



جامعة مُجَّد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



عنوان المذكرة:

تقييم جودة خدمات الموقع الالكتروني "جامعة المسيلة"

دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص: إتصال و علاقات
عامة

إشراف الدكتور:

د. بونيف مُجَّد الأمين

إعداد الطالب

• بن زية إبراهيم

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة	الاسم و اللقب
رئيسا
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر	
ممتحنا

"سبتمبر 2020"

إهداء

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على
أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن
اتبعهم إلى يوم الدين.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع
إلى الذين قال فيهما الله عز وجل:
"وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا..."
أبي... حفظه الله.

أمي... حفظها الله

إلى كل طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال
إلى كل من يحمل ولو ذرة حب لله ورسوله
محمد صلى الله عليه وسلم.

شكر و عرفان

قال الله تعالى " لئن شكرتم لأزيدنكم "

الحمد لله حمدا يوافي نعمه ويكافئ مزيده، وشكره على توفيقه لنا
في إتمام العمل واقتداء برسوله الذي حثنا على الشكر كما قال
" الشكر قيد النعمة وسبب دوامها ومفتاح المزيد منها "

أسجل عظيم شكري وتقديري إلى أستاذي المشرف " "
حفظه الله ورعاه الذي لم يبخل علي بإرشاداته وتوجيهاته والذي كان
معني على اتصال دائم طول مدة إنجاز هذه المذكرة ولن يتسع المقال
لمقامك وفضلك جزاك الله خيرا

ولا لايفوتني كذلك أن أتوجه بالشكر إلى كل من علمني حرفه أو كلمة
من أساتذتي الكرام من بداية مشواري الدراسي إلى وصولي إلى هذه
المرحلة

وما يحوزتنا لنقول " اللهم ارزقنا شفاعتة سيدنا محمد صل الله عليه وسلم
وأوردنا حوضه واسقنا من يديه الشريقتين شربة ماء لا نظما بعدها أبدا
يارب العالمين "

وفي الأخير نسال المولى عز وجل أن يجعلنا ممن يكثر ذكره ويحفظ أمره
وان يغمر قلوبنا بحبته ويرضى عنا.

فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

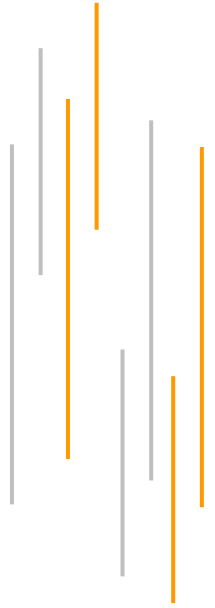
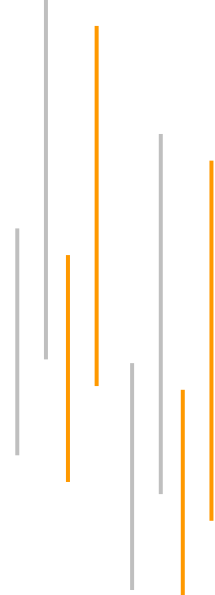
	إهداء
	شكر و عرفان
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الفصل الأول :الإطار العام للدراسة	
	1 -الإشكالية:
	2 -الفرضيات
	3 -أسباب اختيار الموضوع:
	4 -أهداف الدراسة :
	5 -أهمية الدراسة :
	6 -المدخل النظري للدراسة (الاستخدامات والاشباكات)
	7 -الإجراءات المنهجية للدراسة
	8 -تحديد المفاهيم و المصطلحات:
	9 -الدراسات السابقة:
الفصل الثاني : المواقع الالكترونية وجودة خدماتها	
	تمهيد:
	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المواقع الالكترونية
	المطلب الأول : تعريف الموقع الالكتروني ومكوناته وأنواعه :
	الفرع الأول: تعريف الموقع الالكتروني
	الفرع الثاني: أنواع المواقع الالكترونية
	المطلب الثاني: الويب والمواقع الالكترونية
	الفرع الأول: تعريف موقع ويب web :

فهرس المحتويات

	الفرع الثاني: أنواع مواقع الويب
	المطلب الثالث: معايير تقييم جودة المواقع الالكترونية
	الفرع الأول: معيار الاستعمال
	الفرع الثاني: معيار المحتوى:
	الفرع الثالث: معيار القيمة الخدمية
	الفرع الرابع : معيار الحيوية
	المبحث الثاني: مفاهيم اساسية حول جودة الخدمات
	المطلب الأول: ماهية الخدمة والجودة
	الفرع الأول : ماهية الخدمة وأهميتها
	الفرع الثاني: ماهية الجودة وأهميتها وأهدافها
	المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمة وأهميتها وأبعادها
	الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمة
	الفرع الثاني: أهمية جودة الخدمة
	الفرع الثالث: أبعاد جودة الخدمة
	الفرع الرابع : خطوات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة
	خلاصة
الفصل الثالث: عرض و تحليل و مناقشة النتائج	
	عرض و تحليل و مناقشة النتائج
	خاتمة
	نتائج الدراسة
	الاقتراحات و التوصيات
	قائمة المراجع
	الملاحق



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 .

و مما دفع بمؤسسات التعليم العالي لاتخاذ مواقع الكترونية تسمح لها بالتواجد الأني 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.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة



1 - الإشكالية:

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 للانتقال 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:

● ما هي معايير تقييم جودة خدمات الموقع الالكتروني "جامعة المسيلة"؟

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

- 1- ما هو دور معيار استعمال الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات لجامعة المسيلة؟
- 2- ما هو دور معيار محتوى الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات لجامعة المسيلة؟
- 3- ما هو دور معيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات لجامعة المسيلة؟

4- ما هو دور معيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات لجامعة المسيلة؟

2 - الفرضيات

للإجابة على إشكالية الدراسة تم صياغة الفرضية التالية:

يوجد دور معنوي للموقع الإلكتروني في تحسين الخدمات لجامعة المسيلة محل الدراسة .

وهذه الفرضية تتفرع بدورها إلى الفرضيات الجزئية الموالية:

- يوجد دور معنوي لمعيار استعمال الموقع الإلكتروني في تحسين الخدمات لجامعة المسيلة محل الدراسة .
- يوجد دور معنوي لمعيار محتوى الموقع الإلكتروني في تحسين الخدمات لجامعة المسيلة محل الدراسة
- يوجد دور معنوي لمعيار القيمة الخدمية للموقع الإلكتروني في تحسين الخدمات لجامعة المسيلة محل الدراسة .

3 - اسباب اختيار الموضوع:

من بين الاسباب التي كانت وراء اختيار الباحث لهذا الموضوع نجد :

هناك أسباب موضوعية وأخرى ذاتية

1. الموضوعية:

من بين الاسباب التي كانت وراء اختيار الباحث لهذا الموضوع نجد :

- ✓ لمساعدة على ربط مؤسسات التعليم العالي فيما بينها وبين بقية الجامعات العالمية
- ✓ إتاحة الفرص للأساتذة والباحثين والطلبة في تبادل المعلومات والبيانات إلكترونياً، وتحقيق تفاعلا تعليميا وتكاملا إلكترونيا بين برامج التعليم والتدريب .
- ✓ اثراء البحث العلمي و المكتبي بمزيد من المراجع في التخصص.

2. ذاتية

- الرغبة في تقديم دراسة حولة جود خدمات الموقع الإلكتروني لجامعة المسيلة .

- اهتمامي الخاص بالموقع الالكتروني لجامعة المسيلة في التعرف على مدى اقبال الطلبة على الموقع و جودة خدماته.

4 - أهداف الدراسة :

تهدف هذه ال ارسه إلى التعرف على مدى تأثير موقع جامعة مُجَد بوضياف المسيلة في تحسين جودة الخدمات التعليمية إلى جانب تقييم جودة موقع الكليات وتشخيص مستوى جودة الخدمات التعليمية. ومن ثم تقديم الاقتراحات التي من شأنها أن تسهم في تطوير الخدمات وتحديثها.

5 - أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من (تقييم الموقع الالكتروني لجامعة المسيلة، 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 الجامعة في هذا المجال.

6 - المدخل النظري للدراسة (الاستخدامات والاشباع)

تعريف نظرية الاستخدامات والإشاعات

تعرف نظرية الاستخدامات والإشاعات بأنها دراسة جمهور وسائل الاعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة الإشباع حاجات فردية معينة.

ويتضح من خلال هذا التعريف أن الجمهور يتعرض لوسائل الاعلام لأنها تهدف إلى إشباع حاجات معينة، وليس لأنها متاحة فقط، حيث أن الجمهور يشعر أنه في حاجة إلى هذه الوسائل ويمكن تحقيق هذه الحاجات عن طريق التعرض لها.

- ويذهب إدلستاي وزملاؤه edelstein et al إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباع جاء كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الاعلام فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين الرسائل الاتصال

الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة. (مكاوي، ص240)

نشأة نظرية الاستخدامات والاشباع وتطورها:

أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية ظهور منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر، كما نفي حتمية التأثير المطلق لوسائل الإعلام على الجمهور، وتشكيل الرأي العام والقدرة على الإقناع التي جاءت بها النظرية التي ظهرت أثناء الحرب العالمية الثانية مثل نظرية القذيفة السحرية، ونظرية الآثار الموحدة.

وقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكيات واتجاهات الأفراد وتعددت النماذج التي درست، التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيري (عبد الحميد، 2004، ص272) وكان أهمها الانفتاح السوسولوجيا الوظيفية على الدراسات الإثنوغرافية للتلقي والمشاهدة أو ما يسمى هذا المدخل الوظيفي الذي يحاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام (ارمان و مشال، ص166) بذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية، من أجل خدمة

أهدافه وإشباع رغباته، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات والاشباع الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفة منتظمة. (عبد الحميد، المرجع السابق، ص272)

إن بحوث الاستعمالات والإشباع الرغبات بكل بساطة تحاول أن تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال.

فنظرية الاستعمالات تفرض أن الجمهور يستخدم الموارد الإعلامية لإشباع رغباته كامنة لديه، أن دور وسائل الإعلام هو تلبية هذه الحاجات فقط.

فقد مهدت البحوث التي قام بها لازار سفيل وزملاؤه في الأربعينات من القرن الماضي والتي مهدت

الطريق وحددت الاتجاهات وطورت أساليب البحث وأدواته في ميدان وسائل الإعلام

(بومعيزة، 2006، ص 57)

وفي هذا السياق يشير "ويونروتانكر WEMERET BANKARD إلى أن البحث في أنواع

الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات من القرن

الماضي، حيث أجريت الدراسات عديدة في هذا المنظور على قراءة الكتب، ومسلسلات، الراديو،

والصحف اليومية، والموسيقى، الشعبية وأفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس

لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على

ذلك الرأي العام.. (مكاوي، المرجع السابق، ص 240)

7 - الإجراءات المنهجية للدراسة

1 - نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تعرف بأنها محاولة لجمع أوصاف عن ظاهرة

لغرض استخدام البيانات لتأييد الظروف أو الممارسات الراهنة، ويكون الهدف كشف الوضع

القائم وتحديد كفاءته عن طريق مقارنة بمستويات أو معايير ثم اختيارها أو إعدادها وهي أكثر

طرائق البحث استخداما، فبواسطتها تجمع حقائق ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة أو

حادثة ما بقصد تشخيص أوضاعها التي عليها منهج الدراسة. (عزيز، 2000، ص 115)

2 - منهج الدراسة :

يعرف المنهج على انه مجموعة القواعد والأنظمة التي يضعها الباحث من اجل الوصول إلى حقائق مقبولة

حول الظاهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في شتى مجالات المعرفة الإنسانية. (عبيدات وآخرون

، 1999، ص 35)

وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، هذا وقد لا تكفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث.4 (البدوي ، 2002 ، ص 115)

أما المنهج فهو منهج المسح الشامل الذي يعرف بأنه نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، وهو ما استقر في المجالات العلمية والمعرفية وهو أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم.(عبد الحميد، 2000، ص 129)

وعليه استخدمت هذه الدراسة منهج المسح بالعينة وهو يعتمد على جمع البيانات عن مجموعة مختارة من أفراد المجتمع بطريقة قصدية أو عشوائية، ودراسة صفات هذه المجموعة ثم تعميم النتائج التي يحصل عليها الباحث بالنسبة للمجتمع الكلي وذلك في حالة اختيار العينة.(حجاب ، 2004 ، ص 212)

3 - أدوات جمع البيانات :

يعتمد الباحث في جمع بياناته على عدة أدوات وطرق أهمها الاستقصاء . المقابلة , الملاحظة ومن بين أدوات البحث العلمي في دراستنا :

الملاحظة:

التي تعرف على أنها المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، أو هي المراقبة لظاهرة ما بطريقة منهجية أو علمية، وهي قد تستخدم في البحث الأساسي أو في البحث التطبيقي. (عبد الهادي ، 2005 ، ص 167)

ولقد اعتمدت على الملاحظة في درستي هذه من خلال ملاحظتي للاستعمال الموقع الإلكتروني لجامعة المسيلة و الخدمات التي يوفرها لطلبة الجامعيين .

الاستبيان :

وهو مجموعة من الأسئلة المكتوبة يقوم المحيب بالإجابة عنها وهي أكثر الأدوات إستخداما في الحصول على البيانات من أفراد البحث مباشرة، ومعرفة أرائهم واتجاهاتهم.(طعمية، 2004، ص 22)

الاستمارة إما تسلم لعينة البحث أو يرسل عن طريق البريد الإلكتروني أو يتم إرساله عبر أي رابط إلكتروني آخر، وعليه تم إعداد إستمارة أسئلتها متوازنة، وقد مرت هذه الاستمارة بعدة مراحل، حيث صححت من طرف الأستاذ المشرف ثم عرضت على محكمين من قسم علوم الإعلام والاتصال، الى أن تم التوصل الى الشكل

النهائي للاستمارة التي وزعت في شهر أوت وهي تتكون من ثلاث محاور :

✓ محور البيانات الشخصية

ضمن هذا المحور عدد من العبارات عن المواقع الالكترونية، حيث ضم 05 عبارات عن معيار الاستعمال، 04 عن معيار المحتوى، 03 عن معيار القيمة الخدمية و 06 عبارات عن معيار الحيوية 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.

مجتمع البحث:

هو جميع الافراد او الاشياء او الاشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحثوهو المجتمع الأكبر أو مجموع الافراد التي يستهدف الباحث دارستها لتحقيق نتائج الدراسة (عبد الحميد، 2004، ص 402)

ومجتمع البحث في هذه الدراسة هم طلبة جامعة مُجَّد بوضياف المستخدمون لموقع الجامعة .

عينة البحث :

تعرف العينة على أنها مجموعة جزئية مع المجتمع الكلي تحوي بعض العناصر يتم إختيارها منه.(عبد الحميد،2005، ص 204)

وعليه فقد اخترت عينة تتكون من 80 مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في شهر أوت على طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

8 - تحديد المفاهيم و المصطلحات:

❖ الموقع الإلكتروني:

اللغة: عرفه عبد الله عمر خليل " بأنه مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الانترنت وهو يحتوي على الكثير من المعلومات كما أنه يقدم خدمات تفاعلية للمستخدم " فكل موقع مقسم إلى عدة صفحات مع وجود صفحة رئيسية للموقع، وكل صفحة في الموقع عبارة عن نسق خاص أو نظام معين ترتب فيه المعلومات بشكل جميل ومنسق سواء كانت نصا أم صوتا أم صورة (عبد المالك زيدان،2019).

اصطلاحا: يعني مجموعة من الملفات المخزنة بشكل محدد ومنظم على خادم الانترنت ويمكن أن يحوي هذا الخادم عددا كبيرا من المواقع تبعا لسعة تخزينه عبد المالك زيدان نفس المرجع السابق).

إجرائيا: الموقع الإلكتروني الجامعي هو مجموعة من الملفات التي تحتل مساحة تخزينيه قامت مؤسسة جامعية بحجزها ضمن جهاز خادم بشكل مضمون ومتكاملا يحوي معلومات و بشكل نشاطات ويقدم خدمات لجمهور الجامعة من إداريين وأساتذة وطلبة.

❖ 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 لسلعة أو خدمة. (كلثوم،2013،ص4)

تعريف 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. (حكيم،2007،ص32)

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. (عبد القادر ،2005،ص257)

✓ 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 وسلوك وممارستهم اللفظية مع الزبائن.(مأمون،2008،ص19)

9 - 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:

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

الدراسة الثانية: من طرف الباحث مُجد إبراهيم سلمان ، بعنوان: **مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى بغزة طبقاً لمقياس جودة الخدمة ((SERVPER)، 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:

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

✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي الأبعاد التالية) العناصر الملموسة

الاستجابة، الاعتمادية، الأمان، التعاطف، خصوصية الجامعة.

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

توصل الباحث إلى ابرز الاستنتاجات والتي مفادها أن شبكة الانترنت أصبحت الملاذ الأيمن التي يلجأ إليها معظم الباحثين عن المعلومات خاصة في ظل التطور المسارع في حقل تقنية المعلومات والاتصالات وتسيير هذه التقنية للجميع، وسهولة التعامل معها من قبل المستفيدين. فالدراسات السابقة المشار إليها منها ما اقتصر على جودة الخدمات ومنها ما تناول موضوع المواقع الالكترونية، أما هذه الدراسة فهي تهدف إلى قياس الدور الذي يمكن أن يؤديه الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات.

الدراسة الرابعة:

ربعي العربي (2013) : "استخدامات الطلبة للمواقع الإلكترونية الرسمية للمؤسسات الجامعية" دراسة وصفية لعينة من مستخدمي موقع جامعة مُجَّد بوضياف، مذكرة مكملة النيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، المسيلة.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للتعرف على استخدامات الطلبة للمواقع الإلكترونية الرسمية للمؤسسات الجامعية لجامعة المسيلة، والتي من خلالها يمكن معرفة مخرجات المعرفة العلمية الموجودة في مواقع المؤسسات الجامعية عموماً، وموقع جامعة المسيلة خصوصاً، والتعرف أيضاً على مدى اهتمام الطلبة والباحثين بما تقدمه المواقع الجامعية من معلومات ومراجع بحثية، وكذلك معرفة دور مخرجات المعرفة العلمية المتاحة على المواقع الجامعية في التحصيل العلمي لدى الطالب والباحث الجامعي.

فبعد دراسة موضوعهم دراسة ميدانية اعتمدوا فيه على منهج البحث الذي يستخدم أسلوب العينة، إذ يتم اختيار أفراد من مجتمع البحث وتعميم نتائجها عليه، واعتمدوا على العينة القصدية المتمثلة في عينة من طلبة الدراسات العليا مستوي ماستر 2، وماجستير ودكتوراه في جامعة المسيلة، كما أنهم استعملوا المنهج الوصفي في وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدين في ذلك على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها، وفي الأخير توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- ✓ كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة لا يمتلكون حساب داخل منصة التعليم عن بعد فيها، أكد قرابة النصف منهم أنهم يمتلكون حساب داخل النظام للتوثيق الإلكتروني SNDL بغرض استخدامه رغم أن أغلبهم ليسوا على دراية بما يحتويه هذا النظام.
- ✓ كما توصلت الدراسة أن أغلب الباحثين يستغلون الدوريات والمجلات العلمية الإلكترونية تليها قواعد البيانات المتاحة في SNDL والتي بدورها يتم استغلال الكتب والمجلات والدوريات الأجنبية بشكل كبير منها، فيما تستغل نسبة قليلة منهم الرسائل والأطروحات.
- ✓ يسمح الموقع الرسمي لجامعة المسيلة لأفراد العينة بالاستفادة من مخرجاته في بحوثهم العلمية حيث وافق أغلبهم على ذلك.
- ✓ كما كشفت الدراسة أن الاستفادة من ما توفره مخرجات الموقع تختلف حسب متغير الشهادة، حيث اتخذت الفروق دلالة إحصائية أربع مرات في امتلاك حساب داخل النظام SNDL، والثانية في إدارية بما يقدمه هذا النظام، والثالثة في نوع المخرجات المستغلة في الموقع ورابعة في نوع المخرجات التي يستفاد منها في SNDL وضحت الدراسة أن طلبة الدكتوراه هم الأكثر امتلاكاً لحساب داخل SNDL استخداماً.

التعليق على الدراسات السابقة:

على الرغم من عدم وجود اتفاق حتى الآن حول معايير محددة لتقييم المواقع الإلكترونية بشكل عام والمواقع الإلكترونية للجامعات بشكل خاص، إلا أن هناك إجماع على ضرورة التقييم إدراكاً من المختصين لأهميته، ويلاحظ أن معظم الدراسات السابقة في مجال تقييم المواقع الإلكترونية قامت بوضع مجموعة من المعايير التقييمية، تعكس وجهات نظر مختلفة، إلا أنها تتمحور حول معايير رئيسية وجوهرية يتفق عليها معظم الباحثين، تم اعتمادها في هذا البحث، حيث أن هذه المعايير المعتمدة والمقترحة لتقييم المواقع الإلكترونية للجامعة في هذه الدراسة ناتجة عن تكامل بين الدراسات السابقة والمختصة بجودة المواقع الإلكترونية بصفة عامة والمواقع الإلكترونية للجامعات على وجه الخصوص ؛ وسوف نورد في الجزء الموالي من المقال طريقة العمل المعتمدة من أجل الوصول إلى تقييم مقبول ومنطقي.

الفصل الثاني: المواقع الالكترونية و جودة 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 اتجاهها 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 الموقع الالكتروني والمكونات الأساسية له وأهم أنواعه:

الفرع الأول: تعريف الموقع الالكتروني

إن الموقع الإلكتروني عبارة 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 أيضا في قدرتها على تصميم موقعها سواء من حيث المعلومات، السرعة، وحماية الخصوصية، وغيرها من جهة أخرى. (عبود نجم، 2009، ص358)

كما يعرف الموقع الالكتروني أنه:

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

ويعرف بأنه: " مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة 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 آخر 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 .(محمد مصطفى، 2010، ص29)

من خلال ما سبق يمكن تعريف الموقع الالكتروني كما يلي:

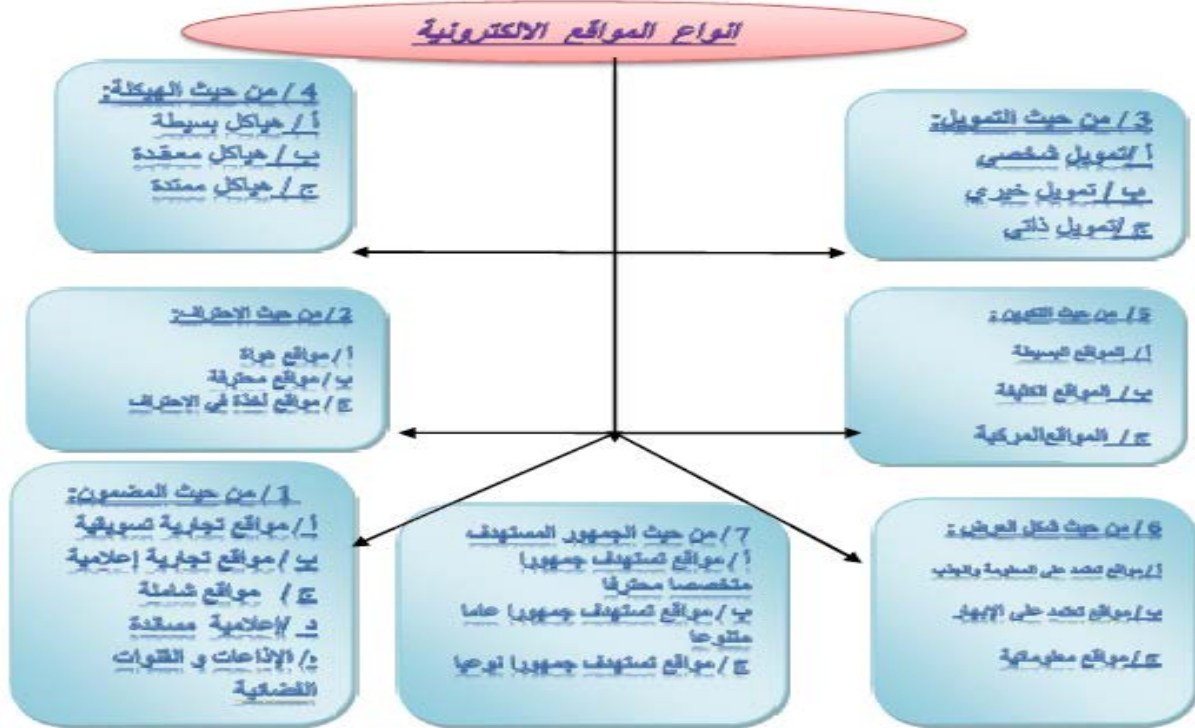
الموقع الالكتروني (Website) : هو ببساطة مجموعة من صفحات الويب المترابطة التي قد تحتوي على: نصوص، صور، أفلام فيديو، تسجيلات صوتية، و الموقع الإلكتروني مستضاف في خادم (Server) واحد على الأقل، ويمكن استعراض هذا الموقع من خلال جهاز حاسب يتضمن متصفح للإنترنت مثل internet

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

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 تشعبية تقود لصفحات أخرى في نفس الموقع أو في مواقع أخرى كما هو موضح في الشكل الموالي :

الشكل رقم (2) : أنواع المواقع الالكترونية



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

المطلب الثاني: الويب والمواقع الالكترونية

يوجد مصطلح كثير التداول، يعرف بشبكة الويب، ما يميز هذه الأخيرة 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 بالإنترنت 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 بعضها 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 (غشوة،2014-2015،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(غشوة،المرجع السابق،ص28-29):

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 محتواها إذا ما تم يدويا بواسطة برامج تصميم وتحرير مواقع الويب.

ب/ المواقع المتحركة : هي تلك المواقع التي تغير مادتها و محتواها على الدوام، وهي القادرة والمهيمنة للتفاعل مع الزائر بأساليب مختلفة، مثل ما يطلق عليها كعكات، أو بواسطة المتغيرات، مثل متغيرات قاعدة البيانات و متغيرات 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 الحاليين المستخدمين، و يغير أوضاعه المتحركة بناء على ما يجري 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 لغة

PHP التي تقوم ببناء المواقع المتحركة، وتلك التي تقوم ب جلب 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 المحتوى الذي يتم تصميمه بواسطة برامج الفلاش والشوك ويف والجافا.

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 (محمد مصطفى، المرجع السابق، ص39):

- 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 المستخدمين. 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: (مصطفاوي، بونيف، ص 9-11)

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 :

- ✓ 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 المحتويات الموقع مصنف بصورة جيدة وواضحة. يجب الانتباه إلى أهمية صفحة البيت، لأنها تعطي الانطباع الأول لدى المستخدم عن الموقع.
- ✓ سرعة التحميل: الوقت اللازم لظهور الصفحة إذ أنه 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 بتكليفها بحسب طبيعة وهدف الموقع الالكتروني وهي: ٧ تنظيم العمل: في إن كان المستخدم يستطيع الوصول إلى المعلومة التي يريدونها دون عناء يذكر، بالإضافة إلى الفهم السريع محتوى 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 والنتائج النهائي الذي سيقوم ببنائه للمستخدم، وبحسب طبيعة المواقع فصلنا سبعة معايير ثانوية في هذا المجال:

✓ **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 لاحقاً

✓ **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.

✓ **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 الطلبه، مثل البريد الالكتروني ورقم الهاتف والفاكس والموقع الالكتروني والجغرافي.

✓ **وسائل مساعدة:** توفير وسائل مختلفة تساعد المستخدم على حل مشاكل تقنية، كتابية، يواجهها خلال تنفيذ الفعاليات.

الفرع الرابع : معيار الحيوية

أبحاث عديدة لوحت 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 للمستخدمي الموقع، وشددت هذه الأبحاث على معيارين ثانويين (مصطفاوي ، ، بونيف ، ، المرجع السابق، ص 12) :

✓ 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 المستخدم منها وعلى هذا الأساس ينبغي عند تصميم المواقع الإلكترونية مهما كان نوعها أن يهتم صاحبها بجمهور المستخدمين من هذا الموقع لضبط محتوى المعلومات الواردة فيه حسب حاجيات الجمهور المعني.

2- أصالة المادة:

لا قيمة لموقع يحتوي على معلومات سبق نشرها في مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفي المعارف بشكل مستمر عبر الزمن، والمستعمل تشده تلك المواقع التي تضيف إلى رصيدهم المعلومات والمعارف شيئاً جديداً وأصلية بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه.

3- الدقة :

إن المعلومات الدقيقة توفر للقارئ الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضي إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل الصحة و التغطية و المصدقية الموضوعية. (مصطفاوي و بونيف ، المرجع

السابق، ص 13)

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 ولكوما 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

أولاً: مفهوم الخدمة:

يمكن فهم طبيعة الخدمة من خلال تحليل العلاقة بينها و بين المنتجات المادية، وهذا بسبب الترابط و التزام 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:

(بن جرة، 2007، ص32)

1. إن كلمة "الخدمة" توحى بالشيء المعنوي أكثر منه المادي ولذلك غالباً 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 جداً.

3. لطالما اعتبرت الخدمة متعلقة بالعنصر البشري، ولكن هذا المفهوم نقص مفعوله في وقت اكتسحت فيه

الألة ميدان الخدمات مثل الغسيل الآلي للسيارات، آلات تقديم القهوة وغيرها، أي أن الخدمة تتغير بتغير المحيط التكنولوجي ا 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 أساساً غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، و أن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطاً بمنتج ملموس". (برحي، 2009/2008، ص65)

وتعرفه Skinne: "الخدمة هي منتج غير ملموس يحقق المنفعة مباشرة للمستهلك كنتيجة الأعمال جهد بشري أو ميكانيكي للأفراد أو الأشياء" (بوبيقر، 2006، ص126)

كما عرفت جمعية التسويق الأمريكية الخدمات بأنها : "هي منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل، ولا يتم نقلها أو خزها، و هي تقريبا تفتى بسرعة، الخدمات يصعب في الغالب تحديدها 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 وليس لها لقب أو صفة".

و بناء على ما سبق يمكن القول أن الخدمة هي : نشاط أو مجموعة من الأنشطة يقدمها طرف الآخر و تحقق له منفعة و تكون ذات طبيعة غير ملموسة في غالب الأحيان، كما تكون مرتبطة بمنتج مادي ملموس. (سويدان و شفيق ابراهيم، 2003، ص226)

ثانيا : أهمية الخدمات

ازدادت أهمية الخدمات عما كانت عليه بالسابق لأسباب عديدة أهمها (زكريا عزام و عبد الباسط حسونة، 2008، ص258-259):

- ✓ 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 .
- ✓ التغييرات التكنولوجية التي حدثت في منظمات الأعمال فالتسويق الإلكتروني واستخدام التكنولوجيا أدى إلى زيادة الحاجة إلى الخدمات المدعمة لهذه الأنشطة.

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 المداخليل للجودة عبر تطورها لم يحدث في صورة قفزات، ولكنها كانت من خلال تطور مستقر وثابت. وكان هذا التطور انعكاسا للسلسلة من الاكتشافات ترجع إلى القرن الماضي وهذه الاكتشافات يمكن تقسيمها إلى أربعة عصور وهي: (سميرة، 2010-2011، ص48)

1 - مرحلة الفحص بداية القرن العشرين :

اقتربت هذه المرحلة بمرحلة التسيير العلمي للعمل التاييلور" 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 يركز 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 الأداء أنشطة الجودة والتحقق من مطابقة المنتج المقياس الجودة. و على الرغم من أن مراقبة الجودة أكثر تقدما من مرحلة الفحص إلا أن التقدم في إدارة الجودة جعل الاعتماد على 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 المداخليل السابقة له تاريخيا فلأول مرة يقدم هذا المدخل مفهوم التكامل و التنسيق بين برامج الإدارة ولأول مرة أيضا يؤكد أن كافة المستويات الإدارية لا بد أن تشارك

في تخطيط و مراقبة الجودة. و في هذه المرحلة تم انتقال من جودة المنتج إلى جودة النظام و أساسه منع وقوع الخطأ.

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 على أنها إنتاج المؤسسة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى 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. (كلثوم بوبكر، 2012-2013، ص4)

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 (كلثوم بوبكر، المرجع السابق، ص4-5):

- ✓ 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 المستعملي هذه المنتجات، مما يتسبب في المسائلة القانونية للمؤسسة، كوقوع حادث السيارة بسبب سوء تصميم أو تصنيع نظام المكابح.
- ✓ مستوى الإنتاجية : فالجودة السيئة تؤثر سلبا على الإنتاجية، و ذلك من خلال إنتاج سلع معيبة غير قابلة للتسويق بالإضافة إلى تكاليف الإصلاح .

- ✓ **التكلفة :** فالمستوى الضعيف للجودة يؤدي 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 تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها أو توزيعها
- ✓ **المنافسة العالمية :** تكتسب الجودة أهمية متميزة من المؤسسة والسمعة التي تتمتع إلى تحقيقها لهدف ، التمكن من تحقيق المنافسة، فكلما انخفض مستوى الجودة في منتجات المؤسسة أدى ذلك إلى إلحاق الضرر بأرباح المؤسسة . (ابن شلوية كاملية ، شرفي أمال ، 2012-2013، ص29-30)

- ✓ **التكاليف وحصة السوق :** تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتبع الفرص لاكتشاف الأخطاء وتلقيحها لتجنب تحمل كلفة إضافية إلى الاستفادة القصوى من زمن الآلات عن طريق الزمن العاطل عن الإنتاج و بالتالي تخفيض الكلفة وزيادة ربح المؤسسة .

رابعا : أهداف الجودة هناك نوعان من أهداف الجودة هما:

- ✓ **7 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 بنوعيتها إلى خمس فئات هي
(قاسم نايف علوان : 2009، ص38-39)

- ✓ **أهداف الأداء الخارجي للمؤسسة** ويتضمن الأسواق والبيئة و المجتمع.
- ✓ **أهداف أداء المجتمع و تناول حاجات الزبائن والمنافسة.**

- ✓ أهداف العمليات و تتناول مقدرة العمليات و فاعليتها وقابليتها للضبط.
- ✓ أهداف الأداء الداخلي وتتناول مقدرة المؤسسة و فاعليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل.
- ✓ أهداف الأداء للعاملين وتتناول المهارات والقدرات وتحفيز وتطوير العاملين .

المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمة وأهميتها وأبعادها

يعد الاهتمام بجودة الخدمة موضوع قلم، 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 :

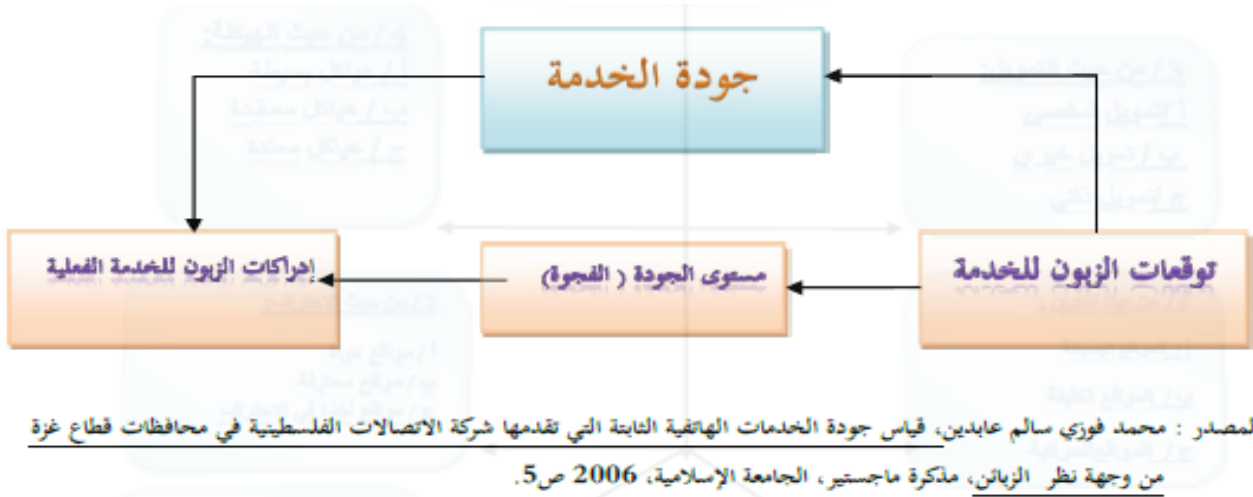
لا تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات العملاء وأن الجودة التي يدركها العميل للخدمة هي الفرق بين توقعات العميل الأبعاد الجودة وبين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل. (عبد القادر بريش، 2005، ص257)

✓ 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 (مأمون سليمان الدرادك، 2008، ص19)

✓ 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 الموضوعية مسبقا لهذه الخدمة، أما الجودة من منظور

المستفيد / الزبون فهي مواءمة هذه الخدمة الاستخداماته واستعمالاته (إبراهيم بظاظو، أحمد العميرة، 2010، ص9)

والشكل الموالي يوضح مفهوم جودة الخدمة .



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. (سميرة كرامة ، المرجع السابق ، ص 53)

الفرع الثاني: أهمية جودة الخدمة

تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي : (سميرة كرامة ، المرجع السابق ، ص 54)

- ✓ 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 : (توفيق محمد عبد المحسن، 2006، ص45)
- ✓ 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. (محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، 2010، ص92)
 - ✓ 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 ...)
 - ✓ 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 قياس ملائمة الجو العام داخل المؤسسة لاحتياجات المستفيدين بالنسبة لساعات العمل. (محمد ابراهيم سلمان، 2012، ص12)

الفرع الرابع : خطوات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة

هناك خطوات تسمح بتحقيق الجودة في تقديم الخدمات وتمثل فيما يلي
(خضير كاظم حمود، 2002، ص 217) :

1- جذب الانتباه و إثارة الانتباه بالزبائن :

ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال المواقف التي يديها 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 (بوعنان نور الهدى، 2009، ص 67):

- أ - العرض السليم لمزايا الخدمة المقدمة بالتركيز على خصائصها ووفرتهما .
- ب - التركيز على نواحي القصور في الخدمات التي يعتمد عليها العميل مع الالتزام بالموضوعية في إقناع العميل بالتعامل في خدمة أخرى لتفادي القصور .
- 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 مستعداً للرد على تلك الاستفسارات بموضوعية ودقة مما يجعل العميل مستعداً لاستكمال إجراءات اقتناء الخدمة .

هو التركيز على الجوانب الإنسانية في التعامل كالترحيب والابتهامة والشعور بأهمية توفير الحاجات الحالية والمستقبلية للعملاء

3- إقناع العميل ومعالجة الاعتراضات لديه:

إن عملية إقناع العميل باقتناء تلك الخدمة ليست بالأمر السهل وإنما تتطلب من مقدم الخدمة العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق الفناعة لدى العملاء عند تقديم الخدمات وكذلك معالجة الاعتراضات التي يبدها 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 الآخر لذلك فهناك مجموعة من القواعد التي يمكن الاعتماد عليها في الرد على اعتراضات العملاء.

خلاصة :

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 تشعبية 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 إلى أبعاد رئيسية هي: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، الأشياء الملموسة، التعاطف.

وهناك خطوات تسمح بتحقيق الجودة في تقديم الخدمات وتمثل 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 الثالث: عرض و تحليل و مناقشة النتائج

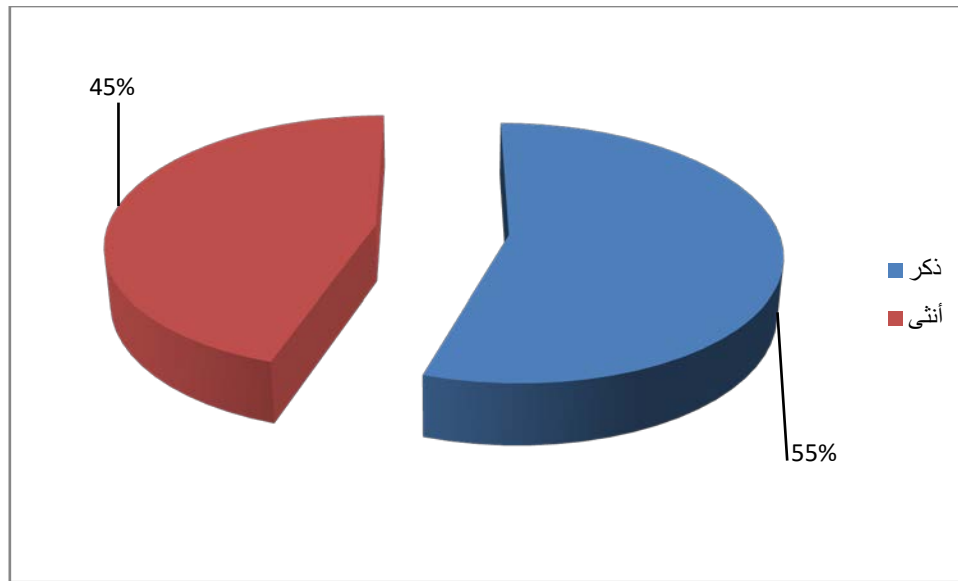


/ تحليل البيانات الوصفية:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
%55	44	ذكر
%45	36	أنثى
%100	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن 44 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 55%، أما حجم الإناث فقد بلغ 36 أنثى بنسبة قدرت بـ 45%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)

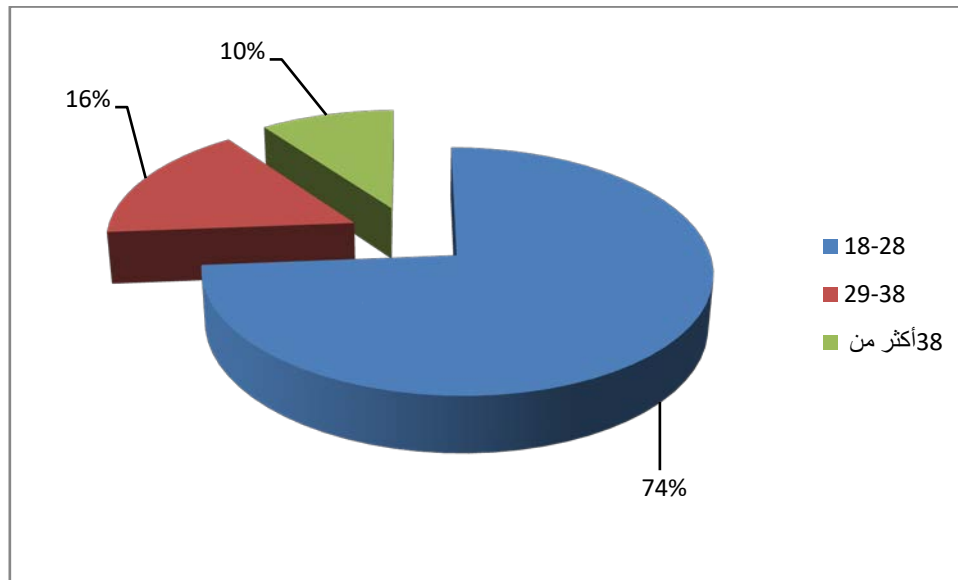


الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
74%	59	18-28
16%	13	29-38
10%	8	أكثر من 38
100%	80	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن الذين ينتمون لـ 18-28 سنة بلغ عددهم 59 أفراد بنسبة 74%، أما الذين يتراوح سنهم بين 29-38 فقد كان عددهم 13 بنسبة قدرت بـ 16%، وفيما يتعلق بالذين هم أكبر من 38 سنة فقد بلغ عددهم 8 فرداً بنسبة 10%، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (02)

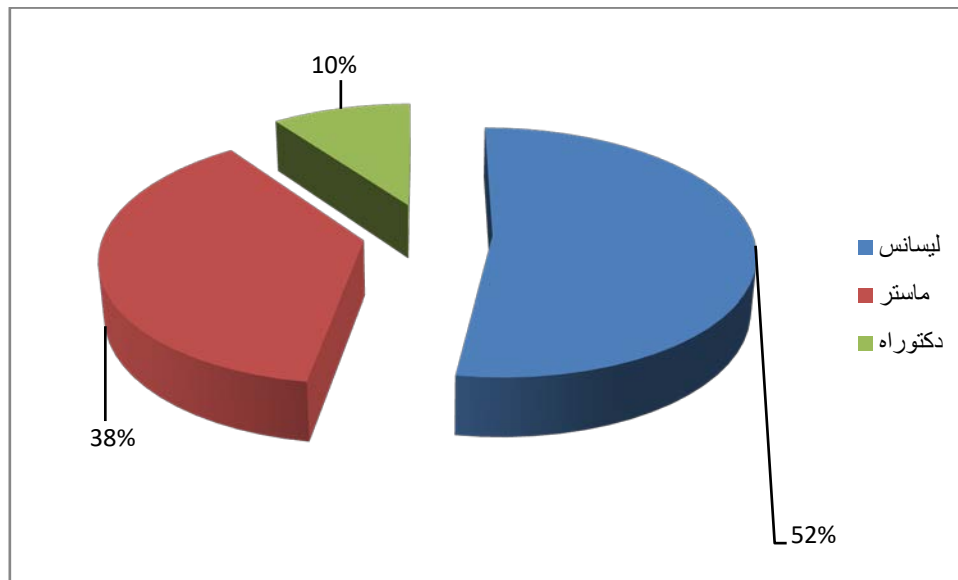


الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
52%	42	ليسانس
38%	30	ماستر
10%	8	دكتوراه
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن 42 فرداً يمثلون ذوي مستوى ليسانس بنسبة بلغت 52%، أما ذوي مستوى ماستر فقد بلغ 30 بنسبة قدرت بـ 38%، أما ذوي مستوى دكتوراه فقد بلغ 8 بنسبة قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)



الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان:

سيتم في هذا الفصل تحليل وتفسير النتائج التي أسفرت عليها اختبارات فرضيات الدراسة ، 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 الاستبيان المتعلق بأبعاد وعبارات الموقع الإلكتروني .

الجدول رقم (01): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف العبارات المحور

الثاني من الاستبيان

الرقم	عبارات المحور الثاني	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
معيار الاستعمال				
01	يتم ايجاد موقع الجامعة من خلال محركات البحث بسهولة.	4.10	0.954	33.26
02	تتضمن الصفحة الرئيسية كل المحتويات المطلوبة.	3.63	1.046	28.81
03	يتم ظهور الصفحة المطلوبة في وقت قصير.	3.61	1.119	34.32
04	يتم التنقل بسهولة بين صفحات الموقع.	3.53	1.035	29.32
05	يراعي الموقع الجانب الجمالي في تصميم صفحاته.			
معيار المحتوى				
01	لا أجد مشقة في الوصول إلى المعلومة عبر الموقع	3.52	1.083	30.76
02	يعرف عدد زوار الموقع ارتفاعا مستمر	3.63	0.935	25.75

29.63	1.061	3.58	يوفر الموقع كل المعلومات التي يحتاجه الطالب من خلال الوصلات الموجودة	03
28.22	1.084	3.83	تعتبر لغة الموقع مناسبة له	04
معيار القيمة الخدمية				
28.38	1.073	3.78	يتضمن الموقع كل الفعاليات العلمية من ملتقيات وأيام دراسة وغيرها	01
30.66	1.021	3.33	يوفر الموقع خدمة اجراء تعديلا تحول البيانات المتعلقة بالمستخدم كالسيرة الذاتية	02
32.43	1.093	3.37	يوفر خدمات شخصية مثل التواصل عبر الفاسبوك	03
معيار الحيوية				
40.77	1.226	3.09	يمكن التواصل مع المهندس المسئول عن الموقع	01
32.78	1.046	3.19	يستفيد الموقع من اقتراحات المستخدمين.	02
28.66	1.006	3.51	يحتوي الموقع على آليات تواصل أخرى كالهاتف والفاكس وغيرها	03
32.47	1.036	3.19	يوفر الموقع خدمات مساعدة أثناء مواجهة مشاكل في الاستخدام.	04
27.65	0.954	3.45	يمكن المرور إلى صفحات إضافية أخرى من خلال الموقع.	05
33.67	1.108	3.29	يمكن تحديد محتويات الموقع بصورة دائمة.	06

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن توزيع إجابات المستجوبين على :

معيار الاستعمال : حيث أن اعلي قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.63 وانحراف معياري قيمته 1.046 بالنسبة 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 المناسبة 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 ب 32.43 ويرجع السبب لتوفر الخدمات الشخصية مثل التواصل عبر الفاسبوك بينما في المرتبة الثانية تأتي العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي 3.33 وانحراف معياري قيمته 1.021 ومعامل اختلاف قدر ب 30.66 ، ويرجع السبب الإمكانية 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 28.38 ويرجع السبب لتنظيم الكلية الفعاليات والملتقيات و الأيام الدراسية .

معيار الحيوية ، حيث أن اعلي قيمة للمتوسط الحسابي بلغت 3.45 وانحراف معياري قيمته 0.954 بالنسبة 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 1.036 ومعامل 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 ومعامل اختلاف قدر ب 32.78 ويرجع السبب الضالة 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 الصعوبة التواصل مع المهندس المسؤول. أما الجدول الموالي فيتضمن كل العبارات التي تتألف منها محاور القسم الثاني للاستبيان المتعلق بجودة الخدمة في الكلية محل الدراسة.

من خلال تناولنا للإطار النظري المتضمن المفاهيم الموقع الالكتروني وجودة الخدمات وأهم الأساسيات المرتبطة بها، 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 الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية لجامعة المسيلة.

أشارت نتائج هذه الدراسة إلى تحقق هذه الفرضية، حيث أن موقع الجامعة 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 لجامعة المسيلة.

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

ج- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة يوجد دور معنوي عند مستوى 0.05 لمعيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية لجامعة المسيلة.

أكدت نتائج اختبار هذه الفرضية على وجود دور معنوي لمعيار القيمة الخدمية للموقع الالكتروني لجامعة المسيلة. في تحسين جودة الخدمات كونه يتضمن كل الفعاليات والتظاهرات العلمية التي تنظمها الجامعة، 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 لجامعة المسيلة.

أشارت نتائج هذا الفرضية ايضا لتحقيقها، مما يدل على وجود دور معنوي عند مستوى 0.05 المعيار حيوية الموقع الالكتروني في تحسين الخدمات التعليمية لجامعة المسيلة.

حيث يستفيد الموقع من اقتراحات المستخدمين، كما يوفر الموقع خدمات مساعدة أثناء مواجهة مشاكل في الاستخدام. إضافة إلى اشتغال 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 في تحسين الخدمات لجامعة المسيلة 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 الجامعة مع الطلبة.
- ✓ إتاحة الفرصة أكثر للطلبة لتصحيح البيانات المتعلقة بمم والمعروضة على الموقع.
- ✓ تجهيز قاعات الدراسة بالحواسيب وعارضات البيانات (الدطاشو) ومكبرات الصوت.
- ✓ الأخذ في الاعتبار الطلبة ذوي الاحتياجات الخاصة من حيث توفير وطريقة ترتيب المرافق.
- ✓ تشجيع الطلبة المتفوقين أثناء المسار الجامعي وعدم حصرها في نهاية التخرج من أجل تكريس روح المنافسة.
- ✓ توفير شبكة الانترنت وإتاحة استخدامها لطلبة الجامعة
- ✓ تنظيم تظاهرات لمحاربة الآفات الاجتماعية .

قائمة المصادر و المراجع



أولاً- 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 المحيوي، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الآيزو 9001:2000، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان 2009 .
5. كريا عزام و عبد الباسط حسونة و مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى، 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 .

ثانياً- 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، شرقي أمال، الجودة كمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي في المؤسسات العمومية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الليسانس في علوم التسيير ، 2012-2013.

3. بوعلان 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 حروة، دور استراتيجية التسويق في تحسين مؤسسات الاتصال، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد حلب بالبيدة، البليدة، 2007.
5. حمزة غشوة ، معمر نوحه ،مذكرة 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 بالبيدة، البليدة،2006.

ثالثا- المجالات:

1. إبراهيم بظاظو، أحمد العمامرة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 45، 2010 .
2. شريم ، رامي ، "كيف نقيم موقعاً إلكترونياً". مجلة المعلوماتية . العدد (16)، حزيران 2007 .
3. عبد القادر بربيش، 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 .

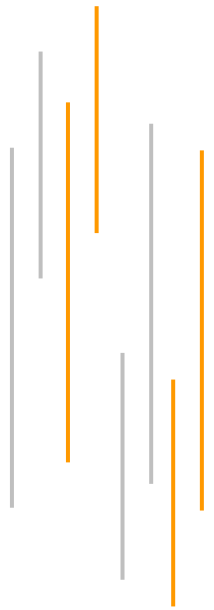
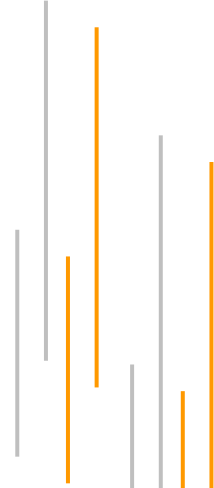
رابعاً- المقالات:

1. خدمات التوظيف الالكتروني - نموذج لتقييم مواقع التوظيف بالجزائر. مصطفىاوي 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.

خامساً - الملتقيات الدولية :

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

الملاحق



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة مُجَّد بوضياف -المسيلة-

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم الاعلام و الاتصال

استمارة استبيان بعنوان

تقييم جودة خدمات الموقع الالكتروني "جامعة المسيلة"

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الاتصال جامعة مُجَّد بوضياف -المسيلة-

تم إعداد هذا الاستبيان استكمالاً لنيل شهادة ماستر

السنة الجامعية: 2020/2019

المحور الأول : محور البيانات الشخصية:

1 الجنس: ذكر

أنثى

2 الفئة العمرية:

18-28

28-38

38 سنة فأكثر

3 المستوى :

ليسانس

ماستر

دكتوراه

المحور الثاني: معايير تقييم المواقع الالكترونية

الرقم	عبارات المحور الثاني	غير موافق	موافق	موافق بشدة
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.			
معيار المحتوى				
01	لا أجد مشقة في الوصول إلى المعلومة عبر الموقع			
02	يعرف عدد زوار الموقع ارتفاعا مستمر			
03	يوفر الموقع كل المعلومات التي يحتاجه الطالب من خلال الوصلات الموجودة			
04	تعتبر لغة الموقع مناسبة له			
معيار القيمة الخدمية				
01	يتضمن الموقع كل الفعاليات العلمية من ملتقيات وأيام دراسة وغيرها			
02	يوفر الموقع خدمة اجراء تعديلا تحول البيانات المتعلقة بالمستخدم كالسيرة الذاتية			
03	يوفر خدمات شخصية مثل التواصل عبر الفاسبوك			
معيار الحيوية				
01	يمكن التواصل مع المهندس المسئول عن الموقع			
02	يستخدم الموقع من اقتراحات المستخدمين.			

			يحتوي الموقع على آليات تواصل أخرى كالهاتف والفاكس وغيرها	03
			يوفر الموقع خدمات مساعدة أثناء مواجهة مشاكل في الاستخدام.	04
			يمكن المرور إلى صفحات إضافية أخرى من خلال الموقع.	05
			يمكن تحديد محتويات الموقع بصورة دائمة.	06