

The Islamic University of Gaza  
Deanship of Research and Postgraduate  
Faculty of Commerce  
Master of Business & Administration



الجامعة الإسلامية - غزة  
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا  
كلية التجارة  
ماجستير إدارة الأعمال

جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين  
"دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة"

The Quality of E-Services and its Impact  
on User Satisfaction

"Case Study on the Barq Plus Program - Gaza"

إعداد الباحث

مؤمن عبد السميع حسن الحلبي

إشراف

الدكتور

خالد عبد دهليز

الأستاذ الدكتور

يوسف حسين عاشور

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير  
في إدارة الأعمال بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية بغزة

محرم/١٤٣٩ هـ - أكتوبر/٢٠١٧ م

## إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

**جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين**

**"دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة"**

**The Quality of E-Services and its Impact  
on User Satisfaction**

**"Case Study on the Barq Plus Program - Gaza"**

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

### Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	مؤمن عبد السميع الحلبي	اسم الطالب:
Signature:	مؤمن الحلبي	التوقيع:
:Date	٢٠١٧/١٠/٠١ م	التاريخ:



هاتف داخلي 1150

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

الرقم: ج س غ/35 / Ref:

التاريخ: 2017/10/29م / Date:

## نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ مؤمن عبد السميع حسن الحابي لنيل درجة الماجستير في كلية التجارة/ قسم إدارة الأعمال وموضوعها:

### جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الأحد 09 صفر 1439 هـ، الموافق 2017/10/29م الساعة الواحدة ظهراً، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

..... P. ر. ر. ر. ر. ر.	أ.د. يوسف حسين عاشور	مشرفاً و رئيساً
..... .....	د. خالد عبد دهليز	مشرفاً
..... .....	د. يوسف عبد عطية بحر	مناقشاً داخلياً
..... .....	أ.د. سامي سليم أبو ناصر	مناقشاً خارجياً

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية التجارة/ قسم إدارة الأعمال.

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله تعالى ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. مازن اسماعيل هنية

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين حيث تم الاستناد إلى نموذج ديلون وماكلين لنجاح نظم المعلومات ومن ثم بناء نموذج ومتغيرات الدراسة والذي يدرس العلاقة بين جودة المعلومات وجودة النظام وجودة الخدمة والدعم الفني والفوائد المتحققة والاستخدام مع الرضا.

ثم تم تطبيق الدراسة على موقع برق بلس في غزة كدراسة حالة وتم توزيع استبانة الدراسة على ٤٠٠ من مستخدمي موقع برق بلس وتم استرداد ٣٦٠ استبانة منها، وقد اظهرت النتائج أن جميع العوامل متحققة في موقع برق بلس بنسبة (78.89 %)، كما أظهرت أن جودة الخدمة من أهم العوامل تحققاً في النظام، وأن آخر العوامل تحققاً في النظام هو الدعم الفني، وأظهرت أيضاً أهمية المتغيرات المؤثرة على المتغير التابع وهو رضا المستخدمين على الترتيب: المنافع المتحققة من الموقع، ومن ثم الاستخدام، ومن ثم جودة الخدمة، ومن ثم جودة النظام، ومن ثم جودة المعلومات، وأخيراً الدعم الفني.

وقد أوصت الدراسة بالعمل على نشر الوعي بأهمية استخدام الخدمات الالكترونية، وأهمية دعم الإدارة لتطوير وتحسين جودة الخدمات الالكترونية، إضافة إلى عمل اتصالات وزيارات ميدانية دورية بنقاط البيع (المستخدمين) والاستماع لآرائهم ومقترحاتهم التي تساهم في تحسين جودة الخدمات الالكترونية، والتدريب وشرح كافة العناصر في الموقع وكيفية استخدامها للمستخدمين الجدد، وزيادة الاهتمام بالدعم الفني لموقع برق بلس، خاصة بالنظام الآلي للتبليغ عن المشاكل.

## **Abstract**

This study aimed to identify the quality of e-services and their effect on user satisfaction. The study was based on the Dillon and McLean model for the success of information systems. This facilitated the specification of the study models and variables, which examined the relationship between information quality, system quality, service quality, technical support, overall benefits, and use with satisfaction of users.

The study was then implemented on the website of Barq as a case study in Gaza. A questionnaire was distributed to 400 users of the Barq Plus website, 360 of which were retrieved. The results showed that all the above-mentioned factors were achieved at Barq Plus website by a percentage of 78.89%. The service quality was also one of the most important achieved factors in the system, and the least one was technical support factor. The study also showed the importance of the variables affecting the dependent variable, which is the satisfaction of users. These were respectively as follows: overall benefits, use, service quality, system quality, information quality, and finally technical support.

The study recommended the need to work on spreading awareness about the importance of using electronic services, and the importance of administration's support to develop and improve the quality of these electronic services. This is in addition to the need to work on establishing contacts with and regular field visits to the points of sale to get in touch with users and listen to their views and suggestions that contribute to improving the quality of electronic services. There is a need for training as well to explain all the elements of the website and how to use them for new users. The study recommended paying more attention to the technical support of the website of Barq Plus, especially the e-system to reporting problems.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ  
دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴾

[المجادلة: ١١]

## الإهداء

إلى روح والدي الغالي رحمه الله

إلى والدتي الغالية حفظها الله

إلى زوجتي العزيزة وابني جود

إلى كل الأهل والأحبة والأصدقاء

إلى كل من ساهم في نجاح هذا العمل

إليكم جميعًا أهدي هذا الجهد المتواضع

## شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، ويفضله تنتزل الخيرات والبركات،  
وبتوفيقه تتحقق المقاصد والغايات، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين.

أتقدم بالشكر والتقدير للجامعة الإسلامية الغراء، وإلى شركة أبناء أحمد  
القدوة والعاملين فيها الذين ضربوا أروع الأمثلة في البذل والعطاء من أجل أن يرى  
هذا البحث النور أخيراً.

كذلك أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى مشرفي الرائعين كل من  
الأستاذ الدكتور/ يوسف حسين عاشور والدكتور/ خالد عبد دهليز على توجيهاتهم  
ونصائحهم ولتفضلهم بالإشراف على هذه الدراسة، أسأل الله أن يجزيهم خير الجزاء.

كما أقدم عظيم شكري وتقديري إلى عضوي لجنة المناقشة كل من:

الدكتور/ يوسف بحر حفظه الله مناقشا داخليا

الدكتور/ سامي ابو ناصر حفظه الله مناقشا خارجيا

لتفضلهما بقبول مناقشة هذه الرسالة، مما زاد في إثرائها.

والشكر موصول إلى السادة المحكمين لأداة الدراسة فلهم مني كل التقدير والاحترام.

يسعدني أيضاً أن أتقدم بالشكر الجزيل لعائلي الكريمة والأصدقاء الأحباب

وأخص بالذكر والدتي التي كان دعاؤها خير سند لي على اجتياز الصعاب، وإلى

زوجتي التي شاركتني العناء والجهد وتحملت الكثير.

الباحث

مؤمن عبد السميع حسن الحلبي

## قائمة المحتويات

أ	إقرار.....
ب	نتيجة الحكم.....
ت	ملخص الدراسة باللغة العربية.....
ث	Abstract.....
ج	اقتباس.....
ح	الإهداء.....
خ	شكر وتقدير.....
د	قائمة المحتويات.....
س	قائمة الجداول.....
ض	قائمة الأشكال.....
ط	قائمة الملاحق.....
١	الفصل الأول الإطار العام للدراسة.....
٢	1.1 مقدمة:.....
٤	١,٢ مشكلة الدراسة:.....
٥	١,٣ متغيرات ونموذج الدراسة:.....
٦	١,٤ فرضيات الدراسة:.....
٧	١,٥ أهداف الدراسة:.....
٧	١,٦ أهمية الدراسة:.....
٨	١,٧ التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:.....
٩	الفصل الثاني الإطار النظري.....
١٠	٢,١ المبحث الأول: جودة الخدمات الالكترونية.....
١٠	٢,١,١ الخدمة:.....
١٠	٢,١,٢ جودة الخدمة:.....
١١	2.1.3 الخدمة الالكترونية:.....

١١	2.1.4 جودة الخدمة الالكترونية: .....
١٢	٢,١,٥ مقاييس جودة الخدمة الالكترونية:.....
١٢	٢,١,٦ المستخدم الالكتروني: .....
١٣	٢,٢ المبحث الثاني: رضا المستخدمين .....
١٣	٢,٢,١ الرضا:.....
١٣	٢,٢,٢ الرضا الالكتروني: .....
١٤	2.2.3.العوامل المؤثرة في الرضا الالكتروني: .....
١٥	٢,٣ المبحث الثالث: نموذج الدراسة .....
١٧	٢,٤ المبحث الرابع: موقع برق بلس: .....
١٧	٢,٤,١ نبذة عن شركة أبناء أحمد القدوة: .....
١٧	2.4.2 موقع برق بلس: .....
١٨	٢,٤,٣ لخدمات الالكترونية التي يقدمها الموقع:.....
١٨	٢,٤,٤ مزايا البرنامج:.....
١٨	٢,٤,٥ الخطة التطويرية للبرنامج:.....
١٩	٢,٤,٦ مكونات موقع برق بلس:.....
٢٥	الفصل الثالث الدراسات السابقة.....
٢٦	٣,١ الدراسات المحلية والعربية: .....
٢٨	٣,٢ الدراسات الأجنبية:.....
٣٦	3.3 التعقيب على الدراسات السابقة: .....
٣٧	٣,٤ أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:.....
٣٧	٣,٥ ما يميز الدراسة الحالية: .....
٣٩	الفصل الرابع الطريقة والإجراءات.....
٤٠	٤,١ المقدمة:.....
٤٠	٤,٢ منهج الدراسة:.....
٤٠	٤,٣ مجتمع الدراسة:.....

٤١	4.4 عينة الدراسة:
٤٢	٤,٥ أداة الدراسة:
٤٣	٤,٦ خطوات بناء الإستبانة:
٤٣	٤,٧ صدق الاستبانة:
٤٣	٤,٧,١ صدق آراء المحكمين:
٤٤	٤,٧,٢ صدق المقياس:
٤٨	٤,٨ ثبات الإستبانة Reliability:
٤٩	٤,٩ الأساليب الإحصائية المستخدمة:
٥٢	<b>الفصل الخامس تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها</b>
٥٣	٥,١ المقدمة:
٥٣	٥,٢ الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية
٥٣	٥,٢,١ توزيع عينة الدراسة حسب الجنس
٥٤	٥,٢,٢ توزيع عينة الدراسة حسب العمر
٥٤	٥,٢,٣ توزيع عينة الدراسة حسب سنوات العمل على الموقع (برق بلس)
٥٥	٥,٢,٤ توزيع عينة الدراسة حسب نوع الاشتراك بالموقع
٥٥	٥,٢,٥ توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي
٥٦	٥,٢,٦ توزيع عينة الدراسة حسب نوع التخصص الجامعي
٥٦	٥,٢,٧ توزيع عينة الدراسة حسب عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر
٥٧	٥,٢,٨ توزيع عينة الدراسة حسب استخدام المستجيب برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية.
٥٨	٥,٣ المحك المعتمد في الدراسة:
٥٨	٥,٤ تحليل فقرات الاستبانة.
٥٨	٥,٤,١ تحليل فقرات مجال "جودة النظام"
٦٠	٥,٤,٢ تحليل فقرات مجال "جودة المعلومات"
٦٢	٥,٤,٣ تحليل فقرات مجال "جودة الخدمة"

٦٤.....	٥,٤,٤ تحليل فقرات مجال " الدعم الفني "
٦٥.....	٥,٤,٥ تحليل فقرات مجال "الاستخدام" .....
٦٦.....	٥,٤,٦ تحليل فقرات مجال "المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)".
٦٨.....	٥,٤,٧ تحليل فقرات مجال "الرضا".....
٦٩.....	٥,٤,٨ تحليل جميع فقرات الاستبانة.....
٧٠.....	5.5 اختبار فرضيات الدراسة.....
٧٠.....	5.5.1. الفرضية الرئيسة الأولى:
٧٥.....	٥,٥,٢ الفرضية الرئيسة الثانية:
٧٨.....	٥,٥,٣ الفرضية الرئيسة الثالثة:
٨٧.....	<b>الفصل السادس النتائج والتوصيات</b>
٨٨.....	٦,١ مقدمة:
٨٨.....	٦,٢ نتائج الدراسة:
٩٠.....	٦,٣ التوصيات:
٩١.....	٦,٤ الدراسات المقترحة:
٩٢.....	<b>المصادر والمراجع</b>
٩٣.....	أولاً: المراجع العربية:
٩٥.....	ثانياً المراجع الاجنبية:
٩٨.....	<b>الملاحق</b>

## قائمة الجداول

- جدول (4.1): درجات مقياس ليكرت الخماسي..... ٤٢
- جدول (٤,٢): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "جودة النظام" والدرجة الكلية للمجال ..... ٤٤
- جدول (٤,٣): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " جودة المعلومات " والدرجة الكلية للمجال ٤٥
- جدول (٤,٤): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "جودة الخدمة" والدرجة الكلية للمجال ..... ٤٥
- جدول (٤,٥): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الدعم الفني " والدرجة الكلية للمجال..... ٤٦
- جدول (٤,٦): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الاستخدام " والدرجة الكلية للمجال ..... ٤٦
- جدول (٤,٧): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)" والدرجة الكلية للمجال..... ٤٧
- جدول (٤,٨): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الرضا" والدرجة الكلية للمجال ..... ٤٧
- جدول (٤,٩): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة ..... ٤٨
- جدول (٤,١٠): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة..... ٤٩
- جدول (٤,١١): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي ..... ٥٠
- جدول (٥,١): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس ..... ٥٣
- جدول (٥,٢): توزيع عينة الدراسة حسب العمر ..... ٥٤
- جدول (٥,٣): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات العمل على الموقع (برق بلس)..... ٥٤
- جدول (5.4): توزيع عينة الدراسة حسب نوع الاشتراك بالموقع ..... ٥٥
- جدول (٥,٥): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي..... ٥٥
- جدول (٥,٦): توزيع عينة الدراسة حسب نوع التخصص الجامعي ..... ٥٦
- جدول (٥,٧): توزيع عينة الدراسة حسب عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر ..... ٥٦
- جدول (٥,٨): توزيع عينة الدراسة حسب استخدام المستجيب برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الالكترونية..... ٥٧
- جدول (٥,٩) أسماء المواقع المشابهة التي يستخدمها المستجيب ..... ٥٧

- جدول (٥,١٠): يوضح المحك المعتمد في الدراسة.....٥٨.....
- جدول (٥,١١): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "جودة النظام" .....٥٩.....
- جدول (٥,١٢): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "جودة المعلومات" .....٦٠.....
- جدول (5.13): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "جودة الخدمة" .....٦٢.....
- جدول (٥,١٤): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "الدعم الفني" .....٦٤.....
- جدول (٥,١٥): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "الاستخدام" .....٦٥.....
- جدول (٥,١٦): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)" .....٦٧.....
- جدول (٥,١٧): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "الرضا" .....٦٨.....
- جدول (٥,١٨): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لجميع فقرات الاستبانة ٦٩
- جدول (٥,١٩): معامل الارتباط بين جودة النظام ورضا المستخدمين .....٧١.....
- جدول (٥,٢٠): معامل الارتباط بين جودة المعلومات ورضا المستخدمين .....٧٢.....
- جدول (٥,٢١): معامل الارتباط بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين .....٧٢.....
- جدول (٥,٢٢): معامل الارتباط بين الدعم الفني ورضا المستخدمين .....٧٣.....
- جدول (٥,٢٣): معامل الارتباط بين الاستخدام ورضا المستخدمين .....٧٤.....
- جدول (٥,٢٤): معامل الارتباط بين المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) ورضا المستخدمين ٧٥
- جدول (٥,٢٥): تحليل الانحدار الخطي المتعدد- الفرضية الرئيسية الثانية.....٧٧.....
- جدول (٥,٢٦): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين" - الجنس .....٧٨.....
- جدول (٥,٢٧): نتائج اختبار " التباين الأحادي " - العمر .....٧٩.....
- جدول (٥,٢٨): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - سنوات العمل على الموقع (برق بلس) .....٨٠.....

- جدول (٥,٢٩): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - نوع الاشتراك بالموقع.....٨٢
- جدول (٥,٣٠): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - المؤهل العلمي.....٨٣
- جدول (٥,٣١): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين" - التخصص الجامعي.....٨٤
- جدول (٥,٣٢): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر.....٨٥
- جدول (٥,٣٣): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين" - استخدام برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية.....٨٦

## قائمة الأشكال

- شكل (1.1): يوضح نموذج الدراسة..... ٥
- شكل (2.1): نموذج ديلون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات الأصلي..... ١٥
- شكل (٢,٢): نموذج ديلون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات المطور ..... ١٥
- شكل (٢,٣): صفحة تسجيل الدخول ..... ١٩
- شكل (2.4): الصفحة الرئيسية..... ٢٠
- شكل (2.5): شاشة شحن رصيد جوال ..... ٢١
- شكل (2.6): شاشة تسديد فواتير شركة الكهرباء أو البلديات..... ٢١
- شكل (2.7): شاشة المتجر الإلكتروني..... ٢٢
- شكل (2.8): شاشة الرسائل القصيرة ..... ٢٣
- شكل (2.9): شاشة التقارير ..... ٢٤

## قائمة الملاحق

ملحق (١): اسماء السادة المحكمين ..... ٩٩

ملحق (٢): استبانة الدراسة ..... ١٠٠

الفصل الأول  
الإطار العام للدراسة

## 1.1 مقدمة:

أصبحت معظم الشركات تخلق الويب كقنوات ومصادر للمعلومات وتوزيع المنتجات والخدمات للزبائن وتسعى لمواكبة التطورات الحاصلة على مستوى المعاملات والخدمات الالكترونية. فالتطورات الحاصلة على مستوى الخدمات الالكترونية على المستوى العالمي وتزايد حدة المنافسة وتزايد خبرات المتسوقين الكترونياً، فإن إدراك وفهم الشركات للخصائص المميزة للسكان في المنطقة وعاداتهم الشرائية قد أصبح هو الأكثر أهمية بالنسبة لشركات التجارة والخدمات الالكترونية حيث حتم على الشركات في قطاع غزة مواكبة هذه التطورات وتقديم خدمات الكترونية عبر الانترنت ذات جودة وكفاءة عالية، من خلال التركيز على أهم متطلباتها لإرضاء الزبائن، خاصة في ظل الثورة المعلوماتية والتكنولوجية.

حيث يشهد العالم في هذا العقد قفزات هائلة في نظام الاتصالات الرقمي، مع استمرار انخفاض تكاليفه، مما يؤدي إلى تغيير جذري في طريقة وأسلوب أداء الأفراد والمؤسسات لأعمالهم، وطريقة نقل الأموال والمعلومات، وكذلك نمواً كبيراً في الخدمات الالكترونية والمالية ونظام المدفوعات القائم على الانترنت، (إسماعيل، 2010م)، ومع ازدياد التطور والتقدم التكنولوجي يبقى الإنترنت قناة هامة لبيع معظم السلع والخدمات حيث يؤكد تقرير شركة بيפורت (PAYFORT)، الشركة الرائدة في تقديم خدمات المدفوعات الالكترونية في العالم العربي لعام 2016م أن العالم العربي قد شهد في عام 2015م نمواً قوياً في عمليات التسوق الالكتروني، بقطاعات تجارية وخدمية مختلفة، وذلك بالمقارنة مع العام السابق، حيث شهد على سبيل المثال قطاع "حجز تذاكر الطيران" نمواً نسبته 18% و"السياحة" 39% و"التجارة الالكترونية" 31% و"صناعة الترفيه" 34%، ويتوقع التقرير أن تتزايد الخدمات الالكترونية وعمليات الدفع الكترونياً في المنطقة العربية لتصل إلى 69 مليار دولار في السنة عام 2020م، أي نحو 3 أضعاف المستويات الحالية تقريباً، أما بالنسبة لفلسطين بالتحديد ذكر تقرير لوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات أن عام 2015م شهد ارتفاعاً في مؤشر تنمية قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في فلسطين حيث سجلت 4.67 نقطة من أصل 10 على مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لعام 2015م، حيث يستخدم هذا مؤشر لقياس مقدار المستجدات في هذا القطاع ومستوى التقدم ومقدار الفجوة الرقمية بالإضافة إلى إمكانية البلدان لتطوير قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، على الرغم من الصعوبات والتحديات والعراقيل التي واجهت هذا القطاع في فلسطين حيث يخضع لكثير من الاشكاليات والتعقيدات بسبب الاحتلال

الإسرائيلي والذي يمارس الهيمنة على الطيف الترددي الفلسطيني بالإضافة إلى تحكمه في التقنيات والأجهزة المستخدمة في فلسطين.

ومع ما يشهده العالم اليوم من ثورة هائلة في مجال الاتصالات والمعلوماتية وزيادة انتشار العولمة، فأصبحت الأسواق مكانًا مفتوحًا لجميع المستثمرين، مما أدى إلى ظهور منافسة قوية بين المؤسسات لزيادة حصتها في السوق (نورالدين، 2007م)، فمن هذا المنطلق أيضًا ولأن الشركات تهدف دائمًا إلى تحقيق رضا الزبائن ومن ثم كسب ولاء المستخدمين وأسقطاب مستخدمين جدد من خلالهم وما يترتب عليه من تحقيق مكانة متميزة بين المنافسين وتحقيق الأهداف الاستراتيجية كرسد شركة أبناء أحمد القدوة كل الإمكانيات والطاقات لتحقيق ذلك من خلال توفير موقع الكتروني شامل ومتكامل يقدم كل الخدمات الالكترونية مثل شحن رصيد شركة جوال وتسديد الفواتير وأرصدة لمعظم المتاجر العالمية وخدمة حزم الرسائل القصيرة والعديد من الخدمات الأخرى وتم مؤخرًا ربط الموقع بأنظمة شركة جوال والعمل جارٍ على ربطه مع البائل وحضارة، ويضم الموقع الآن حوالي 4000 مستخدم (نقطة بيع) موزعة بين مستخدم عادي أو نهائي وموزع رئيسي ومسئول (أدمن) (إحصائيات من موقع برق بلس، 2016م)، وتسعى الشركة جاهدة على تحسين وتطوير الموقع وجودة الخدمات المقدمة باستمرار من خلال إضافة خدمات جديدة وتوفير الدعم الفني على مدار الساعة ويوجد العديد من المنافسين لشركة أبناء احمد القدوة أبرزهم شركة زياد مرتجى وإخوانه، وبحسب التقرير الصادر عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2015م بلغ عدد المؤسسات والمنشآت في القطاع الخاص والقطاع الأهلي المسجلة في محافظات قطاع غزة 44.198 منشأة ما يشكل ما نسبته 33% تقريبًا من عدد المنشآت في فلسطين في حين بلغ عدد العاملين في تلك المنشآت 121.953 عاملاً منهم 105.452 ذكورًا و16.501 إناثًا.

ومما سبق ووفقًا لأهمية الخدمات الالكترونية ومما لها دور مهم في تسهيل وتسريع العمليات والخدمات فلم يعد هناك حاجة للوقوف والانتظار طويلاً للحصول على خدمة أو معاملة ما وهذا أدى إلى توفير الوقت والجهد والتقليل قدر الإمكان من الموارد المستهلكة في الشركات في حالة الخدمات التقليدية، تأتي هذه الدراسة لمعرفة جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال برنامج برق بلس وأثرها على رضا المستخدمين. وسوف يتم الاستناد إلى نموذج الكاتبان ديون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات المحدث (2003م)، حيث سوف يتم دراسة العلاقة بين جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين وتحديد المتغيرات والعلاقة بينهما ومن ثم تطبيق هذا النموذج على موقع برق بلس كدراسة حالة والوصول إلى النتائج والتوصيات في نهاية المطاف.

## ١,٢ مشكلة الدراسة:

يواصل معدل العمليات والخدمات الالكترونية والدفع الالكتروني نموه في المنطقة، مما يشير إلى تزايد إقبال المستهلكين على الاعتماد على الخدمات الالكترونية، وتزايد متطلبات وتوقعات المتسوقين، تضع المزيد من الضغوط على شركات التجارة والخدمات الالكترونية، فالذين يستخدمون الخدمات الالكترونية يسعون نحو أن يكون إتمام الخدمة أسرع وأكثر بساطة، مع توافر مستويات أعلى من الأمان، في نفس الوقت وعلى الرغم من النمو الضخم في أعداد المتسوقين الكترونياً، فلا يزال هناك العديد من التحديات التي على الشركات مواجهتها وفي مقدمتها تخوف المتسوق من استخدام وسائل الدفع والخدمات الالكترونية، والخوف إزاء عمليات الاختراق والغش، والخوف من التكنولوجيات الجديدة وافتقاد الثقة في الخدمات الالكترونية، فتلك المخاوف تمثل عقبات جوهرية بالنسبة لنمو هذا القطاع في المنطقة.

حيث أن هذه الدراسة تهدف إلى تقييم جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال موقع برق بلس الالكتروني. ومدى إسهام عناصر جودة الموقع الالكتروني في رضا المستخدمين، ومعرفة أثر أبعاد جودة موقع برق بلس في رضا العملاء، وتتبع أهمية هذه الدراسة من كونها الدراسة الأولى التي تناولت مفهوم جودة الموقع بأبعاده المختلفة وأثره على رضا المستخدمين، كما سوف تساهم الدراسة في دفع الجانب التطبيقي لخدمات الالكترونية عبر تقديم توصيات للشركات والمؤسسات في هذا الخصوص وتقديم رؤية عملية وحلول يمكن تطبيقها في المستقبل، وفي ضوء ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

ما أثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا المستخدمين لموقع برق بلس ؟

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

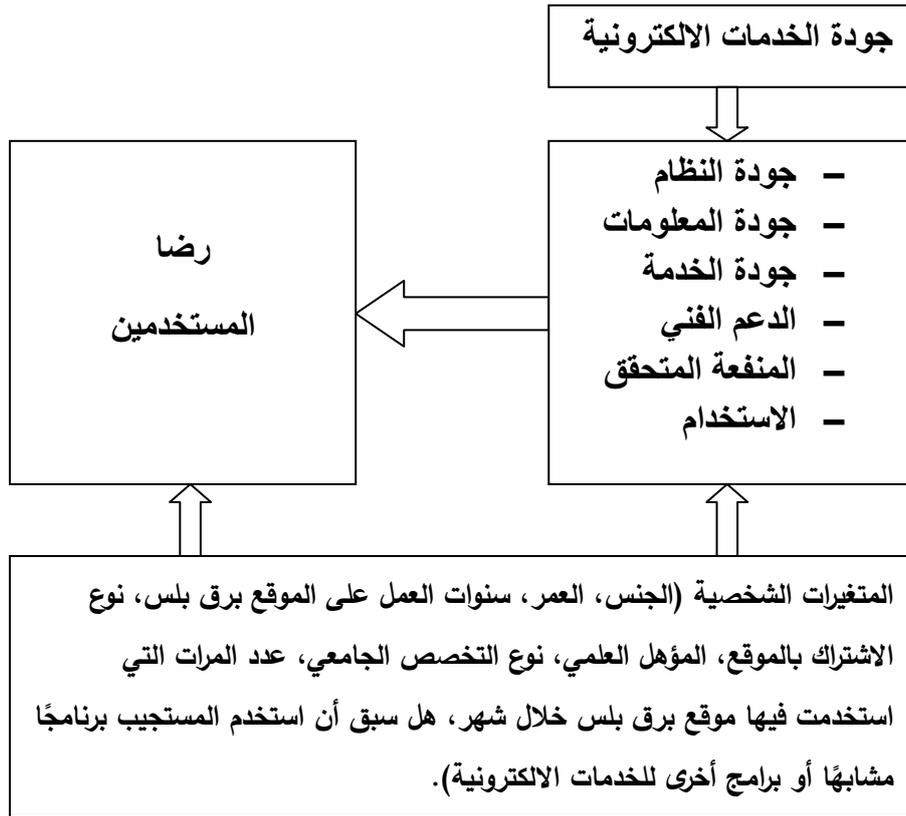
١. هل توجد علاقة بين جودة الخدمات الالكترونية ورضا المستخدمين لموقع برق بلس؟
٢. إلى أي مدى تؤثر مؤشرات جودة الخدمات الالكترونية (جودة النظام، جودة المعلومات، جودة الخدمة، الدعم الفني، المنفعة المتحققة، الاستخدام) في رضا المستخدمين؟
٣. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين إستجابة المبحوثين حول أثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا المستخدمين تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، سنوات العمل على الموقع برق بلس، نوع الاشتراك بالموقع، المؤهل العلمي، نوع التخصص الجامعي، عدد المرات التي استخدمت فيها موقع برق بلس خلال شهر، هل سبق أن استخدم المستجيب برنامجًا مشابهًا أو برامج أخرى للخدمات الالكترونية؟

### ١,٣ متغيرات ونموذج الدراسة:

المتغير المستقل: جودة الخدمات الالكترونية وتتمثل في التالي:

- جودة النظام
- جودة المعلومات
- جودة الخدمة
- الدعم الفني
- الاستخدام
- الفوائد المتحققة

المتغير التابع: رضا المستخدمين



شكل (1.1): يوضح نموذج الدراسة

من إعداد الباحث اعتمادًا على نموذج ديلون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات المحدث (٢٠٠٣م)

#### ١,٤ فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين جودة الخدمات الالكترونية ورضا المستخدمين.

ويشتق من هذه الفرضية الرئيسة ستة فرضيات فرعية وهي كالتالي:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين جودة النظام ورضا المستخدمين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين جودة المعلومات ورضا المستخدمين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين الدعم الفني ورضا المستخدمين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين الاستخدام ورضا المستخدمين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) ورضا المستخدمين.

الفرضية الرئيسة الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  لجودة الخدمات الالكترونية على رضا المستخدمين.

الفرضية الرئيسة الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، سنوات العمل على الموقع (برق بلس)، نوع الاشتراك بالموقع، المؤهل العلمي، نوع التخصص الجامعي، عدد المرات التي استخدمت فيها موقع برق بلس خلال شهر، هل سبق أن استخدم المستخدم البرنامج مشابهًا أو برامج أخرى للخدمات الالكترونية؟).

## ١,٥ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال موقع برق بلس الالكتروني ومدى إسهام عناصر جودة الموقع في رضا المستخدمين حيث يمكن تلخيص هذه الأهداف في عدة نقاط وهي كالتالي:

١. معرفة وتحديد ودراسة العوامل المؤثرة على رضا مستخدمي موقع برق بلس.
٢. دراسة العلاقة بين جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال موقع برق بلس ورضا المستخدمين.
٣. معرفة أثر جودة الخدمات الالكترونية المقدمة على زيادة رضا مستخدمي موقع برق بلس.
٤. الكشف عن الفروق بين استجابات المبحوثين حول جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال موقع برق بلس وأثرها على رضا المستخدمين تبعاً لمتغيراتهم الشخصية.
٥. التوصل إلى نتائج وتوصيات من شأنها أن تساهم في تحسين جودة الخدمات الالكترونية وزيادة رضا مستخدمي موقع برق بلس.

## ١,٦ أهمية الدراسة:

تبرز أهمية البحث كونه يلقي الضوء على أحد أهم الموضوعات الادارية وكذلك للتنمية الاقتصادية، وذلك من خلال تحسين جودة الخدمات الالكترونية ولما لها من أثر على التنمية الاقتصادية وتحقيق القيمة المدركة ورضا المستخدمين من زاويتين الاولى علمية والثانية عملية.

- **الأهمية العلمية:** حيث تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من خلال استخدام منهج علمي يثري المعرفة العلمية في مجال أثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا المستخدمين ، كما يؤمل ان تفتح آفاق جديدة للباحثين والمهتمين بالبحث العملي للبحث في مجال جودة الخدمات الالكترونية وأثرها في تحقيق رضا المستخدمين، وذلك من خلال الاستفادة من نتائج وتوصيات الدراسة، وتعتبر هذه الدراسة الأولى في قطاع غزة التي تدرس جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال موقع برق بلس وأثرها في تحقيق رضا المستخدمين.

- **الأهمية العملية:** تتمثل أهمية الدراسة من الناحية العملية في تقديم نموذج عملي خاص بتطوير وتحسين جودة الخدمات الالكترونية وتزويد الشركات والمؤسسات بدراسة تحدد نقاط القوة ونقاط الضعف لديهم في جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلالهم، والعوامل التي تحتاج إلى تطوير ومقترحات حول كيفية الوصول إلى ذلك ورفع الرضا لدى المستخدمين.

### ١,٧ التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

**جودة النظام:** هي درجة اعتمادية النظام، وتتناسق المظهر للمستخدم وسهولة استخدامه، وجودة التوثيق، وجودة الكود المصدر وسهولة صيانته.

(DeLone and McLean,1992) (Bharati and Berg, 2005)

**جودة المعلومات:** جودة مخرجات النظام، ومدى ملاءمتها لاستخدام المعلومات المقدمة.

**جودة الخدمة:** وتعني إلى أي مدى هذه الخدمة تلبية توقعات العملاء.

(Cruana and Others,2000) (Bharati and Berg,2005)

**الاستخدام:** هو مدى القابلية أو الرغبة في العمل على نظام معين.

**المنفعة المتحققة:** هي القيمة التي يتوقع المستخدم الحصول عليها من استخدامه لنظام معين.

**الرضا:** عبارة عن شعور وإحساس نفسي يعبر عن الفرق بين أداء السلعة أو الخدمة المدركة وتوقعات العميل (نور الدين،2007م).

# الفصل الثاني الإطار النظري

## ٢,١ المبحث الأول:

### جودة الخدمات الالكترونية

#### ٢,١,١ الخدمة:

تُعرّف الخدمة في اللغة العربية على أنّها تقديم المساعدة أو المنحة، أو توفير عنايةٍ لجهةٍ مُحدّدة أو لعموم الناس، ويعني مفهوم الخدمة اصطلاحًا: قيام الإنسان بنشاطٍ ما، لصالح غيره من الأفراد أو الجمهور، ويختلف تعريف الخدمة بحسب نوعها، وتنقسم الخدمات إلى عدّة أقسام، وذلك بناءً على معايير عديدة، كالمقابل الماديّ، وطبيعة المجال الذي تُقدّم خلاله الخدمة، وطبيعة القائمين عليها، وقد قدم الكثير من الكتاب في مجال الإدارة تعريفات متعددة فمثلاً فقد عرفها (Lovell&Wirtz,2004) بأنها: أي فعل أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر، وقد تكون عملية تقديم الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، والأداء مؤقت، وفي كثير من الأحيان طبيعتها غير ملموسة، وعادة لا تؤدي إلى ملكية نتيجة عوامل إنتاجها. أما (Kotler&Others,2011) فقد عرفها بأنها: أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الطرفين للآخر، وهي غير ملموسة أساسًا ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء.

#### ٢,١,٢ جودة الخدمة:

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

ومن هذه التعريفات تعريف (الزامل وآخرون، 2012م) حيث عرفها على أنها قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء، وفي تعريف آخر عرف (حلوز، والضمور، 2012م) جودة الخدمة بأنها: قيام المنظمة بتصميم وتقديم خدماتها بشكل صحيح من أول مرة، أما إذا حدث خطأ غير مقصود في أداء بعض الخدمات وهو أمر محتمل، فكيف يمكنها أن تتغلب على هذا الموقف وتواجهه؟

وتعرف جودة الخدمة من منظور الخدمة الالكترونية بأنها: التقييم والحكم الشامل للعملاء عن جودة للخدمات الالكترونية المطروحة في السوق الافتراضي (Santos, 2003).

### 2.1.3 الخدمة الإلكترونية:

الخدمة الإلكترونية تعتبر شكلاً من أشكال الخدمة الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون بخدمة نفسه بنفسه، فبدلاً من تقديم الطلب إلى الموظف خلف المكتب أو التحدث إلى شخص عبر الهاتف طلباً لمعلومات أو استفسارات يتم الحصول على الخدمة عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة ومقدمها من خلال وسيط (التكنولوجيا). لذلك من المهم أن يكون تصميم الخدمة الإلكترونية يلائم حاجات ورغبات وتطلعات وتوقعات المستخدم (العميل).

من الصعب توفير التعريف الدقيق للخدمة الإلكترونية لذلك قدم الباحثون تعريفات مختلفة لوصف الخدمة الإلكترونية. وعلى الرغم من هذه التعريفات المختلفة، فإنه يمكن القول بأنهم جميعاً متفقون حول دور التكنولوجيا في تسهيل تقديم الخدمات وتسريعها.

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

وتعرف الخدمة الإلكترونية بأنها لقاء بين مقدم الخدمة والمستهلك، بمعنى لقاء بين مقدم الخدمة (أي الشركة) والمستهلك، حيث تختلف عن اللقاءات المادية التقليدية المعروفة في مجالات التسويق التقليدية، نظراً لغياب موظفي المبيعات وغياب العناصر المادية التقليدية، وخدمة العملاء فيها ذاتية (O'Cass & Carlson,2010).

### 2.1.4 جودة الخدمة الإلكترونية:

يعتبر مفهوم جودة الخدمة الإلكترونية مفهوماً حديثاً نوعاً ما بخلاف المفهوم الذي قدمه (Parasuraman&Others,2005) حيث عرفت جودة الخدمة الإلكترونية إلى أي مدى يسهل الموقع على شبكة الانترنت التسوق والشراء والتسليم بكفاءة وفعالية، بينما يرى (نجم، 2010م) أن الجودة الإلكترونية هي الشكل الأخير وربما الأرقى لتطور مجالات واهتمامات سياسات وجهود تطوير وتحسين الجودة، لذا لا بد من توفر مجموعة من المعايير مثل السرعة في التنفيذ وأن لا تستغرق وقتاً كبيراً في طلب الخدمة وأن يكون نمط إدخال البيانات المطلوبة سهلاً بحيث لا يشعر المستخدم بالملل وتجنب حصول أي شكل من أشكال التأخير بسبب ببطء

التحميل أو الربط بالخادم ووجود مشاكل في التصميم وينبغي أن تكون الخدمة الالكترونية متوافقة مع التقنيات الأخرى وأن تكون ذات موثوقية عالية.

### ٢,١,٥ مقاييس جودة الخدمة الالكترونية:

إن الجودة الالكترونية هي الشكل الأخير وربما الأرقى لتطور مجالات واهتمامات سياسات وجهود تطوير وتحسين الجودة ولكن من الصعب قياسها فالخدمة غير ملموسة وغير قابلة للتخزين، حيث ما زال حديث العهد وموضع جدل بين الباحثين فما قبل عام (1985م) لم يكن هناك إلا عددًا محدودًا من الدراسات التي تناولت مفاهيم جودة الخدمة وأبعادها دون أن تتطرق إلى أساليب قياسها وتقييمها. حيث تنسب أول محاولة لقياس جودة الخدمة إلى باراسورامان وآخرين الذين تمكنوا من تصميم مقياسهم الشهير "Servqual" لقياس ما يعرف بالفجوات الخمس لجودة الخدمة والذي استحوذ على قبول وتأييد معظم الباحثين بسبب مصداقيته وإمكانية تطبيقه عمليًا للوصول إلى الفجوة ما بين توقعات العملاء لجودة الخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي للخدمة التي يحصلون عليها (Yoo,Donthu, 2001)، أما في هذه الدراسة سوف يتم الاستناد إلى نموذج ديلون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات المحدث (2003م) حيث سيتم التطرق له بالتفصيل في المبحث الثالث خلال هذا الفصل.

### ٢,١,٦ المستخدم الالكتروني:

تعني الزبون وهو مستهلك يقوم باقتناء سلعة أو خدمة، ويقوم بالتواصل مع مزود الخدمة بواسطة شبكة الانترنت أو الشبكات الأخرى (تعريف الدراسة) أي أن يقوم الزبون بخدمة نفسه بنفسه حتى يحصل على الخدمة من خلال التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة ومقدمها، لذلك من المهم أن يكون تصميم الخدمة الالكترونية يلائم حاجات ورغبات وتطلعات وتوقعات المستخدم الالكتروني.

## ٢,٢ المبحث الثاني:

### رضا المستخدمين

أدركت المؤسسات أن نجاحها واستقرارها يبقى مرهونا بمدى قدرتها على معرفة وتحديد حاجات ورغبات عملاءها بدقة وقدرتها على تلبيتها ، لذلك تهدف المؤسسات إلى فهم حاجات العميل من أجل الاستجابة لها بتقديم خدمات تحقق الرضا للعملاء ،وقد أصبحت استراتيجية كسب رضا العميل ركنا اساسيا من أركان التوجه نحو العميل كونها الوسيلة الاستراتيجية لاكتساب عملاء جدد ومفتاح لزيادة مستوى الرضا ، فالعميل يعد أداة ضرورية لنجاح المنظمة ونموها واستمرارها ،لذلك زاد الاهتمام برضا العميل في المنظمات لوجود العديد من الخيارات المتاحة أمامه من الخدمات.

#### ٢,٢,١ الرضا:

يعتبر الرضا المحور الأساسي ونقطة الارتكاز في التخطيط للأنشطة المختلفة لجميع الشركات والمؤسسات الناجحة على اختلاف أنواعها، حيث ان رضا العميل هو درجة إدراكه لمدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلبي حاجاته ورغباته ومقارنة توقعاته مع الجودة المدركة لعناصر الخدمة فهنا تكون مشاعر العميل اما بالفرح أو الأستياء بعد شراء المنتج وتجربة الخدمة والمقارنة بين الأداء الفعلي للمنتج والتوقعات.

وقد حاول العديد من المختصين تحديد المعالم الدالة على الرضا لدى العميل فقد عرف (Kotler&Others,2011) الرضا ذلك الشعور الذي يوحى للعميل السرور أو عدم السرور الذي ينتج عند مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع توقعات العميل .

#### ٢,٢,٢ الرضا الالكتروني:

يتضمن مفهوم الرضا الالكتروني أوجهًا عدة فيمكن أن يعني المنافع المحصل عليها من الاستهلاك، ففي هذه الحالة يهتم بجودة المنتج أو الخدمة الناجمة عن مقارنة الجودة المرغوبة وجودة المنتج أو الخدمة كما يدركها الزبون (P.Kotler,B.Dubois,2000)

حيث أكدت نتائج دراسة للعلاقة بين جودة الخدمات الالكترونية المقدمة عبر مواقع الانترنت وكل من الرضا والالتزام، على وجود أثر إيجابي لجودة الخدمات الالكترونية على رضا والتزام الزبائن.(Hamadi, 2010)، وعرفت (الفقهاء،2014م) رضا متلقي الخدمة بأنه: الشعور

العالم بالسعادة والارتياح للعملاء نتيجة تادية وإنجاز معاملاتهم، ويتحقق ذلك بالتوافق بين ما يتوقعه العميل ومقدار ما يحصل عليه من الجهة المقدمة للخدمة.

أي أن الرضا هو سلوك وممارسة يديها المستعمل تجاه المنتج أو الخدمة، مما ينتج عنه مجموعة من السلوكيات والعلاقات تسعى المؤسسة لتوجيهها دائماً في اتجاه إيجابي بالاعتماد على مجموعة من الوسائل التي تسمح بتعظيم الرضا.

لذلك يمكن اعتبار الرضا نتيجة لتقييم منتظم لتجربة لمرة واحدة مع منتج أو خدمة فيما يتعلق بشراء واستهلاك منه. هنا يمكن اعتبار الرضا الالكترونية باعتباره شعوراً إيجابياً من قبل العملاء المرتبطة بالخدمة الالكترونية نتيجة تعاملهم بها.

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

### 2.2.3. العوامل المؤثرة في الرضا الإلكتروني:

هناك اهتمام متزايد من المنظمات بالحفاظ على العملاء الحاليين وفي نفس الوقت تحاول جذب عملاء جدد، لذا يعد قياس رضا العملاء مؤشراً لمدى نجاح المنظمة في تقديم المنتجات والخدمات إلى السوق.

فمن خلال التعاريف السابقة التي تناولت مفهوم الرضا الإلكتروني نحاول معرفة مدى تأثير التجارب السابقة على الرضا، فهناك عوامل عدة من أهمها: (طواهير، الهواري، 2012م).

#### أ. عوامل مرتبطة بالموقع:

وتشمل خصائص الموقع والتي تضم سهولة الشراء، خصائص العرض (المنتجات التي يتم عرضها والمعلومات المقدمة عن المنتج)، تصميم الموقع، الأمن المالي، السعر، ظروف التسليم، وبصفة عامة كل العوامل المساهمة في جودة موقع ويب التي تعرضنا لها سابقاً.

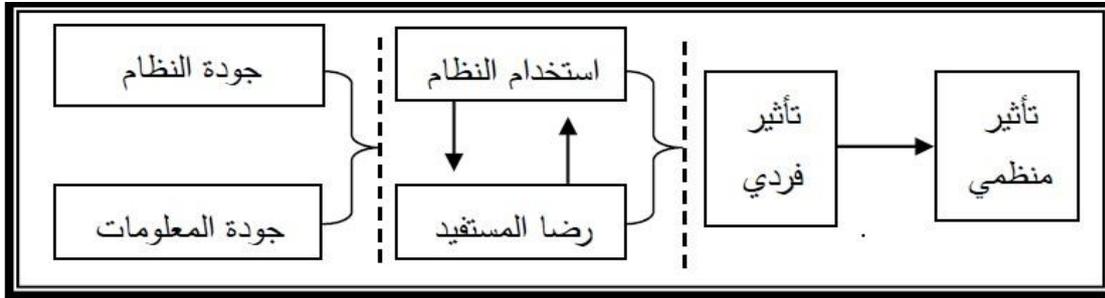
#### ب. عوامل مرتبطة بخدمات الزبائن:

تعد جودة خدمات الزبائن عاملاً هاماً في تحديد رضاهم، فكلما كانت الخدمات أكثر قدرة على الرد على الأسئلة وحل المشكلات زاد رضا الزبائن.

## ٢,٣ المبحث الثالث:

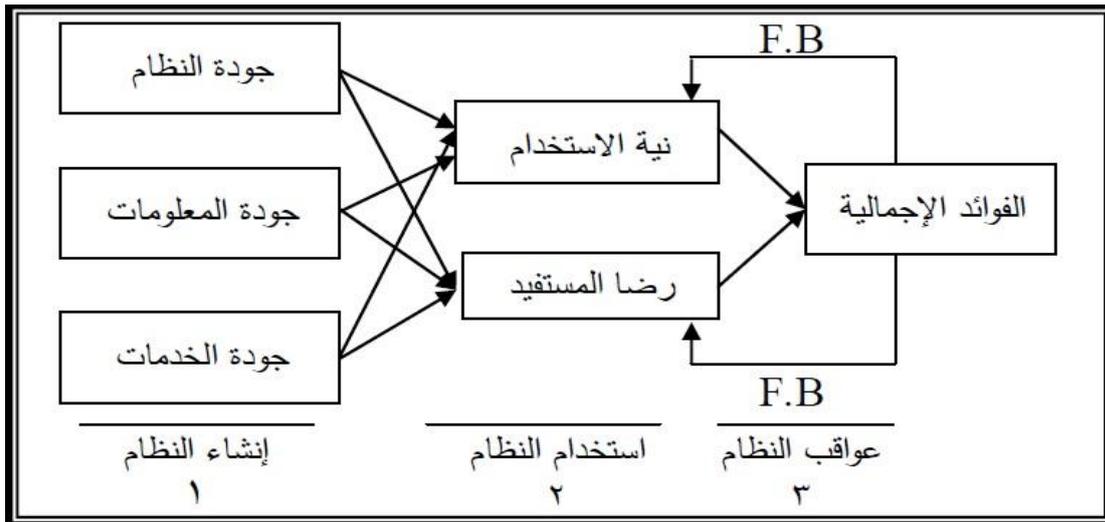
### نموذج الدراسة

سوف يتم الاستناد إلى نموذج الكاتبان ديون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات المحدث حيث تم تطوير النموذج في عام 2003م شكل رقم (٢,٢) وإضافة التعديلات على النموذج الأصلي الذي تم إنشاؤه في عام 1992م شكل رقم (2.1) حيث يمكن أن يعزى هذا التطوير إلى تطور النظرة التي كانت في النموذج الأولي حيث كان ينظر إلى أنظمة المعلومات بأنها معنية بتوفير المعلومات فقط أما في النموذج المطور أصبحت معنية بتوفير الخدمات أيضًا



شكل (2.1): نموذج ديون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات الأصلي

(Delone, William and Mclean, Ephraim, 1992)



شكل (٢,٢): نموذج ديون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات المطور

Delone, W.H and Mclean E.R. (2003)

حيث يقوم نموذج ديون وماكلين على ثلاثة ابعاد هي (Delone & Mclean, 2003)

١. إنشاء النظام: ويتكون من ثلاثة مقاييس هي

أ. جودة النظام الذي يقيس قوة تطور النظام

ب. جودة المعلومات والذي يركز على خصائص المعلومات

ت. جودة الخدمات والذي يمثل الإضافة التي أحدثها الكاتبان في النموذج الجديد

٢. الاستخدام: يتكون من مقياسين رئيسيين هما:

أ. استخدام النظام: ويشير إلى مدى اعتماد المستخدمين على مخرجات النظام في أدائهم

لمهامهم ويقاس من خلال عدد مرات الاستخدام والوقت المستنفذ في كل مرة من هذه

المرات.

ب. رضا المستخدم: يعد هذا المقياس من وجهة نظر الكاتبان ديون وماكلين ومعظم

الكتاب بوصفه المقياس الأكثر أهمية في قياس النجاح في أنظمة المعلومات

٣. الفوائد الإجمالية: حيث يمثل هذا البعد خلاصة استخدام أو اختبار النظام وهو مرتبط

بالأبعاد السابقة: الرضا والاستخدام عن طريق التغذية العكسية

سيتم في هذه الدراسة تطبيق نموذج الكاتبان ديون وماكلين لقياس نجاح أنظمة

المعلومات المحدث (2003م) مع بعض التعديل، كما هو موضح في الشكل رقم (1.1) والذي

يوضح متغيرات الدراسة والعلاقة بينها.

## ٢,٤ المبحث الرابع:

### موقع برق بلس:

#### ٢,٤,١ نبذة عن شركة أبناء أحمد القدوة:

تأسست شركة أبناء أحمد القدوة سنة ١٩٨٢م حيث بدأت تخطو خطوات ثابتة نحو التطور والتقدم والازدهار وكان مؤسسها الحاج/أحمد سليمان القدوة والذي بدأ مشواره سنة ١٩٦٠م في صيانة السيارات من خلال ورشة متواضعة لتصبح ورشه متطورة وحديثه لصيانة وتصليح السيارات وبيع قطع الغيار ونتيجة لاحتياجات المجتمع الفلسطيني أنشئ بجانب ذلك قسم لصيانة الهواتف المحمولة والذي ساعدها على أن تصبح موزعاً رئيسياً لشركات وطنية فعالة على المستوى الدولي كشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية "جوال" وشركه الاتصالات الفلسطينية للهاتف الثابت "بالتل" في بيع وتوزيع خدماتهم في قطاع غزة وموزع رئيسي معتمد لشركه حضارة كما حصلت على موزع حصري لعدة شركات أجهزة الجوال وتعمل شركة أبناء احمد القدوة كأسرة واحدة في تقديم وتسهيل وصول خدمات أفضل لزيائنها ومشتريها وتوفير العديد من الأقسام للوصول إلى خدمة متكاملة شاملة للمشاركين وتسعى دائماً لتحقيق التطور والارتقاء بخدمات الاتصال من خلال انتشارها الواسع في محافظات غزة من أجل تحقيق الأهداف التالية:

- تقديم خدمة راقية ومتطورة لأبناء شعبنا الفلسطيني.

- حل مشكلة البطالة من خلال استيعاب الكفاءات العلمية.

- تنميه روح الانتماء للمنتجات الوطنية.

ومن الجدير بالذكر أنه يعمل بالشركة الآن أكثر من 100 موظف من حملة الدرجات العلمية المختلفة من مهندسين ومحاسبين وخبراء في إدارة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات وتشتمل أيضاً على أكثر من 20 فرعاً منتشرة في القطاع (موقع شركة أبناء أحمد القدوة).

#### 2.4.2 موقع برق بلس:

عبارة عن موقع ويب على شبكة الانترنت تابع لشركة أبناء أحمد القدوة تم إنشاؤه في عام ٢٠١٣م وهو موقع الكتروني شامل ومتكامل يحتوي على معظم الخدمات الالكترونية التي تقدمها الشركة وتم تحديث وتطوير البرنامج على عدة مراحل وإضافة خدمات جديدة ويضم

الموقع الآن حوالي 4000 مستخدم ( نقطة بيع ) موزعة بين مستخدم عادي (نهائي) وموزع رئيسي (admin) وصفحة لوحة التحكم الخاص بالبرنامج (superadmin)، وتسعى الشركة جاهدة على تحسين وتطوير الموقع وجودة الخدمات المقدمة باستمرار من خلال إضافة خدمات جديدة وتوفير الدعم الفني على مدار الساعة

### ٢,٤,٣ خدمات الالكترونية التي يقدمها الموقع:

١. شحن رصيد شركة جوال.
٢. تسديد فواتير شركة الكهرباء.
٣. تسديد فواتير بلدية غزة وخانيونس.
٤. شحن بطاقات معظم المتاجر الالكترونية مثل بطاقات كاش يو وآيتونز وجوجل بلاي وفيسبوك وأمازون وآيبي الخ.
٥. أسعار العملات.
٦. شريط إخباري.

### ٢,٤,٤ مزايا البرنامج:

١. سهولة الاستخدام.
٢. كافة الخدمات في صفحة واحدة.
٣. درشة للدعم الفني.
٤. تصميم جيد.
٥. خصوصية وحماية البيانات.

### ٢,٤,٥ الخطة التطويرية للبرنامج:

إضافة خدمة تحصيل فواتير جوال وبالتل وحضارة وبعض البلديات الأخرى، وحزم الرسائل القصيرة حيث تم إضافتها خلال فترة إعداد الدراسة، وتسديد رسوم الجامعة الإسلامية وإضافات وتحديثات أخرى.

٢,٤,٦ مكونات موقع برق بلس:

سيتم استعراض صفحة المستخدم العادي أو النهائي

### 1. صفحة تسجيل الدخول:

عند فتح موقع برق بلس www.barq.ps تظهر شاشة الدخول (٢,٤) والتي تطلب منك إدخال اسم المستخدم وكلمة المرور بعد ذلك يتم نقلك بعد إدخال بياناتك للصفحة الرئيسية.

شكل (٢,٣): صفحة تسجيل الدخول

(المصدر: موقع برق بلس)

### 2. الصفحة الرئيسية:

بعد إدخال اسم المستخدم وكلمة المرور يظهر الشكل رقم (2.5) حيث تحتوي الشاشة الرئيسية على كمية الأرصدة المتوفرة بالأعلى وشريط الإعلانات أو الإشعارات والشريط الإخباري و زر تسجيل الخروج ويمكن اختيار طريقة العرض بين عرض متقدم وعرض كلاسيكي.

وفي وسط الشاشة تظهر الخدمات الالكترونية مثل شحن الرصيد وتسديد الفواتير والمتجر الالكتروني، وعلى يمين الشاشة تظهر أيقونات التقارير والتعليمات وفي أيسر الشاشة

تظهر الإعدادات والدفعات والمديونية وأسفل منها أسعار بيع وشراء العملات، وفي أسفل الصفحة الخصوصية وشروط الاستخدام وطرق الاتصال والتواصل.

شكل (2.4): الصفحة الرئيسية

(المصدر: موقع برق بلس)

### 3. شاشة شحن رصيد جوال:

عند الضغط على شحن رصيد أو اشحن كرتك بسرعة يظهر الشكل رقم (2.6) حيث تظهر كمية الشحن المطلوبة من 5 شيكل إلى 500 شيكل وخانة إضافة الرقم المطلوب تحويل الرصيد له وزر للتحويل عند الضغط عليه تظهر شاشة تأكيد العملية وعند التحويل بالخطأ يمكن استرجاع الرصيد كما تظهر لوحة أرقام أسفل الشاشة للأجهزة اللوحية التي تعمل باللمس.

الخدمات 0.21 السوبر 10 0 السوبر 5 (تغيير) 0 شركة أبناء أحمد القحوة (خروج) (9422253)

أخبار:

تغيير كلمة المرور إعدادات 2016-05-23 14:14:33.0  
آخر دفعة: 500 شيكل  
المديونية: 0 شيكل

عرض متقدم | عرض كلاسيكي

السلة	بيع	شراء
USD/ILS	3.8309	3.8992
JOD/ILS	5.4327	5.4370
EUR/ILS	4.0446	4.0674
SAR/ILS	1.0215	1.0308
GBP/ILS	4.7505	4.7542

الشحن كرتك بسرعة

5 10 20 30  
40 50 60 100  
200 5 - 500

الكمية  
50

اضغط هنا لادخال اسم الريفون وتسجيل الحركة دين

رقم الجوال  
9-1234567

تحويل الكرت

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ← Del

الرئيسية  
الزيائن  
التقارير  
تعليمات

شكل (2.5): شاشة شحن رصيد جوال

(المصدر: موقع برق بلس)

#### 4. شاشة تسديد فواتير شركة الكهرباء أو البلديات:

عند فتح شاشة تسديد فواتير شركة الكهرباء أو البلديات تظهر خانة إدخال رقم اشتراك المشترك مع إمكانية البحث بالاسم بعدها تظهر تفاصيل الفواتير وبعد تسديدها يتم طباعة الفاتورة مع وجود إمكانية إلغاء الفاتورة والشكل رقم (2.7) يوضح ذلك

الرئيسية / تحصيل

الخدمة الاسم

فواتير الكهرباء  
فواتير الكهرباء  
فواتير المياه - غزة  
فواتير المياه - خان يونس

رقم الاشتراك

بحث

رقم الفاتورة	المشترك	عن شهر	المستحقات	دفعات	المبلغ الحالي	الخصم
لا يوجد بيانات لعرضها						

شكل (2.6): شاشة تسديد فواتير شركة الكهرباء أو البلديات

(المصدر: موقع برق بلس)

## 5. شاشة المتجر الإلكتروني:

المتجر الإلكتروني يحتوي على أرصدة لمعظم المتاجر الإلكترونية وبعده فئات مثل بطاقات (Cashu, iTunes ,facebook ,Google play, Skype ,Amazon, eBay, Netflix, Xbox, play station) والعديد من البطاقات الأخرى كما يظهر في الشكل رقم (2.8) أيضا توجد في الأعلى قائمة منسدلة لاختيار نوع البطاقات بشكل أسرع.

The screenshot displays the Khashara.com website interface. At the top, there's a navigation bar with 'الرئيسية / المتجر الإلكتروني' and a search bar. Below this, a banner reads 'هذه البطاقات تستخدم في الاعلانات الممولة للفيس بوك' (These cards are used for Facebook sponsored ads). The main content area is divided into sections for different services:

- Facebook:** Offers four card denominations: 15s (JD 71), 10s (JD 51), 50s (JD 209), and 25s (JD 110).
- iTunes:** Offers four card denominations: 50s (JD 209), 25s (JD 110), 15s (JD 71), and 10s (JD 51). Additionally, there are 5s (JD 31) and 100s (JD 407) options.
- Google Play:** Offers four card denominations: 15s (JD 71), 50s (JD 209), 25s (JD 110), and 10s (JD 51). There is also a 100s (JD 407) option.
- Skype:** Offers four card denominations: 45s (JD 189), 35s (JD 150), 10s (JD 51), and 25s (JD 110).

On the left side, there's a sidebar with a currency converter showing rates for USD, JOD, EUR, SAR, and GBP. Below the converter is a 'اشحن كرتك بسرعة' (Charge your card quickly) section with buttons for various amounts: 5, 10, 20, 30, 40, 50, 60, 100, 200, and 5-500.

شكل (2.7): شاشة المتجر الإلكتروني

(المصدر: موقع برق بلس)

## 7. شاشة الرسائل القصيرة:

تم إضافة خدمة الرسائل القصيرة (sms) لموقع برق بلس في فترة إعداد الباحث للدراسة وهي خدمة الرسائل الدعائية والإعلانية التي تقدم للمحلات والمؤسسات وهي تتيح للمستخدم إرسال رسائل قصيرة بشكل جماعي للترويج والإعلان عن منتجات وخدمات الشركات والمؤسسات للجمهور واستهداف أكبر فئة ممكنة أو طريقة للتواصل في داخل نفس المؤسسات عن طريق ارسال الأخبار أو التعميمات وكل ما هو جديد للموظفين كما يظهر في الشكل رقم (2.9).



شكل (2.8): شاشة الرسائل القصيرة

(المصدر: موقع برق بلس)

## 8. شاشة التقارير:

في شاشة التقارير الشكل رقم (2.10) تظهر عدة كشوفات مثل كشف الأرباح والفواتير والدفعات ومبيعات الشحن الآلي إلخ وعند اختيار إحداها تظهر صفحة بها عدة محددات لإخراج تقارير تفصيلية ودقيقة حسب اختيار المحددات بالإضافة لإمكانية تصديرها لأكسل والطباعة.

الرئيسية / كشوفات التقارير	
كشف الأرباح	 الرئيسية
كشف الفواتير المحولة من الشركة	 الرباتن
كشف الدفعات المدفوعة	 التقارير
كشف الحساب العام	 تعليمات
كشف التحويلات الى النقاط	
كشف مبيعات الشحن الألي	
كشف تحصيل فواتير البلديات	

شكل (2.9): شاشة التقارير

(المصدر: موقع برق بلس)

# الفصل الثالث

## الدراسات السابقة

## الفصل الثالث الدراسات السابقة

٣,١ الدراسات المحلية والعربية:

١. دراسة (عايش، 2014م):

"العوامل المؤثرة على تقبل الطلبة للعمل على الشبكة اللاسلكية في الجامعة الإسلامية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على تقبل الطلبة للعمل على الشبكة اللاسلكية في الجامعة الإسلامية بغزة المتمثلة في (جودة المعلومات، جودة الخدمة، جودة النظام، الدعم الفني، المنفعة المتوقعة، سهولة الاستخدام).

تم الاستناد إلى نموذج Technology Acceptance Model (TAM) والذي يدرس العلاقة بين المنفعة المتوقعة والسهولة والميل للاستخدام والاستخدام، ونموذج ديلون وماكلين لنجاح نظم تكنولوجيا المعلومات الذي يدرس العلاقة بين جودة المعلومات وجودة النظام وجودة الخدمة والميل للاستخدام والرضا مع الفوائد الكلية من نظم تكنولوجيا المعلومات، حيث تم الاستناد إلى هذه النظريات في تحديد متغيرات الدراسة والعلاقة بينهما، ثم تم تطبيق الدراسة على الجامعة الإسلامية كدراسة حالة وتم توزيع استبانة الدراسة على 410 من طلبة الجامعة، وتم استرداد 379 استبانة منها وقد أظهرت نتائج الدراسة أن العوامل جميعها متحققة في الشبكة اللاسلكية في الجامعة الإسلامية، كما أظهرت أن المنفعة المتوقعة من أهم العوامل تحققاً في النظام.

وقد أوصت الدراسة بالعمل على نشر الوعي بأهمية الشبكة اللاسلكية، والعمل على زيادة الاهتمام بجودة الخدمة وجودة النظام، كما أوصت بعمل نظام آلي للتبليغ عن المشاكل وحلها، ونقل مكان الدعم الفني إلى وسط الجامعة وأوصت أيضاً بالعمل على زيادة الأماكن المخصصة لاستخدام الشبكة اللاسلكية وخاصة عند الطالبات، ورفع القيود عن سرعة وحجم التصفح.

٢. دراسة (أبو مغيصيب، 2012م):

"العوامل المؤثرة على تقبل المدرسين للعمل على نظام موودل للتعليم الإلكتروني : دراسة حالة الجامعة الإسلامية"

هدفت هذه الرسالة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على تقبل المدرسين للعمل على نظام موودل في الجامعة الإسلامية بغزة، متمثلة في (جودة المعلومات، جودة الخدمة، جودة النظام، الدعم الفني، الثقة، الرضا، المنفعة المتوقعة، سهولة الاستخدام)، حيث تم بداية التحقق من وجود هذه العوامل كل على حدة، ثم تم قياس مدى ارتباط كل عامل مع العامل المؤثر عليه وذلك حسب نموذج الدراسة المقترح، وقد تم الاستناد إلى نموذج TAM ونظرية EDT ونموذج Delone and McLean Information Systems Success model في تحديد متغيرات الدراسة والعلاقة بينها، وقد تم تطبيق الدراسة على الجامعة الإسلامية كدراسة حالة حيث تم توزيع استبانة الدراسة على 106 مدرسًا بالجامعة وتم استرداد 96 استبانة صالحة، وقد أظهرت الدراسة أن العوامل جميعها متحققة في نظام موودل بالجامعة الإسلامية وقد أوصت الدراسة إلى العمل على نشر الوعي بأهمية استخدام التعليم الإلكتروني، ونشر قصص النجاح، وذلك لزيادة عامل المنفعة المتوقعة من استخدام موودل عند المدرسين الذين لم يستخدموه بعد، والعمل على تدريب المدرسين الذين لم يحصلوا على دورات في استخدام موودل، وزيادة الاهتمام بجودة النظام من خلال الاهتمام بتقليل الزمن اللازم لإنجاز أي مهمة في البرنامج، وأيضًا زيادة الاهتمام بجودة المعلومات وذلك بتزويد موودل بالأدوات اللازمة لمعالجة كافة أنواع البيانات.

٣. دراسة (العدواني وآخرون، ٢٠١٢م):

"إختبار أنموذج مطور عن أنموذج ديون وماكلين لقياس نجاح أنظمة المعلومات الإدارية دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في بعض منظمات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي"

يسلط البحث الضوء على مهمة أساسية من مهمات نظم المعلومات الإدارية، ألا وهو نجاح نظام المعلومات الإدارية، من خلال التطرق إلى نموذج من النماذج المهمة لنجاح المعلومات الإدارية ألا وهو نموذج ديون وماكلين، والعمل على تطوير هذا النموذج في ضوء المتغيرات التي يعتقد الباحثون أنها من المستلزمات الأساسية لتطوير هذا النموذج، وقد اختبر النموذج المطور على عدد من المنظمات في مدينة الموصل من خلال الوقوف على آراء الأفراد المبحوثين والبالغ عددهم (60) فردًا، وتم التحقق من الفرضيات التي وضعها الباحثون في ضوء

تحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها وتحليلها، وقد توصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات والتي من أهمها أن نجاح أنظمة المعلومات أو فشلها لا يقفان عند حدود تشغيل النظام من عدمه، وإنما ينبغي أن يأخذ بالحسبان الاستخدام الفاعل للموارد المتاحة في هذا النظام كشرط للحكم على هذا النجاح أيضًا، وبناءً على الاستنتاجات التي تم التوصل إليها تم وضع مجموعة من المقترحات أهمها ضرورة إدراك الإدارات أن تطوير أنظمة المعلومات لا يعني الإنفاق المفرط عليها واستحواذ على التقنيات المختلفة، بقدر ما ينبغي أن يعني تطوير الأنظمة على النحو الذي يلبي احتياجات المستخدمين بأقل التكاليف.

٣,٢ الدراسات الأجنبية:

١. دراسة (Hadji & Degoulet, 2016):

### "Information system end-user satisfaction and continuance intention"

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم نظم تكنولوجيا المعلومات في مستشفى جامعة بومبيدو في باريس، حيث تم اختيار خمسة أبعاد وهي جودة نظام المعلومات السريرية، والفائدة المدركة، وتأكيد التوقعات، ورضا المستخدمين، ونية الاستمرارية. وتم اختبار صحة النموذج باستخدام الإجابات المجمعة على أربع دراسات استقصائية أجريت بين عامي 2011م و 2015م، وقد تم استخدام منهجية النمذجة بالمعادلة البنائية لاختبار الفرضيات الثمانية المرتبطة بالنموذج.

وقد تضمنت مجموعة الدراسة المتعددة المهنية المكونة من 571 مستجيبًا حيث وزعت على 158 طبيبًا و 282 ممرضًا و 131 سكرتيرًا. حيث حققت الرضا بنسبة 84 % و 53 % من التباين في مؤشرات الاستثمار للفترة 2011-2015 و 92 % و 69 % للفترة 2014م-2015م. في وقت متأخر جدًا اعتماد آخر، يبدو أن نوعية نظام المعلومات السريرية هي المحدد الرئيسي للرضا واستمرارية الاستخدام. وجمع النتائج التي تم الحصول عليها في مراحل مختلفة من نشر نظام المعلومات السريرية، يقترح نموذجًا موحدًا لاستمرار نظام المعلومات.

حيث خلصت الدراسة إلى أن استخدام نظام المعلومات السريرية ذات مغزى، وقد أوصت هذه الدراسة على أهمية جودة نظام المعلومات السريرية في الرضا واستمرارية الاستخدام. نموذج موحد لنظم المعلومات التي يمكن أن تتكيف مع كل مرحلة من مراحل نشر نظام المعلومات السريرية والتي يمكن أن تسهل الجهود اللازمة للتقييم بشكل دائم ومستمر.

٢. دراسة (Tsao&Others,2016):

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

هدفت هذه الدراسة الى معرفة كيفية تأثير جودة مواقع التسوق على خلق قيمة للعميل وتعزيز الولاء بين العملاء في تايوان، فضلاً عن تأثيرات معتدلة من تجربة التسوق عبر الإنترنت خبرة التسوق، حيث جمعت هذه الدراسة بيانات من 275 مشاركاً لاختبار نموذج البحث المقترح عن طريق (المربعات الأقل جزئية) لتحليل نماذج القياس والهيكلية.

وقد بينت النتائج أن جودة النظام وجودة الخدمة الإلكترونية لها تأثير إيجابي كبير على القيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك / البائع أي أن القيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك / البائع لها تأثير إيجابي كبير على الولاء عبر الإنترنت. تجربة التسوق عبر الانترنت لا تمارس تأثيراً معتدلاً على العلاقة بين جودة الموقع والقيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك و البائع.

وأيضاً أجريت هذه الدراسة للتحقق من أن جودة الموقع يلعب دوراً هاماً في تمييز علامة تجارية عن غيرها من العلامات التجارية، مما يجعلها عاملاً أساسياً لنجاح الأعمال التجارية لموقع التسوق. وقد أوصت الدراسة مديري الموقع لتبني تجربة التسوق على الانترنت من المستهلكين كمتغير تجزئة السوق وذلك لتعزيز جودة الموقع، وزيادة القيمة المتصورة للعلاقة بين البائع والمستهلك، وكسب ولاء المستهلك.

٣. دراسة (AL Athmay&Others,2015):

### "E-government adoption and user's satisfaction: an empirical investigation"

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقات بين خصائص الحكومة الإلكترونية من حيث التأثير الاجتماعي، والفعالية المدركة، وجودة النظام، ورضا المستخدمين من نوعية المعلومات، والنية في استخدام خدمات الحكومة الإلكترونية في الإمارات العربية المتحدة.

وتستند هذه الدراسة إلى أبحاث سابقة عن خدمات الحكومة الإلكترونية، واعتمدت جزئياً على نموذج النجاح الذي تم تحديثه من قبل ديلون وماكلين (2003م) وقد استخدمت هذه النماذج لدراسة تأثير بعض الصفات المختارة للحكومة الإلكترونية على تبني خدمات الحكومة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة من وجهة نظر المواطن. تم استخدام استبيان

لجمع البيانات من 1800 مستخدم في الحكومة الالكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتم استخدام منهجية النمذجة بالمعادلة البنائية لاختبار النموذج النظري.

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة التأثيرات الإيجابية (المباشرة وغير المباشرة) لخصائص الحكومة الالكترونية على نية استخدام خدمات الحكومة الالكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال رضا المستخدمين. وأظهرت أن جودة النظام وجودة المعلومات لهما تأثير قوي على نية استخدام خدمات الحكومة الالكترونية.

وقد أوصت هذه الدراسة واضعي السياسات على فهم مستخدمي الحكومة الالكترونية وتنفيذ السياسات بشكل عام لتلبية الاحتياجات من خدمات الحكومة الالكترونية. ويمكن استخدام نتائج الدراسة والنموذج المقترح كمبادئ توجيهية لصياغة استراتيجية الحكومة الالكترونية وتنفيذها لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، وأيضًا تطوير برامج الحكومة الالكترونية لأنها تؤثر على رضا المستخدمين وتعزز بدورها نوايا المستخدمين في استخدام خدمات الحكومة الالكترونية وبالتالي زيادة نجاح البرامج الاستراتيجية للحكومة الالكترونية.

#### ٤. دراسة (Ghaffari&Ashkiki,2015):

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

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

٥. دراسة (Jing,2013) :

### "An Empirical study on the Effect of E-Service Quality to Satisfaction"

مع تطور التجارة الالكترونية، أصبحت الخدمات المصرفية الالكترونية واحدة من الصناعات الخدمية الأكثر ازدهارًا منذ الإصلاح والانفتاح في الصين. وقد أجريت العديد من الدراسات لتقييم رضا المستخدمين عن الخدمات المصرفية الالكترونية، ولم يركز أي منها على الطرق التي تؤثر بها عوامل الجودة الثلاثة (جودة النظام وجودة المعلومات وجودة الخدمة) المرتبطة بالخدمات المصرفية الالكترونية على رضا العملاء في الصين. وتهدف هذه الدراسة التي تستند إلى نموذج ديلون وماكلين لنجاح نظم المعلومات إلى معرفة كيفية تأثير عوامل الجودة الخارجية الثلاثة هذه على رضا العملاء وثقتهم. حيث تم جمع 306 استبانة صالحة من عملاء الخدمات المصرفية الالكترونية، ومن ثم تحليلها باستخدام منهجية النمذجة بالمعادلة البنائية. وقد أظهرت النتائج أن جودة النظام وجودة الخدمة تؤثر بشكل كبير على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الالكترونية في الصين، وأن جودة المعلومات لا تؤثر. أيضًا أظهرت النتائج أن الرضا له تأثير كبير على الولاء مع الخدمات المصرفية الالكترونية في الصين.

٦. دراسة (Kassim&Others,2012):

### "Information system acceptance and user satisfaction: The mediating role of trust"

رضا المستخدمين هي واحدة من الأهداف الحاسمة لنجاح نظم المعلومات. وبالإضافة إلى ذلك، وجد أن الثقة عامل مهم في دراسات نظم المعلومات. وعلى الرغم من إجراء قدر كبير من البحوث للتحقيق في مدى رضا المستخدمين عن نظم المعلومات وتقييمها، فإن دور الثقة الذي يتوسط العلاقة بين الرضا وقابلية الاستخدام لا يزال يتطلب اهتمامًا شديدًا. لذلك تبحث هذه الورقة دور الثقة التي تتوسط العلاقة بين قبول نظم المعلومات ورضا المستخدمين. حيث تم توزيع 450 استبانة على طلاب الجامعات ومعاهد التعليم العالي في ماليزيا، حيث تم اشتقاق ست فرضيات وتم التحقق منها تجريبيًا. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن سهولة التعلم ترتبط بسهولة الاستخدام، وسهولة الاستخدام وجودة المعلومات هي محددات الثقة؛ والثقة تتوسط العلاقة بين القبول والرضا، وقد أوصت هذه الدراسة بضرورة الاهتمام أكثر بالثقة كمتغير وسيط في سياق نظام المعلومات.

٧. دراسة (Aggelidis & Chatzoglou,2012):

### "Hospital information systems: Measuring end user computing satisfaction (EUCS)"

على مدى العقد الماضي، قامت المستشفيات في اليونان باستثمارات كبيرة في اعتماد وتنفيذ نظم معلومات المستشفيات الجديدة. لكن هل هذه الاستثمارات ستثبت فائدة هذه المنظمات يعتمد على الدعم الذي سيوفر لضمان الاستخدام الفعال لنظم المعلومات المنفذة وأيضًا على رضا مستخدميها، وهو أحد أهم المحددات لنجاح هذه الأنظمة. إن قياس رضا الحوسبة للمستخدم النهائي له تاريخ طويل في نظام نظم المعلومات. وقد أجري عدد من المحاولات لتقييم الأثر الكلي لما بعد نظم المعلومات الخاصة بالمستشفيات، مع التركيز على المستخدمين النهائيين، وتحديدًا على مدى رضاهم وعن المعايير التي تحدده. والغرض من هذه الدراسة هو اختبار النماذج السابقة واقتراح وجهات النظر المفاهيمية الجديدة حول كيفية تكوين رضا المستخدم النهائي للحوسبة بين مستخدمي نظام المعلومات بالمستشفى. ومن ثم اختبار جميع النماذج تجريبيًا باستخدام بيانات من مستخدمي نظام معلومات المستشفى حيث تم الحصول على (283) استبانة صالحة. وتم إجراء تحليل عامل التفسير والتأكيد لاختبار موثوقية وصحة نماذج القياس. كما استخدمت منهجية النمذجة بالمعادلة البنائية لتقييم النماذج السببية. وأظهرت النتائج التجريبية للدراسة الدعم لنموذج رضا المستعمل النهائي للحوسبة (الذي يتضمن عوامل جديدة)، وتعزيز قابلية تعميم نموذج رضا المستعمل النهائي وقابليته كمقياس صحيح لرضا الحوسبة وبديل لنجاح النظام في مجموعة متنوعة من البيئات الثقافية واللغوية. وقد أوصت الدراسة بذل جهود متواصلة للتحقق من صحة نموذج الرضا وتطويره.

٨. دراسة (Fang, Chiu& Wang,2011):

### "Understanding customers' satisfaction and repurchase intentions An integration of IS success model, trust, and justice"

هدفت هذه الدراسة إلى توسيع نموذج نظام ديون وماكلين لنجاح نظم المعلومات من خلال تقديم العدالة - العلاجات العادلة الواردة من الطرف المتبادل - والثقة في نموذج نظري لدراسة نوايا إعادة الشراء للعملاء في سياق التسوق عبر الإنترنت في تايوان، أجريت الدراسة على 219 من عملاء التسوق على الإنترنت باستخدام مسح على شبكة الإنترنت. تم استخدام (المربعات الأقل جزئية) لتحليل نماذج القياس والهيكلية.

وقد بينت النتائج التي تم جمعها من 219 المستجيبين أن العوامل جميعها متحققة في جميع الفرضيات ما عدا العلاقة بين جودة الخدمة والرضا. وبينت الدراسة أيضًا أن الثقة، والفوائد الإجمالية، والرضا هي مؤشرات إيجابية هامة لنوايا إعادة شراء العملاء نحو التسوق عبر الإنترنت. جودة المعلومات، جودة النظام، والثقة، والفوائد الإجمالية هي محددات هامة لرضا العملاء إلى جانب ذلك، يتم بناء الثقة عبر الإنترنت من خلال العدالة التوزيعية والإجرائية والتفاعلية. وعموماً، شكلت نتائج البحث 79% من التباين في نية إعادة الشراء.

٩. دراسة (Zamzuri&Others,2011):

### "The Role of Cognitive Styles in Influencing the Users' Satisfaction on E-Learning System"

نال التعليم الإلكتروني نقاشًا بحثيًا واسعًا، وكان تقييم تصميم واجهة التعليم الإلكتروني له أهمية كبيرة في دراسات سابقة. ولكن لم تتطرق أي من الدراسات للكشف عن تأثير الأساليب المعرفية مع خصائص النظام ونجاح المعلومات التي تؤدي إلى رضا المستخدمين. وعلى الرغم من البحوث التجريبية الكبيرة، فإن النتائج المتعلقة بالعلاقات بين العوامل المتعلقة بالرضا عن نظام المعلومات، فضلًا عن محددات الرضا عن نظم المعلومات، غالبًا ما تكون غير متسقة. وبالتالي فإن الفهم الشامل للرضا عن نظام المعلومات لا يزال بعيد المنال. فلذلك تهدف هذه الدراسة إلى تقديم واختبار النموذج النظري الشامل الذي يفسر العلاقات المتبادلة بين مختلف العوامل التي تمثل سياق النظام والاستخدام الذي يؤدي إلى الرضا. وسوف تحدد هذه الدراسة أيضًا دور النمط المعرفي كمحرر بين سياق النظام والاستخدام، وقد أجريت هذه الدراسة في إحدى الجامعات الماليزية حيث تم توزيع الاستبانة على 30 محاضرًا في الكلية، وأكدت النتائج على أهمية الصفات من سياق النظام والنظرية الإدراكية للأساليب المعرفية في الرضا عن نظام المعلومات وتثير التساؤلات حول بعض العلاقات التي يعتقد أنها شائعة.

١٠. دراسة (Aluri&Slevitch,2011):

### " An Exploratory Research to Formulate the Web-Customer Satisfaction in terms of Digital Business Model"

وفر الإنترنت الطريق السريع للمنظمات من نموذج الأعمال التجارية التقليدية إلى التجارة الإلكترونية إلى السوق والإعلان والتجارة في جميع أنحاء العالم. وقد تحولت معدلات انتشار الإنترنت المتزايدة نموذج الأعمال التجارية الإلكترونية لنموذج الأعمال الرقمية، وتسمى أيضًا الأعمال الإلكترونية. وقد وجد أن عملاء الويب وأنماطهم السلوكية غالبًا ما تختلف عن

العملاء الذين لديهم سلوك شرائي تقليدي. في الجيل الحالي من الإنترنت، قد تحتاج المنظمات إلى تطوير أداء الموقع من أجل بناء رضا العملاء بشكل عام. وفي قطاع الضيافة والسياحة، تحتاج المنظمات إلى خلق قيمة وبناء علاقات مع عملائها تتجاوز التجارة الالكترونية. وبالنظر إلى التطورات الأخيرة في هذا النموذج التجاري الرقمي، فإن الهدف من هذه الدراسة هو إجراء بحث استكشافي يصور المتغيرات التي قد يكون لها تأثير كبير على رضا العملاء على شبكة الإنترنت، حيث أجريت هذه الدراسة في ولاية أوكلاهوما في الولايات المتحدة الأمريكية، وتهدف هذه الدراسة أيضًا إلى إجراء بحث استكشافي من خلال البحث الأدبي لصياغة نموذج لرضا العملاء على شبكة الإنترنت.

١١. دراسة (Hsu, Chang & Chen, 2011):

### "The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: perceived playfulness and perceived flow as mediators"

الغرض من هذه الدراسة هو دراسة ما إذا كان المرح وتسلية العملاء من شأنها أن تتوسط العلاقة بين جودة الموقع ورضا العملاء ونوايا الشراء من خلال وكالات السفر عبر الإنترنت في تايوان.

ووضعت هذه الدراسة نموذجاً غير جديداً. بعد التحقق من صحة جداول القياس، وأجريت التحليلات التجريبية باستخدام منهجية النمذجة بالمعادلة البنائية. حيث وصل عدد الاستبانات الصحيحة القابلة للاستخدام 534 استبانة، وتؤكد النتائج أن جودة موقع الويب تؤثر على مرح وتسلية العملاء، وبالتالي تؤثر على رضاهم وشرائهم. والجدير بالذكر أن هذه الدراسة وجدت أن جودة الخدمة أكثر أهمية من جودة المعلومات وجودة النظام في التأثير على رضا العملاء ونية الشراء. وعلاوة على ذلك، فإن الدراسة تكشف عن أن العلاقة بين المرح وتسلية العملاء هو متبادل. واستناداً إلى النتائج، أوصت الدراسة لتسليط الضوء والاهتمام أكثر على مرح وتسلية العملاء في البحوث المستقبلية أيضاً لزيادة رضا العملاء والتأثير على نية الشراء عبر الإنترنت.

١٢. دراسة (Cullen & Taylor,2009):

### "Critical success factors for B2B e-commerce use within the UK NHS pharmaceutical supply chain"

هدفت هذ الدراسة إلى تحديد تلك العوامل التي ينظر إليها من قبل المستخدمين للتأثير على النجاح المستمر في استخدام أنظمة التجارة الالكترونية في عمليات البيع والشراء بين الشركات التجارية من خلال فحص وجهات نظر الأفراد الذين يعملون في كل من دور الشراء والبيع ضمن سلسلة الخدمات الصيدلانية الوطنية للخدمات الصحية في المملكة المتحدة.

وتطرقت الدراسة إلى مجالات العمليات وإدارة سلسلة التوريد ونظم المعلومات لتحديد العوامل المرشحة التي قد تؤثر على نجاح استخدام التجارة الالكترونية. ويستخدم استبيان يستند إلى هذه البيانات لجمع البيانات الأولية في سلسلة الإمدادات الدوائية التابعة لوزارة الصحة الوطنية في المملكة المتحدة ومن ثم تحليل العوامل لتحليل البيانات.

وقد أظهرت نتائج الدراسة خمسة عوامل مركبة ينظر إليها المستخدمون للتأثير على استخدام التجارة الإلكترونية الناجحة وهي "جودة النظام" و "جودة المعلومات" و "الإدارة والاستخدام" و "ضمان ومعرفة الثقافات المختلفة للمستخدمين في شبكة الإنترنت" و "الثقة" كعوامل نجاح حاسمة محتملة. من بين هؤلاء، صنف جميع المجيبين جودة المعلومات، وجودة النظام، والثقة باعتبارها الأكثر أهمية، ولكن الاختلافات في التصنيف بين الشراء والبيع واضحة.

وقد أوصت الدراسة بضرورة توفير إرشادات عملية للمنظمات في هذا القطاع بشأن كيفية ضمان أن أنظمة التجارة الالكترونية للأعمال التجارية. وأيضًا تعزيز المعرفة والفهم في مجالات إدارة العمليات ونظم المعلومات وإدارة سلسلة التوريد، من خلال اقتراح المحددات المحتملة للنجاح في استخدام التجارة الالكترونية في كل من منظمات البيع والشراء.

١٣. دراسة (Park & Kim,2003):

### "Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context"

في حين أن التفاعلات في التسوق في العالم الحقيقي تقوم أساسا على الأنشطة وجهًا لوجه بين المستهلكين ومقدمي الخدمة، وفي حين أن التفاعلات في التجارة الالكترونية تتم أساسًا من خلال موقع ويب لمتاجر التجزئة. بحثت هذه الدراسة العلاقة بين الخصائص

المختلفة للتسوق عبر الإنترنت وسلوك شراء المستهلك. وتشير نتائج الاستبيان عبر الإنترنت مع 602 عميلاً كوريًا من المكتبات عبر الإنترنت إلى أن جودة المعلومات وجودة واجهة المستخدم والتصورات الأمنية تؤثر على رضا المستخدمين والمنفعة الاجمالية، وهذا بدوره يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتزام كل مستهلك بموقع وسلوك الشراء الفعلي.

١٤. دراسة (Wang & Tang,2001):

### "AN INSTRUMENT FOR MEASURING CUSTOMER WEB SITES THAT MARKET SATISFACTION TOWARD DIGITAL PRODUCTS AND SERVICES"

لم تتناول دراسات نظم المعلومات الإدارية قياس رضا العملاء عن المعلومات في مجال التجارة الإلكترونية. والنماذج الحالية لقياس رضا المستخدمين عن المعلومات ورضا حوسبة المستعملين النهائيين تعتبر غير قابلة للتطبيق حيث أنها تستهدف أساساً معالجة البيانات التقليدية أو بيئة الحوسبة للمستعملين النهائيين. هذه الدراسة تهدف إلى تطوير نموذج شامل وأداة لقياس رضا العملاء المعلومات لمواقع الويب التي تسوق المنتجات والخدمات الرقمية.

وتناقش هذه الدراسة أيضاً مفاهيم وتعريفات رضا العملاء ومن ثم تحليل البيانات التي تم جمعها من 520 مجيباً على الاستبيان ممن حضروا معرضاً وندوة للأعمال التجارية الإلكترونية في تايوان. وتم استكشاف التطبيقات المحتملة للممارسين والباحثين. وخلصت هذه الدراسة إلى مناقشة القيود والبحوث المستقبلية المحتملة. ووضع نموذج لرضا العملاء عن المعلومات وأداة يمكن استخدامها من قبل الباحثين الآخرين لتطوير واختبار التسويق عبر الإنترنت ونظريات التجارة الإلكترونية في المستقبل.

### 3.3 التعقيب على الدراسات السابقة:

تم في هذا الفصل استعراض الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة وتنوعت الدراسات السابقة بين دراسات محلية وعربية وأجنبية، وقد ركز الباحث على الدراسات الحديثة حيث كان أحدث هذه الدراسات عام (2016م)، وكان أقدمها عام (2001م) وقد وجد الباحث أن هذه الدراسات قد تعددت واختلفت باختلاف الأهداف والقطاعات والبيئات والمتغيرات التي تناولتها والمنهجيات التي اتبعتها وقد غلب على هذه الدراسات استخدام نموذج ديلون وماكلين لنجاح نظم المعلومات واستخدام المنهج الوصفي التحليلي ومنهجية النمذجة بالمعادلة البنائية وجميع الدراسات اتفقت مع الدراسة الحالية باستخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات.

وانتقلت معظم الدراسات السابقة على أن جودة الخدمات الالكترونية لها تأثير على الرضا ونية الاستخدام وكل النتائج كانت إيجابية ومرضية وبعض الدراسات تناولت عوامل وسيطة بين جودة الخدمة والرضا مثل إضافة المرح والتسلية لزيادة الرضا لدى المستخدمين دراسة (Hsu, Chang & Chen, 2011)، والثقة والعدالة دراسة (Kassim & Others, 2012م)، وبعضها تطرقت إلى الولاء والذي يأتي بطبيعة الحال بعد الاستخدام والرضا دراسة (Tsao & Others, 2016).

تنوعت الدراسات السابقة حسب اختلاف القطاعات التي تناولتها حيث بعض الدراسات تطرقت إلى القطاع الصحي مثل دراسات (Hadji & Degoulet, 2016) و (Chatzoglou, 2012) (Aggelidis & 2012)، وأخرى إلى قطاع السياحة والفندقية وتذاكر الطيران كدراسات (Aluri & Slevitch, 2011) و (Hsu, Chang & Chen, 2011)، والمصارف دراسة (Jing, 2013)، وشركات البيع من خلال الإنترنت (أونلاين) مثل دراسات (Tsao & Others, 2016م) و (Ghaffari & Ashkiki, 2015) و (Kassim & Others, 2012) و (Wang, 2011) (Fang, Chiu & 2011)، والتجارة الالكترونية كدراسات (Cullen & Taylor, 2009) و (Park & Kim, 2003) و (Wang & Tang, 2001)، والتعليم الالكتروني (أبو مغيصيب، 2012م) و (Zamzuri & Others, 2011)، والحكومة الالكترونية (AL Athmay, 2015) (& Others, 2015).

#### ٣,٤ أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- بناء نموذج الدراسة.
- بناء أداة الدراسة.
- تحديد منهج الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة.
- نتائج وتوصيات ومقترحات الدراسات السابقة.

#### ٣,٥ ما يميز الدراسة الحالية:

إن ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها تعتبر الدراسة الأولى من نوعها التي تدرس جودة الخدمات الالكترونية لشركة خاصة في قطاع غزة حيث أن معظم الدراسات السابقة تطرقت إلى جودة خدمات القطاع العام حيث يسعى الباحث إلى زيادة وتحسين جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل موقع برق بلس من خلال دراسة جودة الخدمات

الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين " دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة " حيث إن الموقع يتبع لشركة أبناء أحمد القدوة، وقد استخدم الباحث نموذج ديلون وماكلين لنجاح نظم المعلومات المحدث حيث درست هذه الدراسة عوامل (جودة النظام، جودة المعلومات، جودة الخدمة، الدعم الفني، الاستخدام، المنفعة المتحققة) وأثرهم على الرضا في نموذج واحد.

## الفصل الرابع الطريقة والإجراءات

## الفصل الرابع الطريقة والإجراءات

### ٤,١ المقدمة:

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها محورًا رئيسيًا يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وعن طريقها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء أدبيات الدراسة المتعلقة بموضوع الدراسة، وبالتالي تحقق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

وبناء على ذلك تناول هذا الفصل وصفاً للمنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطريقة إعدادها وكيفية بنائها وتطويرها، ومدى صدقها وثباتها، وينتهي الفصل بالمعالجات الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات واستخلاص النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

### ٤,٢ منهج الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي حيث تم استخدام مصدرين أساسيين للمعلومات:

- المصادر الثانوية: حيث تم الاتجاه في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة وحيدة للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض.

### ٤,٣ مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة يعرف بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من مستخدمين موقع برق بلس والبالغ عددهم 4000 (إحصائيات من موقع برق بلس، 2016م).

#### 4.4 عينة الدراسة:

##### - العينة الاستطلاعية

تكونت عينة الدراسة الاستطلاعية من 50 استبانة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية بغرض تقنين أداة الدراسة، والتحقق من صلاحيتها للتطبيق على العينة الأصلية، وقد تم إدخالهم في التحليل النهائي لعدم وجود مشاكل في الصدق والثبات.

##### - العينة الأصلية "الفعلية":

قام الباحث باستخدام طريقة العينة العشوائية، حيث تم توزيع ٤٠٠ استبانة على مجتمع الدراسة وقد تم استرداد ٣٦٠ استبانة بنسبة ٩٠%. وقد تم حساب حجم العينة من المعادلة التالية (Moore, ٢٠٠٣):

$$(1) \dots\dots\dots n = \left( \frac{Z}{2m} \right)^2$$

حيث:

Z: القيمة المعيارية المقابلة لمستوى دلالة معلوم (مثلاً: Z=1.96 لمستوى دلالة  $\alpha = 0.05$ ).

m: الخطأ الهامشي: ويُعبّر عنه بالعلامة العشرية (مثلاً:  $\pm 0.05$ )

يتم تصحيح حجم العينة في حالة المجتمعات النهائية من المعادلة:

$$(2) \dots\dots\dots \frac{nN}{N + n - 1} = n \text{ المُعَدَّل}$$

حيث N تمثل حجم المجتمع

باستخدام المعادلة (١) نجد أن حجم العينة يساوي:

$$n = \left( \frac{1.96}{2 \times 0.05} \right)^2 \cong 384$$

حيث أن مجتمع الدراسة  $N = 4000$ ، فإن حجم العينة المُعَدَّل باستخدام المعادلة (٢) يساوي:

$$\frac{384 \times 4000}{4000 + 384 - 1} \cong 351 = n \text{ المُعَدَّل}$$

وبذلك فإن حجم العينة المناسب في هذه الحالة يساوي ٣٥١ على الأقل.  
(Moore&Others,2003)

#### ٤,٥ أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين -  
دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة، وتكونت أداة الدراسة من قسمين رئيسيين:

القسم الأول: وهو عبارة عن البيانات الشخصية عن المستجيبين (الجنس، العمر، سنوات العمل على الموقع (برق بلس)، نوع الاشتراك بالموقع، المؤهل العلمي، نوع التخصص الجامعي، عدد المرات التي استخدمت فيها موقع برق بلس خلال شهر، هل سبق أن استخدم المستجيب برنامج مشابه او برامج أخرى للخدمات الإلكترونية؟).

القسم الثاني: وهو عبارة عن مجالات الدراسة، ويتكون من ٣٨ فقرة، موزع على ٧ مجالات:

المجال الأول: جودة النظام، ويتكون من (٧) فقرات.

المجال الثاني: جودة المعلومات، ويتكون من (٧) فقرات.

المجال الثالث: جودة الخدمة، ويتكون من (٧) فقرات.

المجال الرابع: الدعم الفني، ويتكون من (٥) فقرات.

المجال الخامس: الاستخدام، ويتكون من (٤) فقرات.

المجال السادس: المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)، ويتكون من (٤) فقرات.

المجال السابع: الرضا، ويتكون من (٤) فقرات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان حسب جدول (4.1):

جدول (4.1): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	١	٢	٣	٤	٥

## ٤,٦ خطوات بناء الإستبانة:

- ١- تم إعداد أداة الدراسة لمعرفة " جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين"- دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة"، وقد تم اتباع الخطوات التالية لبناء الاستبانة:-
- ١- الإطلاع على الأدب الإداري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبانة وصياغة فقراتها.
- ٢- استشارة الباحث عددًا من أساتذة الجامعات والمشرفين في تحديد مجالات الاستبانة وفقراتها.
- ٣- تحديد المجالات الرئيسة التي شملتها الاستبانة.
- ٤- تحديد الفقرات التي تقع تحت كل مجال.
- ٥- تم تصميم الاستبانة في صورتها الأولية.
- ٦- تم مراجعة وتنقيح الاستبانة من قبل المشرف.
- ٧- تم عرض الإستبانة على أحد عشر محكمًا من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية ومسئول قسم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركة أبناء أحمد القدوة.
- ٨- في ضوء آراء المحكمين تم تعديل بعض فقرات الاستبانة من حيث الحذف أو الإضافة والتعديل، لتستقر الاستبانة في صورتها النهائية، ملحق (٢).

## ٤,٧ صدق الاستبانة:

صدق الاستبانة يعني " أن يقيس الاستبان ما وضع لقياسه" (الجرجاوي، ٢٠١٠م، ص ١٠٥)، كما يقصد بالصدق "شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" (عبيدات وآخرون، ٢٠٠١م، ص ١٧٩). وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين: (الجرجاوي، ٢٠١٠م) (عبيدات وآخرون، ٢٠٠١م).

## ٤,٧,١ صدق آراء المحكمين:

يقصد بصدق المحكمين "هو أن يختار الباحث عددًا من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة" (الجرجاوي، ٢٠١٠م، ص ١٠٧) حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من أحد عشر محكمًا مختصون في الإدارة وتكنولوجيا المعلومات والتربية وأسماء المحكمين بالملحق رقم (١)، وقد استجاب الباحث لآراء

المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية - انظر الملحق رقم (٢).

٤,٧,٢ صدق المقياس:

### أولاً: الاتساق الداخلي Internal Validity

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

يوضح جدول (٤,٢) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "جودة النظام" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0,05$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (٤,٢): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "جودة النظام" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١.	يعتبر عدد الخطوات المطلوبة للدخول لموقع برق بلس مناسبة.	.686	*0.000
٢.	يستجيب موقع برق بلس بسرعة أثناء ساعات الضغط خلال العمل اليومي.	.731	*0.000
٣.	تنفيذ عملية في موقع برق بلس تؤدي حتماً إلى نتيجة متوقعة.	.833	*0.000
٤.	تتبع الخطوات تسلسلاً منطقياً المتبعة لإنجاز أي مهمة في موقع برق بلس.	.795	*0.000
٥.	يتمتع موقع برق بلس بأدوات كافية لإدارة كافة الخدمات.	.763	*0.000
٦.	يتمتع موقع برق بلس بالمرونة وتغييرات سلسلة وطبيعية ومتوقعة للشاشات.	.841	*0.000
٧.	يعتبر تنظيم العناصر على موقع برق بلس سهلاً واضحاً.	.723	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0,05$ .

يوضح جدول (٤,٣) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "جودة المعلومات" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0,05$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (٤,٣): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " جودة المعلومات " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١.	يمكن الحصول على المعلومات اللازمة من خلال موقع برق بلس في الوقت المناسب.	.836	*0.000
٢.	تعتبر المعلومات الموجودة في موقع برق بلس مفيدة وذات صلة بعملية.	.668	*0.000
٣.	يعتبر تبادل المعلومات من خلال موقع برق بلس سريعاً ولا يوجد تأخير.	.903	*0.000
٤.	يتم تحديث المعلومات بشكل مستمر وتلقائي.	.909	*0.000
٥.	تعتبر المعلومات التي أحصل عليها من خلال موقع برق بلس ذات موثوقية عالية.	.878	*0.000
٦.	أعتبر تكامل المعلومات التي يقدمها موقع برق بلس كافية لأداء عملي.	.860	*0.000
٧.	تعتبر مخرجات المعلومات من موقع برق بلس واضحة ودقيقة.	.831	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0,05$ .

يوضح جدول (٤,٤) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "جودة الخدمة" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0,05$   $\alpha \leq$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (٤,٤): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "جودة الخدمة" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١.	تعتبر الخدمة في موقع برق بلس متوفرة بشكل دائم دون أي انقطاع.	.832	*0.000
٢.	يتمتع موقع برق بلس بواجهة تفاعلية حديثة وذات جاذبية للمستخدم.	.715	*0.000
٣.	يتيح موقع بلس نوعاً من الخصوصية.	.762	*0.000
٤.	يوفر موقع برق بلس كافة متطلبات الأمان.	.848	*0.000
٥.	يقدم موقع برق بلس الحل الأمثل لما أطلب.	.855	*0.000
٦.	يقدم موقع برق بلس خدمة سريعة لما أطلب.	.799	*0.000
٧.	موقع برق بلس يعطيني اهتماماً فردياً ويراعي احتياجاتي الخاصة.	.837	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0,05$ .

يوضح جدول (٤,٥) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الدعم الفني" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥  $\alpha \leq$  وبذلك يعتبر المجال صادقًا لما وضع لقياسه.

جدول (٤,٥): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الدعم الفني" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١.	أمكن من حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على موقع برق بلس.	.861	*0.000
٢.	طرق الاتصال والتواصل مع موظفي الدعم الفني مناسبة ومتعددة.	.898	*0.000
٣.	يقدم الدعم الفني شرحًا واضحًا وواقفيًا لحل المشاكل التي تواجهني.	.908	*0.000
٤.	يقدم موقع برق بلس شرحًا واضحًا للعناصر الموجودة فيه وكيفية استخدامها.	.914	*0.000
٥.	يوجد نظام آلي للتبليغ عن المشاكل وحلها دون الحاجة للذهاب لمكان الدعم الفني.	.904	*0.000

\* الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠,٠٥  $\alpha \leq$ .

يوضح جدول (٤,٦) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الاستخدام" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥  $\alpha \leq$  وبذلك يعتبر المجال صادقًا لما وضع لقياسه.

جدول (٤,٦): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الاستخدام" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١.	أقوم باستخدام موقع برق بلس في كثير من الأحيان.	.640	*0.000
٢.	سوف أقوم باستخدام موقع برق بلس على أساس منتظم في المستقبل.	.795	*0.000
٣.	أوصي الآخرين باستخدام موقع برق بلس.	.862	*0.000
٤.	أشعر بمتعة التفاعل مع موقع برق بلس عند الاستخدام.	.788	*0.000

\* الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠,٠٥  $\alpha \leq$ .

يوضح جدول (٤,٧) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0,05$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (٤,٧): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١.	يعتبر استخدام موقع برق بلس مفيداً لأداء أعماله.	.795	*0.000
٢.	أجد في استخدام موقع برق بلس توفيراً للوقت والجهد.	.731	*0.000
٣.	تعتبر تجربتي مع موقع برق بلس أفضل مما كنت أتوقع.	.872	*0.000
٤.	أشعر بأن موقع برق بلس مهم لزيادة الدخل الخاص بي.	.844	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0,05$ .

يوضح جدول (٤,٨) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الرضا" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0,05$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (٤,٨): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الرضا" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١.	أنا راضٍ عن أداء خدمة موقع برق بلس.	.846	*0.000
٢.	كان قراري لاستخدام موقع برق بلس للخدمات الالكترونية حكيماً.	.851	*0.000
٣.	تسرتني تجربتي في استخدام موقع برق بلس.	.895	*0.000
٤.	سوف أستمر باستخدام موقع برق بلس في المستقبل.	.878	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0,05$ .

## ثانياً: الصدق البنائي Structure Validity

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

يبين جدول (٤,٩) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الإستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0,05$  وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (٤,٩): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

المجال	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
جودة النظام.	.900	*0.000
جودة المعلومات.	.966	*0.000
جودة الخدمة.	.959	*0.000
الدعم الفني.	.913	*0.000
الاستخدام.	.885	*0.000
المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).	.916	*0.000
الرضا.	.861	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0,05$ .

## ٤,٨ ثبات الإستبانة Reliability:

يقصد بثبات الاستبانة هو أن يعطي الاستبيان نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية، ويقصد به أيضاً إلى أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها، أو ما هي درجة اتساقه وانسجامه واستمراريته عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة (الجرجوي، ٢٠١٠م، ص ٩٧).

وقد تحقق الباحث من ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (٤،١٠).

جدول (٤،١٠): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة

الصدق الذاتي*	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المجال
0.939	0.883	7	جودة النظام.
0.965	0.931	7	جودة المعلومات.
0.952	0.906	7	جودة الخدمة.
0.968	0.937	5	الدعم الفني.
0.878	0.771	4	الاستخدام.
0.908	0.824	4	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.942	0.888	4	الرضا.
0.990	0.979	38	جميع المجالات معًا

\*الصدق الذاتي = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ

واضح من النتائج الموضحة في جدول (٤،١٠) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل مجال حيث تتراوح بين (0.771،0.937)، بينما بلغت لجميع فقرات الاستبانة (0.979). وكذلك قيمة الصدق الذاتي مرتفعة لكل مجال حيث تتراوح (0.878،0.968)، بينما بلغت لجميع فقرات الاستبانة (0.990) وهذا يعنى أن الثبات مرتفع ودال إحصائياً.

وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (٢) قابلة للتوزيع. ويكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

#### ٤،٩ الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تفرغ وتحليل الإستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

## اختبار التوزيع الطبيعي Normality Distribution Test :

تم استخدام اختبار كولمجوروف - سمرنوف (K-S) Kolmogorov-Smirnov Test لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (٤,١١).

جدول (٤,١١): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المجال
0.654	0.734	جودة النظام.
0.717	0.697	جودة المعلومات.
0.665	0.728	جودة الخدمة.
0.469	0.847	الدعم الفني.
0.385	0.906	الاستخدام.
0.426	0.876	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.261	1.009	الرضا.
0.902	0.570	جميع مجالات الاستبانة

واضح من النتائج الموضحة في جدول (٤,١١) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) لجميع مجالات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي حيث تم استخدام الاختبارات المعلمية لاختبار فرضيات الدراسة.

### وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

١. النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages): لوصف عينة الدراسة.
٢. المتوسط الحسابي والمتوسط الحسابي النسبي والانحراف المعياري.
٣. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
٤. اختبار كولمجوروف - سمرنوف (K-S) Kolmogorov-Smirnov Test لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه.

٥. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا وقد استخدمه الباحث لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة.
٦. اختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) للتأكد من دلالة المتوسط لكل فقرة من فقرات الاستبانة.
٧. نموذج تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression- Model).
٨. اختبار T في حالة عينتين (Independent Samples T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
٩. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance - ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات. استخدمه الباحث للفروق التي تعزى للمتغير الذي يشتمل على ثلاث مجموعات فأكثر.

الفصل الخامس  
تحليل البيانات واختبار فرضيات  
الدراسة ومناقشتها

## الفصل الخامس

### تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

#### ٥,١ المقدمة:

يتضمن هذا الفصل عرضًا لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة والتي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، والوقوف على البيانات الشخصية عن المستجيبين التي اشتملت على (الجنس، العمر، سنوات العمل على الموقع (برق بلس)، نوع الاشتراك بالموقع، المؤهل العلمي، نوع التخصص الجامعي، عدد المرات التي استخدمت فيها موقع برق بلس خلال شهر، هل سبق أن استخدم المستجيب برنامج مشابه او برامج أخرى للخدمات الإلكترونية؟)، لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة، إذ تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة التي تم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

#### ٥,٢ الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

وفيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

#### ٥,٢,١ توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

جدول (٥,١): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية %	العدد	الجنس
84.4	304	ذكر
15.6	56	أنثى
100.0	360	المجموع

يتضح من جدول (٥,١) أن ما نسبته 84.4% من عينة الدراسة ذكور، بينما 15.6% إناث، ويرجع السبب في ذلك أن أغلب مستخدمي الموقع هم من الذكور ويتمثلوا في أصحاب المحلات الخاصة التي تقدم خدمات الاتصالات والأجهزة الخلوية، أما بالنسبة للإناث فهم يمثلون نسبة قليلة وعادة ما يكونون في مؤسسات حكومية ومؤسسات المجتمع المدني والشركات

الخاصة الكبيرة، وهناك سبب آخر أن المجتمع الفلسطيني بشكل عام والغزي بشكل خاص هو مجتمع ذكوري ومحافظ لذلك لا نجد الكثير من الإناث يعملون في هذا المجال.

#### ٥,٢,٢ توزيع عينة الدراسة حسب العمر

جدول (٥,٢): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
٢٠ عامًا أو أقل	21	5.8
٢١-٣٠ عامًا	213	59.2
٣١-٤٠ عامًا	99	27.5
٤١ عامًا فأكثر	27	7.5
المجموع	360	100.0

يتضح من جدول (٥,٢) أن ما نسبته 5.8% من عينة الدراسة أعمارهم ٢٠ عامًا أو أقل، 59.2% تتراوح أعمارهم من ٢١ - ٣٠ عامًا، 27.5% تتراوح أعمارهم من ٣١ - ٤٠ عامًا، بينما 7.5% أعمارهم ٤١ عامًا فأكثر وبما أن المجتمع الفلسطيني مجتمع شاب أي نسبة فئة الشباب مرتفعة لهذا فإن أغلب مستخدمي الموقع هم ما بين ٢١ - ٣٠ عامًا وهذه الفئة لديها خبرة في مجال التكنولوجيا والإنترنت والاتصالات أكثر من غيرها لذا فهم من يعملون في هذا المجال.

#### ٥,٢,٣ توزيع عينة الدراسة حسب سنوات العمل على الموقع (برق بلس)

جدول (٥,٣): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات العمل على الموقع (برق بلس)

سنوات العمل على الموقع (برق بلس)	العدد	النسبة المئوية %
عام أو أقل	51	14.2
١-٢ عامًا	123	34.2
٢-٣ عامًا	84	23.3
أكثر من ٣ أعوام	102	28.3
المجموع	360	100.0

يتضح من جدول (٥,٣) أن ما نسبته 14.2% من عينة الدراسة سنوات عملهم على موقع (برق بلس) عام أو أقل، 34.2% تتراوح سنوات عملهم على موقع (برق بلس) من ١-٢ عامًا، 23.3% تتراوح سنوات عملهم على موقع (برق بلس) من ٢-٣ عامًا، بينما 28.3% سنوات عملهم على موقع (برق بلس) أكثر من ٣ أعوام ويرجع تفسير ذلك إلى أن الموقع تم تحديثه قبل عامين تقريباً وهذا أدى إلى زيادة عدد المستخدمين خلال هذه الفترة.

#### ٥,٢,٤ توزيع عينة الدراسة حسب نوع الاشتراك بالموقع

جدول (5.4): توزيع عينة الدراسة حسب نوع الاشتراك بالموقع

النسبة المئوية %	العدد	نوع الاشتراك بالموقع
71.9	259	مستخدم عادي
22.2	80	موزع
5.8	21	مسئول (أدمن)
100.0	360	المجموع

يتضح من جدول (٥,٤) أن ما نسبته 71.9% من عينة الدراسة نوع اشتراكهم بالموقع مستخدم عادي، 22.2% نوع اشتراكهم موزع، بينما 5.8% نوع اشتراكهم مسئول (أدمن)، وهذا شي طبيعي في المواقع الالكترونية أن يكون عدد المستخدمين العاديين أو النهائيين هو الأكبر حيث يتبع الموقع نظام الشجرة حيث هناك المسئول (الأدمن) يتفرع منه عدد من الموزعين وكل موزع لديه مجموعة (نقاط بيع) أي مجموعة من المستخدمين العاديين.

#### ٥,٢,٥ توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

جدول (٥,٥): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية %	العدد	المؤهل العلمي
8.3	30	ثانوية عامة أو أقل
34.7	125	دبلوم
56.9	205	بكالوريوس أو أكثر
100.0	360	المجموع

يتضح من جدول (٥,٥) أن ما نسبته 8.3% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي ثانوية عامة أو أقل، 34.7% مؤهلهم العلمي دبلوم، بينما 56.9% مؤهلهم العلمي بكالوريوس أو أكثر وتفسير ذلك أن المجتمع الفلسطيني مجتمع متعلم وبه نسبة كبيرة من حملة الشهادات العليا بكالوريوس أو أكثر.

#### ٥,٢,٦ توزيع عينة الدراسة حسب نوع التخصص الجامعي

جدول (٥,٦): توزيع عينة الدراسة حسب نوع التخصص الجامعي

النسبة المئوية %	العدد	نوع التخصص الجامعي
51.4	185	علمي
48.6	175	أدبي
100.0	360	المجموع

يتضح من جدول (٥,٦) أن ما نسبته 51.4% من عينة الدراسة تخصصهم الجامعي علمي، بينما 48.6% تخصصهم العلمي أدبي النسبة متقاربة نوعاً ما لكن نسبة من تخصصهم علمي أعلى قليلاً وذلك لأن أصحاب محلات وشركات الاتصالات يفضلون أصحاب التخصصات العلمية وعلى الأغلب تخصصات تكنولوجيا المعلومات.

٥,٢,٧ توزيع عينة الدراسة حسب عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر

جدول (٥,٧): توزيع عينة الدراسة حسب عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها

موقع برق بلس خلال شهر

النسبة المئوية %	العدد	عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر
2.2	8	لم أستخدم
20.8	75	١-١٠ مرات
29.4	106	١١-٢٠ مرة
16.1	58	٢١-٣٠ مرة
31.4	113	٣١ مرة فأكثر
100.0	360	المجموع

يتضح من جدول (٥,٧) أن ما نسبته 2.2% من عينة الدراسة لم يستخدموا موقع برق بلس خلال شهر، 20.8% يتراوح عدد مرات التي استخدموا فيها الموقع من ١ - ١٠ مرات، 29.4% يتراوح عدد مرات التي استخدموا فيها الموقع من ١١-٢٠ مرة، 16.1% يتراوح عدد مرات التي استخدموا فيها الموقع من ٢١-٣٠ مرة، بينما 31.4% عدد المرات التي استخدموا فيها الموقع ٣١ مرة فأكثر، ويرجع ذلك أن معظم مستخدمي الموقع يستخدمونه يوميًا وعدة مرات لأنه يشمل عدة خدمات بما فيها الشحن الإلكتروني لأرصدة جوال وله علاقة بطبيعة عملهم اليومية.

٥,٢,٨ توزيع عينة الدراسة حسب استخدام المستجيب برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية

جدول (٥,٨): توزيع عينة الدراسة حسب استخدام المستجيب برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية

هل سبق أن استخدم المستجيب برنامجًا مشابهًا أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية	العدد	النسبة المئوية %
نعم	88	24.4
لا	272	75.6
المجموع	360	100.0

يتضح من جدول (٥,٨) أن ما نسبته 24.4% من عينة الدراسة يستخدمون برنامجًا مشابهًا أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية، بينما 75.6% لم يستخدموا برنامجًا مشابهًا أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية، على الرغم من وجود برامج مشابهة وعدة شركات منافسة إلا إن الإغلب يفضل استخدام موقع برق بلس لما يتمتع به من سهولة وتنظيم ولاشتماله على عدة خدمات تهم المستخدمين والذين يعملون في مجال الاتصالات بالإضافة إلى سهولة إعداد التقارير بوضوح ودقة أعلى وهذا يفسر أن معظم مستخدمي الموقع لم يستخدموا مواقع أو برامج مشابهة، ويوضح الجدول (٥,٩) أسماء المواقع المتشابهة واستخدامها من قبل المجيبين.

جدول (٥,٩) أسماء المواقع المتشابهة التي يستخدمها المستجيب

42	altayer.ps
14	Etopup

### ٥,٣ المحك المعتمد في الدراسة:

لتحديد المحك المعتمد في الدراسة فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (٥-١=٤) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (٤/٥=٠,٨٠) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٥,١٠): يوضح المحك المعتمد في الدراسة

درجة الموافقة	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي
معارض بشدة	من 20% - 36%	من 1 - 1.80
معارض	أكبر من 36% - 52%	أكبر من 1.80 - 2.60
محايد	أكبر من 52% - 68%	أكبر من 2.60 - 3.40
موافق	أكبر من 68% - 84%	أكبر من 3.40 - 4.20
موافق بشدة	أكبر من 84% - 100%	أكبر من 4.20 - 5

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحث على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبيان ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحث درجة الموافقة حسب المحك المعتمد للدراسة (Ozen&Others, 2012).

### ٥,٤ تحليل فقرات الاستبانة

#### ٥,٤,١ تحليل فقرات مجال "جودة النظام"

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥,١١).

جدول (٥, ١١): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة  
من فقرات مجال "جودة النظام"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
١.	يعتبر عدد الخطوات المطلوبة للدخول لموقع برق بلس مناسبة.	4.38	0.90	87.67	1	موافق بشدة	29.1	0.000
٢.	يستجيب موقع برق بلس بسرعة أثناء ساعات الضغط خلال العمل اليومي.	3.90	0.99	77.94	7	موافق	17.3	0.000
٣.	تنفيذ عملية في موقع برق بلس تؤدي حتماً إلى نتيجة متوقعة.	4.01	1.01	80.22	2	موافق	18.9	0.000
٤.	تتبع الخطوات تسلسلاً منطقيًا المتبعة لإنجاز مهمة في موقع برق بلس.	3.99	0.95	79.72	3	موافق	19.8	0.000
٥.	يتمتع موقع برق بلس بأدوات كافية لإدارة كافة الخدمات.	3.95	1.05	79.00	6	موافق	17.1	0.000
٦.	يتمتع موقع برق بلس بالمرونة وتغييرات سلسلة وطبيعية ومنتوقعة للشاشات.	3.96	1.00	79.22	5	موافق	18.2	0.000
٧.	يعتبر تنظيم العناصر على موقع برق بلس سهلاً و واضحاً.	3.97	0.97	79.33	4	موافق	18.9	0.000
	جميع فقرات المجال معاً	4.02	0.78	80.44		موافق	24.7	0.000

من جدول (٥, ١١) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "يعتبر عدد الخطوات المطلوبة للدخول لموقع برق بلس مناسبة" يساوي 4.38 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 87.67%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- المتوسط الحسابي للفقرة الثانية "يستجيب موقع برق بلس بسرعة أثناء ساعات الضغط خلال العمل اليومي" يساوي 3.90 أي أن الوزن النسبي 77.94%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "جودة النظام" يساوي 4.02 أي أن الوزن النسبي 80.44%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويعزو الباحث ذلك إلى إن موقع برق بلس تم بناؤه بأفضل التقنيات الحديثة ويتم تحديثه باستمرار ليوكب أفضل التقنيات والإضافات بالإضافة إلى أخذ تغذية راجعة من المستخدمين حول كيفية أداء الموقع والمتطلبات التي يحتاجونها وتطبيقها أيضًا قبل إطلاق الموقع تم اختباره والأخذ بأراء المستخدمين والتأكد من أنه يعمل بالشكل المطلوب ويتفق مع ما تم التخطيط له.

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Tsao & Others, 2016) حيث أكدت النتائج على أن جودة النظام لها تأثير إيجابي كبير على القيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك والبائع أي أن القيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك و البائع لها تأثير إيجابي كبير على الولاء عبر الإنترنت، واتفقت مع دراسة (Cullen & Taylor, 2009) حيث صنف جميع المجيبين على جودة النظام باعتبارها الأكثر أهمية، كما اتفقت مع دراسة (Cullen & Taylor, 2009) حيث صنف جميع المجيبين على الاستبيان على جودة النظام باعتبارها الأكثر أهمية وتمت الموافقة على فقرات هذا المجال من قبل أفراد العينة.

## ٥,٤,٢ تحليل فقرات مجال " جودة المعلومات "

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥,١٢).

جدول (٥,١٢): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال " جودة المعلومات "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
١.	يمكن الحصول على المعلومات اللازمة من خلال موقع برق بلس في الوقت المناسب.	4.18	1.02	83.67	1	موافق	22.1	0.000

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
٢.	تعتبر المعلومات الموجودة في موقع برق بلس مفيدة وذات صلة بعملية.	4.03	0.96	80.50	3	موافق	20.3	0.000
٣.	يعتبر تبادل المعلومات من خلال موقع برق بلس سريعًا ولا يوجد تأخير.	3.93	0.98	78.67	6	موافق	18.0	0.000
٤.	يتم تحديث المعلومات بشكل مستمر وتلقائي.	3.90	1.01	78.06	7	موافق	17.0	0.000
٥.	تعتبر المعلومات التي أحصل عليها من خلال موقع برق بلس ذات موثوقية عالية.	4.02	1.01	80.44	4	موافق	19.2	0.000
٦.	أعتبر تكامل المعلومات التي يقدمها موقع برق بلس كافية لأداء عملي.	4.00	0.96	80.00	5	موافق	19.8	0.000
٧.	تعتبر مخرجات المعلومات من موقع برق بلس واضحة ودقيقة.	4.08	0.96	81.56	2	موافق	21.3	0.000
	<b>جميع فقرات المجال معًا</b>	4.02	0.81	80.41		موافق	23.9	0.000

من جدول (٥,١٢) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "يمكن الحصول على المعلومات اللازمة من خلال موقع برق بلس في الوقت المناسب" يساوي 4.18 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 83.67%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة "يتم تحديث المعلومات بشكل مستمر وتلقائي" يساوي 3.90 أي أن الوزن النسبي 78.06%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "جودة المعلومات" يساوي 4.02 أي أن الوزن النسبي 80.41%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويعزو الباحث ذلك إلى توفير موقع برق بلس لكافة المعلومات والبيانات التي يحتاجها المستخدم بسرعة وكفاءة عالية ويتم تحديثها باستمرار بالإضافة إلى توفير نتائج البحث وتقارير دقيقة وواضحة ومفصلة حسب ما يتم البحث عنها وحسب ادخال محددات البحث من قبل المستخدم.

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (ALAthmay & Others,2015) حيث أظهرت ان جودة المعلومات لها تأثيرا قويا على نية استخدام خدمات الحكومة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة، كما اشارت دراسة ( Fang, Chiu&Wang,2011 ) ان جودة المعلومات هي اهم محددات من وجهة نظر المجيبين، كما اتفقت مع دراسة (Cullen&Taylor,2009) حيث صنف جميع المجيبين جودة المعلومات باعتبارها الأكثر أهمية ، وايضا دراسة (Hadji& Degoulet,2016) اكدت ان نوعية وجود المعلومات هي المحدد الرئيسي حيث تمت الموافقة على فقرات هذا المجال من قبل المجيبين.

### ٣,٤,٥ تحليل فقرات مجال "جودة الخدمة"

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥,١٣).

جدول (5.13): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "جودة الخدمة"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
١.	تعتبر الخدمة في موقع برق بلس متوفرة بشكل دائم دون أي انقطاع.	3.92	1.20	78.44	4	موافق	14.6	0.000
٢.	يتمتع موقع برق بلس بواجهة تفاعلية حديثة وذات جانبية للمستخدم.	3.87	1.04	77.39	6	موافق	15.9	0.000
٣.	يتيح موقع بلس نوع من الخصوصية.	3.98	0.93	79.50	1	موافق	19.9	0.000
٤.	يوفر موقع برق بلس كافة متطلبات الأمان.	3.88	0.95	77.50	5	موافق	17.4	0.000

0.000	18.5	موافق	2	79.39	0.99	3.97	يقدم موقع برق بلس الحل الأمثل لما اطلب.	٥.
0.000	19.0	موافق	2	79.39	0.97	3.97	يقدم موقع برق بلس خدمة سريعة لما اطلب.	٦.
0.000	15.9	موافق	7	77.33	1.03	3.87	موقع برق بلس يعطيني اهتماماً فردياً ويراعي احتياجاتي الخاصة.	٧.
0.000	21.5	موافق		78.42	0.81	3.92	جميع فقرات المجال معاً	

من جدول (٥, ١٣) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الثالثة "يتيح موقع بلس نوع من الخصوصية" يساوي 3.98 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 79.50%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- المتوسط الحسابي للفقرة السابعة "موقع برق بلس يعطيني اهتماماً فردياً ويراعي احتياجاتي الخاصة" يساوي 3.87 أي أن الوزن النسبي 77.33%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "جودة الخدمة" يساوي 3.92 أي أن الوزن النسبي 78.42%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويعزو الباحث ذلك إلى توفير موقع برق بلس كافة أنظمة الحماية والخصوصية وهذا أمر مهم للمستخدم لأن الموقع يشمل بيانات ومعلومات خاصة ومالية مهمة وذات قيمة بالإضافة إلى تمتع الموقع بواجهات تفاعلية حديثة وجذابة وسلسلة وسهلة الاستخدام أيضاً يقوم الفريق الفني المسؤول عن متابعة الموقع ليعمل بشكل متواصل وباستمرار والحد من أي انقطاع للخدمة وإن حدثت يتم حلها وتجاوزها بأقصى سرعة ممكنة دون التأثير على المستخدمين.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة مع (Tsao&Others,2016) فقد بينت النتائج أن جودة الخدمة الإلكترونية لها تأثير إيجابي كبير على القيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك و البائع أي أن القيمة المتصورة للعلاقة بين المستهلك و البائع لها تأثير إيجابي كبير على الولاء عبر الإنترنت، وتتفق مع دراسة (Hsu, Chang & Chen,2011) حيث خلصت الدراسة أن جودة الخدمة أكثر أهمية من جودة المعلومات وجودة النظام في التأثير على رضا العملاء ونية الشراء.

## ٥,٤,٤ تحليل فقرات مجال " الدعم الفني "

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥,١٤).

جدول (٥,١٤): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "الدعم الفني"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
١.	أتمكن من حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على موقع برق بلس.	4.05	1.11	80.94	1	موافق	17.9	0.000
٢.	طرق الاتصال والتواصل مع موظفي الدعم الفني مناسبة ومتعددة.	3.61	1.15	72.11	4	موافق	10.0	0.000
٣.	يقدم الدعم الفني شرحًا واضحًا ووافيًا لحل المشاكل التي تواجهني.	3.71	1.18	74.22	2	موافق	11.5	0.000
٤.	يقدم موقع برق بلس شرحًا واضحًا للعناصر الموجودة فيه وكيفية استخدامها.	3.66	1.21	73.22	3	موافق	10.4	0.000
٥.	يوجد نظام آلي للتبليغ عن المشاكل وحلها دون الحاجة للذهاب لمكان الدعم الفني.	3.47	1.40	69.44	5	موافق	6.4	0.000
	<b>جميع فقرات المجال معًا</b>	3.70	1.07	73.99		موافق	12.4	0.000

من جدول (٥,١٤) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "أتمكن من حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على موقع برق بلس" يساوي 4.05 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 80.94%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- المتوسط الحسابي للفقرة الخامسة "يوجد نظام إلكتروني للتبليغ عن المشاكل وحلها دون الحاجة للذهاب لمكان الدعم الفني" يساوي 3.47 أي أن الوزن النسبي 69.44%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "الدعم الفني" يساوي 3.70 أي أن الوزن النسبي 73.99 %، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن هناك فريق دعم فني يعمل باستمرار لحل كافة المشاكل التي تواجه المستخدمين والعمل على الحد منها في المستقبل ومتابعتها والتأكد من عدم تكرارها بالإضافة إلى تقديم شرح مفصل حول عناصر الموقع وكيفية استخدامها بشكل سلس ومبسط حتى يستفيد المستخدم من كافة الخدمات التي يوفرها الموقع.

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Aggelidis & Chatzoglou, 2012) والتي أكدت على أن الدعم الذي سيوفر لضمان الاستخدام الفعال لنظم المعلومات المنفذة وهو أحد أهم المحددات لنجاح هذه الأنظمة، كما اتفقت مع دراسة (أبو مغيصيب، 2012م) حيث أكدت الدراسة على أن برنامج موودل يقدم الدعم الفني لمستخدميه بشكل جيد، فيما اختلفت مع دراسة (عايش، 2014م) ويرجع ذلك بسبب أن بعض العناصر تحتاج الى تفعيلها والأهتمام أكثر بالدعم الفني في الجامعة الاسلامية.

#### ٥,٤,٥ تحليل فقرات مجال "الاستخدام"

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥,١٥).

جدول (٥,١٥): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال "الاستخدام"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
١.	أقوم باستخدام موقع برق بلس في كثير من الأحيان.	4.12	0.95	82.39	1	موافق	22.4	0.000
٢.	سوف أقوم باستخدام موقع برق بلس على أساس منتظم في المستقبل.	3.88	0.99	77.67	3	موافق	16.9	0.000
٣.	أوصي الآخرين باستخدام موقع برق بلس.	3.99	1.02	79.83	2	موافق	18.5	0.000

0.000	15.5	موافق	4	76.17	0.99	3.81	أشعر بمتعة التفاعل مع موقع برق بلس عند الاستخدام.	٤.
0.000	21.8	موافق		79.01	0.83	3.95	جميع فقرات المجال معًا	

من جدول (٥،١٥) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "أقوم باستخدام موقع برق بلس في كثير من الأحيان" يساوي 4.12 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 82.39%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة "أشعر بمتعة التفاعل مع موقع برق بلس عند الاستخدام" يساوي 3.81 أي أن الوزن النسبي 76.17%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "الاستخدام" يساوي 3.95 أي أن الوزن النسبي 79.01%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال. وسبب ذلك هو رضا المستخدم عن أداء موقع برق بلس والخدمات التي يوفرها الموقع عدا عن الاستفادة المتحققة من وراء هذا الاستخدام.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Kassim&Others,2012) حيث اشارت نتائج الدراسة إلى أن سهولة التعلم ترتبط بسهولة الاستخدام ، وسهولة الاستخدام هي احدى محددات الثقة، كما ان هذه النتيجة تتفق مع دراسة (AL Athmay& Others,2015) حيث أشارت الى موافقة المجيبين على فقرات مجال الاستخدام وعلى أهميته خاصة في حال تحقق جودة النظام وجودة المعلومات حيث يكون لهما تأثير قوي على نية استخدام خدمات الحكومة الالكترونية، كما انتقلت مع دراسة (عايش، 2014م) حيث أشارت الى أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

#### ٥،٤،٦ تحليل فقرات مجال "المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)"

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥،١٦).

جدول (٥,١٦): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال " المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
١.	يعتبر استخدام موقع برق بلس مفيد لأداء أعماله.	4.12	0.98	82.39	1	موافق	21.6	0.000
٢.	أجد في استخدام موقع برق بلس توفيرًا للوقت والجهد.	3.85	0.94	77.00	4	موافق	17.1	0.000
٣.	تعتبر تجربتي مع موقع برق بلس أفضل مما كنت أتوقع.	4.00	1.01	79.94	2	موافق	18.8	0.000
٤.	أشعر بأن موقع برق بلس مهم لزيادة الدخل الخاص بي.	3.92	1.01	78.33	3	موافق	17.1	0.000
	جميع فقرات المجال معًا	3.97	0.83	79.42		موافق	22.2	0.000

من جدول (٥,١٦) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "يعتبر استخدام موقع برق بلس مفيد لأداء أعماله" يساوي 4.12 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 82.39%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
  - المتوسط الحسابي للفقرة الثانية "أجد في استخدام موقع برق بلس توفيرًا للوقت والجهد" يساوي 3.85 أي أن الوزن النسبي 77.00%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
  - بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)" يساوي 3.97 أي أن الوزن النسبي 79.42%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.
- ويرجع السبب في ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن موقع برق بلس يعتبر مهمًا ومفيدًا للمستخدمين ويوفر لهم كافة المتطلبات والأدوات لإنجاز أعمالهم بسهولة وبسرعة عدا عن تحقيق عائد مالي من وراء استخدامهم للموقع.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Fang, Chiu & Wang, 2011) والتي اوضحت ان الفوائد الإجمالية هي احدى اهم المحددات وتمت الموافقة على فقرات هذا المجال من قبل أفراد العينة، كما انتقلت مع دراسة (عايش، 2014م) التي أظهرت أن المنفعة المتوقعة من أهم العوامل تحققاً في النظام وأن هناك موافقة من قبل المجيبين على فقرات هذا المجال.

### ٥,٤,٧ تحليل فقرات مجال "الرضا"

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥,١٧).

جدول (٥,١٧): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لكل فقرة من فقرات مجال " الرضا "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
١.	أنا راضٍ عن أداء خدمة موقع برق بلس.	4.23	1.05	84.50	1	موافق	22.2	0.000
٢.	كان قراري لاستخدام موقع برق بلس للخدمات الالكترونية حكيماً.	3.89	1.05	77.89	3	موافق	16.2	0.000
٣.	تسرني تجربتي في استخدام موقع برق بلس.	3.97	0.99	79.33	2	موافق	18.6	0.000
٤.	سوف أستمر باستخدام موقع برق بلس في المستقبل.	3.87	0.96	77.39	4	موافق	17.1	0.000
	<b>جميع فقرات المجال معاً</b>	3.99	0.88	79.78		موافق	21.4	0.000

من جدول (٥,١٧) يمكن استخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى "أنا راضٍ عن أداء خدمة موقع برق بلس" يساوي 4.23 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 84.50%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

- المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة "سوف أستمر باستخدام موقع برق بلس في المستقبل" يساوي 3.87 أي أن الوزن النسبي 77.39%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

- بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "الرضا" يساوي 3.99 أي أن الوزن النسبي 79.78%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويعزو الباحث ذلك إلى رضا المستخدمين عن جودة الخدمات المقدمة لهم من قبل موقع برق بلس لأنه يوفر لهم كافة المتطلبات الأساسية والتقنيات الحديثة التي تجعل من أي موقع ويب موقع ناجح وتؤثر على نية الاستخدام ومن ثم الرضا وصولاً إلى الولاء.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Fang, Chiu & Wang, 2011) حيث بينت النتائج ان جميع المحييين يروا أن الرضا هو مؤشر إيجابي هام لنية إعادة شراء العملاء والتسوق عبر الإنترنت، وتتفق أيضا مع دراسة (أبو مغيصيب، 2012م) حيث أظهرت النتائج أن مستخدمي نظام موودل راضيين عن الخدمات التي يقدمها لهم.

#### ٥,٤,٨ تحليل جميع فقرات الاستبانة

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (٥,١٨).

جدول (٥,١٨): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب لجميع فقرات الاستبانة

البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
جودة النظام.	4.02	0.78	80.44	1	موافق	24.7	0.000
جودة المعلومات.	4.02	0.81	80.41	2	موافق	23.9	0.000
جودة الخدمة.	3.92	0.81	78.42	6	موافق	21.5	0.000
الدعم الفني.	3.70	1.07	73.99	7	موافق	12.4	0.000
الاستخدام.	3.95	0.83	79.01	5	موافق	21.8	0.000

0.000	22.2	موافق	4	79.42	0.83	3.97	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.000	21.4	موافق	3	79.78	0.88	3.99	الرضا.
0.000	23.4	موافق		78.89	0.77	3.94	جميع فقرات الاستبانة

من جدول (٥,١٨) تبين أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات الاستبانة يساوي 3.94 (الدرجة الكلية من ٥) أي أن الوزن النسبي 78.89%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات الاستبانة بشكل عام.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن العوامل (جودة النظام، جودة المعلومات، جودة الخدمة، الدعم الفني، الاستخدام والفوائد المتحققة) مجتمعة ومتحققة أثرت بشكل إيجابي على رضا المستخدمين.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (عايش، 2014) وقد أظهرت نتائج الدراسة أن جميع العوامل (جودة المعلومات، جودة الخدمة، جودة النظام، الدعم الفني، المنفعة المتوقعة، سهولة الاستخدام) جميعها متحققة في الشبكة اللاسلكية في الجامعة الإسلامية وتتفق مع دراسة (أبو مغيصيب، 2012) حيث أشارت الدراسة أن العوامل (جودة المعلومات، جودة الخدمة، جودة النظام، الدعم الفني، الثقة، الرضا، المنفعة المتوقعة، سهولة الاستخدام) جميعها متحققة في نظام موودل بالجامعة الإسلامية.

## 5.5 اختبار فرضيات الدراسة

### 5.5.1 الفرضية الرئيسية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين جودة الخدمات الإلكترونية ورضا المستخدمين.

ويشتق من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين جودة النظام ورضا المستخدمين.

يبين جدول (٥,١٩) أن معامل الارتباط يساوي 720، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة النظام ورضا المستخدمين.

ويمكن تفسير ذلك إلى أنه كلما كان الموقع مبنياً على أفضل النظم والتقنيات الحديثة ويتمتع بالمرونة وسهولة الاستخدام ويستجيب بسرعة خاصة خلال فترات الضغط ويمتلك الأدوات الكافية لإدارة الخدمات ويؤدي إلى النتائج المتوقعة كان أفضل لتحقيق جودة النظام وبالتالي سيؤدي إلى الرضا لدى المستخدمين.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (AL Athmay&Others,2015) حيث أظهرت أن جودة النظام له تأثير قوي على نية استخدام خدمات الحكومة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة ورضا المستخدمين، كما أشارت دراسة (Jing,2013) أن جودة النظام تؤثر بشكل كبير على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في الصين.

جدول (٥، ١٩): معامل الارتباط بين جودة النظام ورضا المستخدمين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.720	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $0.05 \leq \alpha$ بين جودة النظام ورضا المستخدمين.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$  بين جودة المعلومات ورضا المستخدمين.

يبين جدول (٥، ٢٠) أن معامل الارتباط يساوي 0.746، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات ورضا المستخدمين.

ويمكن تفسير ذلك إلى أنه كلما كان الحصول على المعلومات بسرعة دون تأخير وفي الوقت المناسب وبشكل دقيق وواضح، وأيضاً كلما كانت المعلومات ذات موثوقية ومحدثة باستمرار وذات صلة بطبيعة العمل كلما كانت جودة المعلومات وهذا بالتأكيد ينعكس بالإيجاب على رضا المستخدمين.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Hadji & Degoulet,2016) حيث خلصت الدراسة إلى أهمية جودة نظام المعلومات السريرية في الرضا واستمرارية الاستخدام، كما أشارت دراسة (AL Athmay&Others,2015) على أن جودة المعلومات لها تأثير قوي على

رضا مستخدمي خدمات الحكومة الالكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة، فيما لم تتفق مع دراسة (Jing,2013) والتي اوضحت ان جودة المعلومات لا تؤثر على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في الصين.

جدول (٥,٢٠): معامل الارتباط بين جودة المعلومات ورضا المستخدمين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.746	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين جودة المعلومات ورضا المستخدمين.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين.

يبين جدول (٥,٢١) أن معامل الارتباط يساوي 758، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين.

ويعزو الباحث ذلك إلى أنه كلما كان الموقع يوفر كافة متطلبات الأمان والخصوصية ويعمل باستمرار دون أي انقطاع وبسرعة وكفاءة عالية ويتمتع بواجهات تفاعلية حديثة وذو جاذبية كلما تحققت جودة الخدمة ويشجع على الاستخدام وزيادة رضا المستخدم.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Hsu, Chang & Chen, 2011) حيث وجدت هذه الدراسة أن جودة الخدمة أكثر أهمية من جودة المعلومات وجودة النظام في التأثير على رضا العملاء ونية الشراء، فيما لم تتفق مع دراسة (Fang, Chiu & Wang, 2011) حيث أشارت النتائج إلى أن العوامل جميعها متحققة في جميع الفرضيات ما عدا العلاقة بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين.

جدول (٥,٢١): معامل الارتباط بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.758	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$  بين الدعم الفني ورضا المستخدمين.

يبين جدول (٥،٢٢) أن معامل الارتباط يساوي 0.672، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدعم الفني ورضا المستخدمين.

ويمكن تفسير ذلك بأن نجاح أي نظام يعتمد بشكل كبير على توفير الدعم الفني له باستمرار وكلما كان طرق الاتصال بأفراد الدعم الفني سهلة ومتعددة وعند وجود مشكلة يقدم شرحاً واضحاً وكافياً لحل هذه المشكلة التي تواجه المستخدم ويعمل على تقاؤها في المرات القادمة ويشرح كافة العناصر في الموقع وكيفية استخدامها كلما تحقق الهدف من وجود الدعم الفني وهو زيادة رضا المستخدمين عن النظام.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Aggelidis & Chatzoglou, 2012) والتي أكدت على ان الدعم الفني الذي سيوفر لضمان الاستخدام الفعال لنظم المعلومات المنفذة هو أحد أهم المحددات لنجاح هذه الأنظمة وتحقيق الرضا للمستخدمين، أيضاً انتقلت مع دراسة (أبو مغيصيب، 2012م) حيث اكدت على وجود علاقة بين الدعم الفني واستخدام نظام موودل ورضا المستخدمين، كما انتقلت مع دراسة (عايش، 2014م) حيث خلصت الى وجود علاقة بين الدعم الفني والمنفعة المتوقعة ورضا مستخدمين الشبكة اللاسلكية بالجامعة الاسلامية بغزة.

جدول (٥،٢٢): معامل الارتباط بين الدعم الفني ورضا المستخدمين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.672	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $0.05 \leq \alpha$ بين الدعم الفني ورضا المستخدمين.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

٥. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$  بين الاستخدام ورضا المستخدمين.

يبين جدول (٥،٢٣) أن معامل الارتباط يساوي 0.782، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستخدام ورضا المستخدمين.

ويعزو الباحث ذلك إلى أنه كلما كان النظام يوفر كافة احتياجات المستخدم كلما شعر بمتعة التفاعل مع موقع برق بلس وهذا سيؤدي حتماً إلى الاستمرار في استخدام الموقع وزيادة رضا المستخدمين بالإضافة إلى حث وتشجيع الآخرين على استخدامه.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (ALAthmay&Others,2015) حيث أظهرت أن الاستخدام له تأثير قوي على رضا المستخدمين. كما انتقلت مع دراسة (أبو مغيصيب،2012م) والتي أكدت على وجود علاقة بين الاستخدام والرضا عن نظام موودل.

جدول (٥،٢٣): معامل الارتباط بين الاستخدام ورضا المستخدمين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.782	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الاستخدام ورضا المستخدمين.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

٦. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  بين المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) ورضا المستخدمين.

يبين جدول (٥،٢٤) أن معامل الارتباط يساوي 794، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) ورضا المستخدمين.

ويمكن تفسير ذلك بأنه كلما كان موقع بلس مفيداً لأداء أعمال المستخدم ويوفر عليه الوقت والجهد ويحقق أفضل النتائج ويعمل على زيادة الدخل لدى المستخدم كلما كان يحقق أفضل المنافع والفوائد للمستخدم وهذا يؤدي إلى زيادة رضا المستخدمين.

وانتقلت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Fang, Chiu& Wang,2011) حيث بينت الدراسة أن الفوائد الإجمالية هي من أهم المحددات لرضا العملاء، وتتفق أيضاً مع دراسة (أبو مغيصيب،2012م) حيث خلصت النتائج إلى وجود علاقة بين المنفعة المتحققة والرضا عن نظام موودل.

جدول (٥,٢٤): معامل الارتباط بين المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) ورضا المستخدمين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.794	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) ورضا المستخدمين.

\* الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

### ٥,٥,٢ الفرضية الرئيسية الثانية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$  لجودة الخدمات الالكترونية على رضا المستخدمين.

تم استخدام "الانحدار الخطي المتعدد" لمعرفة أثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا المستخدمين، وقد تبين ما يلي:

١. معامل الارتباط = ٠,٨٣٤، ومعامل التحديد المُعدَّل = ٠,٦٩١، وهذا يعني أن ٦٩,١% من التغير في رضا المستخدمين (المتغير التابع) تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسبة المتبقية ٣٠,٩% قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على رضا المستخدمين واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Tsao & Others,2016) (Ghaffari&Ashkiki,2015).

٢. قيمة الاختبار F المحسوبة بلغت ١٣٤,٨٧٢، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠٠ مما يعني رفض الفرضية الصفرية والقبول بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الالكترونية ورضا المستخدمين. ويمكن تفسير هذا النتيجة إلى أنه كلما كانت جودة الخدمات الالكترونية أفضل وتحقق كافة متطلبات واحتياجات المستخدم كلما أثرت بشكل إيجابي على زيادة رضا المستخدمين، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Jing,2013)،(Ghaffari & Ashkiki,2015)،(Hadji& Degoulet,2016)،(Hsu, Chang& Chen,2011).

٣. متغير جودة النظام، قيمة اختبار t تساوي 1.295 كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.196 وهي أكبر من ٠,٠٥ وهذا يعني عدم وجود تأثير لجودة النظام في رضا المستخدمين. ويرجع السبب في ذلك إلى أن جودة النظام ليس لها تأثير كبير على رضا المستخدمين في حال وجود متغيرات أخرى، ١٢,٦ تؤثر بشكل أكبر على رضا المستخدمين مثل جودة

الخدمة والاستخدام والمنافع المتحققة، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Park & Kim,2003)،(Kassim&Others,2012).

٤. متغير جودة المعلومات، قيمة اختبار  $t$  تساوي 0.844 كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.399 وهي أكبر من ٠,٠٥ وهذا يعني عدم وجود تأثير لجودة المعلومات في رضا المستخدمين. ويرجع السبب في ذلك إلى أن جودة الخدمة ليس لها تأثير كبير على رضا المستخدمين في حال وجود متغيرات أخرى تؤثر بشكل أكبر على رضا المستخدمين مثل جودة الخدمة والاستخدام والمنافع المتحققة، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Fang, Chiu&Wang,2011)،(AL Athmay& Others,2015)،(Tsao&Others,2016).

٥. متغير جودة الخدمة، قيمة اختبار  $t$  تساوي 3.201 كما أن القيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠١ وهي أقل من ٠,٠٥ وهذا يعني وجود تأثير إيجابي لجودة الخدمة في رضا المستخدمين. ويرجع السبب في ذلك إلى أن جودة الخدمة ليس لها تأثير كبير على رضا المستخدمين في حال وجود متغيرات أخرى تؤثر بشكل أكبر على رضا المستخدمين مثل جودة الخدمة والاستخدام والمنافع المتحققة، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة Tsao & (Others,2016)، (AL Athmay& Others,2015)، (Aluri& Slevitch,2011).

٦. متغير الدعم الفني، قيمة اختبار  $t$  تساوي -0.436 كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.663 وهي أكبر من ٠,٠٥ وهذا يعني عدم وجود تأثير للدعم الفني في رضا المستخدمين. ويرجع السبب في ذلك إلى أن جودة الخدمة ليس لها تأثير كبير على رضا المستخدمين في حال وجود متغيرات أخرى تؤثر بشكل أكبر على رضا المستخدمين مثل جودة الخدمة والاستخدام والمنافع المتحققة، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Aggelidis&Chatzoglou,2012)،(Jing,2013)،(Tsao&Others,2016)

(Hsu, Chang& Chen,2011)، (Fang, Chiu& Wang,2011).

٧. متغير الاستخدام، قيمة اختبار  $t$  تساوي 3.276 كما أن القيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠١ وهي أقل من ٠,٠٥ وهذا يعني وجود تأثير إيجابي للاستخدام في رضا المستخدمين. هذا يعني أنه كلما كان الموقع يوفر كل الإمكانيات التي تشجع المستخدم على استخدام الموقع كلما أثر بشكل إيجابي ذلك على رضا المستخدمين، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (ALAthmay&Others,2015)،(Tsao&Others,2016).

٨. متغير المنافع المتحققة من الموقع، قيمة اختبار  $t$  تساوي 5.154 كما أن القيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠٠ وهي أقل من ٠,٠٥ وهذا يعني وجود تأثير إيجابي للمنافع المتحققة من

الموقع في رضا المستخدمين. ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن المنافع المتحققة من وراء الاستخدام مثل العائد المالي وأداء الاعمال وتوفير الوقت والجهد هي مهمة جدًا وتؤثر في رضا المستخدمين، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (Tsao&Others,2016)، (ALAthmay&Others,2015)، (Aluri&Slevitch,2011).

٩. أهمية المتغيرات المؤثرة على المتغير التابع "رضا المستخدمين" حسب قيمة اختبار t المطلقة هي على الترتيب: المنافع المتحققة من الموقع، ومن ثم الاستخدام، ومن ثم جودة الخدمة، ومن ثم جودة النظام، ومن ثم جودة المعلومات، وأخيرًا الدعم الفني. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الأهمية الكبيرة للعائد من وراء استخدام موقع برق بلس والمنافع المتحققة جراء هذا الاستخدام وجودة الخدمة، حيث إذا توافرت هذه العوامل فإنها تساهم وتؤثر بشكل إيجابي كبير في زيادة رضا المستخدمين، واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (عايش،2014م)، (أبو مغنصيب،2012م).

جدول (٥،٢٥): تحليل الانحدار الخطي المتعدد - الفرضية الرئيسة الثانية

القيمة الاحتمالية Sig.	قيمة اختبار T	معاملات الانحدار	المتغيرات المستقلة
0.305	1.027	0.150	المقدار الثابت
0.196	1.295	0.088	جودة النظام.
0.399	0.844	0.064	جودة المعلومات.
0.001	3.201	0.248	جودة الخدمة.
0.663	-0.436	-0.020	الدعم الفني.
0.001	3.276	0.234	الاستخدام.
0.000	5.154	0.353	المنافع المتحققة من الموقع.
معامل التحديد المُعدَّل = ٠,٦٩١		معامل الارتباط = ٠,٨٣٤	
القيمة الاحتمالية = ٠,٠٠٠		قيمة الاختبار F = ١٣٤,٨٧٢	

٥,٥,٣ الفرضية الرئيسية الثالثة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0,05)$  بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، سنوات العمل على الموقع (برق بلس)، نوع الاشتراك بالموقع، المؤهل العلمي، نوع التخصص الجامعي، عدد المرات التي استخدمت فيها موقع برق بلس خلال شهر، هل سبق أن استخدم المستخدم البرنامجًا مشابهًا أو برامج أخرى للخدمات الالكترونية؟).

تم استخدام اختبار "T لعينتين مستقلتين" لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية وهو اختبار معلمي يصلح لمقارنة متوسطي مجموعتين من البيانات. كذلك تم استخدام اختبار "التباين الأحادي" لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية وهذا الاختبار معلمي يصلح لمقارنة ٣ متوسطات أو أكثر.

ويشتق من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0,05)$  بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى الجنس.

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٢٦) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "T - لعينتين مستقلتين" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لجميع المجالات والمجالات مجتمعة معًا، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معًا تعزى إلى الجنس.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن متغير الجنس غير مؤثر في جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين.

جدول (٥,٢٦): نتائج اختبار "T - لعينتين مستقلتين" - الجنس

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسطات		المجال
		أنثى	ذكر	
0.345	0.946	3.93	4.04	جودة النظام.
0.329	0.977	3.92	4.04	جودة المعلومات.

0.574	0.562	3.86	3.93	جودة الخدمة.
0.185	1.328	3.53	3.73	الدعم الفني.
0.114	1.586	3.79	3.98	الاستخدام.
0.051	1.960	3.77	4.01	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.756	0.311	3.96	4.00	الرضا.
0.246	1.161	3.84	3.96	جميع المجالات معًا

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0,05$ ) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى العمر.

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٢٧) يمكن استنتاج ما يلي:  
تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "التباين الأحادي" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 للمجالين "جودة النظام، المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)" وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذين المجالين تعزى إلى العمر. ويعزو الباحث ذلك أن معظم مستخدمي موقع برق بلس لديهم رضا عن الموقع والخدمات التي يوفرها بشكل عام ولا يوجد أثر لمتغير العمر على الرضا. أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معًا، فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معًا تعزى إلى العمر وذلك لصالح الذين أعمارهم ٢٠ عامًا أو أقل، ويعزو الباحث ذلك إلى أن هذه الفئة العمرية لديهم الوعي التكنولوجي الكافي لتمييز ومعرفة النظم الجيدة والناجحة أكثر من غيرهم والتفرغ أكثر لاستخدام المواقع الالكترونية والاهتمام بشكل أكثر بالتفاصيل.

جدول (٥,٢٧): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - العمر

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسطات				المجال
		٢٠ عامًا أو أقل	٢١-٣٠ عامًا	٣١-٤٠ عامًا	٤١ عامًا فأكثر	
0.218	1.485	4.20	4.06	3.95	3.81	جودة النظام.
*0.019	3.364	4.18	4.11	3.88	3.72	جودة المعلومات.
*0.003	4.823	4.03	4.04	3.72	3.63	جودة الخدمة.

*0.000	6.175	3.41	3.37	3.88	3.82	الدعم الفني.
*0.025	3.159	3.57	3.86	4.03	4.10	الاستخدام.
0.163	1.719	3.78	3.87	4.02	4.17	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
*0.007	4.150	3.48	3.92	4.08	4.06	الرضا.
*0.009	3.941	3.65	3.80	4.04	4.09	جميع المجالات معًا

\* الفرق بين المتوسطات دال إحصائيًا عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0,05)$  بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى سنوات العمل على الموقع (برق بلس).

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٢٨) يمكن استنتاج ما يلي:

تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "التباين الأحادي" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لمجال "الرضا" وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذا المجال تعزى إلى سنوات العمل على الموقع (برق بلس). ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن معظم مستخدمي موقع برق بلس لديهم رضا عن الموقع والخدمات التي يوفرها بشكل عام ولا يوجد أثر لمتغير سنوات العمل على موقع برق بلس على الرضا.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معًا فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معًا تعزى إلى سنوات العمل على الموقع (برق بلس) وذلك لصالح الذين سنوات عملهم على الموقع أكثر من ٣ أعوام. وهذا يعني أن هذه الفئة لديها فهم وإطلاع أكبر على الموقع وأصبح لديهم خبرة أكبر في استخدام الموقع وكيفية التعامل مع كافة العناصر الموجودة فيه.

جدول (٥,٢٨): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - سنوات العمل على الموقع (برق بلس)

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسطات				المجال
		أكثر من ٣ أعوام	٢-٣ عامًا	١-٢ عامًا	عام أو أقل	
*0.000	8.996	4.34	3.88	3.95	3.79	جودة النظام.
*0.001	5.615	4.28	3.93	3.97	3.78	جودة المعلومات.

*0.001	5.881	4.16	3.74	3.94	3.70	جودة الخدمة.
*0.001	5.543	4.03	3.53	3.67	3.38	الدعم الفني.
*0.008	3.965	4.13	3.88	3.97	3.67	الاستخدام.
*0.041	2.788	4.12	3.92	3.99	3.72	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.158	1.742	4.14	3.96	3.96	3.81	الرضا.
*0.000	6.069	4.19	3.83	3.92	3.70	جميع المجالات معًا

\* الفرق بين المتوسطات دال إحصائيًا عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى نوع الاشتراك بالموقع.

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٢٩) يمكن استنتاج ما يلي:

تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "التباين الأحادي" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 للمجالات "الاستخدام، المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)، الرضا" وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معًا تعزى إلى نوع الاشتراك بالموقع. والسبب في ذلك أن كل مستخدم موقع برق بلس يهتمم العائد أو المنافع المتحققة من وراء الاستخدام وتحقق الرضا من وراء هذا الاستخدام.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معًا فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معًا تعزى إلى نوع الاشتراك بالموقع وذلك لصالح الذين اشتراكهم موزع، ويمكن تفسير ذلك أن الموزع لديه خبرة أكبر من المشترك النهائي وحصل على العديد من الدورات والشروح من قبل الشركة ولديه اطلاع أكبر على جميع تفاصيل وعناصر موقع برق بلس وذلك لقربهم من إدارة الشركة ويتم إبلاغهم بأي إجراء جديد أو تعديلات تجرى على الموقع وذلك لأنه مسئول عن عدد كبير من المشتركين النهائيين أي يعتبر حلقة الوصل بين الشركة والمشارك النهائي نقاط البيع لذلك يجب أن يكون على قدر من المسؤولية.

جدول (٥, ٢٩): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - نوع الاشتراك بالموقع

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسطات			المجال
		مسئول (أدمن)	موزع	مستخدم عادي	
*0.010	4.666	4.03	4.25	3.95	جودة النظام.
*0.002	6.138	3.81	4.29	3.95	جودة المعلومات.
*0.006	5.199	3.84	4.18	3.85	جودة الخدمة.
*0.006	5.219	3.77	4.03	3.59	الدعم الفني.
0.459	0.780	4.01	4.04	3.92	الاستخدام.
0.352	1.046	4.08	4.07	3.93	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.964	0.036	4.00	3.97	4.00	الرضا.
*0.029	3.571	3.92	4.14	3.88	جميع المجالات معاً

\* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0,05)$  بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى المؤهل العلمي.

من النتائج الموضحة في جدول (٥, ٣٠) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "التباين الأحادي" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لجميع المجالات والمجالات مجتمعة معاً وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معاً تعزى إلى المؤهل العلمي، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن متغير المؤهل العلمي عامل غير مؤثر جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين، ويعزو الباحث ذلك إلى أن جميع الفئات في زمن الإنترنت والتكنولوجيا أصبح بإمكانهم استخدام المواقع الالكترونية بسهولة وذلك بسبب تطور التقنيات والبرمجيات المستخدمة في إنشاء هذه المواقع وبساطتها.

جدول (٥,٣٠): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - المؤهل العلمي

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات			المجال
		بكالوريوس أو أكثر	دبلوم	ثانوية عامة أو أقل	
0.488	0.720	4.06	3.96	3.99	جودة النظام.
0.263	1.341	4.08	3.93	3.99	جودة المعلومات.
0.443	0.816	3.97	3.87	3.83	جودة الخدمة.
0.634	0.456	3.75	3.63	3.67	الدعم الفني.
0.492	0.710	3.92	3.95	4.12	الاستخدام.
0.233	1.463	3.95	3.94	4.22	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
1.000	0.000	3.99	3.99	3.99	الرضا.
0.661	0.414	3.97	3.89	3.96	جميع المجالات معًا

٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0,05)$  بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى التخصص الجامعي.

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٣١) يمكن استنتاج ما يلي:

تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "T - لعينتين مستقلتين" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 للمجالات "جودة النظام، جودة المعلومات، الاستخدام، المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية)، الرضا"، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات تعزى إلى التخصص الجامعي، وهذا يدل على أن هذه العوامل في مجال التخصص الجامعي غير مؤثرة في جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معًا فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معًا تعزى إلى

التخصص الجامعي وذلك لصالح الذين تخصصهم الجامعي علمي، وذلك لأن أصحاب التخصصات العلمية لديهم معرفة وخبرة أكبر في التعامل مع البرمجيات والمواقع الالكترونية.

جدول (٥,٣١): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين" - التخصص الجامعي

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات		المجال
		أدبي	علمي	
0.133	1.506	3.96	4.08	جودة النظام.
0.117	1.570	3.95	4.09	جودة المعلومات.
*0.047	1.994	3.83	4.00	جودة الخدمة.
*0.003	3.008	3.53	3.86	الدعم الفني.
0.147	1.454	3.89	4.01	الاستخدام.
0.147	1.454	3.91	4.03	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.080	1.755	3.91	4.07	الرضا.
*0.039	2.072	3.86	4.03	جميع المجالات معاً

\* الفرق بين المتوسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

٧. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0,05)$  بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر.

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٣٢) يمكن استنتاج ما يلي:

تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار "التباين الأحادي" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لمجال "الرضا" وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذا المجال تعزى إلى عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر، ويعزو الباحث ذلك أن معظم مستخدمي موقع برق بلس لديهم رضا عن الموقع والخدمات التي يوفرها بشكل عام ولا يوجد أثر لمتغير عدد مرات الاستخدام على الرضا.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معاً فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معاً تعزى إلى عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر وذلك لصالح الذين يستخدمونها ٣١ مرة فأكثر خلال شهر، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن من يستخدم الموقع أكثر تكون لديهم معرفة وخبرة أكبر في كافة تفاصيل وعناصر الموقع.

جدول (٥,٣٢): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسطات					المجال
		٣١ مرة فأكثر	٢١ - ٣٠ مرة	١١ - ٢٠ مرة	١ - ١٠ مرات	لم استخدم	
*0.000	6.669	4.30	3.75	3.95	3.90	4.27	جودة النظام.
*0.000	7.881	4.34	3.72	3.95	3.86	4.20	جودة المعلومات.
*0.000	5.284	4.16	3.58	3.85	3.92	3.96	جودة الخدمة.
*0.000	5.214	4.01	3.32	3.56	3.67	4.18	الدعم الفني.
*0.003	4.037	4.18	3.76	3.86	3.85	4.25	الاستخدام.
*0.021	2.923	4.17	3.86	3.86	3.89	4.31	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.398	1.018	4.12	3.94	3.97	3.87	3.84	الرضا.
*0.000	5.591	4.20	3.69	3.86	3.86	4.14	جميع المجالات معاً

\* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

٨. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0,05$ ) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين تعزى إلى استخدام برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية.

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٣٣) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " T - لعينتين مستقلتين " أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لجميع المجالات والمجالات مجتمعة معاً، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معاً تعزى إلى استخدام برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن متغير استخدام برنامج مشابه عامل غير مؤثر في جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين.

جدول (٥,٣٣): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " - استخدام برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسطات		المجال
		لا	نعم	
0.157	1.417	3.99	4.13	جودة النظام.
0.250	1.153	3.99	4.11	جودة المعلومات.
0.819	0.229	3.92	3.94	جودة الخدمة.
0.144	-1.463	3.75	3.55	الدعم الفني.
0.872	0.161	3.95	3.96	الاستخدام.
0.370	0.898	3.95	4.04	المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية).
0.627	0.486	3.98	4.03	الرضا.
0.656	0.446	3.93	3.98	جميع المجالات معاً

# الفصل السادس

## النتائج والتوصيات

## الفصل السادس النتائج والتوصيات

### ٦,١ مقدمة:

خلال هذا الفصل تم التطرق إلى النتائج التي توصل إليها من خلال عمل هذه الدراسة بعد إجراء عملية التحليل الاحصائي على الاستبيانات التي تم توزيعها، وأيضاً تم عرض بعض التوصيات التي يعتقد بأنها مهمة وتساهم في زيادة جودة الخدمات الالكترونية مما ينعكس إيجاباً على زيادة رضا المستخدمين، بالإضافة إلى التطرق لبعض الدراسات المقترحة.

### ٦,٢ نتائج الدراسة:

١. أظهرت نتائج الدراسة جودة في النظام التي تقدم من خلال موقع برق بلس من وجهة نظر المستخدمين حيث أن الوزن النسبي (80.44%).
٢. أظهرت نتائج الدراسة جودة في المعلومات التي تقدم من خلال موقع برق بلس من وجهة نظر المستخدمين حيث أن الوزن النسبي (80.41%).
٣. أظهرت نتائج الدراسة جودة في الخدمة التي تقدم من خلال موقع برق بلس من وجهة نظر المستخدمين حيث أن الوزن النسبي (78.42%).
٤. أظهرت نتائج الدراسة أن الدعم الفني لموقع برق بلس جيد جداً من وجهة نظر المستخدمين حيث أن الوزن النسبي (73.99%).
٥. يستخدم المستخدمين موقع برق بلس بدرجة كبيرة حيث بلغ الوزن النسبي (79.01%).
٦. يقتنع مستخدمو موقع برق بلس أن هناك منفعة من استخدامه بدرجة كبيرة حيث بلغ الوزن النسبي (79.42%).
٧. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك رضا عن موقع برق بلس من قبل المستخدمين بدرجة كبيرة حيث أن الوزن النسبي (79.78%).
٨. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة النظام ورضا المستخدمين في موقع برق بلس.
٩. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات ورضا المستخدمين في موقع برق بلس.

١٠. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا المستخدمين في موقع برق بلس.
١١. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدعم الفني ورضا المستخدمين في موقع برق بلس.
١٢. أظهرت نتائج الدراسة على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستخدام ورضا المستخدمين في موقع برق بلس.
١٣. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) ورضا المستخدمين في موقع برق بلس.
١٤. أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معا تعزى إلى الجنس.
١٥. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذين المجالين جودة النظام، المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية) تعزى إلى العمر أما بالنسبة لباقي المجالات توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة وذلك لصالح الذين أعمارهم ٢٠ عاماً أو أقل.
١٦. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذا المجال (الرضا) تعزى إلى سنوات العمل على الموقع (برق بلس)، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لباقي المجالات وذلك لصالح الذين سنوات عملهم على الموقع أكثر من ٣ أعوام.
١٧. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معاً (الاستخدام، المنافع المتحققة من الموقع، الرضا) تعزى إلى نوع الاشتراك بالموقع، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لباقي المجالات وذلك لصالح الذين اشتراكهم موزع.
١٨. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معاً تعزى إلى المؤهل العلمي.
١٩. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات (جودة النظام، جودة المعلومات، الاستخدام، المنافع المتحققة من الموقع،

الرضا)، تعزى إلى التخصص الجامعي. أما بالنسبة لباقي المجالات توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة وذلك لصالح الذين تخصصهم الجامعي علمي.

٢٠. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذا المجال (الرضا) تعزى إلى عدد المرات التي استخدم المستجيب فيها موقع برق بلس خلال شهر، أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة معًا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة وذلك لصالح الذين يستخدمونها 31 مرة فأكثر خلال شهر.

٢١. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معًا تعزى إلى استخدام برنامج مشابه أو برامج أخرى للخدمات الالكترونية.

### ٦,٣ التوصيات:

١. العمل على نشر الوعي بأهمية استخدام الخدمات الالكترونية، وأهمية دعم الإدارة لتطوير وتحسين جودة الخدمات الالكترونية.
٢. عمل اتصالات وزيارات ميدانية دورية بنقاط البيع (المستخدمين) والاستماع لآرائهم ومقترحاتهم التي تساهم في تحسين جودة الخدمات الالكترونية.
٣. العمل على تدريب المستخدمين الجدد على موقع برق بلس وشرح مفصل حول كافة العناصر في الموقع وكيفية استخدامها.
٤. زيادة الاهتمام بالدعم الفني لموقع برق بلس، خاصة بالنظام الآلي للتبليغ عن المشاكل.
٥. زيادة الاهتمام بجودة النظام من خلال الاهتمام أكثر من بسرعة استجابة موقع برق بلس أثناء ساعات الضغط خلال العمل اليومي.
٦. زيادة الاهتمام بجودة المعلومات وذلك من خلال تحديث المعلومات بشكل مستمر وتلقائي وبأقصى سرعة.
٧. التركيز أكثر على إعطاء الاهتمام أكثر ومراعاة الاحتياجات الخاصة لكل مستخدم حتى يشعر بمتعة التفاعل مع موقع برق بلس عند الاستخدام.

#### ٦,٤ الدراسات المقترحة:

١. إجراء دراسات بها متغيرات وسيطة بين جودة الخدمات الالكترونية ورضا المستخدمين.
٢. اختبرت هذه الدراسة متغير رضا المستخدمين كمتغير تابع لذا يوصى بتطبيق دراسات أخرى تختبر متغيرًا تابعًا آخر مثل ولاء المستخدمين.
٣. إجراء هذه الدراسة على قطاعات أخرى (القطاع الحكومي، قطاع التعليم أو الصحة، قطاع البنوك، قطاع السياحة وغيرها).

## المصادر والمراجع

## المصادر والمراجع

### • القرآن الكريم

### أولاً: المراجع العربية:

إسماعيل، شاكر تركي. (2010م). التسويق المصرفي الالكتروني والميزة التنافسية للمصاف الاردنية دراسة ميدانية على البنوك الاردنية. مجلة علوم إنسانية، ٧ (٤٥)، ١-٢٧.

الجرجاوي، زياد. (2010م). القواعد المنهجية لبناء الاستبيان. ط٢. فلسطين: مطبعة أبناء الجراح.

حلوز، فاطمة، والضمور، هاني. (2012م). أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الاردنية"، دراسات العلوم الادارية، 30(1)، 47-64.

الزامل، أحمد، وجرادات، ناصر عريقات، وأحمد، فوطة، سحر. (2012م). تسويق الخدمات المصرفية. ط١. عمان: اثناء للنشر والتوزيع.

طواهير، عبد الجليل، والهوري، جمال. (2012م). محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الالكترونية باستعمال مقياس (NETQUAL) دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، (٢)، ٩٧-١٠٦.

عايش، محمد خليل. (2014م). العوامل المؤثرة على تقبل الطلبة للعمل على الشبكة اللاسلكية دراسة حالة الجامعة الإسلامية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

عبيدات، ذوقان، وعدس، عبد الرحمن، وعبد الحق، كايد. (2001م). البحث العلمي - مفهومه وأدواته وأساليبه. ط٣. عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.

العدواني، عبد الستار. (2012م). اختبار نموذج مطور عن نموذج ديلون وماكلين لقياس نجاح انظمة المعلومات الادارية، دراسة استطلاعية لأداء عينة من العاملين في بعض منظمات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. مجلة تنمية الراقدين، ٣٥ (١١٤)، ٢٤٩-٢٦٣.

الفقهاء، اعتدال عبد الله هملان. (2014م). جودة الموقع الإلكتروني والثقة الإلكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الاردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

ابو مغيصيب، ناجي أحمد. (2012م). العوامل المؤثرة على تقبل المدرسين للعمل على نظام مودل للتعليم الإلكتروني دراسة حالة الجامعة الإسلامية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

نجم، عبود نجم. (2010م). ادارة الجودة الشاملة في عصر الانترنت. ط ١. عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.

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

## ثانيا المراجع الاجنبية:

- Aggelidis, V. P. and P. D. Chatzoglou. (2012). Hospital information systems: Measuring end user computing satisfaction (EUCS). *Journal of biomedical informatics*, 45(3), 566-579.
- AL Athmay, A. A. A., et al. (2016). E-government adoption and user's satisfaction: an empirical investigation. *EuroMed Journal of Business*, 11(1), 57-83.
- Aluri, A. and L. Slevitch. (2011). An Exploratory Research to Formulate the Web-Customer Satisfaction in terms of Digital Business Model. Retrived on: 15 August, 2017. From: [https://www.researchgate.net/publication/266007106\\_An\\_Exploratory\\_Research\\_to\\_Formulate\\_the\\_Web-Customer\\_Satisfaction\\_in\\_terms\\_of\\_Digital\\_Business\\_Model](https://www.researchgate.net/publication/266007106_An_Exploratory_Research_to_Formulate_the_Web-Customer_Satisfaction_in_terms_of_Digital_Business_Model)
- Bharati, Pratyush, and Daniel Berg (2005). Service quality from the other side: Information systems management at Duquesne Light. *International Journal of Information Management*, 25( 4), 367-380
- Carlson, J. and O'Cass, A. (2010). Exploring the relationships between eservice equality, satisfaction, attitudes and behaviours in content-driven eservice web sites. *Journal of Services Marketing*, 24(2),112-127.
- Caruana, Albert (2000). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing* 36 (7/8), 811-828.
- Cullen, A. J. and M. Taylor. (2009). Critical success factors for B2B e-commerce use within the UK NHS pharmaceutical supply chain." *International Journal of Operations & Production Management*, 29 (11), 1156-1185.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60-95.
- DeLone, William H., and Ephraim R. McLean. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Jornal of Management Information System,s* 19( 4), 9-30.
- Fang, Y.-H., et al. (2011). Understanding customers' satisfaction and repurchase intentions: An integration of IS success model, trust, and justice. *Internet Research* 21,(4), 479-503.

- Ghaffari, A. (2015). The impact on the quality of the website to buy online customers. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 5 (11), 516-526.
- Hadji, B. and P. Degoulet. (2016). Information system end-user satisfaction and continuance intention: A unified modeling approach. *Journal of biomedical informatics*, (61), 185-193.
- Hamadi, C. (2010). *The Impact of Quality of Online Banking on Customer Commitment*. IBIMA Publishing.
- Hsu, C.-L., et al. (2011). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information Systems and e-Business Management* 10 (4), 549-570.
- Jessica Santos. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions"Managing Service Quality. *An International Journal*, 13(3), 233-246.
- Jing, G. and I. S. Yoo. (2013). An empirical study on the effect of e-service quality to satisfaction. *Journal of Management Sciences and Business Research*, 2(10), 25-31.
- Kassim, E. S., et al. (2012). Information system acceptance and user satisfaction: The mediating role of trust. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* (57), 412-418.
- Kotler, P., Armstrong, G., Tolba, A., Habib, A. (2011). *Principles Of Marketing- Arab World Edition*. Person Education Limited.
- Kotler.Philip, Dubois.Bernard. (2000). *Marketing Management*. (10<sup>th</sup> edition). Paris.
- Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen (2004). *Servicees marketing, People, Technology, Strategy*.(5<sup>th</sup> edition). USA: Pearson Education International.
- Moore, D., McCabe, G., Duckworth, W, Sclove, S. (2003). *The Practice of Business Statistics*. (2<sup>nd</sup> edition). New York: W. H. Freeman
- Ozen, G., Yaman, M. and Acar, G. (2012). Determination of the employment status of graduates of recreation department. *The Online Journal of Recreation and Sport*, 1( 2), 6-23.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. and Malhotra, A (2005). E-S-QUAL: A multipleitem scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 1-21.

- Park, C.-H. and Y.-G. Kim. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1), 16-29.
- Tsao, W.-C., et al. (2016). Intensifying online loyalty! The power of website quality and the perceived value of consumer/seller relationship. *Industrial Management & Data Systems*, 116 (9), 1987-2010.
- Wang, Y.-S., et al. (2001). An instrument for measuring customer satisfaction toward web sites that market digital products and services. *J. Electron. Commerce Res.* 2(3), 89-102.
- Yoo B. et Donthu N. (2001). Developing a scale to measure the perceived quality of Internet shopping sites. *Quarterly Journal of Electronic Commerce* 2(1), 31-47.
- Zamzuri, N. H., et al. (2011). The Role of Cognitive Styles in Influencing the users' Satisfaction on E-Learning System. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (67), 427-435.

الملاحق

ملحق (١):

اسماء السادة المحكمين

الرقم	الاسم	مكان العمل
1	د. سامي على سليمان أبو الروس	أستاذ مشارك إدارة الاعمال كلية التجارة - الجامعة الإسلامية
2	د. يوسف عبد عطيه بحر	أستاذ مشارك إدارة الاعمال كلية التجارة - الجامعة الإسلامية
3	د. أكرم إسماعيل حسن سمور	أستاذ مساعد إدارة الاعمال كلية التجارة - الجامعة الإسلامية
4	د. خالد عبد عبد السلام دهليز	أستاذ مساعد إدارة الاعمال كلية التجارة - الجامعة الإسلامية
5	د. ياسر عبد طه الشرفا	أستاذ مساعد إدارة الاعمال كلية التجارة - الجامعة الإسلامية
6	د. نافذ بركات	أستاذ الاحصاء وتحليل البيانات - الجامعة الإسلامية
7	د. نبيل مصباح الحلبي	أستاذ مشارك كلية العلوم قسم الكيمياء - الجامعة الإسلامية
8	د. مجدي سعيد عقل	أستاذ مساعد قسم تكنولوجيا التعليم كلية التربية - الجامعة الإسلامية
9	د. محمد ابو عودة	أستاذ مساعد قسم تكنولوجيا التعليم كلية التربية - الجامعة الإسلامية
10	السيد أحمد فتحي القدوة	مسئول قسم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - شركة أبناء أحمد القدوة

ملحق (٢):  
استبانة الدراسة

الجامعة الإسلامية غزة  
عمادة الدراسات العليا  
كلية التجارة - إدارة الأعمال

استبانة لمعرفة جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين

" دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة "

الأخ الفاضل ..الأخت الفاضلة..

يسعى الباحث في هذه الاستبانة إلى "التعرف على جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين " دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة "

يجري الباحث هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، ويهدف للتعرف على جودة الخدمات الالكترونية في موقع برق بلس وما مدى تأثيرها على الرضا لدى مستخدمي الموقع ولإيماننا العميق بأنكم خير مصدر للوصول إلى المعلومات المطلوبة، كونكم مستخدمين موقع برق بلس بشكل مباشر، ونعهد بكم الاهتمام والاستعداد الدائمين لمؤازرة الأبحاث العلمية، التي تخدم المجتمع وتطوره، لذا توجهنا إليكم لتعبئة هذه الاستبانة وكلنا أمل أن نجد التعاون المطلق من قبلكم.

علمًا أن حرصكم على تقديم المعلومات الكافية بدقة وموضوعية سيؤدي - بدون شك - إلى الوصول إلى أفضل النتائج لموضوع الدراسة، مما سيعود بالنفع والخير لما فيه مصلحة للشركة وهذا بالتأكيد سوف ينعكس على جودة الخدمات المقدمة لكم من خلال الموقع.

ملاحظة: البيانات التي يتم الحصول عليها منكم ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي ويراعى فيها السرية التامة،

الرجاء وضع علامة × في المربع المرتبط بإجابتك.

ونشكركم لحسن تعاونكم ،،،

الباحث: مؤمن عبد السميع الحلبي

إشراف

جوال: 0599422253

أ. د. يوسف حسين عاشور

معلومات عامة:

الجنس:	<input type="checkbox"/> ذكر	<input type="checkbox"/> أنثى			
العمر:	<input type="checkbox"/> ٢٠ عام أو أقل	<input type="checkbox"/> ٢١-٣٠ عام	<input type="checkbox"/> ٣١-٤٠ عام	<input type="checkbox"/> ٤١ عام فأكثر	
سنوات العمل على الموقع (برق بلس)	<input type="checkbox"/> عام أو أقل	<input type="checkbox"/> ١-٢ عام	<input type="checkbox"/> ٢-٣ عام	<input type="checkbox"/> أكثر من ٣ أعوام	
نوع الاشتراك بالموقع:	<input type="checkbox"/> مستخدم عادي	<input type="checkbox"/> موزع	<input type="checkbox"/> مسؤول (أمن)		
المؤهل العلمي:	<input type="checkbox"/> ثانوية عامة أو أقل	<input type="checkbox"/> دبلوم	<input type="checkbox"/> بكالوريوس أو أكثر		
نوع التخصص الجامعي:	<input type="checkbox"/> علمي	<input type="checkbox"/> أدبي			
عدد المرات التي استخدمت فيها موقع برق بلس خلال شهر:	<input type="checkbox"/> لم استخدم	<input type="checkbox"/> ١-١٠ مرات	<input type="checkbox"/> ١١-٢٠ مرة	<input type="checkbox"/> ٢١-٣٠ مرة	<input type="checkbox"/> ٣١ مرة فأكثر
هل سبق أن استخدمت برنامجًا مشابهًا أو برامج أخرى للخدمات الإلكترونية	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم			
اذكرها: _____					

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق جدًا	المحاور
<b>A. جودة النظام:</b>					
					[١] يعتبر عدد الخطوات المطلوبة للدخول لموقع برق بلس مناسبة.
					[٢] يستجيب موقع برق بلس بسرعة أثناء ساعات الضغط خلال العمل اليومي.
					[٣] تنفيذ عملية في موقع برق بلس تؤدي حتمًا إلى نتيجة متوقعة.
					[٤] تتبع الخطوات تسلسلاً منطقيًا المتبعة لإنجاز مهمة في موقع برق بلس.
					[٥] يتمتع موقع برق بلس بأدوات كافية لإدارة كافة الخدمات.
					[٦] يتمتع موقع برق بلس بالمرونة وتغييرات سلسلة وطبيعية ومنتوقعة للشاشات.
					[٧] يعتبر تنظيم العناصر على موقع برق بلس سهلًا و واضحًا.
<b>B. جودة المعلومات:</b>					
					[١] يمكن الحصول على المعلومات اللازمة من خلال موقع برق بلس في الوقت المناسب.
					[٢] تعتبر المعلومات الموجودة في موقع برق بلس مفيدة وذات صلة بعلمي.
					[٣] يعتبر تبادل المعلومات من خلال موقع برق بلس سريعًا ولا يوجد تأخير.
					[٤] يتم تحديث المعلومات بشكل مستمر وتلقائي.
					[٥] تعتبر المعلومات التي أحصل عليها من خلال موقع برق بلس ذات موثوقية عالية.
					[٦] أعتبر تكامل المعلومات التي يقدمها موقع برق بلس كافية لأداء عملي.
					[٧] تعتبر مخرجات المعلومات من موقع برق بلس واضحة ودقيقة.

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق جدًا	المحاور
<b>C. جودة الخدمة:</b>					
					[١] تعتبر الخدمة في موقع برق بلس متوفرة بشكل دائم دون أي انقطاع.
					[٢] يتمتع موقع برق بلس بواجهة تفاعلية حديثة وذات جاذبية للمستخدم.
					[٣] يتيح موقع بلس نوعًا من الخصوصية.
					[٤] يوفر موقع برق بلس كافة متطلبات الأمان.
					[٥] يقدم موقع برق بلس الحل الأمثل لما أطلب.
					[٦] يقدم موقع برق بلس خدمة سريعة لما أطلب.
					[٧] موقع برق بلس يعطيني اهتمامًا فرديًا ويراعي احتياجاتي الخاصة.
<b>D. الدعم الفني:</b>					
					[١] أتمكن من حل المشاكل التي تواجهني أثناء العمل على موقع برق بلس.
					[٢] طرق الاتصال والتواصل مع موظفي الدعم الفني مناسبة ومتعددة.
					[٣] يقدم الدعم الفني شرحًا واضحًا ووافيًا لحل المشاكل التي تواجهني.
					[٤] يقدم موقع برق بلس شرحًا واضحًا للعناصر الموجودة فيه وكيفية استخدامها.
					[٥] يوجد نظام إلكتروني للتبليغ عن المشاكل وحلها دون الحاجة للذهاب لمكان الدعم الفني.
<b>E. الاستخدام:</b>					
					[١] أقوم باستخدام موقع برق بلس في كثير من الأحيان.
					[٢] سوف أقوم باستخدام موقع برق بلس على أساس منتظم في المستقبل.
					[٣] أوصي الآخرين باستخدام موقع برق بلس.
					[٤] أشعر بمتعة التفاعل مع موقع برق بلس عند الاستخدام.

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق جداً	المحاور
<b>F. المنافع المتحققة من الموقع (الفوائد الإجمالية):</b>					
					[١] يعتبر استخدام موقع برق بلس مفيد لأداء أعماله.
					[٢] أجد في استخدام موقع برق بلس توفيراً للوقت والجهد.
					[٣] تعتبر تجربتي مع موقع برق بلس أفضل مما كنت أتوقع.
					[٤] أشعر بأن موقع برق بلس مهم لزيادة الدخل الخاص بي.
<b>G. الرضا:</b>					
					[١] أنا راضٍ عن أداء خدمة موقع برق بلس.
					[٢] كان قراري لاستخدام موقع برق بلس للخدمات الالكترونية حكيماً.
					[٣] تسرني تجربتي في استخدام موقع برق بلس.
					[٤] سوف أستمر باستخدام موقع برق بلس في المستقبل.

الرجاء كتابة أي مقترحات ترى أنها تساعد في تحسين أو تطوير الخدمات الالكترونية في موقع برق بلس وزيادة الرضا لدى المستخدمين:

---



---



---



---



---

شكراً لحسن تعاونكم

الباحث:

مؤمن عبد السميع الحلبي

