يوضح الجدول السابق أن قيمة متوسطه الحسابي بلغ (2.20)، بانحراف معياري قدره (0.47)، وهو ما يعكس درجة موافقة متوسطة بين المبحوثين، وقد كانت العبارة الوحيدة ذات المتوسط الحسابي المرتفع تلك التي تخص اللغة المستخدمة التي تتميز بالوضوح والدقة وسهولة الفهم. كما يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي العام لبعد أمان وخصوصية الموقع الإلكتروني بلغ (2.64) والذي يعتبر مرتفعاً وهو البعد الذي تحصل على أعلى درجة تقييم؛ وقد ساهمت جميع المتوسطات الحسابية في هذا الارتفاع، حيث كانت أولها توفير خصوصية (كلمة السر واسم المستخدم) وصفحة خاصة لكل مستخدم بمتوسط حسابي بلغ (2.81)، تليها عبارة عدم تعرض حساب المستخدمين للاختراق والقرصنة بمتوسط حسابي قدره (2.74). وعليه يتضح أن تقييم لبعد أمان وخصوصية الموقع الإلكتروني كان إيجابياً ويعبر عن ذلك درجات الموافقة العالية على جميع عبارات هذا البعد. وتحصل بُعد استجابة الموقع الإلكتروني على أضعف متوسط من بين جميع أبعاد جودة خدمة الموقع، بقيمة متوسط حسابي تساوي (1.92)، وبانحراف قدره (0.52)، وهو ما يدل حسب سلم القياس على درجة موافقة متوسطة. وقد تحصلت عبارة "يساعد الموقع الإلكتروني على حل الإشكاليات التي تواجه المستخدم بشكل احترافي" على أضعف تقييم بمتوسط حسابي قدره (1.80)، وبأقل انحراف معياري بلغ (0.68). يتبين من معطيات الجدول السابق أن بُعد انجاز الموقع الإلكتروني كان ضمن درجة الموافقة المرتفعة، بلغ (2.46)، وانحراف معياري قدره (0.52)، ما يدل على ضعف تشتت إجابات أفراد العينة وهذا يقود إلى القول بأن أفراد العينة

يتبين من الجدول رقم (4) أن قيمة المتوسط الحسابي لُبعد الاعتمادية تساوي (2.15)، بانحراف قدره (0.57)، وهو ما يدل حسب سلم القياس على درجة موافقة متوسطة. أما فيما يتعلق ببعد تصميم الموقع الإلكتروني يوضح الجدول السابق أن قيمة متوسطه الحسابي بلغ (2.20)، بانحراف معياري قدره (0.47)، وهو ما يعكس درجة موافقة متوسطة بين المبحوثين، وقد كانت العبارة الوحيدة ذات المتوسط الحسابي المرتفع تلك التي تخص اللغة المستخدمة التي تتميز بالوضوح والدقة وسهولة الفهم. كما يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي العام لبعد أمان وخصوصية الموقع الإلكتروني بلغ (2.64) والذي يعتبر مرتفعاً وهو البعد الذي تحصل على أعلى درجة تقييم؛ وقد ساهمت جميع المتوسطات الحسابية في هذا الارتفاع، حيث كانت أولها توفير خصوصية (كلمة السر واسم المستخدم) وصفحة خاصة لكل مستخدم بمتوسط حسابي بلغ (2.81)، تليها عبارة عدم

الإشارة أن قيمة المتوسط الحسابي العام للرضا تقترب من الحد الأدنى لمجال الموافقة المرتفع (2.33). وبالتالي فإن آراء المبحوثين حول الرضا تتجه نحو الإيجاب.

6.3 اختبار نموذج وفرضيات الدراسة:

قبل اختبار فرضيات الدراسة المقترحة ينبغي أولاً اختبار نموذج الدراسة وفق الخطوات التالية عبر اختبار طبيعية توزيع متغيرات الدراسة، اختبار استقلالية متغيرات الدراسة، واختبار ملائمة النموذج.

1.6.3 طبيعة توزيع متغيرات الدراسة:

للتأكد من نوع التوزيع الذي تتبعه بيانات الدراسة تم الاعتماد على معاملي الالتواء والتفطح واللذان ينبغي أن يقع داخل مجال (-3) و (+3) بالنسبة لمعامل الالتواء. أما معامل التفطح فينبغي أن يكون أقل من (20) (الضمور و مقراش، 2018، صفحة 314). ويوضح والجدول التالي هذه النتائج:

الجدول (5): نتائج معاملي الالتواء والتفطح

المتغيرات	معامل الالتواء	معامل التفطح
الاعتمادية	-0,152	-1,074
تصميم الموقع الإلكتروني	-0,468	-0,161
الأمان والخصوصية	-1,233	0,942
الاستجابة	0,219	-0,471
الانجاز	-0,961	0,359
سهولة الاستخدام	-0,624	-0,619
رضا المستخدمين	-0,402	-0,715

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.26

للتوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية لاختبار الفرضيات.

يتضح أن معاملات الالتواء والتفطح تقع ضمن المجالات المذكورة أعلاه، فإن البيانات تخضع

2.6.3 اختبار استقلالية متغيرات الدّراسة: أصغر من (10) والتباين أكبر من (0.1) فإنه لا يتم التحقق من أن المتغيرات المستقلة غير مرتبطة فيما بينها بالاعتماد على اختياري معامل تضخم التباين VIF والتباين المسموح $Tolerance$. إذا كان معامل تباين التضخم VIF

الجدول (6): نتائج معامل تضخم التباين VIF والتباين المسموح $Tolerance$

التباين $Tolerance$	التضخم VIF	المتغيرات المستقلة
0,5740	1,742	الاعتمادية
0,5080	1,967	تصميم الموقع الإلكتروني
0,8200	1,219	الأمان والخصوصية
0,5070	1,973	الاستجابة
0,6470	1,545	الانجاز
0,5520	1,811	سهولة الاستخدام

المصدر: مخرجات برنامج $SPSS.26$

توضّح النتائج الواردة في الجدول رقم (6) أنّ يمكننا القول بأنّ المتغيرات الفرعية المستقلة جميع القيم تأتي ضمن الحدود المقبولة، وبذلك غير مرتبطة فيما بينها.

3.6.3 اختبار ملاءمة النموذج:

الجدول (7): نتائج تحليل التباين للانحدار المتعدد

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة.
الانحدار	38,870	6	6,478	73,313	0.000
البواقي	18,026	204	0,088		
المجموع	56,896	210	/		

المصدر: مخرجات برنامج $SPSS.26$

يتضح من الجدول (7) أنّ قيمة F المحسوبة بلغت 73.313، بقيمة احتمالية دالة إحصائيًا ($sig.=0.000$)، وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.01$ مما يعكس صلاحية النموذج للاختبار، ويعني أن المعنوية الكلية محققة، أي أنّه يوجد

4.6.3 اختبار فرضيات الدّراسة:

1.4.6.3 اختبار الفرضية الرئيسية:

على الأقل بُعد واحد من جودة خدمات الموقع الإلكتروني له تأثير على رضا المستخدمين.

يتضمن الجدول الموالي نتائج الانحدار الخطي المتعدد:

الجدول (8): ملخص نتائج جداول تحليل الانحدار المتعدد

مستوى الدلالة	Bêta	قيمة t المحسوبة	المعاملات غير المعيارية		النموذج
			الخطأ المعياري	قيمة المعلمة B	
0,0290	-	-2,200	,146	-,321	الثابت
0,0000	0,261	5,026	0,047	0,2360	الاعتمادية
0,0030	0,164	2,965	0,0610	0,1800	تصميم الموقع
0,0020	0,139	3,199	0,0530	0,1680	الأمان والخصوصية
0,0170	0,133	2,410	0,0540	0,1310	الاستجابة
0,0000	0,189	3,850	0,0490	0,1880	الانجاز
0,0000	0,225	4,252	0,0510	0,2180	سهولة الاستخدام
معامل الارتباط $R = 0.827$ ، معامل التحديد $R^2 = 0.683$					

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.26

أبعاد جودة خدمات الموقع الإلكتروني، أما النسبة المتبقية فتفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة. ومنه نقبل الفرضية الرئيسية: وجود علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية لجودة خدمات الموقع الإلكتروني للكلية على رضا مستخدميه. 2.4.6.3 اختبار الفرضيات الفرعية: لمعرفة تأثير أبعاد المتغير المستقل (الاعتمادية، تصميم الموقع الإلكتروني، الأمان والخصوصية، الاستجابة، الانجاز، سهولة الاستخدام) على رضا مستخدمي الموقع الإلكتروني لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة فرحات في العينة محل الدراسة، نقوم بدراسة العلاقة باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للكشف عن وجود الارتباط، ومدى تأثير

نلاحظ من خلال اختبار ستودنت (t) معنوية لجميع أبعاد جودة خدمات الموقع الإلكتروني لأن مستوى الدلالة المحسوب أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05). أما معاملات النموذج فتوضح الأهمية النسبية لكل متغير فرعي في التأثير على رضا المستخدمين، ويتبين أن جميع أبعاد جودة خدمات الموقع الإلكتروني تؤثر في رضا المستخدمين، ولا يتم استبعاد أي منها من النموذج الكلي للانحدار المتعدد. أخيراً يتبين أنّ قيمة معامل الارتباط بيرسون (Person) لأبعاد جودة خدمات الموقع الإلكتروني ورضا المستخدمين، بلغت $R=0.827$ فهي قيمة إيجابية قوية، وأن قيمة معامل التحديد R^2 بلغ قدرها 0.683، وهي درجة مرتفعة نسبياً، وهذا يعني أنّ 68.3% من التغيرات الحاصلة في رضا المستخدمين، تفسرها التغيرات الحاصلة في

كل متغير مستقل على حدة. ويخص الجدول رقم (10) جميع جداول تحليل الانحدار البسيط.

الجدول (9): ملخص نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأبعاد جودة الموقع الإلكتروني والمتغير التابع رضا المستخدمين

المعنويات الكمية لنموذج الانحدار		القدرة التفسيرية		المتغيرات المستقلة
مستوى المعنوية α	قيمة F المحسوبة	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	
0.000	158,96	0.432	0.657	الاعتمادية
0.000	142,99	0.406	0,637	تصميم الموقع الإلكتروني
0.000	48,73	0.189	0.435	الأمان والخصوصية
0.000	132,66	0.388	0,623	الاستجابة
0.000	118,36	0,361	0,601	الانجاز
0.000	165,11	0,441	0,664	سهولة الاستخدام

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.26

1.4 نتائج البحث:

على ضوء الدراسة التطبيقية تم الخروج بالنتائج التالية:

تبين من خلال تحليل اتجاهات المبحوثين أن تقييمهم لجودة خدمات الموقع الإلكتروني كان متوسط ويتجه نحو الجيد حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.27)، وقد كان أبرز أبعاد جودة خدمات الموقع الإلكتروني تقييماً بعد الأمان والخصوصية بمتوسط حسابي بلغ (2.64)، يليه بعد الإنجاز بدرجة تقييم (2.46)، ثم بعد سهولة الاستخدام بدرجة تقييم (2.41) بينما احتلت المراتب الأخيرة كل من التصميم بمتوسط بلغ (2.20) تليه الاعتمادية بمتوسط قدره (2.15) وأخيراً الاستجابة التي قيمت بـ(1.92).

من خلال نتائج اختبار فيشر يتبين لنا معنوية نماذج الانحدار الخطي البسيط حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب (0,00) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) لجميع الأبعاد. كما تشير النتائج إلى أن معاملات الارتباط بيرسون لجميع الأبعاد تراوحت بين (0.43) و (0.65) وهو ما يشير إلى وجود ارتباط متوسط إلى قوي بين أبعاد جودة الموقع الإلكتروني ورضا المستخدمين، كما أن معنوية جميع الأبعاد كانت قيمتها (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05)، وعليه فقد تم قبول جميع الفرضيات الفرعية.

• أما بخصوص نتائج اختبار فرضيات الدراسة فقد كانت كما يلي:

1.1.4 نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

من خلال اختبار الفرضية الرئيسية التي تنص أنه: توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية لجودة خدمات الموقع الإلكتروني للكلية على رضا مستخدميها. أشارت نتائج الانحدار الخطي المتعدد إلى معنوية جميع أبعاد جودة خدمات الموقع الإلكتروني بأهمية متفاوتة حيث كان يُعد الاعتمادية الأكثر تأثيراً على رضا المستخدمين، يليه بُعد سهولة الاستخدام، ثم الانجاز، ثم تصميم الموقع، وأخيراً الأمان والخصوصية والاستجابة.

2.1.4 نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

تم قبول جميع الفرضيات الفرعية من خلال نتائج الانحدار الخطي البسيط والتي نصت على وجود علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية لاعتمادية، تصميم، أمان وخصوصية، استجابة، انجاز، سهولة استخدام الموقع الإلكتروني على رضا مستخدميها.

2.4 مقترحات البحث:

في ضوء النتائج المتوصل إليها خلصت الدراسة إلى بعض الاقتراحات التالية:

- ينبغي على القائمين على الموقع الإلكتروني تعزيز أمن وخصوصيته أكثر مما هي عليه حالياً بالإضافة إلى تخصيص موظفين لمهمة الاستجابة للمستخدمين؛
- حسب آراء المستخدمين فتصميم الموقع متقدم نوعاً ما وعليه ينبغي إعادة بشكل أكثر جاذبية؛
- الأخذ بعين الاعتبار التغذية العكسية الصادرة من المستخدمين؛

• تحسينات مستمرة تتماشى مع متطلبات المستخدمين كتقديم خدمات مصلحة الموظفين عبر الموقع مثل تسجيل طلبات الوثائق والتأكد على جاهزيتها، كذلك إضافة خاصيات أكثر تخصص فضاء الأساتذة:

5. قائمة المراجع:

- حميد عبد النبي الطائي، وبشير عباس العلاق (2009)، تسويق الخدمات، الأردن: دار اليازوري العالمية للنشر والتوزيع.
- فاتن حسين حوى (2010)، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- باسم شاهين (2013)، إدارة المواقع الإلكترونية، تجربة من الواقع، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- مرفت أحمد محمد فرج (2020) استخدام بطاقات الأداء المتوازن لتحسين أداء الخدمات الإلكترونية دراسة ميدانية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- علي محمد العضيلة، ونهى خالد المحارب (2017)، أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا طالبات جامعة الأميرة نورة بالمملكة السعودية، دراسة حالة، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 13(3)، صص 307-329.
- علي شارد هاني (2018)، اثر جودة الخدمة عبر الانترنت لمواقع التجارة الإلكترونية على

- رضا العملاء ونيتهم في الشراء، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 9(3)، ص ص 203-228.
- محمد مصطفى حسين (2010)، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، دراسة تحليلية مقارنة، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، 6(18)، ص ص 35-58.
- نادية مدروس (29 أكتوبر 2020)، أثر أبعاد جودة المواقع الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة مجاميع المعرفة، 6(2)، ص ص 449-466.
- فيروز مصلح الضمور، فوزية مقاش (2018)، أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على الميزة التنافسية-دراسة حالة شركة صناعة الأدوية صيدال، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 11(1)، ص ص: 332-345.
- نجم عبود نجم، وباسم المبيضين، الجودة الإلكترونية : نحو نموذج مقترح لأبعاد الجودة الإلكترونية، المؤتمر العلمي الثالث: إدارة منظمات الاعمال - التحديات العالمية المعاصرة ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27 - 29 أبريل 2009.
- نعيم عبدالكريم الطراونه (2011)، أثر أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق الرضا لدى ممثلي المنشآت الخاضعة للضمان الاجتماعي (الأردني)، رسالة ماجستير، الاردن: جامعة الشرق الاوسط.
- يوسق صالح الجري (2014)، تصميم المواقع الإلكترونية، متوفر على الموقع الإلكتروني <https://www.noor-book.com> ، تاريخ الاطلاع 2022/6/20.
- فراس محمد العزة (2017) دراسة (5) معايير جودة المواقع الإلكترونية وتصنيفها متوفر على الموقع الإلكتروني <https://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/study5.pdf> ، تاريخ الاطلاع 2022/6/30.
- Al-Hawary , S. I., & Al-Menhaly, S. M. (2016). *The Quality of E-Government Services and its Role on Achieving Beneficiaries Satisfaction. Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management, 16(11), pp. 1–12.*
- Al-Hawary, S. I., & Warda , F. A.-S. (2017, January). *Impact of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction of Islamic Banks in Jordan. International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, 7(1), pp. 170–188.*
- Grégory Bressolles. (2007). *The impact of electronic service quality's dimensions on customer satisfaction and buying impulse. Journal of Customer Behaviour, 6(1), pp. 37-56.*
- Ana, R. D.-O., & Antonio, P.-M. (2013, jun 10). *The influence of electronic service quality on loyalty in postal services: the mediating role of satisfaction. journal*

- of Total Quality Management & Business Excellence, 24(10), pp. 1111-1123.*
- Tinggui, C, Lijuan, P, Xiaohua, Y, & Jingtao, R. (2020). *Analysis of User Satisfaction with Online Education Platforms in China during the COVID-19. journal of Healthcare.*
- Yi-Hui, L. (2012, August 8). *Exploring the relationship between perceived electronic service quality, satisfaction, and personality: a study of Taiwan's online game industry. journal of Total Quality Management & Business Excellence, 23(8), pp. 949–963.*
- Zeithmal, V, A Parsu, p., & Arvind, M. (2002, Octobre). *service quality delivrey trough websities : A critical review of extant knowledge. journal of the academy of marketing science, 30(4), pp. 362-375.*
- A .Parasuraman & others. (2014, septembe). *A Concepyual model of service quality and its implication for future research (SERVQUAL). Journal of Marketing Vol. 49(4), pp 41-50.*
- Loukam Mourad (sans date.). *les bases du web. <https://www.loukam.net>. Consulté le 24/05/2022.*