الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
قسم علوم التسيير.
رقم: .....

ميدان: العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
فرع: علوم التسيير
تخصص: تسيير عمومي

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمـــي في علوم التسيير

إعداد الطالب: مصعب مشقق

تحت عنوان

دور الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات التعليمية من منظور طلبة كلية العلوم الاقتصادية جامعة محمد بوضياف المسيلة.

لجنة المناقشة:

بن التومي سارة	جامعة المسيلة	رئيســـا
بن البار موسى	جامعة المسيلة	مشرفا و مقررا
قروش عيسى	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2017

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

أحمـــده تعالـــى فهـــو أهل الثنـــاء والتّحميـــد ، وأشكـــره سبحانـــه

فالشـــــكر لديه من أسباب المزيد.

إلى أستاذي المشرف على العمل

الذي لم يبخل علينا بسديد آرائه ، وبليغ توجيهاته، وسعة بال

فله من الله حسن الثواب.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع أساتذة قسم علوم التسيير.

كما أشكر أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة هذا البحث، وكلي

استعداد للالتزام بملاحظاتهم وتوجيهاتهم .

الى كل من ساعدني ولو بدعاء.

والحمد الله الذي بنعمته تتم الصالحات

الاهداء

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع

الى الذين نحبهم معلم البشرية ومنبع العلم نبينا محمد صلى الله عليه وسلم

و من قال فيهما المولى عز وجل :

" و احفظ لهما جناح الذل من الرحمة و قل ربي ارحمها كما ربياني صغيرا

" الوالدين الكريمين – حفظهم الله

فمكانهم ليس في الصفحات الاولى بل في صفحات هذه المذكرة

الى اصدقائنا و احبائنا.

الى كل من ساعدنا ولو بكلمة طيبة.

مصعب

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

العنوان	الصفحة
شكر وعرفان	**I**
إهداء	**II**
فهرس المحتويات	**III**
قائمة الجداول	**V**
قائمة الأشكال	**VI**
مقدمة	أ
الفصل الأول : مفاهيم عامة حول المواقع الإلكترونية وجودة الخدمات	
تمهيد	**8**
المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المواقع الالكترونية	**9**
المطلب الأول : تعريف الموقع الالكتروني ومكوناته وأنواعه	**9**
المطلب الثاني: الويب والمواقع الالكترونية	**11**
المطلب الثالث : معايير تقييم المواقع الالكترونية	**13**
المبحث الثاني :مفاهيم اساسية حول جودة الخدمات	**17**
المطلب الأول: ماهية الخدمة والجودة	**17**
المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمة وأهميتها وأبعادها	**23**
خلاصة الفصل	**29**
الفصل الثاني **دراسة تطبيقية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة المسيلة**	
تمهيد	**31**
المبحث الأول: منهجية وأدوات الدراسة	**32**
المطلب الأول: منهجية الدراسة	**32**

المطلب الثاني: أدوات التحليل الإحصائي	37
المبحث الثاني: مجتمع الدراسة ووصف خصائص العينة:	38
المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة	38
المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة	38
المبحث الثالث: اختبار فرضية الدراسة وتحليل نتائجها	42
المطلب الأول: اختبار فرضية الدراسة	42
المطلب الثاني تحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة	47
خلاصة الفصل	55
خاتمة	57
قائمة المراجع	61
الملاحق	

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	الاستبيانات الموزعة	31
2	أقسام ومحاور الاستبيان	32
3	يوضح درجات مقياس ليكرت	33
4	قيم معامل ألفا كرونباخ حسب كل محور	34
5	يبين خصائص وتكرار ونسب المتغيرات المدروسة	37
6	يبين نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات إجابات أفراد العينة	40
7	نتائج الانحدار الخطي للمتغيرين الإستعمال والجودة	42
8	نتائج الانحدار الخطي البسيط للمتغيرين المحتوى والخدمة	43
9	نتائج الانحدار الخطي البسيط لمعيار القيمة الخدمية على جودة الخدمة	44
10	نتائج الانحدار الخطي البسيط لمعيار الحيوية على جودة الخدمة	45
11	يلخص نتائج اختبار الفرضيات	45
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لعبارات المحور الأول من القسم الأول للاستبيان	46
13	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لعبارات القسم الثاني للاستبيان.	49

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	نموذج الدراسة	**ج**
02	أنواع المواقع الالكترونية	**10**
03	مفهوم جودة الخدمة	**23**
04	نسبة المشاركين في الاستبيان حسب الجنس	**38**
05	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي من خلال الشكل التالي	**39**
06	يوضح نسبة المستوي التعليمي	**40**
07	يوضح نسبة مستوي فرع القسم	**41**

قائمة الملاحق

رقم	عنوان	الصفحة
01	الاستبيان	**65**
02	قائمة المحكمين	**70**

مقدمة

مقدمة

في العصر الحديث أصبح تطور الدول يقاس بمدى تقدمها وما تقدمه من إنجازات في البحث العلمي على مستوى مؤسساتها الجامعية، تلك المؤسسات التي صارت تحشد كل طاقاتها ومواردها البشرية في تطوير المعارف وتنمية المهارات البشرية، وبما أن محور العملية التعليمية هم طلبة الجامعات فإن مؤسسات التعليم العالي أصبحت تركز على هذا المورد من خلال ما تقدمه من خدمات تعليمية وبمستوى عال من الجودة.

ومن مظاهر اهتمام المؤسسات الجامعية وحرصها على تحسين جودة خدماتها، فإنها عمدت إلى استغلال التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات وما يمكن أن تقدمه من مزايا في تطبيقاتها المتعددة، حيث أصبحت الانترنت الشريان الرئيس لانتقال المعلومات على نحو لم يكن مشهودا من قبل.

مما دفع بمؤسسات التعليم العالي لاتخاذ مواقع الكترونية تسمح لها بالتواجد الآني والمستمر عبر الشبكة العالمية، بل إن العديد منها صارت معظم عملياته تنفذ وتتم على مستوى تلك المواقع الالكترونية. التي أصبحت تمثل نقطة ارتقاء استراتيجية تتمثل في التوسع الهائل و السريع في اقتصاد المعلومات والتواجد الالكتروني، فهي تسمح لها بالتوسع وتقديم خدماتها على نطاق واسع. ولهذا جاءت إشكالية هذه الدراسة وفق السؤال الرئيس التالي:

أولا: الإشكالية:

ان التطور المستمر في موقع الجامعة ادى إلى ظهور خدمات جديدة زادة من تحسينه

ما هو دور الموقع الالكترونية في تحسين جودة الخدمات التعليمية من منظور طلبة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة المسيلة؟

وانطلاقا من التساؤل الرئيس يمكن طرح مجموعة من الاسئلة الفرعية وفقا لأبعاد تقييم جودة المواقع الالكترونية والمتمثلة فيما يلي:

1- ما هو دور معيار استعمال الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة عند مستوى معنوية 0.05؟

2-ما هو دور معيار محتوى الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة عند مستوى معنوية 0.05؟

3-ما هو دور معيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة عند مستوى معنوية 0.05؟

4-ما هو دور معيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة عند مستوى معنوية 0.05؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

للإجابة على إشكالية الدراسة تم صياغة الفرضية التالية:

يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 للموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

وهذه الفرضية تتفرع بدورها إلى الفرضيات الجزئية الموالية:

1-يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار استعمال الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

2-يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار محتوى الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

3-يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

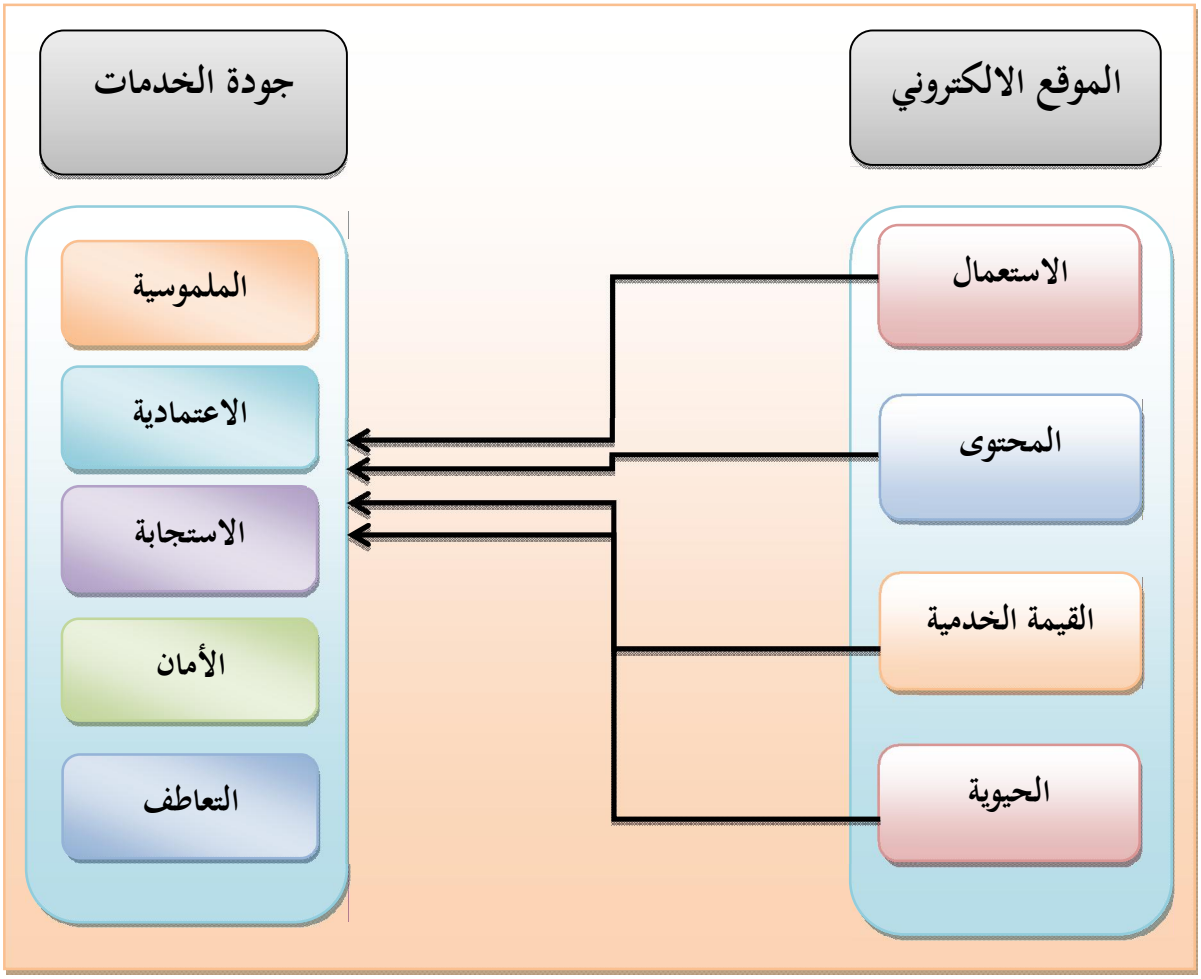
4-يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

ثالثا: أنموذج الدراسة

1-**المتغير المستقل:** الموقع الالكتروني

2- **المتغير التابع:** جودة الخدمات التعليمية

الشكل :(1) نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب

رابعا: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من (تقييم الموقع الالكتروني لكلية العلوم الاقتصادية، ومستوى جودة الخدمات الموجهة نحو الطلبة)، كما تتمثل أهمية الدراسة في النتائج التي سوف تسفر عنها الدراسة إذ يمكن أن يستفاد من نتائجها بما يعزز من جهود الكلية في هذا المجال.

خامسا: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير موقع الكلية بجامعة محمد بوضياف المسيلة في تحسين جودة الخدمات التعليمية إلى جانب تقييم جودة موقع الكلية محل الدراسة وتشخيص مستوى جودة الخدمات التعليمية. ومن ثم تقديم الاقتراحات التي من شانها أن تسهم في تطوير الخدمات وتحديثها.

سادسا: منهج الدراسة

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة و تحقيق أهداف الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي، حيث تم الاستعانة بالاستمارة كأداة أساسية لجمع المعلومات، تم توزيعها على مجموعة من طلبة الكلية محل الدراسة بجامعة المسيلة، ثم تحليل البيانات بالاعتماد على أسلوب الانحدار الخطي البسيط عن طريق برمجيةSPSS.

سابعا: حدود الدراسة

- **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة الميدانية كلية العلوم الاقتصادية بجامعة المسيلة.

- **الحدود الزمنية:** امتدت هذه الدراسة خلال شهر مارس من السنة الجامعية 2018/2017.

- **الحدود الموضوعية:** تناولت الدراسة متغيرين أساسين يتمثل الأول في الموقع الالكتروني ومعايير تقييمه المعتمدة في هذه الدراسة (الاستعمال، المحتوى، القيمة الخدمية، الحيوية) و متغير جودة الخدمات الموجهة نحو الطلبة ذي الأبعاد(الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف).

ثامنا: الدراسات السابقة

تعددت الدراسات التي تناولت مناقشة الأبعاد المختلفة للمواقع الالكترونية وجودة الخدمات التعليمية ومن ضمن الدراسات السابقة ما يلي.

الدراسة الأولى :قام بها الباحثان :دياب سعد، بحار مصطفى، بعنوان : **قياس جودت الخدمات التعليمية الجامعية من منظور الطالب دراسة حالة ، جامعة د الطهر مولاي سعيدة،** 2015/2014 . مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على :

1- مستوى جودة الخدمات المقدمة من طرف الجامعة و المدركة من قبل طلاب الجامعة.
2- التعرف بالفروق بين أفراد عينة الدراسة في الخدمات المدركة تبعا لمتغيرات الدراسة.
3- التعرف على أهم نقاط القوة والضعف في جانب الخدمات المقدمة حسب الأبعاد المتناولة.
4- تقديم خدمات تفيد الجامعة بشكل عام في تقديم الخدمات الجامعية للطلبة.

الدراسة الثانية :من طرف الباحث محمد إبراهيم سلمان ، بعنوان : **مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى بغزة طبقا لمقياس جودة الخدمة (SERVPERF)**،2013 . مقالة .مجلة(جامعة الأقصى) سلسلة العلوم الإنسانية (المجلد السابع عشر).

هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى

وقد بينت نتائج الدراسة ما يلي :

1-وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس بين الذكور والإناث ولصالح الإناث في مستوى جودة الخدمات الجامعية المدركة في جميع الأبعاد ماعدا بعد الأمان.

2-وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي الأبعاد التالية) العناصر الملموسة- الاستجابة، الاعتمادية، الأمان، التعاطف، خصوصية الجامعة.

الدراسة الثالثة: قام بها الباحث :محمد مصطفى حسين، ، **تقييم جودة المواقع الالكترونية** ، دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية / المجلد – 6 / العدد – 18 /2010.

توصل الباحث إلى ابرز الاستنتاجات والتي مفادها أن شبكة الانترنت أصبحت الملاذ الأمن التي يلجأ إليها معظم الباحثين عن المعلومات خاصة في ضل التطور المسارع في حقل تقنية المعلومات والاتصالات وتسيير هذه التقنية للجميع ، وسهولة التعامل معها من قبل المستفيدين.

فالدراسات السابقة المشار إليها منها ما اقتصرت على جودة الخدمات ومنها ما تناول موضوع المواقع الالكترونية، أما هذه الدراسة فهي تهدف إلى قياس الدور الذي يمكن ان يؤديه الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات.

تاسعا: هيكل الدراسة

انطلاقا من طبيعة الموضوع والأهداف المنوطة به ومن أجل الإجابة عن الإشكالية المطروحة تم تقسيم موضوع الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول يتمحور حول الجانب النظري، والذي تم تقسيمه إلى مبحثين أولهما يتعلق بالمواقع الالكترونية وأنواعها وأهم المعايير المعتمدة في هذه الدراسة لتقييمها، أما المبحث الثاني فخصص لجودة الخدمات و أهدافه وأبعادها. في حين تناول الفصل التطبيقي ثلاث مباحث، خصص المبحثين الأولين إلى تناول منهجية وأدوات الدراسة و. وصف خصائص العينة أما المبحث الثالث فتطرق لاختبار فرضيات الدراسة وتحليل نتائجها.

الفصل الأول : مفاهيم عامة حول المواقع الإلكترونية وجودت الخدمات

تمهيد:

أصبحت المواقع الالكترونية في العصر الحديث الواجهة والقناة الأكثر استخداما في شتى المجالات والمعاملات، ولهذا اتجه الأفراد والمؤسسات وحتى الدول للاستثمار في هذا المجال بما يقدمه من مزايا وفوائد اقتصادية واجتماعية وغيرها، وإلى جانب توجه مؤسسات اليوم على اختلاف وتعدد نشاطها لاستغلال هذه التكنولوجيا فإن تشهد اتجاها موازيا لتحسين جودة خدماتها من أجل الحفاظ على بقائها في ظل التغيرات التكنولوجية السارية.

ولهذا جاء هذا الفصل في مبحثين أولهما يتعلق بالمواقع الالكترونية وأنواعها وأهم المعايير المعتمدة في هذه الدراسة لتقييمها، أما المبحث الثاني فخصص لجودة الخدمات و أهم الأساسيات المرتبطة بها.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المواقع الالكترونية

يتناول هذا المبحث ماهية المواقع الالكترونية ومكوناتها وأنواعها وأهم المعايير التي تم اعتمادها في هذه الدراسة.

المطلب الأول : تعريف الموقع الالكتروني ومكوناته وأنواعه :

فيما يلي سنتناول ماهية الوقع الالكتروني والمكونات الأساسية له وأهم أنواعه:

الفرع الأول: تعريف الموقع الالكتروني

إنّ الموقع الإلكتروني عبارت عن صفحات متتالية متعاقبة في تغطية موضوع كثر أهمية، ولا شكفي إن ادارة الويب تتطلب تعظيم منافع ومزايا الانترنت من جهة وإبراز نقاط القوة في الشركة أو المؤسسة ليس فقط في خدماتها وقواعد بياناتها، وإنما ايضا في قدرتها على تصميم موقعها سواء من حيث المعلومات، السرعة، وحماية الخصوصية، وغيرها من جهة أخرى .[1]

كما يعرف الموقع الالكتروني انه:

"مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع خادم تسمي ملقم،وتحتوي معظم مواقع الويب على صفحة رئيسية كنقطة بداية، تتصل الصفحة الرئيسية بصفحات أخرى باستخدام ارتباطات تشعبيه".

ويعرف بأنه:" مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديوالمترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض و وصف المعلومات و البيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت".

ويمكن أن يحتوي الموقع على موقع فرعي واحد أو أكثر، والموقع الفرعي هو موقع متداخل في موقع ويب أخر يسمى موقع الويب الذي يحتوي على مواقع فرعية، إذ اعتبرت موقع الويب دليلا يحتوي على مجموعة من المجلدات فان الموقع عبارة عن مجلد فرعي يحتوي على موقع ويب مستقلا بذاته. [2]

من خلال ما سبق يمكن تعريف الموقع الالكتروني كما يلي:

الموقع الالكتروني (website) : هو ببساطة مجموعة من صفحات الويب المترابطة التي قد تحتوي على: نصوص،صور، أفلام فيديو، تسجيلا صوتيه، و الموقع الإلكتروني مستضاف في خادم (Server) واحد على الأقل، ويمكن استعراض هذا الموقع من خلال جهاز حاسب يتضمن متصفح للأنترنت مثل internet

[1] نجم عبود نجم:**الإدارة والمعرفة الالكترونية**،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،2009 ،ص358-359.

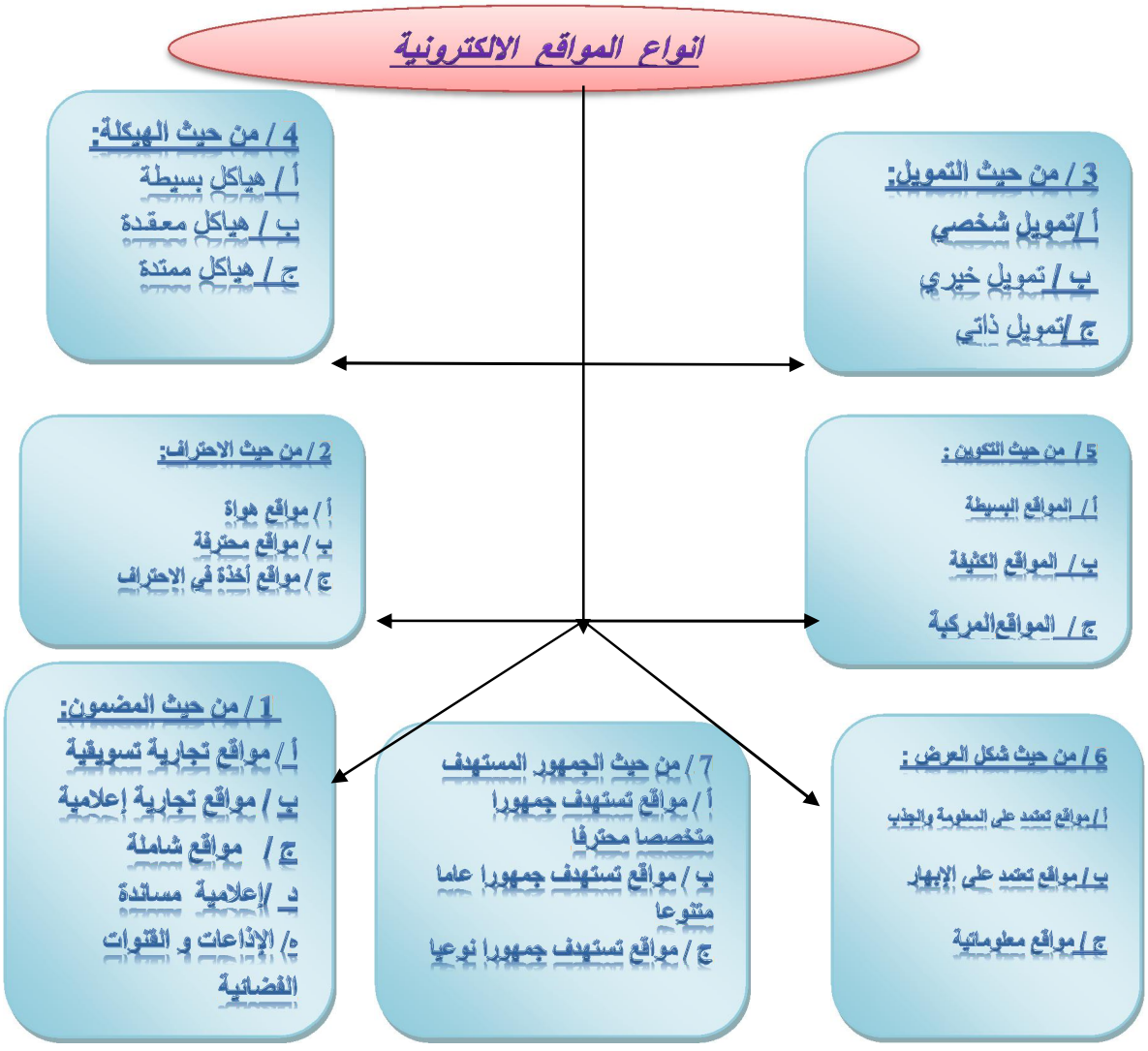
[2] محمد مصطفى، **تقييم جودة المواقع الالكترونية**، مجلة تكريت للعلوم الإدارية و الاقتصادية، ع18، المجلد6، العراق،2010 ، ص 29.

explorer أو Mozilla Firefox او غيرها من المتصفحات مع التطور الحديث اصبح بالإمكان تصفح المواقع من خلال أجهزة الهاتف النقال الحديثة .[1]

الفرع الثاني: أنواع المواقع الالكترونية

يحتوي الموقع الالكتروني على صفحة رئيسية يمكن الوصول إليها من خلال عنوان الموقع، وتعرض هذه الصفحة محتويات الموقع وتضم ارتباطات تشعبيه تقود لصفحات أخرى في نفس الموقع أو في مواقع أخرى كما هو موضح في الشكل الموالي:[2]

الشكل رقم (2) : أنواع المواقع الالكترونية



موقع مركز الرائد للتدريب و التطوير الإعلامي ، بتصرف ، (خاص) bdf

[1] شريم ، رامي ، "**كيف نقيم موقعاً الكترونياً**". مجلة المعلوماتية . العدد (16)، حزيران 2007 ،ص ص 112- 115.

[2] **P 1-2-3 . .www.al-reed.nat/training**

المطلب الثاني: الويب والمواقع الالكترونية

يوجد مصطلح كثير التداول، يعرف بشبكة الويب، ما يميز هذه الاخيرة على المواقع الالكترونية كونها مجموعة من ملايين المواقع والبوابات بعضها يصل إلى ملايين الصفحات وبعضها عبارة عن صفحة واحدة، وفيما يلي تعرف موقع الويب ومكوناته وأنواعه.

الفرع الأول: تعريف موقع ويب web:

موقع الويب هو مجموعة من المواقع المتصلة ببعضها بنظام النص التشعبي مخزونة في ملفات الويب وهو ملف يوجد في قرص الكمبيوتر الصلب موصل بالأنترنت بعنوانه الخاص، وعندما يطبع احدهم العنوان على مستعرضه تقوم شبكة الانترنت بتوصيله إلى هذا الملف وكل موقع له صفحة بدء يتم إرسالها أولا ويقرئها المستعرض عندما يتم طلب الموقع.

وتشمل أهداف المواقع المعلومات والتعليم والترفيه وغيرها شأن أي نشاط اتصالي عبر الأطر الاتصالية في الشبكة من صحف وإذاعة وتلفزيون وغيرها من التطبيقات المستحدثة، بجانب خدمات الاتصال التي تتصف بها الشبكة نفسها من كمبيوتر إلى الهاتف والاتصال من كمبيوتر إلى كمبيوتر على سبيل المثال لا الحصر.

إن كانت شبكة الإنترنت هي شبكة للأجهزة المادية من ملفات عملاقة إلى أجهزة اتصال ونظام توزيع ثم أجهزة الكمبيوتر، فإن شبكة الويب هي مجموعة هائلة من وثائق النص ألتشعبي الموصولة ببعضها تعمل داخل الإنترنت ،ويطلق عليها أحيانا www، أو الشبكة العنكبوتية الدولية التي تربط ببعضها، وفي العادة تضم الويب مرافئ أو مواقع web sites يتم الوصول إليها عبر موقع محدد المصدر.[1]

[1] حمزة غشوة ، معمر نوحة ،مذكـــرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي، **دور المواقع الإلكترونية في الترويج السياحي**، دراسة وصفية تحليلية لموقعي الوكالتين السياحيتين "فيزاترافل" و "الطاسيلي" بورقلة، السنة الجامعية2014-2015، ص7.

الفرع الثاني: أنواع مواقع الويب

في كل يوم نشهد تطبيقا وإبداعا واستخداما جديدا للشبكة، ويوجد مجموعة من الأنواع من محتواها، والأنواع الخدمات التي تقدمها ، أو طريقة تصميمها أو حجمها، ويوجد بشكل عام نوعان من أنواع المواقع هي: [1]

أ/**المواقع الساكنة:** هي تلك المواقع التي تحتوي على محتوى لا يتغير كثيرا لا يدويا ولا آليا، ويظل كما هو وقتا طويلا وربما للأبد وفي العادة يتم تغير محتواه إذا ما تم يدويا بواسطة برامج تصميم وتحرير مواقع الويب.

ب/ المواقع المتحركة : هي تلك المواقع التي تغير مادتها ومحتواها على الدوام، وهي القادرة والمهيمنة للتفاعل مع الزائر بأساليب مختلفة، مثل ما يطلق عليها كعكات، أو بواسطة المتغيرات، مثل متغيرات قاعدة البيانات ومتغيرات الملهم وغيرها، فعندما يتلقى الملقم طلبا لصفحة معينة، فان الصفحة يتم تكوينها آليا كاستجابة مباشرة لطلب هذه الصفحة، على سبيل المثال، فالموقع يستطيع عرض حوار يجري في الحالبين المستخدمين، و يغير أوضاعه المتحركة بناء على ما جري ويقدم معلومات مخصصة بطلب احد المستخدمين، وهناك العديد من البرمجيات التي تقوم بمثل هذه الأمور مثل ACTRE SERVER PAGE وجافا سيرفو بيجو JAVA SERVER PAGE أو برامج لغةPHP التي تقوم ببناء المواقع المتحركة، وتلك التي تقوم بجلب المواد من مواقع قواعد البيانات، أو مواقع الأخبار باستخدام برامج جلب أو دفع المعلومات كذلك تتوفر مجموعة من البرمجيات الصغيرة المساعدة التي يطلق عليها (plugins) وهي تقوم بأعمال مساعدة يؤدي من خلالها المتصفح اعمالا معينة وتأثيرات خاصة مثل عرض المحتوى النشط كالمحتوى الذي يتم تصميمه بواسطة برامج الفلاش والشوك ويف والجافا.

[1] حمزة غشوة ، المرجع السابق، ص ص 28-29 -30.

المطلب الثالث: معايير تقييم جودة المواقع الالكترونية

لقد تنامي الموقع الالكتروني بشكل ملحوظ على الشبكة وزاد الإقبال عليه، وبما أن شبكة الانترنت تعد بيئة مفتوحة يمكن لكل من يملك جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة أن يستخدم موقعا مجانيا على الشبكة، ويطلق على اسم موقعه ليجعل زائر الموقع يثق في المعلومات المطروحة فيه .

إن تلك المشكلة لفتت انتباه المهتمين بالنشر الالكتروني إلى دراسة جودة المواقع الالكترونية، كما أن معضلات وجهة الأنظار زادت أهمية تقييم جودة المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، ومنها ما يلي:[1]

1- إمكانية أي شخص وضع ما يشاء دون وجود ضوابط علمية أو أدبية.

2- صعوبة تحديد الهدف من تواجد موقع معين و صحته.

3- صعوبة تحديد حداثة المحتوى المطروح في الموقع.

4- تحديد المسؤولية الفكرية للموقع.

5- عدم مراجعة الكثير من المواقع و تحديد محتواها و تنقيتها من قبل الجهات العلمية و البحثية أو حتى من قبل مجموعات المستفيدين.

فالمواقع على شبكة الانترنت تقدم أنواعا مختلفة من المحتوى الالكتروني، مما يتطلب أساليب مختلفة من التقييم و مستويات مختلفة من تطبيق معايير الجودة . وهناك عدة معايير مقترحة من طرف المتخصصين والمهتمين بالمواقع الالكترونية وتقييم جودتها، ولقد تم الاقتصار في هذه الدراسة على البحث الذي المتضمن العديد من التصنيفات والمعايير والتي تم اختصارها في أربعة معايير اساسية يتضمن كل منها مجموعة من المؤشرات وفق ما يلي: [2]

الفرع الأول: معيار الاستعمال

عدة أبحاث أشارت إلى أهمية تقييم مدى سهولة استعمال المستخدم للموقع، فترة تواجده فيه، ومدى انجذابه إليه، وشددت هذه الأبحاث على ستة معايير ثانوية :[3]

- ✓ **الرؤية:** مدى سهولة إيجاد الموقع من خلال محركات البحث المشهورة.
- ✓ **الدخول:** سهولة كتابة عنوان الموقع وتذكره وكذا علاقة العنوان بهدف ونشاط الموقع.
- ✓ **صفحة البداية:** احتواء صفحة البيت على جدول لمحتويات الموقع مصنف بصورة جيدة وواضحة. يجب الانتباه إلى أهمية صفحة البيت، لأنها تُعطي الانطباع الأول لدى المستخدم عن الموقع.

---

[1] محمد مصطفى ، **تقييم جودة المواقع الالكترونية** ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية و الاقتصادية ، ع18 ، المجلد 6 ، العراق 2010 ، ص39 .

[2] مصطفاوي الطيب، بونيف محمد الأمين، خدمات التوظيف الالكتروني – **نموذج لتقييم مواقع التوظيف بالجزائر**، ملتقى دولي ، جامعة المسيلة ، ص ص9-11 .

[3] مصطفاوي الطيب، يوسف محمد الامين، خدمات التوظيف الالكتروني – **نوذج لتقييم مواقع التوضيف بالجزائر**، ملتقى دولي، جامعة المسيلة صص9-11.

- ✓ **سرعة التحميل**: الوقت اللازم لظهور الصفحة إذ انه كلما كانت الفترة اقصر كلما كان ذلك أفضل.
- ✓ **الإبحار**:سهولة ووضوح طريقة التنقل بين صفحات الموقع.
- ✓ **تصميم الصفحات**: تناسق وجمالية تصميم صفحات الموقع، أي مدى الانسجام بين خلفية الصفحة، الألوان، ونوعية الخطوط.

الفرع الثاني: معيار المحتوى:

هناك خمسة معايير ثانوية، قمنا بتكييفها بحسب طبيعة وهدف الموقع الالكتروني وهي:

- ✓ **تنظيم العمل**:في إن كان المستخدم يستطيع الوصول إلى المعلومة التي يريدها دون عناء يذكر، بالإضافة إلى الفهم السريع لمحتوى الموقع.
- ✓ **نسبة المترشحين**:نسبة أو عدد المشتركين من طالبي العمل في الموقع (طلبات العمل).
- ✓ **نسبة أصحاب العمل**:نسبة أو عدد المشتركين من عارضي العمل في الموقع (عروض العمل).
- ✓ **اللغة**:اللغة التي يستخدمها الموقع فان كان يستخدم أكثر من لغة فذلك مؤشر جيد بخصوص الموقع.
- ✓ **التصنيف**:البحث عن تصنيف الموقع في أدلة التصنيف وأشهرها على الإطلاق تصنيف ALEXA.

الفرع الثالث: معيار القيمة الخدمية

بعض الأبحاث شددت على أهمية تقييم مدى نجاعة الفعاليات الخدمية الموجودة في الموقع والناتج النهائي الذي سيقوم ببنائه للمستخدم، وبحسب طبيعة المواقع فصلنا سبعة معايير ثانوية في هذا المجال:[1]

- ✓ **فعاليات**: تزويد المستخدم بفعاليات هادفة تفتح أمام المتصفح آفاق ومعلومات جديدة في المجال المراد التوظيف فيه وكذا المجالات الأخرى، بالإضافة إلى الفعاليات في ارض الواقع مثل المعارض والملتقيات والندوات.
- ✓ **خدمات الزبون**: النظر إلى الخدمات التي يقدمها الموقع للمستخدم مثل إمكانية إدراج السيرة الذاتية بصيغة PDF أو DOC أو بصيغة أخرى يقترحها الموقع، يسهل التعديل عليها لاحقا.
- ✓ **خدمات شخصية**: مدى توفر الموقع على خدمات شخصية مثل صفحة شخصية خاصة به أو بريد الكتروني، او مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك.
- ✓ **اتصال**: فتح المجال أمام المستخدم للتواصل مع المسؤول عن الموقع أو العراضين.

[1] مصطفاوي الطيب، بونيف محمد الأمين، المرجع السابق، ص 11.

- ✓ **تغذية مرتدة:** متابعة مشاركة المستخدمين للعروض وتقييم ذلك من اجل معرفة العروض الأكثر جذبا وكذلك عروض الطلب الأكثر توفرا.
- ✓ **المعلومات الكاملة:** النظر في إن كان الموقع يقدم المعلومات الكاملة عن عارض العمل أو التدريب المناسب لطلبه، مثل البريد الالكتروني ورقم الهاتف والفاكس والموقع الالكتروني والجغرافي.
- ✓ **وسائل مساعدة:** توفير وسائل مختلفة تساعد المستخدم على حل مشاكل تقنية، كتابية، يواجها خلال تنفيذ الفعاليات.

الفرع الرابع: معيار الحيوية

أبحاث عديدة لوّحت بأهمية تقييم مدى حيوية وديناميكية الموقع، موقع حيوي يعني أنه قادر على التنفس والحياة، فبكل شهيق تدخل معلومات جديدة وآنية وبكل زفير تخرج معلومات لم تعد ذات أهمية لمستخدمي الموقع، وشددت هذه الأبحاث على معيارين ثانويين:[1]

- ✓ **ارتباطات:** توجيه المستخدمين إلى صفحات إضافية داخل الموقع ذاته أو إلى عرض

وتتمثل هذه المعايير فيما يلي:

1- القيمة الاستعمالية :

إن الغاية من المعلومات هو الاستعمال، وبالتالي لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا في حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها وعلى هذا الأساس ينبغي عند تصميم المواقع الإلكترونية مهما كان نوعها أن يهتم صاحبها بجمهور المستفيدين من هذا الموقع لضبط محتوى المعلومات الواردة فيه حسب حاجيات الجمهور المعنى.

2- أصالة المادة:

لا قيمة لموقع يحتوى على معلومات سبق نشرها في مصادر أخري باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفى المعارف بشكل مستمر عبر الزمن، والمستعمل تشده تلك المواقع التي تضيف إلى رصيدهم المعلومات والمعارف شيئًا جديدًا وأصلياً بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه.

3- الدقة :

إن المعلومات الدقيقة توفر للقارئ الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضى إلى نتائج وأحكام لامجال فيها للتأويل الصحة و التغطية و المصداقية الموضوعية.[2]

[1] مصطفاوي الطيب، ، بونيف محمد الأمين، ، المرجع السابق، ص12.

[2] نفس المرجع، ص13.

المبحث الثاني: مفاهيم اساسية حول جودة الخدمات

تعد الجودة سلاحا تنافسيا، لذا ازداد إدراك المؤسسات الخدمية للأهمية، وفي هذا المبحث سيتم تناول مفهوم الخدمة وأهميتها وأهدافها، بالإضافة إلى ماهية الجودة وأهميتها وأهدافها، وفي الأخير نتناول مفهوم جودة الخدمة وأهميتها وابعادها المعتمدة في هذه الدراسة.

المطلب الأول: ماهية الخدمة والجودة

نظرا للأهمية المتزايدة للخدمة و الجودة ولكونهما عاملا أساسيا لنجاح أي مؤسسة لما لها من دور في استغلال الموارد و تحقيق موقع تنافسي في الوقت الحالي، حاولنا تسليط الضوء على ماهية الخدمة وأهميتها و ماهية الجودة وأهميتها وأهدافها.

الفرع الأول: ماهية الخدمة وأهميتها

أولا: مفهوم الخدمة:

يمكن فهم طبيعة الخدمة من خلال تحليل العلاقة بينها و بين المنتجات المادية، وهذا بسبب الترابط و التزامن الوثيق فيما بينهما، فتصنيف الخدمة لا يمكن أن يكون بمعزل عن المنتج، و عليه فكلمة الخدمة في طبيعتها غير واضحة المعالم، و هذا عائد إلى عدة أسباب نوجزها في النقاط التالية: [1]

1. إن كلمة "الخدمة" توحي بالشيء المعنوي أكثر منه المادي ولذلك غالبا ما يستعمل لفظ المنتج للتعبير عن الخدمة كقولنا منتجات سياحية أو فندقية.
2. إن كلمة "الخدمة" لا تشمل قطاع معين أي أن قطاع الخدمات متنوع جدا.
3. لطالما اعتبرت الخدمة متعلقة بالعنصر البشري، ولكن هذا المفهوم نقص مفعوله في وقت اكتسحت فيه الآلة ميدان الخدمات مثل الغسيل الآلي للسيارات، آلات تقديم القهوة....وغيرها، أي أن الخدمة تتغير بتغير المحيط التكنولوجي.

وقصد إزالة الغموض الذي يكتنف مفهوم الخدمة ، سنسلط الضوء على عدد من التعريفات :

فقد عرف كوتلر الخدمة على أنها: " أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر وتكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، و أن إنتاجها أو تقديمهاقد يكون مرتبطا بمنتج ملموس"[2].

---

[1] حكيم بن جروة، **دور استراتيجية التسويق في تحسين مؤسسات الاتصال**، مذكرة ماجستير، غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصيص تسويق، جامعة سعد حلب بالبليدة، البليدة، 2007 ص 32.

[2] أيمن برنجي، **الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك**، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)،كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير و العلوم التجارية،تخصص الإدارة التسويقية، جامعة أحمد بوقر بومرداس،2009/2008 ص65.

وتعرفه Skinne: "الخدمة هي منتج غير ملموس يحقق المنفعة مباشرة للمستهلك كنتيجة لأعمال جهد بشرى أو ميكانيكي للأفراد أو الأشياء"[1].

كما عرفت جمعية التسويق الأمريكية الخدمات بأنها : " هي منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل، و لا يتم نقلها أو خزنها، و هي تقريبا تفنى بسرعة، الخدمات يصعب في الغالب تحديها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود بنفس الوقت التي يتم شراؤها و استهلاكها فهي تتكون من عناصر ملموسة متلازمة و غالبا ما تتضمن مشاركة الزبون بطريقة هامة، حيث لا يتم نقل ملكيتها و ليس لها لقب أو صفة".

و بناء على ما سبق يمكن القول أن الخدمة هي : نشاط أو مجموعة من الأنشطة يقدمها طرف لآخر و تحقق له منفعة و تكون ذات طبيعة غير ملموسة فى غالب الأحيان، كما تكون مرتبطة بمنتج مادي ملموس. [2]

ثانيا :أهمية الخدمات

ازدادت أهمية الخدمات عما كانت عليه بالسابق لأسباب عديدة أهمها:[3]

- ✓ ارتفاع نسبة العاملين في قطاع الخدمات، حيث تشير الدراسات إلى أن أكثر من ثلثي مجموع القوى العاملة في العالم تعمل في قطاع الخدمات.
- ✓ الزيادة في أعداد السلع التي تحتاج إلى خدمات فسلع الكمبيوتر والانترنت وأنظمة الأمان تحتاج إلى خدمات متخصصة مثل التركيب والصيانة والتدريب وقطع الغيار.
- ✓ ارتفاع مستويات الدخول في كثير من دول العالم مما جعل الإنفاق على كثير من الخدمات أمرا ممكنا وميسورا.
- ✓ التغيرات التكنولوجية التي حدثت في منظمات الأعمال فالتسويق الإلكتروني واستخدام التكنولوجيا أدى إلى زيادة الحاجة إلى الخدمات المدعمة لهذه الأنشطة.

[1] محمد بوبقير، **دور إدارة الجودة الشاملة في الارتقاء بالخدمات الصحية**، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد حلب بالبليدة، البليدة،2006 ص 123.

[2] نظام موسي سويدان، شقيق إبراهيم حداد، **التسويق مفاهيم معاصرة**، الطبعة الثانية، دار حامد، عمان، 2003 ص 226.

[3] زكريا عزام و عبد الباسط حسونة و مصطفى الشيخ، **مبادئ التسويق الحديث** ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن،2008 ص ص 258- 259 .

الفرع الثاني: ماهية الجودة وأهميتها وأهدافها

تعد الجودة عاملا أساسيا لنجاح أي مؤسسة سواء لما لها من دور في استغلال الموارد وتحقيق موقع تنافسي، سنحاول التطرق للتطور التاريخي للجودة وكذا تعريفها وأهميتها وأهدافها.

أولا: التطور التاريخي للجودة

من خلال التطور الفكري والإداري فيما يتعلق بإدارة الجودة يمكن أن نلاحظ أن تتابع المداخيل للجودة عبر تطورها لم يحدث في صورة قفزات، ولكنها كانت من خلال تطور مستقر وثابت. وكان هذا التطور انعكاسا لسلسلة من الاكتشافات ترجع إلى القرن الماضي وهذه الاكتشافات يمكن تقسيمها إلى أربعة عصور و هي[1]:

1- مرحلة الفحص بداية القرن العشرين :اقترنت هذه المرحلة بمرحلة التسيير العلمي للعمل"لتايلور" الذي كان يهدف إلى رفع من مستوى الكفاءة الإنتاجية داخل المصنع عن طريق التخصيص، النمطية، تبسيط العمل و كذا تقسيم العمل الذي يسمح بالاستغلال الأمثل لليد العاملة المتوفرة وغير المؤهلة كأحسن طريقة من أجل زيادة الإنتاج، وبأقل التكلفة،كما دعا إلى ضرورة الفصل بين وظيفة الإنتاج و وظيفة التفتيش و في هذا النظام يرتكز نشاط التفتيش بفحص المنتجات التي ينتجها المصنع في المرحلة النهائية ليتأكد من مطابقتها لمعايير الجودة المحددة مسبقا و الكشف عن عيوب هذه المنتجات و هذا بهدف تطوير العملية الإنتاجية.

2- مرحلة مراقبة الجودة (1930-1950): كانت الجودة هنا تهدف إلى تقليل نسبة المعيبات المستخدمة، بالإضافة إلى المرحلة الأولى تطبق الأساليب الإحصائية في ضبط الجودة لأداء أنشطة الجودة والتحقق من مطابقة المنتج لمقياس الجودة. و على الرغم من أن مراقبة الجودة أكثر تقدما من مرحلة الفحص إلا أن التقدم في إدارة الجودة جعل الاعتمادعلى مراقبة الجودة غير كافي بل وغير ملائم بمفرده لتحقيق التحسين المستمر، ولعل الاستعراض التالي لنظام الجودة يوضح نواحي القصور و عدم الفعالية في هذا النظام.

3- مرحلة تأكيد الجودة (1950-1970): هذا المدخل أكثر بعدا وعمقا من المداخيل السابقة له تاريخيا فلأول مرة يقدم هذا المدخل مفهوم التكامل و التنسيق بين برامج الإدارة ولأول مرة أيضا يؤكد أن كافة المستويات الإدارية لابد أن تشارك في تخطيط و مراقبة الجودة. و في هذه المرحلة تم انتقال من جودة المنتج إلى جودة النظام و أساسه منع وقوع الخطأ.

[1] سميرة كرامة ، **دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين جودة الخدمة** ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة ،2010-2011ص48 .

4- مرحلة إدارة الجودة الشاملة (المدخل الحديث) فترة 1970 إلى يومنا هذا : وهي نظام شامل للقيادة والتشغيل للمؤسسة يعتمد على مشاركة العاملين والموردين والعلماء من أجل التحسين المستمر للجودة.

ثانيا: تعريف الجودة

تعرف الجودة علي أنها إنتاج المؤسسة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوي عالي من الجودة المتميزة تكون من خلالها على الوفاء باحتياجات و رغبات زبائنها بشكل يتفق مع توقعاتهم وتحقيق رضائهم ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا للإنتاج سلعة أو خدمة .[1]

ثالثا:أهمية الجودة

إن تحقيق الجودة حلم يراود جميع المؤسسات ذلك أن الجودة لم تعد اختيارا يمكن التغاضي عنه، و إنما هي التزام لا بديل له و تعد الجودة هامة بالنسبة للمؤسسة من خلال ما يلي[2] :

- ✓ **الصورة العامة وسمعة المؤسسة في السوق** : تستمد المؤسسة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المؤسسة مع المجهزين وخبرة العاملين ومهارتهم ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن المؤسسة.
- ✓ **درجة الثقة في منتجاتها** : فسوء تصميم أو تصنيع المنتجات قد يؤدي إلى وقوع حوادث لمستعملي هذه المنتجات، مما يتسبب في المسائلة القانونية للمؤسسة،كوقوع حادث السيارة بسبب سوء تصميم أو تصنيع نظام المكابح.
- ✓ **مستوى الإنتاجية** : فالجودة السيئة تؤثر سلبيا على الإنتاجية، و ذلك من خلال إنتاج سلع معيبة غير قابلة للتسويق بالإضافة إلى تكاليف الإصلاح .
- ✓ **التكلفة** : فالمستوى الضعيف للجودة يؤدى إلى زيادة تكاليف المؤسسة وذلك من خلال زيادة المرفوضات، بالإضافة إلى تكلفة فقدان الزبائن .
- ✓ **المسؤولية القانونية للجودة**:تزايد باستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظر في الحكم في قضايا مؤسسة تقومبتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها أو توزيعها

[1] كلثوم بوبكر، **جودة الخدمة في المؤسسة الخدمية و اثرها على رضا الزبون**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة 2012-2013 ، ص4 .

[2] المرجع نفسه ، ص 4 – 5 .

- ✓ **المنافسة العالمية** :تكتسب الجودة أهمية متميزة من المؤسسة والسمعة التي تتمتع إلى تحقيقهاللهدف ،التمكن من تحقيق المنافسة،فكلما انخفض مستوى الجودة في منتجات المؤسسة أدى ذلك إلى إلحاق الضرربأرباح المؤسسة.
- ✓ **التكاليف وحصة السوق** :تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتبع الفرصلاكتشاف الأخطاء وتلقيحها لتجنب تحمل كلفة إضافية إلى الاستفادة القصوى من زمن الآلات عن طريقالزمن العاطل عن الإنتاج وبالتالي تخفيض الكلفة وزيادة ربح المؤسسة[1].

رابعا : أهداف الجودة

هناك نوعان من أهداف الجودة هما:

- ✓ **أهداف تخدم ضبط الجودة** : وهي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها حيث تصاغ على مستوى المؤسسة ككل وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان ورضا الزبائن.
- ✓ **أهداف تحسين الجودة** : و هي غالبا ما تنحصر في الحد من الأخطاء وتطوير منتجات جديدة ترضي الزبائن بفعالية أكبر.

كما يمكن تصنيف أهداف الجودة بنوعيها إلى خمس فئات هي : [2]

- ✓ أهداف الأداء الخارجي للمؤسسة ويتضمن الأسواق والبيئة و المجتمع.
- ✓ أهداف أداء المجتمع و تتناول حاجات الزبائن والمنافسة.
- ✓ أهداف العمليات و تتناول مقدرة العمليات و فاعليتها وقابليتها للضبط.
- ✓ أهداف الأداء الداخلي وتتناول مقدرة المؤسسة وفاعليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل.
- ✓ أهداف الأداء للعاملين وتتناول المهارات والقدرات وتحفيز وتطوير العاملين.

[1] بن شلوية كاملية ، **شرفي أمال** ،**الجودةكمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي في المؤسسات العمومية** ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الليسانس في علوم التسيير ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012-2013 ، ص ص29 - 30 .

[2] قاسم نايف علوان المحلاوي، **إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الآيزو9001:2000**، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2009 ، ص ص 38-39.

المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمة وأهميتها وأبعادها

يعد الاهتمام بجودة الخدمة موضوع قديم، لكن الجديد في هذا الموضوع يكمن في عملية استخدام الطرق العلمية والأساليب الإحصائية الحديثة لتطبيق نماذج قياس جودة الخدمة سواء ما يتعلق بوجهة نظر الزبون أو مقدمي الخدمة.

الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمة

تعددت التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة، وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات الزبائن عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة، وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة ومنه يمكن إعطائها التعاريف التالية :

- ✓ تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات العملاء وأن الجودة التي يدركها العميل للخدمة هي الفرق بين توقعات العميل لأبعاد الجودة وبين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل.[1]
- ✓ تلك الجودة التي تشتمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات جودة عالية، حيث يتكون الجانب الإجرائي من نظم و إجراءات محددة لتقديم الخدمة، أما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون بمواقفهم وسلوكياتهم وممارستهم اللفظية مع الزبائن[2].
- ✓ وجودة الخدمة يمكن أن تعرف من منظور مقدم الخدمة ومن منظور المستفيد من هذه الخدمة، وهذا ما يؤكد عليه الباحثان (Krajewski and Ritzman) فالجودة من منظور مقدم الخدمة هي مطابقة الخدمة للمعايير الموضوعة مسبقا لهذه الخدمة، أما الجودة من منظور المستفيد / الزبون فهي مواءمة هذه الخدمة لاستخداماته واستعمالاته[3].

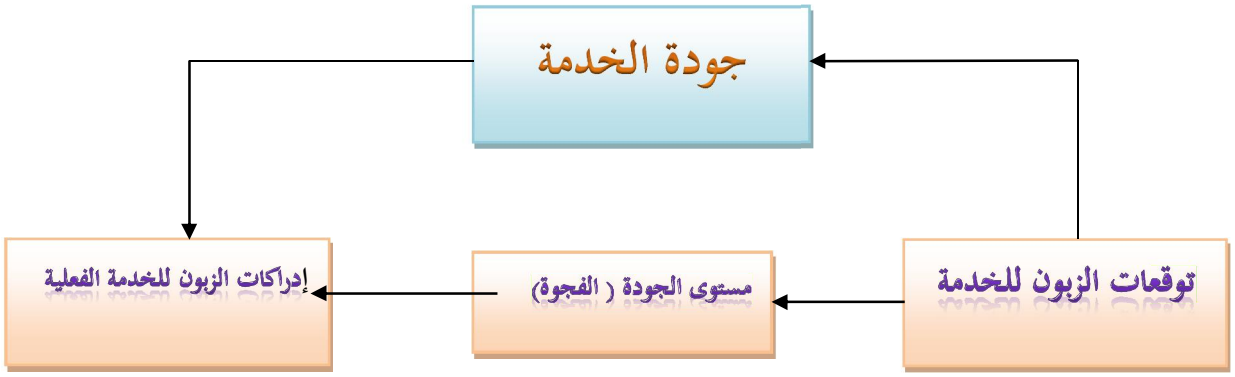
والشكل الموالي يوضح مفهوم جودة الخدمة .

[1] عبد القادر بريش، **جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك**، مجلة اقتصادية، اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف الجزائر، العدد3، ديسمبر 2005ص257.

[2] مأمون سليمان الدرادكة، **إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء**، دار الصفاء، عمان،2008 ص 19.

[3] إبراهيم بظاظو، أحمد العمايرة، **تقيم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق**، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 45، 2010 ص 9.

الشكل رقم 3 : مفهوم جودة الخدمة



المصدر : محمد فوزي سالم عابدين، قياس جودة الخدمات الهاتفية الثابتة التي تقدمها شركة الاتصالات الفلسطينية في محافظات قطاع غزة من وجهة نظر الزبائن، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، 2006 ص5.

ويتضح من الشكل أنه إذا توافقت إدراكات الزبائن مع توقعاتهم له فإنهم سوف يكونون راضين عن الخدمة، أما إذا فاقت التوقعات أو تجاوزتها فإن الخدمة تعتبر متميزة، وإذا تحقق العكس وهو أن الخدمة الفعلية لم ترق إلى مستوى التوقعات أو تجاوزت التوقعات فإن الإدراكات الفعلية للخدمة تكون رديئة، ومن ثم فإن الزبون يكون غير راضي عن هذه الخدمة[1].

[1] سميرة كرامة ، مرجع سبق ذكره ، ص53 .

الفرع الثاني:أهمية جودة الخدمة

تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي : [1]

- ✓ **نمو مجال الخدمة:** لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات.
- ✓ **ازدياد المنافسة:** إن زيادة عدد المؤسسات الخدمية يؤدي ذلك إلى زيادة المنافسة، و بالتالي فإن جودة الخدمة تعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.
- ✓ **فهم الزبائن** :إن الزبائن يريدون معاملة جيدة، فلا يكفي تقديم خدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة، والفهم الأكبر للعملاء.
- ✓ **المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة** : أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل اجتذاب زبائن جدد، ولكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

الفرع الثالث: أبعاد جودة الخدمة

توصل مجموعة من الباحثين الى أبعاد رئيسية هي : [2]

- ✓ **الاعتمادية** : تشير إلى قدرة مزود الخدمة على إنجاز أو أداء الخدمة الموعود بها بشكل دقيق يعتمد عليه، فالمستفيد يتطلع إلى مزود الخدمة بأن يقدم له خدمة دقيقة من حيث الوقت و الإنجاز، تماما مثلما تم وعده بذلك.
- ✓ **الاستجابة** : والتي تشير إلى سرعة استجابة مقدمي الخدمة لمطالب واحتياجات الزبائن.[3]
- ✓ **الأمان** : تعد هذه الخدمة دورا كبيرا و فعال في جذب الزبائن لطلب الخدمة لأن توفر عنصر الأمان و الثقة يشكل نقطة أساسية بالنسبة للمستفيد. إن الحاجة إلى الأمان يمثل أحد الحاجات الأساسية التي يبحث عنها المستفيد في الخدمة.
- ✓ **الأشياء الملموسة** : غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ضوء مظهر التسهيلات المادية مثل (المعدات و الأجهزة و الأفراد ...)

[1] سميرة كرامة ، سبق ذكره ، ص54 .

[2] توفيق محمد عبد المحسن، **قياس الجودة و القياس المقارن أساليب الحديثة في المعايير و المقاييس**، دار الفكر العربي، 2006/2005 ص 45.

[3] محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، **تسويق الخدمات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010 ص 92 .

- ✓ **التعاطف:** ويقصد بها التعاطف و الرعاية، والاهتمام الفردي الذي تبديه المؤسسة تجاه العملاء من خلال الموظفين فيها، وقدرة الموظفين على اظهار اللباقة والاحترام لطالبي الخدمة، وفي هذا البعد يتم التركيز ايضا على فياس ملائمة الجو العام داخل المؤسسة لاحتياجات المستفيدين بالنسبة لساعات العمل.[1]

الفرع الرابع: خطوات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة

هناك خطوات تسمح بتحقيق الجودة في تقديم الخدمات وتتمثل فيما يلي : [2]

1- جذب الانتباه و إثارة الانتباه بالزبائن :

ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال المواقف التي يبديها مقدم الخدمة للزبائن وفقا لما يلي:

- ✓ الاستعداد النفسي و الذهني لمواجهة الزبائن، و إشعارهم بالاهتمام بهم.
- ✓ حسن المظهر و المقابلة الايجابية و الفاعلة نحو الزبائن.
- ✓ الابتسامة و الرقة و الدقة في التعامل مع الزبائن و إظهار روح الود و المحبة في مساعدتهم.
- ✓ الروح الايجابية المتفاعلة نحو الزبائن بصرف النظر عن الجنس و المظاهر ...الخ.
- ✓ الثقة بالنفس و قوة الشخصية و انتهاج الموضوعية في التفاعل و التعامل مع مختلف الزبائن.
- ✓ الدقة التامة في إعطاء المواصفات الدقيقة عن السلعة أو الخدمة و عدم اللجوء للمبالغة.
- ✓ إشعار الزبائن بالسعادة المتناهية في تقديم الخدمة.

2- خلق الرغبة لدى العملاء وتحديد حاجاتهم:

إن خلق الرغبة وتحديد احتياجات العملاء تعتمد على المهارات البيعية والتسويقية لمقدم الخدمة ومن المتطلبات الأساسية لذلك ما يلي[3]:

أ- العرض السليم لمزايا الخدمة المقدمة بالتركيز على خصائصها ووفرتها .

ب- التركيز على نواحي القصور في الخدمات التي يعتمد عليها العميل مع الالتزام بالموضوعية في إقناع العميل بالتعامل في خدمة أخرى لتفادي القصور.

---

[1] محمد ابراهيم سلمان، **مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الاقصى بغزة طبقا لمقياس جودة الخدمة**، مجلة جامعة الاقصى، المجلد السابع عشر،2012، ص12.

[2] خضير كاظم حمود، **إدارة الجودة و خدمة العملاء** ، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان 2002، ص ص 217-218 .

[3] بوعنان نور الهدى ، **جودة الخدمات وأثرها علىرضاالعملاء** ،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير تخصص: علوم التسيير ، السنة الجامعية: 2006 / 2007، ص ص 67- 68 .

ج- اعتماد كافة المعدات البيعية كوسيلة للتأثير على حاسة السمع واللمس والنظر والشم والتذوق ...إلخ فالرؤية أو اللمس تغني عن الاستماع .

د- ترك الفرصة للعميل لكي يستفسر عن كافة الأمور التي يجب أن يستوضحها وأن يكون مقدم الخدمة مستعدا للرد على تلك الاستفسارات بموضوعية ودقة مما يجعل العميل مستعدا لاستكمال إجراءات اقتناء الخدمة.

هـ- التركيز على الجوانب الإنسانية في التعامل كالترحيب والابتسامة والشعور بأهمية توفير الحاجات الحالية والمستقبلية للعملاء.

3- إقناع العميل ومعالجة الاعتراضات لديه: [1]

إن عملية إقناع العميل باقتناء تلك الخدمة ليست بالأمر السهل وإنما تتطلب من مقدم الخدمة العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق القناعة لدى العملاء عند تقديم الخدمات وكذلك معالجة الاعتراضات التي يبدلها العميل عند الشراء أو يضع العراقيل أمام إتمام ذلك رغم اقتناعه بجودة الخدمة والسعر المعقول في بعض الأحيان، فيرى البعض أن عملية البيع لن تتم دون وجود اعتراض من قبل العميل لذلك فطريقة الرد على الاعتراض تختلف من موقف لآخر لذلك فهناك مجموعة من القواعد التي يمكن الاعتماد عليها في الرد على اعتراضات العملاء.

1 بوعنان نور الهدى، **جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير تخصص: علوم التسيير ، السنة الجامعية: 2006 / 2007، ص ص 67 68 .

خلاصة الفصل:

نستخلص مما سبق أن المواقع الإلكترونية عبارة عن صفحات مبرمجة بأي لغة من لغات الويب تقوم بعرض واخذ البيانات على شبكة الانترنت، ويحتوي الموقع الإلكتروني على صفحة رئيسية يمكن الوصول إليها من خلال عنوان الموقع وتعرض هذه الصفحة محتويات الموقع وتضم ارتباطات تشعبيه تقود لصفحات أخرى في نفس الموقع أو في مواقع أخرى، تختلف شبكة الويب عن الانترنت، فإن كانت شبكة الإنترنت هي شبكة للأجهزة المادية من ملفات عملاقة إلى أجهزة اتصال ونظام توزيع ثم أجهزة الكمبيوتر، فإن شبكة الويب هي مجموعة هائلة من وثائق النص التشعبي الموصولة ببعضها تعمل داخل الإنترنت ،ويطلق عليها أحيانا www،أو الشبكة العنكبوتية الدولية التي تربط ببعضها.

ولقد تم الاقتصار في هذه الدراسة على البحث المتضمن العديد من التصنيفات والمعايير والتي تم اختصارها في أربعة معايير اساسية يتضمن كل منها مجموعة من المؤشرات وفق ما يلي: معيار الاستعمال، معيار القيمة الخدمية، معيار الحيوية.

ولقد تبين أن لجودة الخدمة معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة، وتوصل مجموعة من الباحثين الى أبعاد رئيسية هي: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، الأشياء الملموسة، التعاطف.

وهناك خطوات تسمح بتحقيق الجودة في تقديم الخدمات وتتمثل فيما يلي: جذب الانتباه وإثارة الانتباه بالزبائن، خلق الرغبة لدى العملاء وتحديد حاجاتهم، إقناع العميل ومعالجة الاعتراضات لديه، التأكد من استمرارية العملاء بالتعامل مع المؤسسة.

الفصل الثاني

دراسة تطبيقية بكلية العلوم

الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة المسيلة

تمهيد:

بعد تناولنا في الفصل السابق الإطار النظري لمتغيرات الدراسة المتمثلة في المواقع الالكترونية وجودة الخدمات، سيتم في هذا الفصل الإجابة على تساؤلات البحث من خلال تحليل محاور الاستبيان المعتمد عليه في الدراسة كأداة لجمع البيانات ومن ثم دراستها وتحليلها وتفسيرها، مستعينين في ذلك ببرنامج Spss وتفسير النتائج في إطار اختبار فرضيات الدراسة والخروج بجملة من الاقتراحات.

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث جاءت كما يلي:

المبحث الأول: منهجية وأدوات الدراسة.

المبحث الثاني: مجتمع الدراسة ووصف خصائص العينة.

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة وتحليل نتائجها.

المبحث الأول: منهجية وأدوات الدراسة

يتناول هذا المبحث وصفا للإجراءات التي تم إتباعها في تنفيذ الدراسة، ومن ذلك التعريف بمنهج الدراسة ومصادر جمع المعلومات، ووصف لمجتمع الدراسة وعينتها، وطريقة إعداد أداة الدراسة (الاستبيان)، والتأكد من صدقها وثباتها وبيان إجراءات الدراسة، والمعالجات الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات.

المطلب الأول: منهجية الدراسة

تتطلب كل دراسة منهجا علميا وأدوات بحثية تمكن من الوصول إلى الأهداف التي وضعها الباحث عند البداية وهذا ما يتضمنه هذا المطلب.

الفرع الأول: منهج الدراسة

في الدراسة والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها تم اعتماد المنهج الوصفي " وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع. وتشمل البحوث الوصفية أنواعاً فرعية متعددة تشمل الدراسات المسحية

ويستخدم لجميع البيانات والمعلومات في أنواع البحوث الوصفية أساليب ووسائل متعددة مثل الملاحظة، المقابلة، الاختبارات، الاستفتاءات، المقاييس المتدرجة.[1]

الفرع الثاني: مصادر جمع المعلومات

من أجل بناء الخلفية النظرية للبحث وجمع المعلومات من ميدان الدراسة تم الاعتماد على ما يلي:

1- المصادر الثانوية:

لمعالجة الإطار النظري للبحث تم اللجوء لمصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والمقالات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والاطلاع على مواقع الإنترنيت المختلفة.

2- **المصادر الأولية:** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث تم جمع البيانات الأولية من خلال استبيان صمم خصيصا لهذا الغرض وكان كما يلي:

أ- تصميم الاستبيان: تم جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة بواسطة استبيان صمم في ضوء تساؤلات الدراسة وأهدافها حيث يعرف بأنه "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث، يجري تعبئتها من قبل المستجوب"[2].

---

[1] فان دالين، **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرون، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ،ط ، 1994م، ص 292-293.

[2] محمد سامي ملحم، **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2002، ص286.

وقد تم إعداد الاستبيان وفق المراحل التالية:

- ✓ إعداد استبيان أولي.
- ✓ عرض الاستبيان على المشرف للأخذ برأيه في مدى ملائمته لجمع البيانات.
- ✓ تعديل الاستبيان حسب ما يراه المشرف بتصحيح ما يجب تصحيحه وحذف ما لايلزم الدراسة من عبارات.
- ✓ عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة لغرض تحكيمه.
- ✓ تعديل الاستبيان مرّة أخرى مع المشرف آخذين بآراء الأساتذة المحكمين.
- ✓ توزيع الاستبيان على جميع مفردات العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.

وبهدف الحصول على البيانات تم الاعتماد على هذه الأداة بشكل أساسي لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تمت عملية توزيع الاستبيان وفق الجدول الموالي:

الجدول رقم (1): الاستبيانات الموزعة.

عدد الاستبيانات	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المسترجعة	الاستبيانات المرفوضة	الاستبيانات المدروسة
المجموع	115	102	1	101
النسبة	%100	%88.69	%1.02	%99.01

المصدر: من إعداد الطالب .

من خلال الجدول اعلاه:

يتضح لنا أن عدد الاستبيانات الموزعة قدرت:.115 استبيان، تم استرجاع منها 102 استبيان وبعد عملية الفحص تبين نسخة منهم غير صالحة أي تم رفضها نظرا لعدم اكتمال الأجوبة على أسئلتها، لتتم عملية الدراسة على 101 استبيان أي ما يقدر بنسبة 99.01%.

وفيما يلي سيتم تصميم وصدق وثبات الاستبيان على النحو التالي:

الجدول رقم(2): أقسام ومحاور الاستمارة

أقسام الاستبيان	عنوان القسم	محاور كل قسم		فروع كل محور	
		الرقم	عنوان المحور	عنوان الفرع	عدد العبارات
القسم الأول	**البيانات العامة**	1	**معلومات شخصية**		
القسم الثاني	**محاور الدراسة**	1	**المواقع الالكترونية**	معيار الاستعمال	5
				معيار المحتوى	4
				معيار القيمة الخدمية	3
				معيار الحيوية	6
		2	**جودة الخدمة**	الجوانب الملموسة	
				الاعتمادية	8
				الاستجابة	5
				السلامة	9
				التعاطف	6
مجموع العبارات					53

المصدر: من إعداد الطالب .

من خلال الجدول رقم (02):

تمثلت بيانات الجدول في قسمين حيث تضمن القسم الأول منها البيانات الشخصية للمستجوبين وهي: الجنس، السن، المستوى التعليمي، القسم.

أما بيانات القسم الثاني فقد جاءت في محورين كما يلي:

المحور الأول:

تضمن هذا المحور عدد من العبارات عن المواقع الالكترونية، حيث ضم 05 عبارات عن معيار الاستعمال، 04 عن معيار المحتوى، 03 عن معيار القيمة الخدمية و06 عبارات عن معيار الحيوية.

أما المحور الثاني:

فقد تضمن هذا المحور عدد من العبارات عن جودة الخدمة والذي ارتكز على عدد من الأبعاد، حيث تضمن البعد الأول: الجوانب الملموسة 07 عبارات أما بالنسبة للبعد الثاني: الاعتمادية فتضمن 08 عبارات، وتضمن البعد الثالث :الاستجابة 05 عبارات أما البعد الرابع : السلامة فتضمن 09 عبارات، وتضمن البعد الأخير: التعاطف 06 عبارات.

وقد صمم هذا الاستبيان حسب سلم ليكرت الخماسي، إذ يقابل كل عبارة من عبارات المحاور قائمة تحمل الخيارات التالية: "غير موافق بشدة"،" غير موافق"، "محايد"، "موافق"، "موافق بشدة"، وقد تم إعطاء كل خيار درجة لتتم معالجته إحصائيا على النحو التالي:

الجدول رقم (3): يوضح درجات مقياس ليكرت

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

3- صدق المحكمين:

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين الأساتذة بجامعة المسيلة وكان عددهم 5 أساتذة متخصصين في الموضوع.

حيث أفادونا بمجموعة من الملاحظات تمثلت في:

- ✓ اقتراح إعادة صياغة بعض العبارات.
- ✓ حذف ما يرونه غير مناسب.
- ✓ التأكد من سلامة المصطلحات وبساطتها.

وقد تمت الاستجابة لآراء المحكمين بإجراء ما يلزم من تعديلات في ضوء المقترحات المقدمة وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية الموضحة بالملحق رقم(01).

ج- ثبات الاستبيان:

للتحقق من ثبات الاستبيان تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ، حيث تم الاستبيان على مفردات عينة الدراسة وبعد استرجاعها ومعالجة الإحصائيات تم تلخيص الجداول الإحصائية في الجدول التالي:

الجدول رقم (4): قيم معامل ألفا كرونباخ حسب كل محور:

	المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
المواقع الإلكترونية	Nمعيار الاستعمال	05	0.743	0.861
	Cمعيار المحتوى	04	0.561	0.748
	Vمعيار القيمة الخدمية	03	0.486	0.697
	AC معيار المحتوى	06	0.606	0.778
العام بالنسبة للمواقع الإلكترونية		18	0.765	0.874
جودة الخدمة	TTالجوانب الملموسة	07	0.790	0.888
	RR الاعتمادية	08	0.753	0.867
	RE الاستجابة	05	0.676	0.822
	ES السلامة	09	0.731	0.854
	EM التعاطف	06	0.778	0.882
العام بالنسبة لجودة الخدمة		35	0.902	0.949
الكلي	عدد العبارات	53	0.913	0.955

المصدر: من إعداد الطالب .

من خلال الجدول رقم (03):

يتبين أن معامل ثبات أبعاد الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرومباخ تراوحت بين (0.48-0.77) أما لجميع فقرات الاستبيان بلغت قيمة معامل الثبات 0.91 وهذا مما يدل على ان الاستبيان يتسم بدرجة جيدة ومقبولة من الثبات.

مما سبق يتضح ان استبيان موضوع الدراسة يتسم بدرجة عالية من الصدق والثبات، مما تعزز النتائج التي سيتم الحصول عليها من البيانات التي تم جمعها للوصول للنتائج النهائية للدراسة.

المطلب الثاني: أدوات التحليل الإحصائي

بعد عملية استرجاع الاستبيانات الموزعة، قامت الباحث بتفريغ الإجابات التي تحملها تلك الاستبيانات باستعمال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Sciences, SPSS) الإصدار 24، ومن ثم معالجتها باستخدام الأسلوب الإحصائي الملائم بالاعتماد على نوع البيانات المراد تحليلها والغاية من وراء التحليل، ومن بين الأساليب التي تم استخدامها:

التكرارات والنسب المئوية: لبيان وصف خصائص مفردات العينة.

الوسط الحسابي: من أجل عرض متوسطات الدراسة.

الانحراف المعياري: لمعرفة درجة تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي.

معامل الاختلاف: للمقارنة بين عبارات كل محور وترتيبها حسب درجة استخدامها وتأثيرها.

اختبار كولموغروف سمير نوف: لمعرفة طبيعة توزيع بيانات الاستبيان ومدى معلمتيها، ويستخدم عندما حجم العينة أكبر من50.

اختبار بيرسون: يستعمل هذا الاختبار في دراسة العلاقة الارتباطية إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الانحدار البسيط: من أجل دراسة مساهمة متطلبات إدارة المعرفة في تحسين الأداء.

المبحث الثاني: مجتمع الدراسة ووصف خصائص العينة:

سيتم تناول من خلال هذا المبحث مجتمع وعينة الدراسة من خلال المطلب الأول، والتطرق إلى خصائص العينة من خلال المطلب الثاني.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

من خلال هذا المطلب سيتم التعرف على مجتمع الدراسة والعينة المختارة للبحث.

الفرع الأول: مجتمع الدراسة

لإجراء الدراسة الميدانية يجب على الباحث تحديد واضح لمجتمع الدراسة لأن ذلك سيساعده في تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسة هذا المجتمع، ويتمثل المجتمع محل الدراسة بطلبة كلية الاقتصاد بجامعة المسيلة.

الفرع الثاني: عينة الدراسة

تتمثل العينة من طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وهي تعبر عن عينة عشوائية حيث تم الوقوع على هذا الاختيار بناء على عدّة أسباب: كوني طالب ماستر مما يعني أن فترة الدراسة قصيرة والمتمثلة في السداسي الثاني، بالإضافة إلى أن هذا النوع من العينات يوفر الجهد والوقت والتكلفة .

المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة

في هذا المطلب سيتم وصف خصائص العينة بالاعتماد على بيانات الاستبيان الموجودة ضمن المبحث الأول.

الفرع الأول: حوصلة المعلومات التي سيتم وصفها

يمكن تلخيص المعلومات المتحصل عليها في الجدول التالي:

الجدول (5): يبين خصائص وتكرار ونسب المتغيرات المدروسة

الرقم	البيان	الفئات	التكرارات	النسب(%)
1	الجنس	ذكر	37	36.60
		أنثى	64	63.40
2	السن	أقل من 20 سنة	10	9.90
		من 20 إلى 25 سنة	65	64.40
		أكثر من 25 سنة	26	25.7
3	المستوى التعليمي	ليسانس LMD		37.6
		ماستر	50	49.5
		دكتوراه	13	12.9
4	القسم	قسم علوم التسيير	37	36.6
		قسم علوم المالية و المحاسبة	24	23.8
		قسم العلوم التجارية	13	12.9
		قسم علوم الاقتصاد	27	26.7

المصدر: من إعداد الطالب.

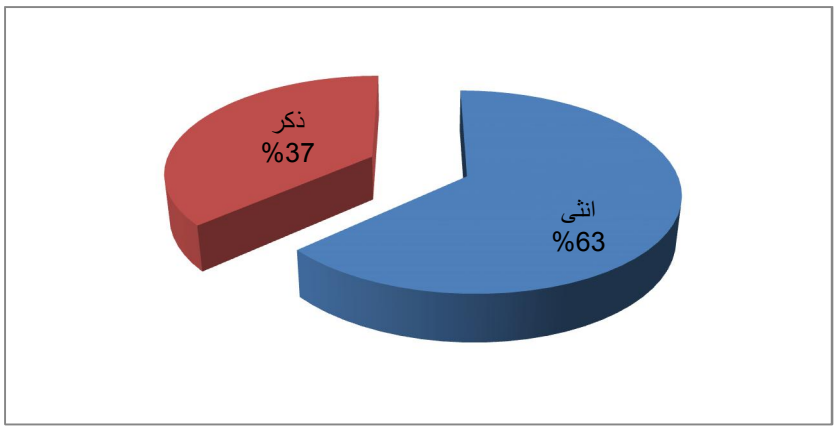
يمثل الجدول مجموعة من المعلومات عن العينة المدروسة والمتمثلة في الجنس،السن والمستوى التعليمي والقسم ، بالإضافة إلى الفئات التي يمكن أن ينتمي إليها المستجوب، والتكرارات الموافقة، وكذلك النسب، وسيتم التطرق إليها بالتفصيل في الفرع الثاني.

الفرع الثاني: وصف خصائص العينة

أولا– الجنس:

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس والبالغ حجمهم إجمالا 101 فردا، نلاحظ أن 37 فردا يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت .% 36.60 أما حجم الاناث فقد بلغ 64 أنثى بنسبة قدرت بـ 63.40%، كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (4):نسبة المشاركين في الاستبيان حسب الجنس.

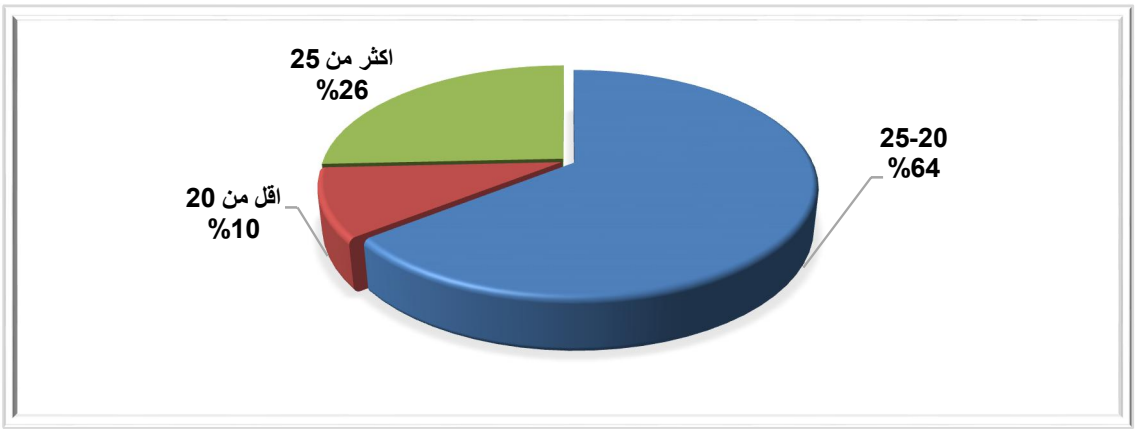


المصدر : من إعداد الطالب.

ثانيا– السن

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ إن استجابات أفراد العينة حسب متغير السن، وعليه نسبة المشاركين في الإجابة على الاستبيان حسب الفئة الأولى قدرت: فئة السنل 20 سنة فأقل بـ 10، بنسبة 9.90 في حين قدرت فئة السن بين 20الى 25 سنة 65 وبنسبة 64.40، في حين قدرت الفئة العمرية اكثر من 25 سنة ب26 وبنسبة 25.70، ومنه نستنتج ان اغلب فئة للسن هي من 20 سنة الى 25 سنة%، كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي من خلال الشكل التالي:

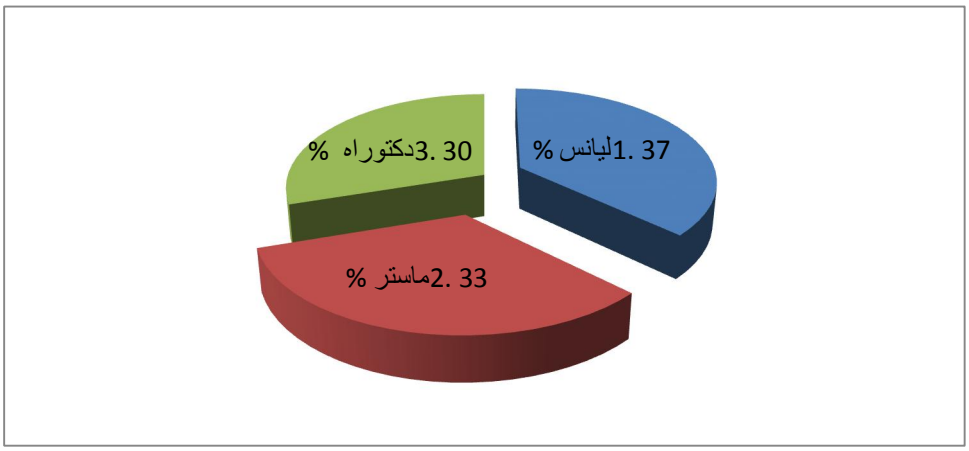


المصدر : من إعداد الطالب .

ثالثا: المستوى التعليمي:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي، حيث قدرت درجة ليسانس 38 وبنسبة 37.60، لتليها درجت لماستر بـ 16.3، 14، 14 على التوالي وهي نسب كبيرة مقارنة بما تبقى وهذا راجع إلى أن العدد الأكبر من المستجوبين ، فيما تبقى نسبة 30,3% موزعة بين الدكتوراه و DEUA ، وهذا ما يوضحه الشكل التالي.

الشكل رقم (6): يوضح نسبة المستوي التعليمي



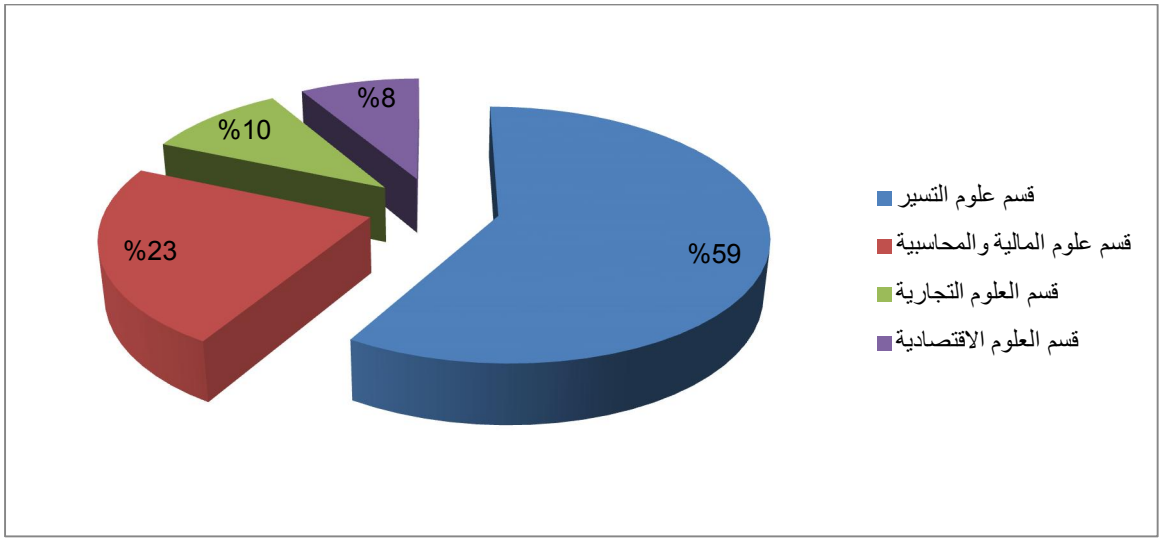
المصدر : من إعداد الطالب.

رابعا : توزيع العينة حسب القسم

استهدفت الدراسة الأساتذة والإداريين والشاغلين للمنصبين معا في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وكانت نسبة الإداريين تمثل أكثر من نصف عينة البحث بـ 51.2%، فيما كانت نسبة الأساتذة المستجوبين ويشغلون مناصب إدارية والذين يشغلون منصب أستاذ فقط متقاربة بـ 25,6 و 23.3 على التوالي،

وهذا راجع إلى أن التواجد الدائم للإداريين بمكاتبهم في حين تزامن توزيع الاستبيان مع فترة الامتحانات وبالتالي انشغال الأساتذة. وهذا ما يظهره الشكل التالي.

الشكل رقم (7): يوضح نسبة مستوي فرع القسم :



المصدر : من إعداد الطالب.

المبحث الثالث: اختبار فرضية الدراسة وتحليل نتائجها

بعد تناول منهجية وأدوات الدراسة من خلال تصميم أداة جمع المعلومات واختبار ثباتها وصدقها ووصف خصائص العينة سيتم في هذا المبحث اختبار فرضيات الدراسة وتحليل نتائجها.

المطلب الأول: اختبار فرضية الدراسة

في هذا المبحث سيتم اختبار فرضيات الدراسة الفرعية بمستوى ثقة 95% أي بمستوى دلالة 5%،وبما أن عينة الدراسة أكبر من 50 سنستخدم كول وغروف سمير نوف لاختبار بيانات محور جودة الخدمة من أجل ضمان توفر شروط استخدام أسلوب الانحدار.

أظهرت نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمتغير التابع مايلي:

1- جدول رقم (6) يبين نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات إجابات أفراد العينة

		Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk			النتيجة الاختبار
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
اختبار	بيانات	0.066	101	0.200	0.988	101	0.484	البيانات

اجابات العينة على جميع فقرات الاستبيانالمتعلق جودة الخدمة							تتبع التوزيع الطبيعي
يستخدم اختبار Shapiro-WilK إذا كان عدد الحالات اقل من 50 أما اختبار Kolmogorov-Smirnov فيستخدم إذا كان عدد العينة أكبر من 50 وفي دراستنا نستخدم قيم هذا الأخير قاعدة : هي إذا كانت قيمة الاحتمال الخطأ أو (مستوى المعنوية sig) اكبر من 0.05 فان البيانات تتبع توزيع طبيعي.							

المصدر: من إعداد الطالب.

بالنسبة لنتائج اختبار Kolmogorov-Smirnova تظهر أن مستوى المعنوية sig=0.20 وهي أكبر من (0.05) ، وهذا بالنسبة لبيانات إجابات العينة على جميع فقرات الاستبيانالمتعلق بجودة الخدمة مما يدل على اتباع بيانات هذا المتغير للتوزيع الطبيعي .

وتتضمن الفرضية الرئيسة ما يلي:

H_0: لا يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 للموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

H_1:يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار للموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

وسيتم اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة عنها وفق ما يلي:

الفرع الأول : اختبار الفرضية الجزئية الأولى

H_0: لا يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار استعمال الموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

H_1: يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار استعمال الموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

الجدول رقم(7) لنتائج الانحدار الخطي البسيط

متغير المستقل	متغير التابع	ثابت الانحدار	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	قيمةT المحسوبة	قيمةF المحسوبة	مستوى الدلالة
الاستعمال	جودة الخدمة	0.279	2.244	0.353	0.125	3.760	14.135	0.000

المصدر: من إعداد الطالب.

يتضح من الجدول رقم(7) لنتائج الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك تأثير معيار الاستعمال على جودة الخدمة بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.353 وهو معامل ارتباط موجب ومتوسط.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت 0.125مما يعني أن نسبة 12.50% ، وهذا معناه أن معيار الاستعمال تفسر 12.50%من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة، أو أن

نسبة 12.50% من التغيرات التي تحدث في تحقيق جودة الخدمة تعزى إلى معيار الاستعمال، والباقي (87.50) ترجع إلى عوامل أخرى منها الخطأ العشوائي.

وقد بينت نتائج الاختبار التحليل التباينF التي بلغ قيمته (14.135) عند مستوى دلالة إحصائية (0.00) ، و هي اصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0,05 وبهذه النتائج نقبل الفرضية التي تنص على أنه: يوجد اثر عند مستوى دلالة المعنوية (0.05) لمعيار الاستعمال في جودة الخدمة.

الفرع الثاني: اثر معيار المحتوى على جودة الخدمة

H_0: لا يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار محتوى الموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

H_1: يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار محتوى الموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

الجدول رقم(8): نتائج الانحدار الخطي البسيط

متغير المستقل	متغير التابع	ثابت الانحدار	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	قيمةT المحسوبة	قيمةF المحسوبة	مستوى الدلالةsig
معيار المحتوى	جودة الخدمة	0.241	2.377	0.283	0.080	3.655	8.600	0.004

المصدر: من إعداد الطالب.

يتضح من الجدول رقم(8) لنتائج الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك تأثير معيار المحتوى على جودة الخدمة بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.283 وهو معامل ارتباط موجب ضعيف، مما يفسر وجود علاقة بين المتغيرين.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت 0.080 مما يعني أن نسبة 10%، منعدم معيار المحتوى تفسر بـ 8%من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة ، أو أن نسبة 8%من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة تعزى إلى معيار المحتوى ، والباقي (92%) ترجع إلى عوامل أخرى منها الخطأ العشوائي. وقد بينت نتائج الاختبار التحليل التباينFالتي بلغ قيمته (8.600) عند مستوى دلالة إحصائية (0.004) ، و هي اصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0,05 وبهذه النتائج نقبل الفرضية الجزئية الثانية التي تنص على انه: يوجد اثر لمعيار المحتوى عند مستوى دلالة المعنوية (0.05) في وجودة الخدمة.

الفرع الثالث: اثر معيار القيمة الخدمية على جودة الخدمة

H_0: لا يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

H_1: يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

الجدول رقم(9) لنتائج الانحدار الخطي البسيط لمعيار القيمة الخدمية على جودة الخدمة

متغير المستقل	متغير التابع	ثابت الانحدار	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	قيمةT المحسوبة	قيمةF المحسوبة	مستوى الدلالة
معيار القيمة الخدمية	جودة الخدمة	0.322	2.129	0.413	0.170	4.506	20.330	0.000

المصدر: من إعداد الطالب.

يتضح من الجدول رقم(9) لنتائج الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك تأثير معيار القيمة الخدمية على جودة الخدمة بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.413 وهو معامل ارتباط موجب متوسط.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت 0.170 مما يعني أن نسبة 17%، من معيار القيمة الخدميةتفسر بـ 17%من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة ، أو أن نسبة 17%من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة تعزى إلى معيار القيمة الخدمية، والباقي (83%) ترجع إلى عوامل أخرى منها الخطأ العشوائي. وقد بينت نتائج الاختبار التحليل التباينFالتي بلغ قيمته (20.330) عند مستوى دلالة إحصائية (0.00) ، و هي اصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0,05 وبهذه النتائج نقبل الفرضية الجزئية الثالثة التي تنص على انه: يوجد اثر عند مستوى دلالة المعنوية (0.05) لمعيار القيمة الخدمية في جودة الخدمة.

الفرع الرابع: اثر معيار الحيوية على جودة الخدمة

H_0 : لا يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

H_1: يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

الجدول رقم(10) لنتائج الانحدار الخطي البسيط لمعيار الحيوية على جودة الخدمة

متغير المستقل	متغير التابع	ثابت الانحدار	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	قيمةTالمحسوبة	قيمةF المحسوبة	مستوى الدلالة
معيار الحيوية	جودة الخدمة	0.791	0.471	0.500	0.250	5.739	32.931	0.000

المصدر: من إعداد الطالب.

يتضح من الجدول رقم(10) لنتائج الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك تأثير معيار الحيوية على جودة الخدمة بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.500 وهو معامل ارتباط موجب متوسط.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد فقد بلغت 0.250 مما يعني أن نسبة 25%، منعدم معيار الحيوية تفسر بـ 25%من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة ، أو أن نسبة 25%من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة تعزى إلى معيار الحيوية ، والباقي (75%) ترجع إلى عوامل أخرى منها الخطأ العشوائي. وقد بينت نتائج الاختبار التحليل التباينFالتي بلغ قيمته (32.931) عند مستوى دلالة إحصائية (0.00) ، هي اصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0,05 وبهذه النتائج نقبل الفرضية الجزئية الثانية التي تنص على انه: يوجد اثر عند مستوى دلالة المعنوية (0.05) لمعيار الحيوية في جودة الخدمة.

من خلال ما تم التطرق إليه يمكن تلخيص النتائج التي أسفرت عليها الفرضيات الفرعية في الجدول الموالي:

الجدول رقم(11):يلخص نتائج اختبار الفرضيات

الرقم	الفرضيات الفرعية	مستوى الدلالة	القرار
1	يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار استعمال الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.	0<0.05	نرفض H_0 ونقبل H_1
2	يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار محتوي الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.	0>0.05	نرفضH_0 ونقبل H_1
3	يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار القيمة الخدمية للموقع	0<0.05	نرفضH_0 ونقبل H_1

	الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.		
4	يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.	0<0.05	نرفض H_0 ونقبل H_1
	قبول الفرضية الرئيسة		

المصدر: تلخيص الطالب .

المطلب الثاني تحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة

سيتم في هذا المطلب تحليل وتفسير النتائج التي أسفرت عليها اختبارات فرضيات الدراسة خلال المطلب السابق، ومن أجل ذلك تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك معاملات الاختلاف لكل عبارة من عبارات كل محور بغرض ترتيب درجات استجابة المستجوبين لكل منها ومن ثم تفسيرها.

يتضمن الجدول الموالي كل العبارات التي تتألف منها محاور القسم الأول للاستبيان المتعلق بأبعاد وعبارات الموقع الالكتروني في الكلية محل الدراسة.

الجدول رقم(12):المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لعبارات المحور الأول من القسم الأول للاستبيان.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
معيار الاستعمال					
01	يتمإيجاد موقع الجامعة من خلال محركات البحث سهولة .	4.10	0.954	33.26	4
02	تتضمن الصفحة الرئيسية كل المحتويات المطلوبة.	3.63	1.046	28.81	1
03	يتم ظهور الصفحة المطلوبة في وقت قصير .	3.26	1.119	34.32	5
04	يتم التنقل بسهولة بين صفحات الموقع .	3.61	1.104	30.58	3
05	يراعي الموقع الجانب الجمالي في تصميم صفحاته	3.53	1.035	29.32	2
	المتوسط العام	3.6277	0.73975	20.37	2
معيار المحتوى					
01	لا أجد مشقة في الوصول إلى المعلومة عبر الموقع .	3.52	1.083	30.76	4

02	يعرف عدد زوار الموقع ارتفاعا مستمر	3.63	0.935	25.75	1
03	يوفر الموقع كل المعلومات التي يحتاجه الطالب من خلال الوصلات الموجودة (الإعلانات).	3.58	1.061	29.63	3
04	تعتبر لغة الموقع مناسبة له .	3.84	1.084	28.22	2
المتوسط العام		3.6460	.68490	18.78	1
معيار القيمة الخدمية					
01	يتضمن الموقع كل الفعاليات العلمية من ملتقيات وأيام دراسة وغيرها .	3.78	1.073	28.38	1
02	يوفرالموقعخدمةاجراءتعديلاتحولالبياناتالمتعلقةبالمستخدم مكالسيرةالذاتية .	3.33	1.021	30.66	2
03	يوفر خدمات شخصية مثل التواصل عبر الفاسبوك .	3.37	1.093	32.43	3
المتوسط العام		3.4917	0.74624	21.37	3
معيار الحيوية					
01	يمكن التواصل مع المهندس المسئول عن الموقع.	3.09	1.226	40.77	6
02	يستفيد الموقع من اقتراحات المستخدمين.	3.19	1.046	32.78	4
03	يحتوي الموقع على آليات تواصل أخرى كالهاتف و الفاكس وغيرها.	3.51	1.006	28.66	2
04	يوفر الموقع خدمات مساعدة أثناء مواجهة مشاكل في الاستخدام.	3.19	1.036	32.47	3
05	يمكن المرور إلى صفحات إضافية أخرى من خلال الموقع.	3.45	0.954	27.65	1
06	يمكن تحديد محتويات الموقع بصورة دائمة.	3.29	1.108	33.67	5
المتوسط العام		3.2855	.61884	18.83	4

المصدر: من إعداد الطالب .

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن توزيع إجابات المستجوبين على :

معيار الاستعمال: حيث أن اعلي قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.63 وانحراف معياري قيمته 1.046بالنسبة لعبارة رقم 01 و بمعامل اختلاف قدر ب 28.81 ويرجع السبب لتضمن الصفحة

الرئيسية كل المعلومات المطلوبة بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 05 بمتوسط حسابي 3.53 وانحراف معياري قيمته 1.035 ومعامل اختلاف قدر ب 29.32 ، ويرجع السبب لمراعاة الموقع الجانب الجمالي أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي 3.61 وانحراف معياري قيمته 1.104 ومعامل اختلاف قدر ب 30.58 ويرجع السبب لسهولة التنقل بين الصفحات بينما في المرتبة الرابعة تأتي العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي 3.26 وانحراف معياري قيمته 1.119 و معامل اختلاف قدر ب 34.32 ويرجع السبب لمناسبة اللغة للموقع . أما المرتبة الأخيرة احتلتها العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي 3.26 وانحراف معياري قيمته 1.119 ومعامل اختلاف قدر ب 34.32 . بسبب التأخير نوعا ما في ظهور الصفحة.

✓ **معيار المحتوى:** حيث أن أعلى قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.63 وانحراف معياري قيمته 0.935 بالنسبة لعبارة رقم 02 و بمعامل اختلاف قدر ب 25.75 ويرجع السبب لارتفاع نسبة عدد الزوار بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي 3.80 وانحراف معياري قيمته 1.084 ومعامل اختلاف قدر ب 280.32 ، ويرجع السبب لمناسبة لغة الموقع، أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي 3.58 وانحراف معياري قيمته 1.061 ومعامل اختلاف قدر ب 29.63 كون الموقع يوفر كل المعلومات التي يحتاجه الطالب من خلال الوصلات الموجودة (الإعلانات).

✓ **معيار القيمة الخدمية:** حيث أن اعلي قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.37 وانحراف معياري قيمته 1.093 بالنسبة لعبارة رقم 03 و بمعامل اختلاف قدر ب32.43ويرجع السبب لتوفر الخدمات الشخصية مثل التواصل عبر الفاسبوك بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي 3.33 وانحراف معياري قيمته 1.021ومعامل اختلاف قدر ب 30.66، ويرجع السبب لإمكانية تغيير بيانات السيرة الذاتية إن كانت فيها أخطاء أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي 3.78 وانحراف معياري قيمته 1.073 ومعامل اختلاف قدر ب 28.38ويرجع السبب لتنظيم الكلية الفعاليات والملتقيات و الأيام الدراسية.

معيار الحيوية: حيث أن اعلى قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.45وانحراف معياري قيمته 0.954بالنسبة لعبارة رقم 03 و بمعامل اختلاف قدر ب 27.65 ويرجع السبب للولوج الى الصفحات الإضافية الأخرى من خلال الموقع بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 3 بمتوسط حسابي 3.51 وانحراف معياري قيمته 1.006 ومعامل اختلاف قدر ب 28.66 ، ويرجع السبب لاحتواء الموقع على آليات تواصل أخرى كالهاتف أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 4 بمتوسط حسابي 3.19 وانحراف معياري قيمته 1.036ومعامل اختلاف قدر ب 32.47 ويرجع السبب توفير الموقع خدمات مساعدة أثناء مواجهة

مشاكل في الاستخدام بينما في المرتبة الرابعة تأتي العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي 3.19 وانحراف معياري قيمته 1.046 و معامل اختلاف قدر ب 32.78 ويرجع السبب لضآلة الاستفادة من مقترحات المستخدمين . أما المرتبة 05 احتلتها العبارة رقم 06 بمتوسط حسابي 3.29 وانحراف معياري قيمته 1.108 ومعامل اختلاف قدر ب 33.67 .بسبب تأخر تحديث محتويات الموقع بصورة دائمة أما المرتبة السادسة احتلتها العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي 3.09 وانحراف معياري قيمته 1.226 ومعامل اختلاف قدر ب 40.77 ويرجع السبب لصعوبة التواصل مع المهندس المسؤول.

أما الجدول الموالي فيتضمن كل العبارات التي تتألف منها محاور القسم الثاني للاستبيان المتعلق بجودة الخدمة في الكلية محل الدراسة.

الجدول رقم(13):المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لعبارات القسم الثاني للاستبيان.

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	معامل الاختلاف	الترتيب
بعد الجوانب الملموسة					
01	تتوافر في الجامعة قاعات مناسبة للدراسة من حيث (تجهيزات الحاسوب) .	3.00	1.449	48.3	7
02	القاعات مزودة بالعارض الضوئي للبيانات (الدطاشو) .	3.17	1.217	38.39	3
03	تزود القاعات بمكبرات الصوت المناسبة.	3.01	1.253	41.62	4
04	تتوفر بالمرافق العامة والخاصة في الجامعة (دورة المياه ، الكهرباء و غيرها).	3.36	1.213	36.10	2
05	تتوافر في الجامعة مرافق خاصة بالطلبة من ذوي الاحتياجات الخاصة.	3.05	1.367	44.81	6
06	تتوافر في الجامعة الخدمات الصحية المطلوبة.	3.32	1.140	34.33	1
07	تتوافر في الجامعة ملاعب تناسب أنواع الرياضةات المختلفة.	2.97	1.237	41.64	5
المتوسط العام		3.1245	0.84628	27.08	2
بعد الاعتمادية					
01	تنظم الأقسام في الجامعة برامج تهيئة للطلبة الجدد.	3.24	1.159	35.77	3
02	تتضمن خطة الجامعة الأكاديمية مشاريع بحثية للطلبة.	3.37	1.056	28.31	1
03	تقدم الجامعة مساعدات خاصة للطلبة المتفوقين.	3.12	1.259	40.35	7
04	تسمح الجامعة بتشكيل الأندية المختلفة لتنمية مهارات	3.14	1.158	36.87	4

	الطلبة.				
05	توفر الجامعة أنشطة ترفيهية و اجتماعية مناسبة.	3.26	1.110	34.04	2
06	شبكة الانترنت في الجامعة كافية لخدمة الطلبة.	2.82	1.424	50.49	8
07	يلتزم ممثلو الطلبة بمواعيدهم مع الطلبة و الأساتذة.	3.12	1.251	40.00	6
08	تعمل الجامعة على تنظيم مظاهرات لمحاربة الآفات الاجتماعية.	3.12	1.227	39.32	5
المتوسط العام		3.1473	0.73302	23.29	3
الاستجابة					
01	يتسم نظام الإعارة الذاتي في مكتبة الجامعة بالسهولة.	3.30	1.261	38.21	4
02	تتصف إجراءات القبول و التسجيل بالسلاسة.	3.48	0.976	28.04	1
03	لدى أعضاء هيئة التدريس استعداد لإجابة الطلبة على أسئلتهم.	3.48	1.119	32.15	2
04	يساعد موظفو مكتبة الطلبة في البحث عن المواضيع المطلوبة.	3.19	1.263	39.59	5
05	يتم تلقي العلاج في عيادة الجامعة بسهولة.	3.42	1.251	36.57	3
المتوسط العام		3.3703	0.77840	23.09	4
السلامة (الأمان)					
01	تتوفر الجامعة على أعضاء هيئة تدريس أكفاء لتدريس الطلبة.	3.30	1.221	37.00	7
02	يتعامل موظفو الإدارة مع الطلبة باحترام.	3.39	1.225	36.13	6
03	تربط أعضاء هيئة التدريس و الطلبة علاقات قائمة على الثقة و الاحترام.	3.79	1.033	27.025	1
04	يتم تقييم أعضاء الطلبة بعدالة وموضوعية.	3.24	1.150	35.49	4
05	تراعي الجامعة مبدأ الخصوصية للمعلومات المتعلقة بالطالب.	3.27	1.165	35.62	5
06	تكرس الجامعة لدى الطلبة مفاهيم أخلاقيات البحث العلمي و الأمانة العلمية.	3.48	1.128	32.41	2
07	يبعث سلوك العاملين وأعضاء هيئة التدريس بالجامعة الثقة و الاطمئنان في نفوس الطلبة.	3.47	1.180	34.00	3
08	يمتلك موظفو الجامعة القدرة الكافية للإجابة على أسئلة و استفسارات الطلبة.	3.25	1.292	39.75	8
المتوسط العام		3.3718	0.66767	19.80	7
التعاطف					
01	يوضح أعضاء هيئة التدريس إجراءات تقييم الطلبة عند بداية تدريس المقررات.	3.18	1.252	39.37	5
02	تساعد الجامعة في اختيار نوع التخصص للطلبة بما يتناسب	3.28	1.167	35.57	3

	مع ميولهم و قدراتهم.				
03	يتفهم أعضاء هيئة التدريس الاحتياجات المحددة للطلبة .	2.99	1.196	40.00	6
04	يتم الاتصال و التواصل بين الأساتذة و الطلبة عبر المواقع بشكل فعال.	3.38	1.190	35.20	2
05	مكتبة الجامعة تلبي رغبة الطلبة في المطالعة .	3.33	1.217	36.54	4
06	تستمع الإدارة لانشغالات الطلبة و مشاكلهم .	3.50	1.180	33.71	1
	المتوسط العام	3.2805	.84588	25.78	1

المصدر: من إعداد الطالب .

بعد الجوانب الملموسة: حيث أن أعلى قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.32وانحراف معياري قيمته 1.140 بالنسبة لعبارة رقم 06و بمعامل اختلاف قدر ب 34.33 ويرجع السبب لتوفر الخدمة الصحيةالمطلوبة بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي 3.36 وانحراف معياري قيمته 1.213ومعامل اختلاف قدر ب 36.10 ، ويرجع السبب لتوفر المرافق أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي 3.17 وانحراف معياري قيمته 1.217 ومعامل اختلاف قدر ب 38.39ويرجع السبب لعدم تزويد القاعات بالمكبر الصوتي بينما في المرتبة الرابعة تأتي العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي 3.01 وانحراف معياري قيمته 1.253 و معامل اختلاف قدر ب 44.62 ويرجع السبب لغياب مكبرات الصوت . أما المرتبة 05 احتلتها العبارة رقم 07 بمتوسط حسابي 2.97 وانحراف معياري قيمته 1.237 ومعامل اختلاف قدر ب 41.64 . بسبب عدم توافر الملاعب أما المرتبة السادسة احتلتها العبارة رقم 05 بمتوسط حسابي 3.05 وانحراف معياري قيمته 1.367 ومعامل اختلاف قدر ب 44.81 ويرجع السبب لعدم توفر المرافق الخاصة بطلبة ذوي الاحتياجات الخاصة .أما المرتبة السابعة فقد احتلتها العبارة رقم 01بمتوسط حسابي بلغ 3.00 و انحراف معياري بقيمة 1.449 ومعامل اختلاف قدر بقيمة 48.3 بسبب عدم توافر الجامعة على قاعات مناسبة للدراسة من حيث تجهيزات الحاسوب .

بعد الاعتمادية : حيث أن اعلي قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.37وانحراف معياري قيمته 1.056بالنسبة لعبارة رقم 02 و بمعامل اختلاف قدر ب 28.31 ويرجع السبب لتضمن خطة الجامعة مشاريع بحثية للطلبة بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 05 بمتوسط حسابي 3.26 وانحراف معياري قيمته 1.110ومعامل اختلاف قدر ب 34.04، ويرجع السبب لقلة المساعدات المقدمة للطلبة المتفوقين أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي 3.24 وانحراف معياري قيمته 1.159 ومعامل اختلاف قدر ب 35.77 ويرجع السبب لتنظيم الأقسام لبرامج تهيئة للطلبة الجدد بينما في المرتبة الرابعة تأتي العبارة رقم 04

بمتوسط حسابي 3.14 وانحراف معياري قيمته 1.158و معامل اختلاف قدر ب 36.87 ويرجع السبب لندرة تشكيل الأندية المختلفة. أما المرتبة 05 احتلتها العبارة رقم 08 بمتوسط حسابي 3.12 وانحراف معياري قيمته 1.227 ومعامل اختلاف قدر ب 39.32 . بسبب عزوف الجامعة على تنظيم لمظاهرات قصد محاربتها للآفات الاجتماعية أما المرتبة السادسة احتلتها العبارة رقم 07 بمتوسط حسابي 3.12 وانحراف معياري قيمته 1.251 ومعامل اختلاف قدر ب 40.00 ويرجع السبب لعدم لتزام ممثلي الطلبة بمواعيدهم مع الطلبة .أما المرتبة السابعة فقد احتلتها العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي بلغ 3.12 و انحراف معياري بقيمة 1.259 ومعامل اختلاف قدر بقيمة 40.35 بسبب المكافئات للطلبة المتفوقين اما المرتبة الثامنة احتلتها العبارة 6 بمتوسط حسابي بلغ 2.82 و انحراف معياري بقيمة 1.424ومعامل اختلاف قدر بقيمة 50.49 بسببعدم كفاية شبكة الانترنت الطلبة .

بعد الاستجابة: حيث أن أعلى قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.30وانحراف معياري قيمته1.261*بالنسبة* لعبارة رقم 02 و بمعامل اختلاف قدر ب 28.04 ويرجع السبب سهولة نظام الإعارة في الجامعة بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي 3.48 وانحراف معياري قيمته 1.979ومعامل اختلاف قدر ب 28.04 ، ويرجع السبب سلاسة إجراءات القبول و التسجيل أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 05 بمتوسط حسابي 3.42 وانحراف معياري قيمته 1.251 ومعامل اختلاف قدر ب 36.57 ويرجع السبب لتلقي العلاج في عيادة الجامعة بينما في المرتبة الرابعة تأتي العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي 3.30 وانحراف معياري قيمته 1.261 و معامل اختلاف قدر ب 38.21 ويرجع السبب لسهولة النظام التي تتحلى به مكتبة الجامعة . أما المرتبة 05 احتلتها العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي.3.19 وانحراف معياري قيمته 1.251 ومعامل اختلاف قدر ب 4139.59. بسبب تدني مستوى مساعدة موظفي المكاتب بالوجه المطلوب للطلبة .

بعد السلامة (الأمان) : حيث أن اعلي قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.79 وانحراف معياري قيمته 1.033 بالنسبة لعبارة رقم 03 و بمعامل اختلاف قدر ب 27.025 ويرجع السبب للعلاقة الجيدة بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 06 بمتوسط حسابي 3.48 وانحراف معياري قيمته 1.128 ومعامل اختلاف قدر ب 32.41 ، ويرجع السبب لتكريس مفاهيم اخلاقيات البحث العلمي أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 07 بمتوسط حسابي 3.47 وانحراف معياري قيمته 1.180 ومعامل اختلاف قدر ب 34.00 ويرجع السبب كون سلوك العاملين وأعضاء هيئة التدريس بالجامعة يبعث الثقة و

الاطمئنان في نفوس الطلبة. بينما في المرتبة الرابعة تأتي العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي 3.27 وانحراف معياري قيمته 1.150 و معامل اختلاف قدر ب 35.49 ويرجع السبب لتقييم أعضاء الطلبة بعدالة وموضوعية. أما المرتبة 05 احتلتها العبارة رقم 05 بمتوسط حسابي 3.27 وانحراف معياري قيمته 1.165 ومعامل اختلاف قدر ب 35.62. بسبب مراعاة الجامعة مبدأ الخصوصية للمعلومات المتعلقة بالطالب أما المرتبة السادسة احتلتها العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي 3.39 وانحراف معياري قيمته 1.225 ومعامل اختلاف قدر ب 36.16 ويرجع السبب يتعامل موظفو الإدارة مع الطلبة باحترام.أما المرتبة السابعة فقد احتلتها العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي بلغ 3.30 و انحراف معياري بقيمة 1.221ومعامل اختلاف قدر بقيمة 37.00 بسبب توافر الجامعة على أعضاء هيئة تدريس أكفاء لتدريس الطلبة أما المرتبة الثامنة السادسة احتلتها العبارة رقم 08 بمتوسط حسابي 3.25 وانحراف معياري قيمته 1.292 ومعامل اختلاف قدر ب 39.75ويرجع السبب لعدم إجابة الطلبة علي الأسئلة و الاستفسارات.

بعد التعاطف : حيث أن اعلي قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.50 وانحراف معياري قيمته 1.180 بالنسبة لعبارة رقم 06 و بمعامل اختلاف قدر ب36.10 ويرجع السبب لان الإدارة تستمع لانشغالات الطلبة و مشاكلهم بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي 3.38 وانحراف معياري قيمته 1.167ومعامل اختلاف قدر ب 35.57 ويرجع السبب مساعدة الجامعة اختيار نوع التخصص . أما في المرتبة الثالثة تأتي العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي 3.28 وانحراف معياري قيمته 1.217 ومعامل اختلاف قدر ب 36.54 ويرجع السبب لتوفير رغبة الطلبة في المطالعة بينما في المرتبة الرابعة تأتي العبارة رقم 05 بمتوسط حسابي 3.33 وانحراف معياري قيمته 1.217 و معامل اختلاف قدر 36.54 . بسبب تلبية الجامعة لرغبة الطلبة في المراجعة أما المرتبة السادسة احتلتها العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي 2.99 وانحراف معياري قيمته 1.196 ومعامل اختلاف قدر ب 40.00 ويرجع السبب لقلة تفهم معظم أعضاء هيئة التدريس للاحتياجات المحددة للطالب.

ومن خلال ما سبق يتضح بأن الكلية محل الدراسة تتوفر على موقع الكتروني يتضمن العديد من المؤشرات والمعايير التي من خلالها يتم قياس مدى جودته، حيث أن المتوسطات الحسابية لكل منها تجاوزت المتوسط المعياري 3 لكن ليس بدرجة عالية، حيث نجد أنها تراوحت ما بين 3.28 و 3.64 .

أما بالنسبة لأبعاد جودة الخدمات فكلها تجاوزت المتوسط المعياري 3 لكن ليس بدرجة عالية أيضا، حيث نجد بعدي الجوانب الملموسة والاعتمادية لم تتعد كل منهما 3.15 وهذا يدل على القصور في بعض المؤشرات

الملموسة المشار إليها في التحليل السابق، أما بالنسبة لأبعاد الاستجابة والسلامة والتعاطف فقد اتجهت آراء المستجوبين من الطلبة نحو الموافقة إلى حد ما. وفي الأخير فقد أكدت نتائج اختبار الفرضيات الفرعية على وجود دور معنوي لمعايير الموقع الالكتروني للكلية محل الدراسة على تحسين جودة الخدمات.

خلاصة الفصل:

بينت الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها على كلية العلوم الاقتصادية بجامعة المسيلة، والتي شملت طلبة الليسانس والماستر والدكتوراه أن الموقع الالكتروني للكلية يتوفر على المعايير المعتمدة في هذه الدراسة والمتمثلة في (الاستعمال، المحتوى، القيمة الخدمية، الحيوية)، لكن ليس بدرجة عالية في معظمها. كما أن أبعاد جودة الخدمات والمتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، السلامة، التعاطف) دلت على توفر الحد الأدنى من متطلبات جودة الخدمات بالكلية، كما أن نتائج اختبار الفرضيات الفرعية أشارت إلى وجود دور معنوي لمختلف معايير تقييم الموقع الالكتروني للكلية على تحسين جودة الخدمات بالكلية محل الدراسة.

الخاتمة

الخاتمة

من خلال تناولنا للإطار النظري المتضمن لمفاهيم الموقع الالكتروني وجودة الخدمات وأهم الأساسيات المرتبطة بها، والدراسة الميدانية التي تم إجراؤها على إحدى مؤسسات التعليم العالي الجزائرية والمتمثلة في كلية من كليات جامعة المسيلة، وتحديدا بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وبعد اختبار فرضيات الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتي سيتم ذكرها إلى جانب الاقتراحات و الآفاق المنبثقة من هذا البحث، وذلك وفق ما يلي:

أولا :النتائج

أ- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار استعمال الموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

أشارت نتائج هذه الدراسة إلى تحقق هذه الفرضية، حيث أن موقع الكلية الالكتروني يتضمن المحتويات التي يحتاجها الطلبة ويتيح التنقل بسهولة كما يراعي الجانب الجمالي في تصميم صفحاته.

ب- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار محتوى الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

دلت نتائج اختبار هذه الفرضية إلى قبولها، حيث اتجهت آراء مفردات العينة سهولة الوصول إلى المعلومة عبر الموقع، إضافة إلى ملاءمة لغة الموقع.

ج-نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

أكدت نتائج اختبار هذه الفرضية على وجود دور معنوي لمعيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني للكلية في تحسين جودة الخدمات كونه يتضمن كل الفعاليات والتظاهرات العلمية التي تنظمها الكلية، كما يوفر خدمات شخصية كالتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

أشارت نتائج هذا الفرضية ايضا لتحققها، مما يدل على وجود دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار حيوية الموقع الالكترونيفي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة. حيث يستفيد الموقع من اقتراحات المستخدمين، كما يوفر الموقع خدمات مساعدة أثناء مواجهة مشاكل في الاستخدام. إضافة إلى اشتمال الموقع على آليات تواصل أخرى كالهاتف و الفاكس وغيرها.

ومن خلال ما سبق تم قبول الفرضية الرئيسة التي تتضمن:

يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 للموقع الالكتروني ففي تحسين الخدمات التعليمية بالكلية محل الدراسة.

ثانيا: الاقتراحات

بناء على النتائج المتوصل إليها في الدراسة الميدانية سيتم اقتراح ما يلي:

- الاستفادة من اقتراحات الطلبة فيما يتعلق باستخدام الموقع وذلك من خلال التواصل أكثر مع مهندس موقع الكلية مع الطلبة.
- إتاحة الفرصة أكثر للطلبة لتصحيح البيانات المتعلقة بهم والمعروضة على الموقع.
- تجهيز قاعات الدراسة بالحواسيب وعارضي البيانات (الدطاشو) ومكبرات الصوت.
- الأخذ في الاعتبار الطلبة ذوي الاحتياجات الخاصة من حيث توفير وطريقة ترتيب المرافق.
- تشجيع الطلبة المتفوقين اثناء المسار الجامعي وعدم حصرها في نهاية التخرج من أجل تكريس روح المنافسة.
- توفير شبكة الانترنت وإتاحة استخدامها لطلبة الكلية.
- تنظيم تظاهرات لمحاربة الآفات الاجتماعية.

ثالثا: آفاق الدراسة

من خلال هذه الدراسة التي تمت على مستوى كلية العلوم الاقتصادية، يمكن الإشارة إلى بعض المواضيع التي يمكن أن تشكل نقاط انطلاق لإشكاليات أخرى فيما يلي:

- توسيع ودراسة الموضوع على مختلف كليات الجامعة.
- دور الموقع الالكتروني في تحسين الاتصال بين مستخدمي جامعة المسيلة.

قائمة المراجع

قائمة المراجـــــع:

أولا– الكتب:

1. توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن أساليب الحديثة في المعايير و المقاييس، دار الفكر العربي، 2006/2005.
2. خضير كاظم حمود، إدارة الجودة و خدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار المسير للنشر و التوزيع، عمان 2002.
3. فان دالين: مناهج البحث في التربية وعلم النفس. ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرون. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية (ط5)، 1994م.
4. قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الآيزو9001:2000، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان 2009 .
5. كريا عزام و عبد الباسط حسونة و مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن،2008 .
6. مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار الصفاء، عمان،2008 .
7. محمد سامي ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2002.
8. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
9. نجم عبود نجم:الإدارة والمعرفة الالكترونية،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،2009.
10. نظام موسي سويدان، شقيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، الطبعة الثانية، دار حامد، عمان، 2003.
11. يوسف صالح الجرعي، تصميم المواقع الالكترونية، الإصدار الأول ، صنعاء ،2012 .

ثانيا– المذكرات:

1. أيمن برنجي، الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)،كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص الإدارة التسويقية، جامعة أحمد بوقر بومرداس،2009/2008 .
2. بن شلوية كاملية، شرفي أمال،الجودة كمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي في المؤسسات العمومية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الليسانس في علوم التسيير ، 2012-2013.

3. بوعنان نور الهدا، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير تخصص: علوم التسيير ، السنة الجامعية: 2006 / 2007.
4. حكيم بن جروة، دور استراتيجية التسويق في تحسين مؤسسات الاتصال، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصيص تسويق، جامعة سعد حلب بالبليدة، البليدة، 2007.
5. حمزة غشوة ، معمر نوحة ،مذكـــرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي، دور المواقع الإلكترونية في الترويج السياحي، دراسة وصفية تحليلية لموقعي الوكالتين السياحيتين "فيزاترافل" و"الطاسيلي" بورقلة، السنة الجامعية2014-2015.
6. كلثوم بوبكر ، جودة الخدمة في المؤسسة الخدمية و اثرها على رضا الزبون ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر ، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة 2012-2013 .
7. محمد بوبقير، دور إدارة الجودة الشاملة في الارتقاء بالخدمات الصحية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد حلب بالبليدة، البليدة،2006.

ثالثا– المجلات:

1. إبراهيم بظاظو، أحمد العمايرة، تقيم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 45، 2010 .
2. شريم ، رامي ، "كيف نقيم موقعاً الكترونياً". مجلة المعلوماتية . العدد (16)، حزيران 2007 .
3. عبد القادر بريش، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصادية، اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف الجزائر، العدد3، ديسمبر 2005.
4. محمد ابراهيم سلمان، مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الاقصى بغزة طبقا لمقياس جودة الخدمة، مجلة جامعة الاقصى، المجلد السابع عشر،2012.
5. محمد مصطفى ، تقييم جودة المواقع الالكترونية ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية و الاقتصادية ، ع18، المجلد 6 ، العراق 2010 .
6. محمد مصطفى، تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية و الاقتصادية،ع18، المجلد6، العراق،2010 .

رابعا– المقالات:

1. خدمات التوظيف الالكتروني – نموذج لتقييم مواقع التوظيف بالجزائر. مصطفاوي الطيب ،أستاذ مساعد المركز الجامعي البويرة ، بونيف محمد الأمين ، أستاذ مساعد، جامعة المسيلة.
2. معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها دراسة رقم 5 ، اعداد :د .فراس محمد العزة / مدير مكتبة ضمان الجودة.

خامسا – الملتقيات الدولية :

1. مصطفاوي الطيب، بونيف محمد الأمين، خدمات التوظيف الالكتروني – نموذج لتقييم مواقع التوظيف بالجزائر، ملتقى دولي، جامعة المسيلة .

الملاحق

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف – المسيلة –

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

استبيان

تحية طيبة...

في إطار انجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير الموسومة بـ " **دور المواقع الالكترونية في تحسين جودة الخدمات التعليمية من منظور طلبة كلية العلوم الاقتصادية جامعة المسيلة ...**"

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة بهدف استكمال الدراسة في جانبها الميداني من منظور طلبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة محمد بوضياف مسيلة.

ولبلوغ أهدافها نأمل منكم تقديم يد المساعدة وذلك بالإجابة على بنودها خدمة منكم للبحث العلمي.

من إعداد:إشراف الاستاذ:

- **مشقق مصعب** **– د ، بن البار موسى**

ملاحظات:

الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

كل الشكر مسبقا على تعاونكم.

الموسم الجامعي:2017_2018

معلومات هذا الاستبيان سرية و لا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة

أولا: البيانات العامة

أمام العبارة المناسبة

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: أقل من 20 سنة ☐ من20إلى25 سنة ☐ أكثر من 25 سنة ☐

3- المستوى التعليمي: ج م س(1 LMD) ☐ ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

4- القسم: قسم علوم التسيير ☐ قسم علوم المالية و المحاسبة ☐

قسم العلوم التجارية ☐ قسم علوم التسيير ☐

ثانيا: عبارات الاستبيان

يرجى منكم وضع علامة (x) أمام العبارة التي تمثل وجهة نظركم :

المحور الأول: المواقع الالكترونية

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غيـــر موافق	غير موافق تماما
البعد 01:معيار الاستعمال:						
01	يتم ايجاد موقع الجامعة من خلال محركات البحث بسهولة.					
02	تتضمن الصفحة الرئيسية كل المحتويات المطلوبة.					
03	يتم ظهور الصفحة المطلوبة في وقت قصير.					
04	يتم التنقل بسهولة بين صفحات الموقع.					
05	يراعي الموقع الجانب الجمالي في تصميم صفحاته.					
البعد 02 :معيار المحتوى:						
06	لا اجد مشقة في الوصول الى المعلومة عبر الموقع .					
07	يعرف عدد زوار الموقع ارتفاعا مستمر.					
08	يوفر الموقع كل المعلومات التي يحتاجها الطالب من خلال الوصلات الموجودة (الاعلانات).					
09	تعتبر لغة الموقع مناسبة له .					

		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
البعد رقم03:معيار القيمة الخدمية:						
10	يتضمن الموقع كل الفعاليات العلمية من ملتقيات وايام دراسة وغيرها.					
11	يـوفر الموقـع خدمـة اجـراء تعـديلات حـول البيانـات المتعلقـة بالمسـار الجامعي للطالب.					
12	يوفر خدمات شخصية مثل التواصل عبر الفاسبوك.					
البعد رقم 04:معيار الحيوية:						
13	يمكن التواصل مع المهندس المسؤول عن الموقع.					
14	يستفيد الموقع من اقتراحات المستخدمين.					
15	يحتوي الموقع على اليات تواصل اخرى كالهاتف و الفاكس وغيرها.					
16	يوفر الموقع خدمات مساعدة اثناء مواجهة مشاكل في الاستخدام.					
17	يمكن المرور الى صفحات اضافية اخرى من خلال الموقع.					
18	يمكن تحديد محتويات الموقع بصورة دائمة.					

المحور الثاني : جودة الخدمة

الرقم	البنـــــــــــود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
البعد رقم01:الجوانب الملموسة Tangible						
19	تتوافر في الجامعة قاعات مناسبة للدراسة من حيث (تجهيزات الحاسوب) .					
20	القاعات مزودة بالعارض الضوئي للبيانات (الداطاشو) .					
21	تزود القاعاتبمكبرات الصوت المناسبة.					
22	تتوفر بالمرافق العامة والخاصة في الجامعة (دورة المياه ، الكهرباء و غيرها).					
23	تتـوافر فـي الجامعـةمرافق خاصـة بالطلبـة مـن ذوي الاحتياجات الخاصة.					
24	تتوافر في الجامعة الخدمات الصحية المطلوبة.					
25	تتوافر في الجامعة ملاعب تناسب انواع الرياضات المختلفة.					

	البعد رقم 02:الاعتماديةReliability :	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
26	تنظم الاقسام في الجامعة برامج تهيئة للطلبة الجدد.					
27	تتضمن خطة الجامعة الأكاديمية مشاريع بحثية للطلبة.					
28	تقدم الجامعة مساعدات خاصة للطلبة المتفوقين.					
29	تسمح الجامعة بتشكيل الأندية المختلفة لتنمية مهارات الطلبة.					
30	توفر الجامعة انشطة ترفيهية و اجتماعية مناسبة.					
31	شبكة الأنترنت في الجامعة كافية لخدمة الطلبة.					
32	يلتزم ممثلو الطلبة بمواعيدهم مع الطلبة و الاساتذة.					
33	تعمل الجامعة على تنظيم مظاهرات لمحاربة الآفات الاجتماعية.					
	البعد رقم 03:الاستجابةResbonsiveness					
34	يتسم نظام الاعارة الذاتي في مكتبة الجامعة بالسهولة.					
35	تتصف إجراءات القبول و التسجيل بالسلاسة.					
36	لدى أعضاء هيئة التدريس استعداد لإجابة الطلبة على أسئلتهم.					
37	يساعد موظفو مكتبة الطلبة في البحث عن المواضيع المطلوبة.					
38	يتم تلقي العلاج في عيادة الجامعة بسهولة.					
	البعد رقم 04: السلامة (الامان) Essurance :					
39	تتوفر الجامعة على أعضاء هيئة تدريس أكفاء لتدريس الطلبة.					
40	يتعامل موظفو الادارة مع الطلبة باحترام.					
41	تربط أعضاء هيئة التدريس و الطلبة علاقات قائمة على الثقة و الاحترام.					
42	يتم تقييم أعضاء الطلبة بعدالة وموضوعية.					
43	تراعي الجامعة مبدأ الخصوصية للمعلومات المتعلقة بالطالب.					

44	تكرس الجامعة لدى الطلبة مفاهيم أخلاقيات البحث العلمي و الأمانة العلمية.					
45	يبعث سلوك العاملين وأعضاء هيئة التدريس بالجامعة الثقة و الاطمئنان في نفوس الطلبة.					
46	يمتلك موظفو الجامعة القدرة الكافية للإجابة على أسئلة و استفسارات الطلبة.					
البعد رقم 05: التعاطفEmpathy		**موافق بشدة**	**موافق**	**محايد**	**غير موافق**	**غير موافق تماما**
47	يوضح أعضاء هيئة التدريس اجراءات تقييم الطلبة عند بداية تدريس المقررات.					
48	تساعد الجامعة في اختيار نوع التخصص للطلبة بما يتناسب مع ميولهم و قدراتهم.					
49	يتفهم أعضاء هيئة التدريس الاحتياجات المحددة للطلبة .					
50	يتم الاتصال و التواصل بين الاساتذة و الطلبة عبر المواقع بشكل فعال.					
51	مكتبة الجامعة تلبي رغبة الطلبة في المطالعة .					
52	تستمع الادارة لانشغالات الطلبة و مشاكلهم .					

ملحق رقم (02): قائمة المحكمين

الرقم	لقب واسم الاستاذ	الرتبة	الجامعة
01	**حوحو مصطفى**	**أستاذ محاضر "أ"**	**جامعة المسيلة**
02	**قروش عيسى**	**أستاذ محاضر "أ"**	**جامعة المسيلة**
03	**مصطفاوي الطيب**	**أستاذ محاضر "أ"**	**جامعة المسيلة**
04	**رحماني سناء**	**أستاذ محاضر "أ"**	**جامعة المسيلة**
05	**هبال عبد المالك**	**أستاذ محاضر "أ"**	**جامعة المسيلة**

تم بحمد اللّٰه

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على دور الموقع الالكترونية في تحسين جودة الخدمات التعليمية بجامعة المسيلة من منظور طلبة كلية العلوم الاقتصادية، حيث تم تناول أهم المفاهيم المتعلقة بالمواقع الالكترونية وجودة الخدمات, كما تم الاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية في جمع المعلومات مفردات العينة و اختبار الفرضيات بالاعتماد على أسلوب الانحدار البسيط و الاستعانة ببرمجة.SPSS

ولقد تم التوصل الى وجود دور معنوي عند مستوى 0.05 للموقع الالكتروني للكلية محل الدراسة في تحسين جودة الخدمات التعليمية.

الكلمات المفتاحية : المواقع الإلكترونية، جودة الخدمات.

.

Study Summary:

The aim of this study is to identify the role of websites in improving the quality of educational services at M'SILA University from the perspective of the students of the Faculty of Economic Sciences. The main concepts related to websites and quality of services were discussed, The questionnaire was also used as an essential tool in collecting data from sample items and testing hypotheses based on simple regression method and using SPSS programming.

A significant role was achieved at the level of 0.05 for the website of the college in study to improve the quality of educational services.

Keywords: Websites, Quality of Service.