

تحسين الخدمات الإلكترونية بالاعتماد على معايير الجودة

أ/ بوراس نادية أ- جامعة تبسة
أ.د/ بوعشة مبارك جامعة قسنطينة

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على معايير تقويم جودة الخدمات الإلكترونية، ولتحقيق هذا الهدف تم توضيح أهم المفاهيم المتعلقة بمجال الخدمات الإلكترونية من جهة وجودة الخدمات من جهة ثانية، بعدها تم التوسع في مفهوم الخدمات الإلكترونية ومعايير تقويمها.

وخلصت الدراسة إلى أنه يمكن الاعتماد على مجموعة من المعايير لتقويم جودة الخدمات الإلكترونية يمكن إجمالها في ما يلي:

- معايير جودة الموقع الإلكتروني: وتشتمل سهولة استخدام الموقع، جودة التصميم والتنظيم.

- معايير جودة المعلومات: وتتعلق بمعايير البساطة، الاكتمال، الدقة والتحديث.

- معايير جودة خدمة العملاء: تضم معايير الاعتمادية، الميزات التفاعلية، الأداء الموثوق، الإستجابة، اللباقة، الاهتمام والقيمة المضافة.

- معايير الأمن والخصوصية.

الكلمات المفتاحية: الخدمات الإلكترونية، الجودة، الموقع الإلكتروني.

Abstract

This study aims to identify standards of quality electronic services rating, in order to achieve this goal we have clarified important concepts related to the field of electronic services from one side and the quality of services from another side, in addition to this the research includes an expansion of the concept of electronic services and their evaluation standards.

The study concluded that we could rely on some standards for evaluating the electronic services quality and it can be summarized as follows:

- Website quality standards: it includes standards relating on easily using the website, design and organization quality standards.

- Information quality standards: involves simplicity, completion, exactness and updating standards.

- Quality of customers service standards: includes reliability standards, interactive features, reliable and trusted performance, response, tact, attention and the added value.

- Privacy and security standards.

Key words: electronic services, quality, website.

مقدمة

تعد الثورة الصناعية العامل الأساسي في ظهور الاقتصاد الصناعي ووضع أسس التقدم التكنولوجي والبحث العلمي، بينما أدى تنامي الدور الاقتصادي للمعرفة وظهور ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى بروز اقتصاد المعرفة.

وفي ظلّ هذا التحوّل تزايدت أهمية قطاع الخدمات، إذ أصبح القطاع الأول الذي تعتمد عليه العديد من الدول المتقدمة في تحقيق القيمة المضافة ونتيجة لتطوّر هذا القطاع واقتترانه بالتطوّرات التي تعرفها تكنولوجيا المعلومات والاتصال برز ما يعرف بالخدمات الإلكترونية.

وبعد توجه العديد من المنظمات والحكومات نحو مفهوم الخدمات الإلكترونية، انصبّ الاهتمام على رفع نوعية هذه الخدمات والبحث عن أساليب تحسينها من خلال الاعتماد على مفاهيم الجودة ومعاييرها. مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيس والتساؤلات الفرعية كما يلي:

التساؤل الرئيس

ما مدى إمكانية الاعتماد على معايير تقويم جودة الخدمات لتحسين

الخدمات الإلكترونية ؟

التساؤلات الفرعية

- ما المقصود بالخدمات الإلكترونية ؟

- ما الخصائص التي تميّز الخدمات الإلكترونية عن غيرها من الخدمات؟

- في ما تتمثل معايير تقويم جودة الخدمات الإلكترونية ؟

فرضيات الدراسة

تم تقسيم فرضيات الدراسة إلى فرضية عامة وفرضيات جزئية.

الفرضية العامة

تشمل معايير جودة الخدمات الإلكترونية معايير جودة كل من الخدمات المقدّمة من جهة والموقع الإلكتروني أو الوسيط الإلكتروني الذي تقدم من خلاله من جهة أخرى.

الفرضيات الجزئية

- تتمثل الخدمات الإلكترونية في مختلف الخدمات التي يرتبط تقديمها بالوسائط الإلكترونية بشكل جزئي أو كلي.

- تتميّر الخدمات الإلكترونية في القدرة على الاستفادة منها في كلّ وقت ومن أي مكان وبأقلّ التكاليف.

- انطلاقاً من أبعاد جودة الخدمات يمكن تحديد معايير تقويم جودة الخدمات الإلكترونية.

أهمية الدراسة

تكتسي الدراسة أهميتها من خلال تناولها لأحد أبرز المواضيع المعاصرة وهي معايير تقويم جودة الخدمات ومدى إسهامها في تحسين نوعية الخدمات الإلكترونية المقدمّة من طرف مختلف المنظمات والأجهزة الحكومية، وهذا يرجع للأثر الهامّ الذي أحدثه التوجّه نحو تقديم الخدمات عبر الوسائط الإلكترونية سواء على المستويين الاجتماعي والاقتصادي من حيث:

- خفض التكاليف والوقت والجهد، سواء بالنسبة لمقدم الخدمة أو متلقيها.
- إتاحة المجال لمراعاة الظروف الخاصة للعملاء في العديد من الحالات.
- ربط الخدمات الإلكترونية بمفاهيم الجودة الذي يعدّ كذلك من المواضيع المحورية بالنسبة لمختلف المنظّمات.

وعليه أصبح من الضروريّ تحديد معايير واضحة يمكن من خلالها تقويم مستوى جودة الخدمات الإلكترونية، ممّا يكون له الدور البارز في تحسين هذه الخدمات وتقديمها في أفضل مستوى.

أولاً: الخدمات الإلكترونية

لقد تطوّرت أساليب تقديم الخدمات ليصبح التعامل بين مقدّم الخدمة و متلقيها يتمّ عن بعدٍ من خلال شبكة الانترنت والأجهزة الذكية، إذ تعدّ الخدمات الإلكترونية شكلاً جديداً من الخدمات، إلا أنّها تختلف عنها في العديد من الخصائص.

1- تعريف الخدمات الإلكترونية.

من بين التعريفات الواردة لتحديد مفهومها ما يلي:
الخدمات الإلكترونية تعرف بـ: "تلك الخدمات التي تقدم من خلال الاتصال الإلكتروني بين مقدم الخدمة والمستفيد منها"⁽¹⁾.
وتعرف أيضاً بأنها: "إجراء الكثير من المعاملات كلياً أو جزئياً عبر الانترنت"⁽²⁾.

ويرى كلٌّ من ريست ولمو (Rust et Lemon,2001) أن الخدمات الإلكترونية تعرف في إطارها الواسع على أنها: "تنطوي على تقديم خدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية مثل الانترنت"⁽³⁾.

كم ينظر للخدمات الإلكترونية - سواء كانت في شكل التعليم الإلكتروني أو البنوك الإلكترونية أو الحكومة الإلكترونية- بأنها: "تقديم الخدمات للجمهور بهدف تيسير الأعمال وحفظ الوقت واستثماره وتحقيق رضا الجمهور ومواكبة التطور العلمي والبحث عن القيمة المضافة والجودة العالية"⁽⁴⁾.

مع الإشارة إلى أنّ الخدمات الإلكترونية ممارسات لا تحقق بذاتها

تحسين الخدمات الإلكترونية بالاعتماد على معايير الجودة ————— ا.د. /بوعشة مبارك - اناذية بوراس

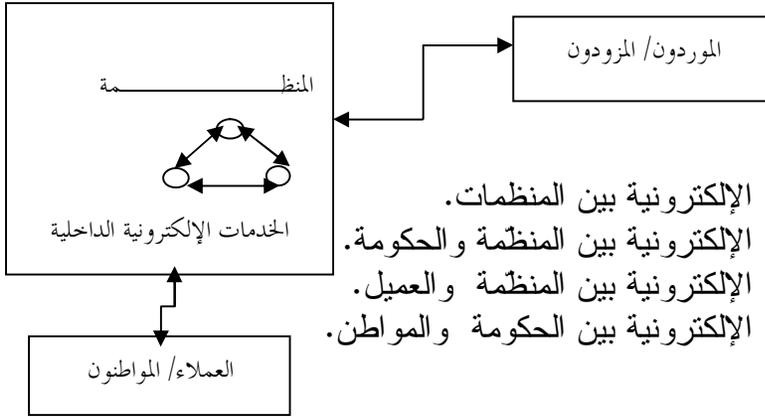
المفهوم الدقيق لإنتاج المعرفة، ومن ثم تحقيق الثروة المادية، بينما يقوم اقتصاد المعرفة على مبدأ إنتاج المعرفة بهدف تحويلها لسلع وخدمات لتحقيق الثروة والمنافع الاقتصادية الأخرى⁽⁵⁾.

وبالتالي يمكن القول أنّ كل الخدمات التي تقدم بشكل إلكتروني خاصة عبر الانترنت تعدّ خدمات إلكترونية، وفي إطارها يمكن أن تتم كل التعاملات عن بعد، كما يمكن أن يتم التعامل عن بعد بشكل جزئي، أي في بعض الإجراءات دون الأخرى، وهذا بهدف الاقتصاد في الوقت، الجهد، التكاليف وتحقيق رضا العميل.

2- مجال الخدمات الإلكترونية

يمكن تحديد مجال الخدمات الإلكترونية من خلال الشكل التالي :

شكل رقم (1): مجال الخدمات الإلكترونية



- الخدمات الإلكترونية بين المنظمات.
- الخدمات الإلكترونية بين المنظمة والحكومة.
- الخدمات الإلكترونية بين المنظمة والعميل.
- الخدمات الإلكترونية بين الحكومة والمواطن.

المصدر: بشير العلق، مرجع سابق، ص: 65.

يبين الشكل أنّ المنظمة سواء كانت في القطاع العام أو الخاص تتفاعل مع عملائها أو مواطنيها من خلال القناة النازلة، بينما تتفاعل مع مورديها أو مزوديها من خلال القناة الصاعدة، وتتضمن الأنواع المختلفة من التفاعلات جميع أو جزء من النشاطات التالية:⁽⁶⁾

- التبادلات التفاعلية المستندة للمعلومات.
 - تفاعلات التفاوض.
 - تدفقات الترويج.
 - تدفقات السلع و الخدمات.
- وتتضمن الخدمات الإلكترونية جميع هذه التفاعلات والتدفقات باستثناء المنتج المادي وانتقاله في كلتا القناتين النازلة والصاعدة، فالخدمات

الإلكترونية في القناة النازلة تتضمن عدّة مفاهيم، من بينها إدارة العلاقات مع العميل أو المواطن، رعاية العميل، الترويج للمنتج وهي تهدف إلى زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف، أمّا في القناة الصاعدة فإنّ الخدمة الإلكترونية تتضمن عدّة نشاطات لها علاقة بالموردين، مصادر التموين، مراكز التدريب وتهدف إلى تحسين الخدمة المقدّمة للعملاء وتوسيع السوق⁽⁷⁾.
وعليه فإنّ مجال الخدمات الإلكترونية يتمثل في الخدمات الإلكترونية التي تتمّ ما بين المنظمة نفسها، والمنظمة وعملائها ومورديها، وما بين الحكومة وجمهورها.

3- خصائص الخدمات الإلكترونية

تشير العديد من الدراسات أنّ أهمّ الخصائص المميّزة للخدمات الإلكترونية هي القدرة على الوصول والتتبيه وسرعة التحديث، حيث أنّ التطور السريع الذي تعرفه تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة بالنسبة للهواتف النقالة، وطّد العلاقة بين المنظمات المقدمة للخدمات والعملاء.

وتقر بحوث ودراسات ميدانية لكلّ من بلو وبولتون ولايتمان (Blue 2000, Bolton et al 2002, Lightman 2000) أنّ مثل هذه الخصائص تُسهم بشكل كبير في توفير الوقت والمال والجهد بالنسبة لكافة أطراف التبادل خاصة العميل، فلها دوراً فعالاً في إيجاد حلول ترضي العملاء وتكرّس ولائهم لمقدم الخدمة⁽⁸⁾.

3-1- القدرة على الوصول

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

- سهولة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتبادلات التجارية والمنتجات والخدمات التي يمكن الاستفادة منها⁽⁹⁾.
- إمكانية الوصول إلى قواعد البيانات وفهارس المكتبات، وقراءة المطبوعات والكتب الإلكترونية والإعلانات⁽¹⁰⁾.
- إرسال العملاء معلومات حول اهتماماتهم بسلعة أو خدمة ما، وبالتالي تستطيع المؤسسات الاستفادة من التغذية العكسية وبحوث السوق.
- متابعة العملاء لمشترياتهم ووضعهم المادي وحساباتهم.
- البحث عن حلول ممكنة جديدة لأيّ مشكلة تواجههم والحصول على إجابات لتساؤلاتهم حول مختلف المسائل.

تحسين الخدمات الالكترونية بالاعتماد على معايير الجودة ——— ا.د/ بوعشة مبارك - ا.نادية بوراس

- المشاركة والانخراط في المجتمعات الافتراضية لإيجاد سوق للسلع والخدمات، أو لتسويق منتجاتهم وخدماتهم.
- توفير الوقت للبيع والشراء وإعادة الطلب.

3-2- القدرة على التنبيه

أي القدرة على توفير المعلومات المطلوبة أو التفاعل المنشود في الوقت المناسب تماما، وهذا من أجل تقادي شيء سلبي أو الانتفاع من شيء إيجابي، والتنبيه لوجود أشياء جديدة ينبغي الاهتمام بها، وتعود الآثار الإيجابية لهذه الخاصية على المنظمة والعملاء.

وهذه الخاصية تتطلب وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، برامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، توفر أداة بحث داخل محتوى الموقع، أدوات اتصال وتغذية راجعية بين المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة، الاتصال من خلال البريد الالكتروني أو نماذج التقييم ونحوه والمقدرة على متابعة الطلبات ومعرفة أين وصلت ؟

3-3- سرعة التحديث

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

كما يعبر عن هذه الخاصية بمدى حداثة المعلومات على الموقع، عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة ووجود تاريخ آخر تحديث⁽¹¹⁾.

ثانياً: جودة الخدمات

بعد التطور الكبير الذي حققه القطاع الصناعي في العديد من الدول المتقدمة، وعلى رأسها اليابان، الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا نتيجة تبني مفاهيم الجودة التي نادى بها إدوارد ديمينغ (Adwards Deming)، اتجهت العديد من المؤسسات الخدمية لتبني هذا المفهوم وتطبيقه على خدماتها.

1- مفهوم جودة الخدمات

تعرف جودة الخدمات بأنها : "حصول العملاء على خدمات أفضل مما كانوا يتوقعون"⁽¹²⁾.

وتعرف كذلك بـ: "مدى تطابق ما تقدمه الخدمة للمستهلك في ظل توقعاته مما يفترض أن يحصل عليه منها"⁽¹³⁾.

ويتبنّى العديد من الباحثين المتخصّصين من بينهم تايلور وكرونين (Taylor et Cronin) المفهوم الأتي: "جودة الخدمات هي المحدد الرئيس لرضا الزبون أو عدم رضاه"⁽¹⁴⁾.

كما يعرفها ويليمسون (williamson) بأنّها: "قياس المستوى الحقيقي للخدمة المقدمة مع بذل الجهود اللازمة لتعديل مستوى هذه الخدمة، وذلك بناء على نتائج قياس مستوى هذه الخدمة"⁽¹⁵⁾.

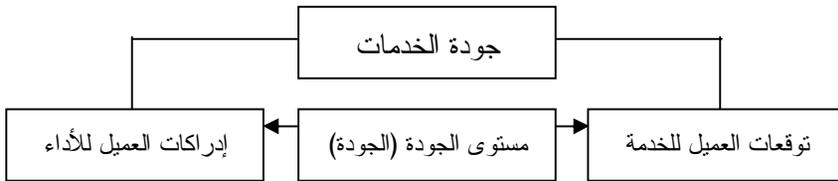
وتشير تعريفات حديثة لجودة الخدمات على أنها: "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقّعات الزبائن لهذه الخدمة"⁽¹⁶⁾.

كما يمكن اعتبار أنّ العاملين هم مصدر من مصادر الجودة الداخلية (جودة المطابقة للمواصفات أو الاستعداد لتقديم الخدمة حسب مستوى الإعداد المسبق)، والعملاء هم الذين يحدّدون الجودة الخارجية (جودة الملائمة للغرض واحتياجات وتوقّعات العميل)⁽¹⁷⁾.

وعليه يمكن تعريف جودة الخدمات بأنّها مدى مطابقة الأداء الفعلي للخدمة مع توقّعات العملاء (العميل الخارجي) ومدى رضاهم عليها، وهذا يتحقّق من خلال مطابقة الخدمة للمواصفات الموضوعّة لها مسبقاً والتي أخذت بعين الاعتبار رغبات وحاجات وتوقّعات العملاء، كما يتضمّن مفهوم جودة الخدمات تحقيق رضا العميل الداخلي للمنظمة المتمثل في العاملين مع رفع جودة المدخلات والعمليات.

وتتحدّد جودة الخدمات بمستوى إدراك العميل لجودة الخدمات المقدّمة⁽¹⁸⁾، ويمكن توضيحها وفق الشكل الموالي :

شكل رقم (2) : جودة الخدمات



المصدر : قاسم نايف، مرجع سابق، ص:90.

إذن مستوى جودة الخدمات يتحدّد بمدى تقارب إدراك العميل للأداء الفعلي مع توقّعاته بالنسبة للخدمة، ويمكن تمييز ثلاثة مستويات لجودة الخدمات هي: ⁽¹⁹⁾

- **الخدمة العادية:** وهي تلك الخدمة التي تتحقّق عندما يتساوى إدراك العميل لأداء الخدمة مع توقّعاته المسبقة عنها.
- **الخدمة الرديئة:** وهي تلك الخدمة التي تتحقّق عندما يتدنّى الأداء الفعلي للخدمة عن مستويات التوقّعات بالنسبة لها.

- **الخدمة المتميزة:** وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي للخدمة توقعات العملاء بالنسبة لها.

2- **أبعاد جودة الخدمات .**

تمكّن كلٌّ من كنود وشونبارغار (Knod et Schonberger,2001) وهايزر وروندار (Heizer et Render,2004) من وضع عشرة أبعاد تقاس من خلالها جودة الخدمات بناءً على ما تتمتع به الخدمات من خصائص هي: الاعتمادية، الإستجابة، الكفاية، المقدرة، الأهلية، إمكانية الوصول للخدمة، الموثوقية أو المصدقية، الأمان، الإتصال، فهم العميل، الملموسية والتعامل⁽²⁰⁾.

2-1- **الاعتمادية (المعولية):** تتضمن الاتساق في الأداء وتقديم الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى، حيث يمكن أن يعتمد عليها، وبذلك توفي المنظمة بوعودها.

2-2- **الإستجابة:** تتجسّد في رغبة وجاهزية العاملين لتقديم الخدمة، وكذلك القدرة على تلبية الاحتياجات الجديدة أو الطارئة للعملاء من خلال المرونة في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة.

2-3- **الجدارة (الكفاية والمقدرة والأهلية):** وتعكس مستوى الجدارة التي يتمتع بها القائمون على تقديم الخدمة من حيث المهارات، القدرات التحليلية، الإستنتاجية والمعارف التي تمكّنهم من أداء مهامهم بشكل أمثل، إضافة إلى الكفاءات العلمية⁽²¹⁾.

2-4- **الوصول للخدمة:** تتضمّن سهولة الوصول، سهولة الاتصال، وكلّ ما من شأنه أن ييسّر الحصول على الخدمة، والتي منها ملاءمة ساعات العمل وموقع المنظمة وكذلك توفر عدد مناسب من منافذ الخدمة.

2-5- **المصدقية:** وتعني مدى الالتزام بالمواعيد التي تقدّمها الإدارة للعملاء فيما يخص الخدمات المقدمة وتحسينها، مما ينتج عليه ثقة متبادلة بينهما.

2-6- **الأمان:** ويقصد به التحرّر من الخطر والشك⁽²²⁾، أي خلوّ المعاملات مع المنظمة من الشك والمخاطرة.

2-7- **الاتصال:** أي وجود قنوات اتصال واضحة وإجراءات لنقل المعلومات من العملاء إلى الإدارة حول الاقتراحات والاعتراضات المقدّمة لإجراء التعديلات المطلوبة، وإبلاغ العملاء عن أسباب التغيير في الخدمة المطلوبة وباللغة التي يفهمونها.

2-8- **درجة فهم مقدم الخدمة للعميل:** ويعكس هذا البعد الجهد المبذول للتعرف على احتياجات العميل ومواءمة الخدمة لها، إضافة إلى توفير مجال للاهتمام الشخصي به وسهولة التعرف عليه وفهم متطلباته الخاصة.

2-9- الأشياء الملموسة: يعكس هذا البعد الجوانب المادية للخدمة⁽²³⁾، فغالبا ما يؤثر على تقييم العميل لجودة الخدمة شكل التسهيلات المادية من معدات وأجهزة وأفراد ووسائل الاتصال التابعة لمقدم الخدمة.

2-10- اللباقة (التعامل): وتعني أن يكون مقدّم الخدمة على قدر من الاحترام والآداب، وأن يتسم بالمعاملة الودية مع العملاء، فهذا البعد يشير إلى الصداقة، الاحترام والودّ بين مقدّم الخدمة والعميل.

فالملاحظ أنّ هذه الأبعاد العشرة التي يعتمدها العميل لتقييم جودة الخدمات ليست بالضرورة مستقلة عن بعضها البعض، بل أنّ بعضها متداخل في ما بينه، وأحيانا يكمل بعضه بعضاً.

وقد قامت دراسات متلاحقة بتلخيص هذه الأبعاد العشرة في خمسة أبعاد، أطلق عليها نموذج جودة الخدمات، ووفقه تتحدد أبعاد جودة الخدمات في الأبعاد الرئيسية الآتية: الاعتمادية، الاستجابة، اللباقة، الأمان والملموسية⁽²⁴⁾.

ولقد أثبتت دراسات في هذا المجال أنّه رغم أهمية هذه الأبعاد الخمسة، إلا أنّها تختلف من حيث الوزن النسبي من عميل إلى آخر ومن منظمة إلى أخرى، ويحتلُّ البعد الخاص بالاعتمادية في جميع الأحوال المرتبة الأولى كأهم بعدٍ، بغض النظر عن طبيعة الخدمة، وقد رأى كوتلر (Kotler) بأنّ الأهمية النسبية للأبعاد التي يحكم بها العميل على جودة الخدمات هي: 32% بالنسبة لبعد الاعتمادية، 22% بالنسبة لبعد الاستجابة، 19% لبعد الأمان، 16% لبعد اللباقة و11% بالنسبة لبعد الملموسية⁽²⁵⁾.

3- معايير تقويم جودة الخدمات

ترتبط أغلب معايير تقويم جودة الخدمات بالسمات التي لا يمكن قياسها كمياً ويمكن التعبير عنها بـ: جيّد أو رديء، مناسب أو غير مناسب...إلى آخر، ويمكن تحديد معايير تقويم جودة الخدمات من خلال ما يلي:

3-1- **جودة التصميم:** تتمثل في بعض الخصائص الملموسة وغير الملموسة في تصميم الخدمة وتحديد مواصفات وطرق إنجاز أفضل وأكثر دقة⁽²⁶⁾.

3-2- **جودة مطابقة المواصفات:** تعتمد على ملاحظة الأداء المنجز ومقارنته بالمواصفات المراد تحقيقها، إضافة إلى التطابق بين قدرات المنظمة ومجموع المواصفات الموضوع للخدمة مما يؤدي إلى الوصول إلى جودة مطابقة.

3-3- جودة الأداء: ترتبط بشكل مباشر بقدرة الخدمة على القيام بالوظيفة المتوقعة منها، بالتالي يرتبط مباشرة ببعد الاعتمادية والجدارة، وجودة الأداء عادة ما تكون مرتبطة بجودة التصميم التي يتم تحديدها، فلا يمكن عمليا أن تكون جودة الأداء أفضل من مستوى جودة التصميم⁽²⁷⁾.

3-4- الملائمة للاستخدام: يُعدُّ مفهوم الملائمة للاستخدام أو الاستعمال من أكثر المفاهيم الشائعة في إعطاء صورة واضحة لجودة الخدمة، فمعياري الملائمة للاستخدام يتحقق من خلال انسجام العمليات التي تتم داخل المنظمة مع رغبات وحاجات العملاء، عن طريق الدقة التي التصميم ودقة الأداء وبالتالي دقة المطابقة بين المتطلبات والأداء⁽²⁸⁾.

3-5- درجة استقرار المواصفات: إنَّ الخدمات المقدّمة يجب أن تتميز بثبات واستقرار مواصفات الجودة فيها حيث أنَّ العميل غالبا ما تلتصق أفق تعامله مع الخدمة في حدود تلك المواصفات، وهذا لا يعني عدم التطوير والتحسين، بل إنَّ المرونة التي تتسم بها تلك المواصفات تتسجم مع التغيرات أو التطورات في أذواق واتجاهات العملاء⁽²⁹⁾.

ثالثا: جودة الخدمات الإلكترونية

سيتم الاعتماد على أبعاد ومعايير تقويم جودة الخدمات من أجل قياس وتحسين جودة الخدمات الإلكترونية، مع مراعاة خصوصية مثل هذا النوع من الخدمات.

1- مفهوم جودة الخدمات الإلكترونية

تعرف جودة الخدمات الإلكترونية على أنها: "تحقيق كفاءة التنقل على الشبكة وزيادة حجم البيانات المقدّمة مع المحافظة على السلوك المتسق للخصائص"⁽³⁰⁾.

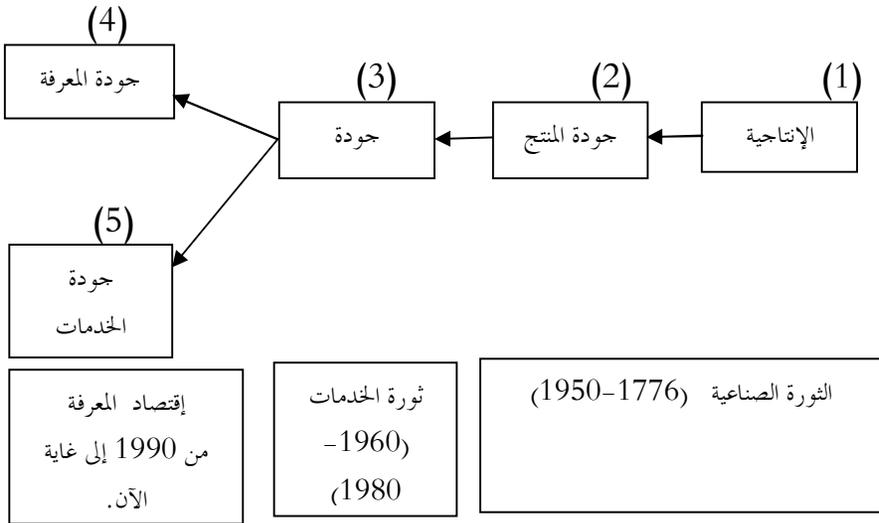
وتعرف أيضا بأنها: "محاولة ملاءمة تخصيص موارد الشبكة لخصائص تدفقات البيانات المعينة"⁽³¹⁾.

ويرى كلٌّ من زايتامل وبارسرمان وبيري (Zaithaml et Barsrman et Berri, 2002) أنَّ جودة الخدمات الإلكترونية هي: "درجة تسهيل موقع ويب لعمليات التخزين، الشراء والتسليم للمنتجات أو الخدمات"⁽³²⁾.

وعليه يمكن القول أنَّ جودة الخدمات الإلكترونية تتعلق بكل ما من شأنه تحقيق رضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية المقدّمة لهم ومدى مطابقتها لتوقعاتهم، وتبرز هنا أهمية جودة الموقع الإلكترونية الذي يمكن من خلاله الوصول إلى أغلب الخدمات الإلكترونية.

وتعد جودة الخدمات الإلكترونية الشكل الأخير لتطور مجالات واهتمامات سياسات وجهود تطوير وتحسين الجودة والشكل الموالي يوضح هذا التطور.

الشكل رقم(3): التطور نحو جودة المعرفة وجودة الخدمات الإلكترونية



المصدر: نجم عبود نجم وباسم المبيضين، مرجع سابق، ص:13.

يُظهِرُ الشكلُ السَّابِقُ أنَّ مفهومَ الجودةِ في مراحلهِ الأولى كان يركِّزُ على جودة السلع، لينتقل بعدها لجودة الخدمات ومنذ التسعينات من القرن العشرين أخذ التطور اتجاهين متداخلين هما: اتجاه التطور نحو جودة المعلومات والمعرفة واتجاه نحو جودة الخدمات الإلكترونية، تزامن هذا مع ظهور ما يعرف بثورة الخدمات والتحول لاقتصاد المعرفة.

ويقترن مفهوم جودة الخدمات الإلكترونية مع تطور الاستخدامات المختلفة للانترنت وغيرها من الشبكات، إذ أصبح بالإمكان التفاعل المباشر والآني ومن كل مكان وفي كل وقت مع العميل الداخلي والخارجي للمنظمة بكفاءة عالية، وذلك عن طريق الشبكة الداخلية (Intranet) مع العاملين في المنظمة، ومع العميل الإلكتروني الذي أصبح شريكا من شركاء المنظمة يرتبط بها من خلال الشبكة الخارجية (Extranet) أو من خلال الانترنت ليتفاعل معها في كل ما يفكر به أو يريده.

2- أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية

إنَّ الخدمات الإلكترونية هي خدمات شأنها شأن الخدمات التقليدية مع فارق أساسي وهو أنَّها خدمات على الشبكة، لهذا فإنَّ العديد من أبعاد تقويم جودة الخدمات في البيئة المادية تكون مؤثرة بدرجة كبيرة في البيئة الافتراضية والجدول التالي يوضِّح أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية:

جدول رقم(2) : أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية

المؤلف	أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية
دابهلكار (Dabholka,1996)	- تصميم موقع الواب، الموثوقية، التقديم، سهولة الاستعمال، المتعة والرقابة.
زيثامل وآخرون (Ziethaml et al,2000-2002)	- الكفاءة، الموثوقية، الأداء، الخصوصية، الاستجابة، التعويض، الاتصال، الأمن والتزويد.
يانج (Yang,2001)	- تصميم موقع الواب، الأمن والمعلومات.
ماسو ومادو (Macu et Madu,2002)	- الأداء، السمات، الهيكل، الجمالية، الموثوقية، قابلية الخدمة، الأمن، سلامة النظام، الثقة، الاستجابة، تميز وشخصنة الخدمة، سياسة عرض الواب، السمعة، الضمان والتعاطف.
لويكونو وآخرون (Loiacono et al,2002)	- المعلومات، التفاعلية، الثقة، وقت الاستجابة، تصميم موقع الواب، التدفق، الإبتكارية، الاتصالات المتكاملة والاستدامة.
يانج و جون (Yang et Jun,2002)	- تصميم موقع الواب، الأمن، الموثوقية، الاستجابة، قابلية الوصول والزبونية.
فيلد وآخرون (Field et al,2004)	- تصميم موقع الواب، الموثوقية، الأمن وخدمة الزبون.
كيم وستويل (Kim et Stoel,2004)	- مظهر الواب، التسلية، المعلومات، القدرة على الصفقات، الاستجابة والثقة.
لونج وماكميلون (Long et McMellon,2004)	- الملووسية، الموثوقية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، الاتصالات والتزويد.
جوناريس وآخرون (Gounaris et al,2005)	- تصميم موقع الواب، المعلومات، الثقة، الاستجابة والشهرة.
إكسياوني وبريبوتوك (Xiaoni et Prybutok,2005)	- مراعاة الفروق الفردية، ملاءمة الخدمة، جودة الموقع، المخاطرة، الرضا الإلكتروني والقصد أو الغرض.

المصدر: نجم عبود نجم وباسم المبيضين، مرجع سابق، ص ص:14-15.

من خلال الجدول السابق ، يتضح أن أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية متعددة، لكن مما سبق التعرض إليه تبين أن الأهمية النسبية لهذه الأبعاد تختلف حسب طبيعة المنظمة والخدمات المقدمة، ويمكن جمعها في الأبعاد الأساسية الآتية: الأبعاد المتعلقة بالموقع الإلكتروني، الأبعاد المرتبطة بالمعلومات التي يتضمنها، الأبعاد التي تهدف إلى خدمة العملاء والأبعاد المتعلقة بالأمن والخصوصية.

رابعاً: تقويم جودة الخدمات الإلكترونية

يعدّ مفهوم جودة الخدمة عامة وجودة الخدمات الإلكترونية خاصة حديث العهد، فما قبل عام 1985 م، لم يكن هناك إلا عدداً محدوداً من الدراسات التي تناولت مفاهيم جودة الخدمة وأبعادها دون التطرّق إلى أساليب قياسها وتقييمها، حيث تنسب أول محاولة لقياس جودة الخدمات إلى كلّ من باراسيرمان وزيلمال وبيري (Parasuraman et Zeithmal et Berry)؛ حيث تمكنوا من تصميم مقياسهم الشهير "Servqual" لقياس ما يعرف بالفجوات الخمس لجودة الخدمة، والذي استحوذ على قبول وتأييد معظم الباحثين بسبب صدقته وإمكانية تطبيقه عملياً للوصول إلى قياس الفجوة ما بين توقعات العملاء لجودة الخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي للخدمة التي يحصلون عليها، ولقد حاول الكثير من الباحثين تكييف مقياس "Servqual" مع المواقع الإلكترونية⁽³³⁾.

ومن خلال دراسات كلّ من باراسيرمان وزيلمال (Parasuraman et Zeithmal, 2002)، يتبيّن أنّ مفهوم جودة الخدمة الإلكترونية يحتوي على بعدين: البعد النفسي والتمثّل في درجة التسهيل، والبعد العاطفي المتمثّل في مجمل العواطف والأحاسيس التي يشعر بها مستخدم الانترنت عند زيارته للمواقع⁽³⁴⁾.

وحدّد بروسل (Bressolles) صاحب مقياس جودة الخدمة الإلكترونية "Netqual" خمسة أبعاد لتقويم الخدمات الإلكترونية هي: سهولة الاستخدام (الاستكشاف و البحث عن المعلومات)، جدوى مقدم الخدمة (احترام الالتزامات)، تصميم الموقع (القدرة على الإبداع والتفاعلية)، الأمن والسرية (الثقة واحترام الحياة الشخصية) وجودة المعلومة (الدقة، الجدوى، التفصيل)⁽³⁵⁾. من خلال ما سبق، يتبين أنّ معايير تقويم جودة الخدمات الإلكترونية تعتمد بالدرجة الأولى على أبعاد جودة الخدمات خاصة الإلكترونية منها، ومنه يمكن اقتراح معايير تقويم جودة الخدمات الإلكترونية كما يلي:

1- معايير جودة الموقع الإلكتروني

أكدت عدة دراسات أنّ لجودة الموقع الإلكتروني أثراً بالغاً على إقبال العملاء على الخدمات الإلكترونية⁽³⁶⁾، ويمكن الاعتماد في تقويم جودة الموقع الإلكتروني على عدّة معايير من بينها ما يلي:

1-1- سهولة استخدام الموقع

يقيس هذا المعيار سهولة استخدام الموقع وفهمه والتعامل معه، ويحتوي على المؤشرات الآتية: توافر خريطة للموقع على الموقع الإلكتروني للجهة مقدمة الخدمة للوصول إلى الخدمة الإلكترونية بسهولة، سهولة إيجاد الخدمة

الإلكترونية باستخدام خيار البحث، سهولة الوصول إلى الخدمة الإلكترونية من الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني للجهة مقدمة الخدمة، موقع ثابت لخدمة البحث متوفر في جميع الصفحات، وجود شروط وأحكام الاستخدام، سهولة تذكر الرابط إلى الخدمة الإلكترونية وتناقله، توافر الخدمة الإلكترونية بأكثر من لغة وتوافر أكثر من قناة إلكترونية لتقديم الخدمة⁽³⁷⁾.

1-2- جودة التصميم

يرى كلٌّ من لاو وغراوال (Law et Grewal,2000) أن تصميم الموقع الإلكتروني يؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمة ، وبالتالي على ولاء العملاء⁽³⁸⁾، ويتعلق معيار جودة التصميم بالصفات المرئية في تصميم الموقع الإلكتروني لجذب المستخدمين لزيارة الموقع، ومن ثم المكوث أطول فترة ممكنة داخل الموقع، وأخيراً تكرار زيارته مرّات أخرى مستقبلاً. يمكن إجمال مؤشرات جودة التصميم في:⁽³⁹⁾

- **الاجاذبية:** جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم والجمال في الصور والحركات.
- **الملاءمة:** ملائمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع.
- **اللون:** يُنصح باستخدام الألوان الفاتحة وعدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أيّ صفحة من صفحات الموقع.
- **ملفات الفيديو والصوت والصورة:** يفضل استخدام أقلّ عدد ممكن منها، وأن يكون حجمها صغيراً، بحيث لا تؤثر على سرعة تحميل الصفحة، بالإضافة إلى استخدام النصوص المصاحبة لها لمعرفة موضوعها في حالة صعوبة تحميلها.
- **النص:** يفضل استخدام خطّ واحد سهل القراءة وبحجم واحد ومناسب وبنفس النوع في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية، مع وجود فراغات واضحة بين الفقرات.

1-3- جودة التنظيم

يهتم هذا المعيار بهيكلية الموقع الإلكتروني وطريقة تقسيم الخدمات التي يقدمها لتوفير طريقة سهلة لتصفح الموقع بهدف مساعدة المستخدم للوصول للمعلومة المطلوبة بسرعة، بحيث يشعر بالراحة خلال زيارته للموقع.

يمكن إجمال مؤشرات جودة التنظيم بما يأتي:

- **الفهرس:** احتواء الموقع على فهرس لجميع صفحات الموقع.

- **خريطة الموقع:** توفر خريطة مناسبة للموقع ووصلات في كل صفحة لسهولة التصفح.
- **الروابط:** وجود روابط المساعدة في كل صفحة للانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح.
- **الشعار:** وجود شعار الجهة المقدمة للخدمة في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.
- **الاتساق:** توافق جميع الصفحات في طريقة عرضها.

2- معايير جودة المعلومات

إنّ الكم الهائل للمعلومات المتاحة على شبكة الانترنت يوجب الاهتمام بجودة محتوى المواقع الإلكترونية، ويمكن تقويم جودة المعلومات من خلال المعايير التالية:

2-1- البساطة

من المهمّ أن يتميّز الموقع الإلكتروني ببساطة إجراءات تقديم الخدمات وهذا من خلال تبيين اسم الخدمة الإلكترونية الذي يجب أن يكون مفهوماً ومعبراً بشكل مباشر عن طبيعة الخدمة، توضيح كافة الخطوات مع التفاصيل خلال عملية تنفيذ وتقديم الخدمة الإلكترونية، توفير وصف واضح للوثائق والخطوات اللازمة لإتمام الخدمة الإلكترونية ويجب أن تكون رسائل الخطأ الصادرة واضحة وموجزة وسهلة الفهم⁽⁴⁰⁾.

2-2- الاكتمال

من الضروري الاهتمام بالإجراءات التكميلية المساعدة للاستفادة من الخدمات المقدمة وهي تتطلب: تُلخيص إجراء تسجيل المستخدم قبل استخدام الخدمة بوضوح إذا كان هذا ضرورياً، تقديم وصف مفصل لإجراءات الدفع الإلكتروني أو اليدوي، ذكر الفترة الزمنية المتوقعة ما بين تنفيذ الخدمة والحصول على النتائج، إيضاح العملاء المستهدفين بتلقي الخدمة، ذكر كافة التعليمات المطلوبة لملء الاستمارات الإلكترونية، في حال اكتمال الخدمة، يتلقى المستخدم رسالة واضحة، مفهومة ومفيدة⁽⁴¹⁾.

2-3- الدقة

يعد هذا المعيار من المعايير الأساسية لقياس جودة الخدمات الإلكترونية ويتضمن: مدى صحة المعلومات المقدمة للعملاء من خلال الموقع الإلكتروني، إمكانية الوثوق بدقة المعلومات لإتخاذ قرارات صائبة من طرف العملاء، الدقة في التعامل مع العملاء والإجراءات المتعلقة بتقديم الخدمات الإلكترونية والموضوعية في عرض المعلومات دون أي تحيز⁽⁴²⁾.

2-4- التحديث

من بين العوامل المؤثرة على جودة الخدمات الإلكترونية مدى حداثة المعلومات المتعلقة بها، وعليه يمكن قياس جودة الخدمات الإلكترونية من خلال: تحديث المعلومات على الموقع مع تحديد تاريخ التحديث الأخير⁽⁴³⁾، قياس عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة⁽⁴⁴⁾.

3- معايير جودة خدمة العملاء

إنّ الهدف الأساس من تقديم الخدمات الإلكترونية هو خدمة العملاء، وبالتالي تعدّ أهمّ معايير تقييم جودة الخدمات الإلكترونية هي المعايير المتعلقة بجودة خدمة العملاء أهمها:

3-1- الاعتمادية

يعد معيار الاعتمادية من أهم معايير جودة الخدمات، إذ من خلاله يتم قياس مدى أداء الخدمة بدقة بشكل يمكن للعميل الاعتماد عليها⁽⁴⁵⁾.

يحتوي هذا المعيار على ما يلي: مناسبة عنوان وخصائص الموقع للخدمات التي يقدمها، سرعة تحميل الموقع وإمكانية تصفح الموقع بأكثر من متصفح، عمل الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع شاشات مختلفة، احتواء الموقع على أقلّ عدد ممكن من الإعلانات لتفادي تحميل الصفحات لفترات طويلة، توفير الموقع لجميع الخدمات باستمرار دون انقطاع⁽⁴⁶⁾.

كما أنّ هذا المعيار يأخذ بعين الاعتبار مدى التزام الموظفين من خلال: مراجعة الموظف عمله ليتحقق من صحته ومن دقة المعلومات المقدمة للمتعامل ومن حسن تطبيق الإجراءات اللازمة لتقديم خدمة بدون أخطاء، التزام الموظف بتطبيق جميع معايير الجودة على جميع الخدمات التي يقدمها، تعامله بعدالة ومساواة مع جميع فئات المتعاملين، تأكده من أنه فهم بشكل واضح احتياجات المتعامل وأنه بذل كلّ ما في استطاعته من أجل تلبيةها⁽⁴⁷⁾.

3-2- الميزات التفاعلية

يتطلب هذا المعيار ضرورة وجود أدوات اتصال وتغذية راجعة بين العملاء والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة التي من بينها البريد الإلكتروني، ويرتبط بعدة مؤشرات منها: الاستجابة الذي يعكس الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم الخدمات، الاتصال الذي يسمح بنقل المعلومات بين العملاء والجهة المقدمة للخدمات في الوقت المناسب، التكيّف وفق الحاجة، أي عملية تكييف محتوى الموقع حسب رغبة وحاجة مستخدم معين.

3-3- الأداء الموثوق

يقيس هذه المعايير مدى ثبات الخدمة وحصولها على ثقة المستخدمين من حيث الأداء ؛ وتشتمل على المؤشرات الآتية: تنوع قنوات الدفع الإلكتروني، تقديم معلومات موثوقة عن مواعيد تقديم الخدمات وكيفية إيصال مخرجات الخدمة الإلكترونية (البريد السريع ، التوصيل المباشر أو أي طريقة أخرى بحيث لا يضطر المستخدم لزيارة الجهة المقدمة للخدمة).

3-4- الاستجابة

يجب أن تتمتع الخدمة باستجابة عالية وبصورة دقيقة خالية من الأخطاء، وهذه الاستجابة يمكن تقييمها من خلال ثلاثة مؤشرات تشمل : سرعة إجراء الخدمة، الدقة في الإنجاز دون أخطاء، التجاوب مع مخاوف الفئات المستهدفة والتوقع بالتغيرات التي قد تطرأ على حاجة المستخدمين.

3-5- اللباقة والاهتمام

يمكن قياس هذا المعيار من خلال عدة جوانب ، منها: سرعة الاستجابة لطلبات العميل واستخدام أسلوب لبق وسلس عند إرسال الرسائل الإلكترونية.

3-6- القيمة المضافة

أي تقديم قيمة مضافة للمتعامل من خلال المبادرة بتحديد الموقع لخدمات أخرى والمرتبطة بالمتعامل التي قد يحتاجها وذلك توفير الوقت ولجهده.

4- معايير الأمن والخصوصية

يتوقف نجاح الخدمات الإلكترونية بشكل كبير على مدى تحقق معايير أمن المعلومات والتعاملات الإلكترونية واحترام خصوصيات جميع الأطراف.

4-1- معايير الأمن

تشمل جميع المعايير الذي تضمن تعاملات إلكترونية آمنة والتي منها: أمن التعاملات المالية والحماية من القرصنة، أمن العمليات والمعلومات المستخدمة والخدمات المقدمة للحصول على ثقة العملاء واستخدام المضادات للفيروسات.

4-2- خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم والخدمات المقدمة

يمكن عرض المعلومات والخدمات المقدمة عبر الموقع الإلكتروني مع مراعاة خصوصيات كل عميل من خلال: استخدام النماذج الإلكترونية المصممة خصيصا لمراعاة هذه الخصوصيات، جمع المعلومات عن احتياجات وتفضيلات العملاء ووضعهم الاجتماعي والاقتصادي وغيرها من المعلومات التي تساعد على تقديم خدمات إلكترونية تراعي خصوصيات العملاء، إيصال المعلومات الصحيحة وتقديم الخدمة المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب

خلاصة

تلقى الخدمات الإلكترونية قبول وإهتمام غالبية الأفراد والمنظمات وكذلك الحكومات، وعليه كان من الضروري وضع معايير واضحة لتقويم هذه الخدمات، فهذه المعايير تهتم بقياس وتحسين جودة الخدمات المقدمة وجودة الموقع الإلكتروني المرتبط بها، من أجل الوصول إلى رضا العملاء.

1- النتائج

- في ضوء ما تم التعرض إليه، تم التوصل إلى النتائج الموالية:
- يقصد بالخدمات الإلكترونية الخدمات المقدمة من خلال وسائط إلكترونية، خاصة الانترنت وفي إطارها يمكن أن تتم التعاملات عن بعد بشكل كلي أو جزئي.
 - أهم ما يميز الخدمات الإلكترونية القدرة على الوصول والتتبيه والتحديث.
 - أحدثت الخدمات الإلكترونية تطورات كبيرة من حيث تسهيل التعاملات عن بعد بين مختلف الأطراف، مع تجاوز الكثير من العوائق في الحصول على الخدمات وفي أي وقت، بأقل التكاليف والجهد، مع إمكانية مراعاة خصوصية العملاء.
 - تشمل جودة الخدمات أبعاد عديدة يمكن تقسيمها إلى خمسة أبعاد رئيسية هي: الإعتمادية، الإستجابة، اللباقة، الأمان والملموسية.
 - تم تحديد معايير تقويم جودة الخدمات في المعايير المرتبطة بـ: جودة التصميم، جودة مطابقة المواصفات، جودة الأداء، الملائمة للإستخدام ودرجة إستقرار المواصفات.
 - يعتمد تقويم جودة الخدمات الإلكترونية على ثلاثة إتجاهات هي: رضا العميل، جودة مقدمي الخدمة وجودة الموقع الإلكتروني وهنا تظهر أهمية معايير الجودة في عملية التقويم، حيث تحقق هذه المعايير التوازن بين وجهة نظر العميل ووجهة نظر المنظمة المقدمة للخدمة والموقع الإلكتروني المستخدم.
 - من كل ما سبق، تم تقسيم معايير تقويم جودة الخدمات الإلكترونية إلى معايير جودة كل من: الموقع الإلكتروني، المعلومات، خدمة العملاء، الأمان والخصوصية.
 - إذا تحققت معايير تقويم جودة الخدمة الإلكترونية تكون نتائج القياس هي جودة عالية، بينما في حالة عدم تحقق المعايير تكون نتائج القياس جودة منخفضة.

2- الإقتراحات

- من خلال العناصر التي تم الوقوف عندها اتضح جليا أهمية تحديد معايير واضحة لتقويم جودة الخدمات الإلكترونية، وعليه سيتم إدراج بعض الإقتراحات:
- نظرا لأهمية الخدمات الإلكترونية لا بد من أن تطور المنظمات والأجهزة الحكومية مختلف الخدمات التي تقدمها وربطها بتكنولوجيا المعلومات والإتصال وأساليب التعامل عن بعد.
 - من أجل التحول السليم لمختلف تطبيقات الخدمات الإلكترونية من الضروري تطوير معارف كل من الموارد البشرية ومختلف أفراد المجتمع.
 - من الضروري أن تتحول المنظمات إلى مجال الأعمال الإلكترونية بما فيها الإدارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.
 - للوصول إلى تقديم الخدمات الإلكترونية بجودة عالية، لا بد رفع جودة كل من الموقع الإلكتروني، المعلومات وخدمة العملاء، مع مراعاة الأمن والخصوصية.
 - من أجل ضمان فاعلية التحول نحو الخدمات الإلكترونية لا بد من الإهتمام بتقديم خدمات ذات جودة عالية، من خلال قياس مستوى الخدمات المقدمة مع التحسين المستمر لها.

الإحالات والمراجع

- (1) نورة الهزاني، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2008، ص:49.
- (2) نفس المرجع السابق، ص:49.
- (3) بشير العلق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق: مدخل تسويقي إستراتيجي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن، 2004، ص:64.
- (4) خالد الحشاش، الاقتصاد المعرفي: الثروة المستدامة، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، مصر، 2015، ص:289.
- (5) نفس المرجع السابق، ص:289.
- (6) بشير العلق، مرجع سابق، ص:65.
- (7) نفس المرجع السابق، ص:65،66.
- (8) نفس المرجع السابق، ص:229.
- (9) عامر إبراهيم قنديلجي، الحكومة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2015، ص:102.
- (10) نفس المرجع السابق، ص:102.
- (11) عماد أبو الرب ولىلى رشيد حسن، جودة الخدمات الإلكترونية لمنظمات الأعمال في ظل العولمة، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول: الإتجاهات الدولية الحديثة في منظمات الأعمال التحديات والفرص والأفاق، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، 27-29 سبتمبر 2006، ص:7.
- (12) مجيد الكرخي، إدارة الجودة الشاملة: المفاهيم النظرية وأبعادها التطبيقية في مجال الخدمات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص:197.
- (13) محمد عبد العال النعيمي وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة: مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص:68.

- (14) قاسم نايف، إدارة الجودة في الخدمات: مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2006، ص:92.
- (15) لعلى بوكميش، إدارة الجودة الشاملة: إيزو9000، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص:21.
- (16) قاسم نايف، مرجع سابق، ص:90.
- (17) نجم عبود نجم وباسم المبيضين، الجودة الإلكترونية: نحو نموذج مقترح لأبعاد الجودة الإلكترونية، ص:12، www.raheems.info/ima/56.doc، تاريخ التحميل: 2016-10-01.
- (18) محمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2010، ص:91.
- (19) نفس المرجع السابق، ص:90-91.
- (20) عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، دار الفكر ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص:23-24.
- (21) حميد عبد النبي الطائي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة TQM والإيزو ISO، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص:86.
- (22) مصطفى كامل طابيل، معايير الجودة الشاملة: الإدارة الإحصاء الإقتصاد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص:50.
- (23) عواطف إبراهيم الحداد، مرجع سابق، ص:24.
- (24) قاسم نايف، مرجع سابق، ص:90.
- (25) نفس المرجع السابق، ص:92.
- (26) حميد عبد النبي الطائي وآخرون، مرجع سابق، ص:37.
- (27) نفس المرجع السابق، ص:37.
- (28) خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثالثة، الأردن، 2010، ص:91-93.
- (29) نفس المرجع السابق، ص:94.
- (30) نجم عبود نجم وباسم المبيضين، مرجع سابق، ص:13.
- (31) نفس المرجع السابق، ص:13.
- (32) عبد الجليل طواهرير وجمال الهوارى، محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس NetQual: دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2012/02، الجزائر، ص:100، <http://oaji.net/articles/2014/440-1391628289.pdf>، تاريخ التحميل: 2016-08-05.
- (33) عبد الجليل طواهرير وجمال الهوارى، مرجع سابق، ص:99.
- (34) نفس المرجع السابق، ص:99.
- (35) نفس المرجع السابق، ص:99.
- (36) دميثان المجالي وأسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص:77.
- (37) موقع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، معايير جودة الخدمات الإلكترونية الحكومية، ص:6، <http://www.mtit.gov.ps/index>، تاريخ التحميل: 2016-7-20.
- (38) نفس المرجع السابق، ص:81.
- (39) عماد أبو الرب وليلى رشيد حسن، مرجع سابق، ص:8.
- (40) نفس المرجع السابق، ص:7.
- (41) نفس المرجع السابق، ص:7.
- (42) بشير العلاق، مرجع سابق، ص:71.
- (43) نجم عبود نجم وباسم المبيضين، مرجع سابق، ص:19.
- (44) عماد أبو الرب وليلى رشيد حسن، مرجع سابق، ص:7.
- (45) دميثان المجالي وأسامة عبد المنعم، مرجع سابق، ص:81.
- (46) عماد أبو الرب وليلى رشيد حسن، مرجع سابق، ص:9.
- (47) موقع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطينية، مرجع سابق، ص:6.