

جودة الخدمة الالكترونية وأثرها على رضا العملاء- دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بقالة-

The quality of electronic service and its impact on customer satisfaction- a case study of the Algeria Post in Guelma

Titre de l'article en français, Times New Roman, Taille12 , Interligne 1,15

نايلي حسيبة<sup>1</sup> ، لبادي هاجر<sup>2</sup>

تاريخ النشر: 2023/12/15

تاريخ القبول: 2022/10/09

تاريخ الإرسال: 2022/06/28

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة الالكترونية بأبعادها (الاعتمادية، سهولة الاستخدام، الأمن والسرية، تصميم الموقع الالكتروني وجودة المعلومات) على رضا العملاء، ولتحقيق هدف الدراسة تم تصميم استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتوزيعها على عينة من العملاء التابعين لمؤسسة بريد الجزائر بقالة، حيث تم الحصول على 40 استبيان صالح للدراسة، كما تمت معالجة البيانات باستخدام برمجية Spss. وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لكل من سهولة الاستخدام، الأمن والسرية، تصميم الموقع الالكتروني وجودة المعلومات على رضا العملاء، كما أثبتت الدراسة عدم وجود اثر لبعد الاعتمادية على رضا العملاء. الكلمات المفتاحية: الخدمة الالكترونية؛ جودة الخدمة الالكترونية؛ رضا العملاء؛ بريد الجزائر.

**Abstract :** This study aims to identify the impact of the quality of electronic service in its dimensions (reliability, ease of use, security and confidentiality, website design and information quality) on customer satisfaction. Forty (40) valid questionnaires were obtained for the study, and the data were processed using the Spss software. The study found that there is a statistically significant impact on ease of use, security and confidentiality, website design and information quality on customer satisfaction. It also demonstrated that there was no effect of the dependency dimension on customer satisfaction.

**Keywords:** electronic service; electronic service quality; customer satisfaction; The Algeria post corporation.

**Résumé :** Cette étude vise à identifier l'impact de la qualité du service électronique dans ses dimensions (fiabilité, facilité d'utilisation, sécurité et confidentialité, conception du site et qualité de l'information) sur la satisfaction des clients. Quarante (40) questionnaires valides ont été obtenus pour l'étude, et les données ont été traitées à l'aide du logiciel Spss. L'étude a révélé qu'il existe un impact statistiquement significatif sur la facilité d'utilisation, la sécurité et la confidentialité, la conception du site Web et la qualité des informations sur la satisfaction des clients. Elle a également démontré qu'il n'y avait pas d'effet de la dimension dépendance sur la satisfaction des clients.

**Mots clés:** service électronique ; qualité de service électronique ; satisfaction du client; La Poste algérienne.

\*المؤلف المراسل

<sup>1</sup> Naili Hassiba, University of 8 May 1945 Guelma, Lab SDGG: Algeria, naili.hassiba@univ-guelma.dz

<sup>2</sup> Labadi Hadjer, University of 8 May 1945 Guelma, Lab SDGG: Algeria, labadi.hadjer@univ-guelma.dz

## مقدمة

يشهد العالم اليوم موجة من التحولات والتطورات السريعة في كافة مجالات الحياة، لعلنا نبرز هذه التحولات ما يعرف بالثورة الرقمية الناتجة عن تطور تكنولوجيا الاتصالات وتقنية المعلومات، حيث ساهمت في إحداث تغييرات جذرية على مستوى العديد من القطاعات والميادين، كما أدت هذه التطورات إلى ظهور منتجات جديدة للخدمات من خلال تقديم خدمات الكترونية تتميز بسرعة الوصول إلى العملاء وتقليل الوقت والجهد وتخفيض تكاليف الحصول عليها.

إن اشتداد المنافسة في مجال الخدمات الالكترونية وارتفاع الوعي لدى العملاء بأهمية المقارنة بين الخدمات المعروضة، فرض على المؤسسات العمل على تحسين نوعية خدماتها وبلوغ مستوى الجودة التي يطمح إليها العملاء والتي تحقق رضاهم.

## مشكلة الدراسة

تعتبر مؤسسة بريد الجزائر من بين القطاعات التي تأثرت بالثورة المعلوماتية التي يعيشها العالم في الوقت الراهن، وذلك من خلال تغييرها لنوعية الخدمات التي تقدمها لعملائها وجودتها، ولضمان بقائها واستمرارية عملها والتغلب على منافسيها اهتمت مؤسسة بريد الجزائر بجودة خدماتها الالكترونية بغية تحقيق رضا العملاء.

من خلال ما سبق، تبرز ملامح مشكلة الدراسة التي يمكن صياغتها في التساؤل الرئيسي التالي:

➤ ماهو أثر جودة الخدمة الالكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر بقلمة على رضا العملاء؟.

## الأسئلة الفرعية

تنبثق من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها الاعتمادية على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقلمة؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها سهولة الاستخدام على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقلمة؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها الأمان والسرية رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقلمة؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها تصميم الموقع الالكتروني على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقلمة؟.

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء جودة المعلومات على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقالة؟.

### فرضيات الدراسة:

وانطلاقا من التساؤل الرئيسي المطروح والتساؤلات الفرعية يمكن وضع مجموعة من الفرضيات التالية:

### الفرضية الرئيسية:

- يوجد أثر معنوي ايجابي وقوي بين جودة الخدمة الالكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر بقالة ورضا العملاء.

وتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لبعء الاعتمادية على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقالة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لبعء سهولة الاستخدام على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقالة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لبعء الأمان والسرية على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقالة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لبعء تصميم الموقع الالكتروني على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقالة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لبعء جودة المعلومات على رضا العملاء عن الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقالة.

### أهداف الدراسة:

- ترمي هذه الدراسة لبلوغ مجموعة من الأهداف يمكن حصرها في النقاط التالية:
- تسليط الضوء على مفاهيم في غاية الأهمية ألا وهي الخدمات الالكترونية ورضا العملاء.
- لفت انتباه المؤسسات الجزائرية بتبني معايير الجودة في الخدمات الالكترونية من اجل كسب رضا العملاء.
- دراسة أثر جودة الخدمة الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر بقالة على رضا العملاء .
- تقديم مجموعة من المقترحات للمؤسسات الخدمية الجزائرية حول أهمية زيادة رضا العملاء عن الخدمات الالكترونية المقدمة.

### أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال تناولها لأحد أبرز المواضيع المعاصرة خاصة في ظل ما يعرف بالثورة الرقمية، إذ تعتبر الخدمة الالكترونية احد أهم أشكال الثورة الرقمية التي أصبح لزاما على المؤسسات الخدمية تبنيها خاصة في ظل الظروف التي يشهدها العالم اليوم والتي أثبتت ضرورة التحول الرقمي لكافة القطاعات بالجزائر.

### حدود الدراسة:

اهتمت هذه الدراسة بقياس درجة رضا العملاء عن جودة الخدمة الالكترونية التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، حيث ركزت هذه الدراسة على عينة من العملاء التابعين لمؤسسة بريد الجزائر بقالملة، وذلك خلال الفترة الممتدة من نهاية شهر فيفري إلى غاية منتصف شهر مارس سنة 2022.

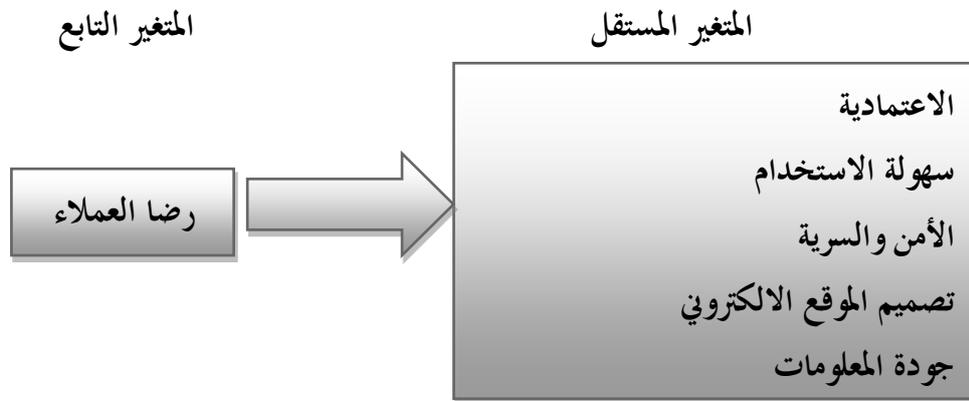
### منهج الدراسة:

لغرض الإجابة على مشكلة الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، لوصف الظاهرة المدروسة وتحليل مختلف أبعادها. كما تم الاعتماد على المنهج الاستقرائي من خلال الاستعانة بأسلوب تصميم الاستبانة لجمع البيانات الأولية وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي **Spss** بغرض اختبار فرضيات الدراسة.

### نموذج الدراسة

لقد تناولت الدراسات السابقة مجموعة من الأبعاد لجودة الخدمة الالكترونية، وبناءا على هذه الدراسات واستنتاجات الباحثة تم تحديد المتغيرات المستقلة للدراسة والتي تمثلت في (الاعتمادية، سهولة الاستخدام، الأمن والسرية، تصميم الموقع الالكتروني، جودة المعلومات)، ورضا العملاء كمتغير تابع. وذلك كما هو موضح في الشكل 1.

### الشكل 1: أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثتان.

## هيكل الدراسة

قسمت الدراسة إلى محورين أساسيين: الأول منها يتناول الإطار النظري للدراسة، بينما يتناول المحور الثاني الدراسة الميدانية.

### الدراسات السابقة:

- دراسة جيجخ فايزة (2018) بعنوان: " جودة الخدمات الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات دراسة حالة مؤسسات الاتصال في الجزائر(موبيليس، جيزي، اوريدو)". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات الالكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفر وشمولية المعلومات، سرعة الاستجابة، التعويض، أداء وتصميم الموقع الالكتروني، الخصوصية والأمن) ودورها في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات الاتصال في الجزائر(موبيليس، جيزي، أوريدو)، حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط بلغت 64,4 % بين توفر جودة الخدمات الالكترونية بأبعادها وبين الميزة التنافسية للمؤسسات محل الدراسة، ووجود مستوى متوسط من الجودة في الخدمات الالكترونية في المؤسسات محل الدراسة، كما لا يوجد اختلاف أو تفاوت بين المؤسسات الثلاثة في مستوى جودة خدماتها الالكترونية.
- دراسة مدروس نادية، مزياني حنان (2022) بعنوان: " دور جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق ولاء العملاء" دراسة حالة البنك الوطني الجزائري". هدفت إلى إبراز طبيعة العلاقة الارتباطية والتأثيرية بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المتمثلة (جودة الموقع الالكتروني، الاعتمادية، الاستجابة، الأمن والخصوصية) والولاء لدى عملاء البنك الوطني الجزائري. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وولاء العملاء، فضلا عن اثر معنوي عند مستوى معنوية عن مستوى معنوية 0.05 لأبعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على ولاء العملاء.
- دراسة فهد مطر المطيري (2022) بعنوان: " أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية". هدفت هذه الدراسة لقياس أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بأبعادها( سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء. وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية كالا على حده على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية.
- دراسة كريمة غياذ (2021) بعنوان: " أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن: دراسة على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر سكيكدة". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الإلكترونية

التي يقدمها موقع بريد الجزائر على رضا زبائنه المستخدمين للموقع الالكتروني ببلدية سكيكدة وذلك بالاعتماد على المقياس الفرنسي **NETQUAL** المصمم لقياس جودة الخدمات الالكترونية بأبعاده. حيث توصلت الدراسة إلى أن الزبائن راضون عن جودة الخدمات الالكترونية المقدمة عبر موقع بريد الجزائر، بينما أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية بين أبعاد المستوى التعليمي للأفراد واهتمامهم بالحصول على الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر.

### ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة:

بعد الاطلاع الدراسات السابقة يمكن القول أن هذه الدراسة تتميز عن الدراسات السابقة بمايلي:

- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها اهتمت بدراسة اثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا العملاء بمؤسسة بريد الجزائر بقالملة، في حين ركزت بعض الدراسات السابقة على جودة الخدمات الالكترونية في القطاع البنكي.
- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في مكان الدراسة وهي مؤسسة بريد الجزائر بقالملة.
- تعتبر الدراسة الحالية هي الأحدث من بين الدراسات السابقة حيث أجريت خلال الفترة الممتدة من نهاية شهر فيفري إلى غاية منتصف شهر مارس سنة 2022.

## 1- الإطار النظري للدراسة

تعتبر الخدمات الالكترونية نقطة التحول من الخدمات التقليدية ذات الطابع الملموس إلى خدمات تتم عبر شبكة الانترنت، حيث ساهم هذا النوع من الخدمات في توفير العديد من المزايا للعملاء أهمها توفير الوقت والجهد وتسهيل الحصول على الخدمة مما أدت إلى كسب رضاهم، وللتعمق أكثر ارتأينا إلى تقسيم هذا الجزء من الدراسة إلى عرض كل ما يتعلق بجودة الخدمة الالكترونية، ورضا العملاء.

## 1-2 جودة الخدمة الالكترونية

قبل التطرق لتعريف جودة الخدمة الالكترونية يجب أولاً عرض مفهوم الجودة.

### 1-2-1 تعريف الجودة

يعد مفهوم الجودة من المفاهيم المعقدة والشائكة، لذا تعددت التعريفات التي تناولت هذا المصطلح أهمها:

التعريف الذي قدمه المعهد الأمريكي للمعايير **American National Standards Institute** والذي يراها " بأنها جملة من السمات والخصائص للمنتج أو الخدمة التي تجعله قادراً على الوفاء باحتياجات معينة " (عبد الله حسن، 2015، صفحة 22).

عرفتها المنظمة الدولية للتقييس Iso من خلال المواصفات الدولية 9000-2000 Iso الجودة بأنها: " قدرة مجموعة من الخصائص الجوهرية على تلبية المتطلبات" (بلية، 2019، صفحة 13).

### 1-2-2 تعريف الخدمة الالكترونية

تعتبر جودة الخدمة الالكترونية مجالاً جديداً من مجالات الأبحاث المتقدمة والتي لها أهمية إستراتيجية للشركات التي تسعى جاهدة إلى مخاطبة العملاء في السوق الالكترونية من خلال كفاءة المعلومات وكفاءة المعاملات، كما تعد جودة الخدمة الالكترونية مطلباً أساسياً للأداء الجيد للقنوات الإلكترونية، وهو الدرجة التي يسهل بها الموقع التسويق الفعال وتسليم وشراء السلع والخدمات (غباد، 2021).

يمكن تعريف جودة الخدمة الالكترونية على أنها: "الشكل الأخير وربما الأرقى لتطور مجالات واهتمامات سياسات وجهود تطوير وتحسين الجودة" (مدروس و مزياي، 2022، صفحة 385).

عرفها كل من زايتامل وبارسرمان وبيري **Zaithaml et Barsrman et Berri 2002** أن جودة الخدمة الالكترونية تتعلق بكل ما من شأنه تحقيق رضا العملاء عن الخدمات الالكترونية المقدمة لهم ومدى مطابقتها لتوقعاتهم، وتبرز هنا أهمية جودة الموقع الالكتروني الذي يمكن من خلاله الوصول إلى اغلب الخدمات الالكترونية (بوراس و بوعشة، صفحة 117)

### 1-2-3 أبعاد جودة الخدمة الالكترونية

لجودة الخدمات الالكترونية العديد من الأبعاد نذكرها في النقاط التالية:

- **الاعتمادية:** تعني الاعتمادية امتلاك موظفي الخدمة للقدرات والمهارات اللازمة لأداء الخدمة للعملاء بالشكل المناسب (العضايلية و خالد المحارب، 2017، صفحة 311).
- **سهولة الاستخدام:** تعرف سهولة الاستخدام على أنها: "إمكانية استخدام العملاء للموقع الالكتروني للخدمات المصرفية عبر الانترنت بما في ذلك سهولة التنقل بين صفحاته" (Zengwei & Jinkum, 2012, p. 8). أو هي "قابلية استخدام الموقع الالكتروني وقدرة المستخدم على التعامل معه بسهولة ويسر" (Bressolles, 2008, p. 4). كما تعرف أيضاً على أنها: "القدرة على استخدام النظام بسهولة في ظل محددات الراحة والثقة والرضا على نحو فعال من قبل مجموعة محددة من المستخدمين تهدف لتحقيق مجموعة محددة من المهام ضمن نطاق معين" (مضوي و محمد عمر، 2016، صفحة 81).
- **الأمان والسرية:** يقصد بالأمان تلك المعايير والإجراءات المتخذة لمنع وصول معلومات الزبائن المالية أو الشخصية إلى الأشخاص غير المخولين الحصول عليها. أما السرية فتعني ضمان سرية المعلومات الخاصة بالزبائن أو العملاء،

والقدرة على الاحتفاظ بتلك المعلومات في أمان تام وسرية مطلقة وعدم الإدلاء بأي من المعلومات الخاصة بهم إلى أي طرف آخر (محمد عبيد، 2021، صفحة 139).

- **تصميم الموقع الالكتروني:** أكدت عدة دراسات أن لجودة تصميم الموقع الالكتروني أثر بالغ في إقبال العملاء على الخدمات الالكترونية باستخدام خيار البحث وسهولة الوصول إلى الخدمة الالكترونية من الصفحة الرئيسية للموقع الخاص بالجهة مقدمة الخدمة، وأيضا جودة تصميم الموقع الالكتروني لجذب المستخدمين لزيارة الموقع ومن ثم المكوث أكثر فترة ممكنة داخل الموقع. (مدروس و مزياي، 2022، صفحة 386)
- **جودة المعلومات:** إن الانترنت هو أكبر وأسرع مستودع بيانات ومعلومات وتقارير المؤسسات، لهذا فان جودة المعلومات تحتل الأهمية الكبرى في موقع المؤسسة الإلكترونية. هناك من حدد القيمة المضافة على موقع المؤسسة بخصائص المنتج الرقمي مضروبا بجودة و ثراء المعلومات، ولقد حدد جيميس أوبرين ثلاثة أبعاد لجودة المعلومات على الموقع: الوقت، الشكل، المحتوى (غباد، أثر جودة الخدمات الالكترونية في تحقيق رضا الزبائن: دراسة على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر سكيكدة، 2021، صفحة 122).

### 3-1 رضا العملاء عن الخدمات الالكترونية

يلعب رضا المستهلك أهمية بالغة في سياسة أي منظمة وذلك باعتباره احد أهم المؤشرات لقياس أدائها، خاصة إذا كانت هذه المنظمة متوجهة نحو الجودة، حيث أكد كل من **Hoffman et Bateson 2010** على أهمية الشكاوي وردود العملاء التي ترد للمنظمات على اعتبار أنها تمثل تغذية عكسية من شأنها أن تطور من الخدمات المقدمة وتمنع الزبائن من اللجوء إلى المنتجات المنافسة، فالعملاء الراضون عن أداء المنظمة سوف يتحدثون إلى الآخرين عنها ويولدون عملاء جدد، كذلك سيكون قرارهم بالعودة إليها سريعا (العجال و جلام، 2016، صفحة 103).

هناك العديد من التعاريف التي وضعها الباحثون لرضا العميل نعرض أهمها في مايلي:

يعرف **Kotler and keller 2012** رضا العملاء على انه " ذلك الانطباع الايجابي أو السلبي الذي يشعر به عميل ما اتجاه تجربة شراء أو استهلاك، وهو ناتج المقارنة بين توقعات العميل اتجاه منتج ما أو أدائه المدرك عموما" (فهد سليمان الرياضي، 2016، صفحة 22). أو هو الانطباع بالمكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها العميل عند الشراء (بن مويزة، أولاد العيد، و طلحة، 2021، صفحة 118). كما يمثل الرضا استجابة عاطفية للتجارب التي قام بها العميل والتي ترتبط بالمنتجات أو الخدمات التي قام بشراءها وأن الاستجابة العاطفية تمثل رد فعل العميل الناجمة عن عملية التقييم والإدراك المعرفية مع ما كان يعتقد بأنه سوف يحصل (أحمد خيضر، 2019، صفحة 453).

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن رضا العملاء هو ذلك الشعور الايجابي الذي يشعر به العملاء جراء استخدامهم للمنتجات والخدمات، وهذا الشعور ناتج عن المقارنة بين توقعات العميل والأداء الفعلي للمنتج.

## 2- الدراسة الميدانية

بعد تناول القسم النظري لجودة الخدمة الالكترونية ورضا العملاء، سيتم التطرق في هذا القسم إلى الجانب الميداني للدراسة وذلك من خلال إسقاط ما تناولناه نظريا على أرض الواقع، وذلك بغية تحديد أثر أبعاد جودة الخدمة الالكترونية والتي مثلتها الباحثتان في بعد الاعتمادية، سهولة الاستخدام، الأمان والسرية، تصميم الموقع الالكتروني بالإضافة إلى بعد جودة المعلومات.

## 1-2 مجتمع وعينة الدراسة

اشتمل مجتمع الدراسة على مجموعة من العملاء التابعين لمؤسسة بريد الجزائر بقالملة والبالغ عددهم 50 عميلا كجزء من هذا المجتمع، وبعد جمع الاستبيانات تم استرداد 47 استبانة واستبعاد 7 استبيانات ( لوجود نقائص في الإجابات) لتبقى 40 استبانة صالحة للدراسة.

## 2-2 الأساليب الإحصائية المستخدمة

لغرض تحليل بيانات الدراسة تم الاستعانة ببعض الأساليب الإحصائية، تمثلت في: معامل ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات عبارات الاستبيان، واختبار معامل بيرسون للارتباط، التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية لعينة الدراسة، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت إجابات أفراد عينة الدراسة بالإضافة إلى اختبار الانحدار الخطي البسيط لتحديد اثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع ولاختبار صحة الفرضيات.

## 2-3 اختبار ثبات الاستبيان Reliability

لاختبار ثبات فقرات الاستبيان اعتمدنا على معامل ألفا كرونباخ **Cronbach- Alpha**، حيث كانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول 1.

الجدول -1-: نتائج اختبار ثبات الاستبيان

المتغير	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
جودة الخدمة الالكترونية	21	0,778
رضا العملاء	6	0,852

0,860	27	الاستبيان ككل
-------	----	---------------

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPss.

توضح لنا بيانات الجدول-1- أن معاملات الثبات لكل محور من محاور الاستبيان مرتفع ومقبول، حيث بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للمحور الأول 0,778 و 0,852 بالنسبة للمحور الثاني، كما تم احتساب معامل ألف كرونباخ لكافة محاور الاستبيان مجتمعة والذي بلغ القيمة 0,860 وهذا ما يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات، أي انه في حالة إعادة نفس الاستبيان مرة أخرى فان الاستجابة ستكون ثابتة بنسبة 86%، وهي نسبة مرتفعة ومقبولة لإتمام الدراسة.

## 2-4 صدق أداة الدراسة

لمعرفة مدى اتساق عبارات الاستبيان وصدقها، تم احتساب معامل الارتباط بيرسون **Pearso**

**Correlation** لإيجاد درجة الارتباط بين متغيرات الدراسة، والجدول -2- يوضح ذلك.

الجدول-2-: الاتساق الداخلي بين أبعاد جودة الخدمات الالكترونية ورضا العملاء

الاستبيان ككل	رضا العملاء	جودة المعلومات	تصميم الموقع الالكتروني	الأمان والسرية	سهولة الاستخدام م	الاعتمادية	
0.224	-0.027	-0.040	0.040	0.019	0.245	1	الاعتمادية
0.561	0.372	0.372	0.261	0.396	1	0.245	سهولة الاستخدام
0.717	0.742	0.728	0.327	1	0.396	0.019	الأمان والسرية
0.802	0.550	0.458	1	0.327	0.261	0.040	تصميم الموقع الالكتروني
0.786	0.724	1	0.458	0.728	0.372	0.040-	جودة المعلومات
0.823	1	0.724	0.550	0.742	0.372	-0.027	رضا العملاء
1	0.823	0.786	0.802	0.717	0.561	0.224	الاستبيان ككل

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPss.

يتضح من مصفوفة الارتباط المبينة في الجدول -2- أن كل علاقات الارتباط طردية وذات دلالة معنوية عند مستوى الدلالة 0,01، ما عدا بالنسبة لبعدها الاعتمادية ورضا العملاء الذي قدر معامل الارتباط بينهما 0.027- وهي غير معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية قدره 0.05، وهذا يدل على أن بعد الاعتمادية لا ترتبط برضا العملاء. ومن خلال معطيات الجدول أيضاً يتبين لنا أن أقوى العلاقات الارتباطية كانت بين بعد الأمان والسرية ورضا العملاء والتي قدرت ب 0.742، وهذا ما يعني أن عنصر الأمان والسرية يرتبط بشكل إيجابي وقوي برضا العملاء عن جودة الخدمة الالكترونية لموقع مؤسسة بريد الجزائر.

## 2-5 تحليل خصائص عينة الدراسة

يوضح لنا الجدول أدناه وصفا لخصائص عينة الدراسة، حيث يظهر لنا التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، ومدة التعامل مع الموقع).

### الجدول-3-: توزيع أفراد عينة الدراسة

	البيانات الشخصية	البيانات	التكرار	% النسبة
المصدر: من إعداد على مخرجات	الجنس	ذكر	31	77.5
		أنثى	9	22.5
يتضح لنا الجدول -3- أن الدراسة هم ذكور عددهم 31 بنسبة بلغ عدد العملاء 22.5%. أما عينة الدراسة فنلاحظ أن فئة أعمارهم 41 سنة النسبة الأعلى 42,5%	العمر	أقل من 25 سنة	4	10
		30-26 سنة	9	22,5
		31-40 سنة	10	25,0
		41 سنة فأكثر	17	42,5
مدة التعامل مع الموقع	المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	13	32,5
		بكالوريا	9	22,5
		جامعي	8	20
		دراسات عليا	10	25
الذين تتراوح أعمارهم من 41 سنة النسبة الأعلى 42,5%	مدة التعامل مع الموقع	سنة فأقل	13	32,5
		من 2 إلى 5 سنوات	11	27,5
		من 6 إلى 10 سنة	5	12,5
		أكثر من 10 سنوات	11	27,5

في حين أن نسبة العملاء الذين أعمارهم أقل من 25 سنة هي الأقل وبلغت 10% بتكرار 4 عملاء.

كما ورد في الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، حيث يتضح لنا أن ما نسبته 32,5% من الفئة التي مستواهم من ثانوي فأقل حيث بلغ عددهم 13 عميلا، تليها فئة الدراسات العليا بتكرار 10 عملاء وبنسبة 25%. كما تم عرض مدة تعامل العملاء مع موقع مؤسسة بريد الجزائر، حيث كان عدد العملاء الذين مدة تعاملهم مع الموقع من سنة فأقل 13 عميلا بنسبة 32,5%، وتشكل فئة الذين تتراوح مدة تعاملهم مع الموقع الالكتروني لبريد الجزائر من 6 إلى 10 سنوات الفئة الأقل بنسبة 12,5% ويتكرر 5 عملاء.

## 2-6 تحليل البيانات واتجاهات أفراد العينة

لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة ودرجة تأثير كل بعد من أبعاد الاستبيان وذلك من خلال معرفة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي لقياس إجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان، وذلك وفق الجدول -4-:

### الجدول -4-: الاتجاه ومستوى القبول للمتوسطات الحسابية المرجحة للإجابات

مستوى القبول	الاتجاه	المتوسط الحسابي	
ضعيف جدا	غير راض تماما	1.79 - 1	1
ضعيف	غير راض	2.59 - 1.80	2
متوسط	محايد	3.39 - 2.60	3
مرتفع	راض	4.19 - 3.40	4
مرتفع جدا	راض بشدة	5 - 4.20	5

المصدر: من إعداد الباحثان.

### الجدول -5-: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار ستيودنت لعبارات محور جودة الخدمة الالكترونية.

التعليق	Sig	T	الانحراف المعباري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	0.00	4.657	0,91672	3,6750	يقدم الموقع الالكتروني لبريد الجزائر خدمات حديثة ومتنوعة.

مرتفع	0.00	6.983	0,74722	3,8250	تتميز خدمات موقع بريد الجزائر بسرعة الحصول عليها.
مرتفع	0.00	10.077	0,53349	3,8500	يحترم موقع بريد الجزائر مواعيد تقديم الخدمة.
مرتفع	0.00	12.894	0,44144	3,9000	يقدم موقع بريد الجزائر الخدمة بشكل من المرة الأولى.
مرتفع	0.00	11.645	0,44126	3,8125	<b>بعد الاعتمادية</b>
مرتفع	0.00	21.000	0,31623	4.0500	سهولة التنقل بين صفحات الموقع الالكتروني لبريد الجزائر
مرتفع	0.00	6.386	0.76753	3.7750	المعلومات على الموقع الالكتروني لبريد الجزائر سهلة وواضحة
مرتفع	0.00	8.327	0,60764	3.8000	التعامل مع الموقع الالكتروني لبريد الجزائر لا يتطلب مهارة كبيرة.
مرتفع	0.00	8.408	0.73336	3.9750	سهولة الحصول على كافة الخدمات عبر الموقع الالكتروني لبريد الجزائر.
مرتفع	0.00	11.689	0.62224	4.1500	من السهل التسجيل والدخول للموقع الالكتروني لبريد الجزائر.
مرتفع	0.00	24.741	0.24285	3.9500	<b>بعد سهولة الاستخدام</b>
مرتفع	0.00	10.222	0,57233	3.9250	يشعر العميل بالأمان اتجاه الخدمات الالكترونية التي يقدمها بريد الجزائر.
متوسط	0.00	1.045	1.05945	3.1750	عملية الدخول للموقع الالكتروني ذات مستوى أمان عال.
متوسط	0.00	1.245	261.143	3.2250	يضمن موقع بريد الجزائر سرية معاملاتي الالكترونية.
مرتفع	0.00	7.729	0.90014	4.1000	أثق أن موقع بريد الجزائر لا يسيء استخدام معلوماتي الشخصي.
مرتفع	0.00	7.143	0,53675	3.6063	<b>بعد الأمان والسرية</b>
مرتفع	0.00	3,513	1.12518	3.6250	يتسم الموقع الالكتروني لبريد الجزائر بالجاذبية.
مرتفع	0.00	3,664	1.12204	3.6500	الموقع الالكتروني ذو تصميم عصري ومبتكر.
مرتفع	0.00	6,195	0.94428	3.9250	تصميم الموقع الالكتروني لبريد الجزائر مناسب والخدمات المقدمة.
مرتفع	0.00	4,287	1,14326	3.7750	تصميم موقع بريد الجزائر واضح ومفهوم.
مرتفع	0.00	5,080	0.92592	3.7438	<b>بعد تصميم الموقع الالكتروني</b>
مرتفع	0.00	5,649	0.83972	3.7500	يمكنني الحصول على المعلومات التي أريدها من الموقع الالكتروني لبريد الجزائر.
مرتفع	0.00	4,718	0.83781	3.6250	المعلومات التي يقدمها موقع بريد الجزائر واضحة ودقيقة.
مرتفع	0.00	3,569	0.70892	3.4000	يقدم الموقع الالكتروني معلومات مفيدة وذات صلة باحتياجات العميل.

جودة الخدمة الالكترونية وأثرها على رضا العملاء- دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بقالة-

مرتفع	0.00	4,583	0.96609	3.7000	المعلومات المتوفرة على الموقع الالكتروني كافية لانجاز مهام العمل.
مرتفع	0.00	6,446	0,60708	3.6188	بعد جودة المعلومات

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPss.

في قراءة للجدول رقم 5 يتضح لنا:

- جاءت عبارة يقدم موقع بريد الجزائر الخدمة بشكل من المرة الأولى في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته 3.9000 وانحراف معياري قيمته 0,44144، كما بلغ المتوسط الحسابي لبعد الاعتمادية القيمة 3,8125، وانحراف معياري قيمته 0,44126، وهذا ما يؤكد رضاهم بشكل مرتفع على بعد الاعتمادية. وقد بلغت قيمة اختبار ستيودنت لمتوسط هذا البعد 21.000 هي معنوية إحصائية عند مستوى معنوية 0.05.
- حققت عبارة من السهل التسجيل والدخول للموقع الالكتروني لبريد الجزائر أعلى متوسط حسابي بقيمة 4.1500 وانحراف معياري 0.62224، كما كانت قيمة T المحسوبة ذات دلالة إحصائية عند 24.741 مستوى المعنوية، وفيما يتعلق ببعد سهولة الاستخدام فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد القيمة 3.950 وانحراف معياري قدره 0.24285. هذه النتيجة تؤكد أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة كانت بالرضا على سهولة استخدام الموقع الالكتروني بريد الجزائر.
- احتلت العبارة أثق أن موقع بريد الجزائر لا يسيء استخدام معلوماتي الشخصية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب 4.1000 وانحراف معياري قدره 0.90014، وحصل بعد الأمان والسرية على متوسط حسابي قدر ب 3.6063، وانحراف معياري قدره 0,53675، وانطلاقاً من هذه النتائج يتضح لنا أن اتجاه أفراد عينة الدراسة كانت بالموافقة المرتفعة على بعد الأمان والسرية، وان العملاء لا يخافون على أموالهم من السرقة أو الضياع وان الموقع الالكتروني لبريد الجزائر يوفر الأمان والسرية لمعلوماتهم وبياناتهم. وقد بلغت قيمة اختبار ستيودنت لمتوسط هذا البعد 7.143 وهي معنوية إحصائية عند مستوى معنوية قدره 0.01.
- يتضح لنا أن اتجاه أفراد عينة الدراسة كانت عالية بالنسبة لبعد تصميم الموقع الالكتروني، حيث حققت عبارة تصميم الموقع الالكتروني لبريد الجزائر مناسب والخدمات المقدمة أعلى متوسط حسابي والذي قدر ب 3.9250، وانحراف معياري قدره 0.94428، أما فيما يخص بعد تصميم الموقع الالكتروني فقد بلغ متوسطه الحسابي القيمة 3.7438 بانحراف معياري قدره 0.92592. كذلك جاءت نتيجة اختبار ستيودنت معنوية إحصائية لهذا البعد حيث بلغت قيمتها 5,080 وهي معنوية عند مستوى معنوية قدره 0.05.

- حققت عبارة يمكنني الحصول على المعلومات التي أريدها من الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.7500 وبانحراف معياري قدره 0.83972. كما بلغ المتوسط الحسابي لبعد جودة المعلومات القيمة 3.6188 بانحراف معياري قدره 0,60708، وهذا ما يؤكد أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة بشأن بعد جودة المعلومات كانت بالرضا. كذلك جاءت نتيجة اختبار ستيودنت معنوية إحصائيا لهذا البعد حيث بلغت قيمتها 6,446 وهي معنوية عند مستوى معنوية قدره 0.05.

وبناء على النتائج السابقة نستنتج أن اتجاهات العملاء بشأن أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية كانت بالرضا وهذا ما يفسر رضا العملاء على جودة الخدمة الإلكترونية وان موقع بريد الجزائر قادر على تقديم خدمات الكترونية تتناسب وتوقعات العملاء وتطلعاتهم.

الجدول -6-: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار ستيودنت لعبارات محور رضا العملاء

التعليق	Sig	T قيمة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	0.00	4,782	1,02501	3,7750	أنا راض عن الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر.
مرتفع	0.00	7,104	0,84580	3,9500	الخدمات التي يقدمها موقع بريد الجزائر تتلاءم وتوقعاتي.
مرتفع	0.00	3,457	0,96044	3,5250	يقدم بريد الجزائر خدمات الكترونية بريد ذات جودة عالية.
مرتفع	0.00	5,383	1,05733	3,9000	أشعر بأمان معلوماتي على موقع بريد الجزائر.
مرتفع	0.00	11,00	0,63246	4,1000	سأوصي الآخرين باستخدام الخدمات الإلكترونية لبريد الجزائر.
مرتفع	0.00	5,055	0,88700	3,7179	سوف أستمر باستخدام الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر.
مرتفع	0.00	7,609	0,69057	3,8308	رضا العملاء

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPss.

تبين لنا نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا العملاء كانت بالموافقة، فقد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي العبارات القيمة 3,8308 وبانحراف معياري قدره 0,69057، كما جاء أعلى متوسط حسابي لعبارة سأوصي الآخرين باستخدام الخدمات الإلكترونية لبريد الجزائر بمتوسط حسابي قدره 4,1000 وبانحراف معياري قدره 0,63246، في حين تعلق أقل متوسط حسابي بعبارة يقدم بريد الجزائر خدمات الكترونية بريد ذات جودة عالية وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3,5250 وبانحراف معياري قدره 0,96044. وقد بلغت قيمة اختبار ستيودنت لمتوسط هذا البعد 7,609 وهي معنوية إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05.

## 2-7 تحليل النتائج واختبار الفرضيات

لاختبار فرضية الدراسة قامت الباحثتان باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار اثر أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية كل على حدا على رضا العملاء، والنتائج كانت كالتالي:

الجدول -7-: اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط لأبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء

مستوى المعنوية Sig	F قيمة	T قيمة	الخطأ المعياري	B	A	معامل التحديد	معامل الارتباط	
0,870	0,027	-0,165	0,254	0,042	3,991	0.001	0,027	بعد الاعتمادية
0.018	6,115	2,473	0,428	1,059	-0,351	0,139	0,372	بعد سهولة الاستخدام
0,000	46,570	6,824	0,140	0,955	0,388	0,551	0,742	بعد الأمان والسرية
0,000	16,482	4,060	0,101	0,410	2,295	0.303	0.550	بعد تصميم الموقع الالكتروني
0.000	41,976	6,479	0,127	0,824	0,849	0,525	0,724	بعد جودة المعلومات

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPss.

من خلال نتائج الجدول -7- يتضح لنا أن:

أن قيمة معامل الارتباط **R** لبعد الاعتمادية قد بلغت 0,027 وهذا ما يدل على وجود ارتباط ضعيف بين أبعاد المتغير المستقل ورضا العملاء، من جهة أخرى بلغ معامل التحديد **R-Deux** القيمة 0.001 وهذا يعني أن جودة الخدمة الالكترونية تفسر ما مقدره 1% من التباين الحاصل في المتغير التابع رضا العملاء وفقا لبعد الاعتمادية والباقي يتمثل في متغيرات أخرى. ونلاحظ أن قيمة فيشر **F** غير دالة عند مستوى معنوية (**sig ≤ 0,05**) وقد بلغت قيمتها 0,027 بمستوى دلالة (**Sig = 0,870**) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05.

كما سجلت قيمة **R** لبعد سهولة الاستخدام القيمة 0,372 وهو ارتباط موجب وضعيف بين بعد سهولة الاستخدام ورضا العملاء، كما بلغ معامل التحديد **R-Deux** القيمة 0,139 وهذا ما يشير إلى أن 13,9% في المتغير التابع رضا العملاء يفسرها المتغير الفرعي المستقل بعد سهولة الاستخدام و86,1% الباقية ترجع إلى عوامل أخرى. ونلاحظ أن قيمة فيشر **F** دالة عند مستوى معنوية (**sig ≤ 0,05**) وقد بلغت قيمتها 6,115 بمستوى دلالة **0.018** وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية 0.05.

ويتضح لنا أن معامل الارتباط لبعد الأمان والسرية **R=0,742** هو ارتباط طردي وقوي أي وجود علاقة ارتباط قوية بين بعد الأمان والسرية ورضا العملاء، كما أن قيمة معامل التحديد قد بلغت 0,551 وهذا ما يعني أن جودة الخدمة الالكترونية وفقا لبعد الأمان والسرية تفسر ما مقداره 55,1% من التغير الحاصل في المتغير التابع رضا العملاء. كما يتضح لنا أن قيمة فيشر **F** دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05.

كما تبين لنا أن معامل الارتباط لبعده تصميم الموقع الإلكتروني قدر ب 0.550 أي وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين بنسبة 55%، وهذا يعني أن بعد تصميم الموقع الإلكتروني يفسر ما مقداره 30,3% من التغير الحاصل في رضا العملاء والباقي تفسره عوامل أخرى. كما بلغت F القيمة 16,482 بمستوى دلالة Sig=0.00 وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05.

كما تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية بين بعد جودة المعلومات ورضا العملاء بنسبة 72,4%، في حين بلغ معامل التحديد القيمة 0,525 وهذا ما يشير إلى أن 52,5% من المتغير التابع رضا العملاء يفسرها المتغير الفرعي المستقل بعد جودة المعلومات. كما يتضح لنا أن قيمة فيشر F دالة عند مستوى معنوية (0,05) وقد بلغت قيمتها 41,976 بمستوى دلالة (Sig = 0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية 0.05.

كما توضح لنا بيانات الجدول رقم 07 أن قيمة T المحسوبة لبعده الاعتمادية تساوي -0,165 وهي غير معنوية إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 لان قيمة الاختبار تقدر ب 0,870 وهي أكبر مستوى المعنوية sig=0,05، وهذه النتائج تؤكد انه لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة sig=0,05 لبعده الاعتمادية على رضا العملاء في مؤسسة بريد الجزائر بقالة وبالتالي نرفض الفرضية الأولى.

ونلاحظ أن قيمة T المحسوبة للنموذج المقدر لبعده سهولة الاستخدام تساوي 2,473 وهي معنوية عند مستوى معنوية قدره 0.05. مما يقتضي قبول الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام على رضا العملاء عن الموقع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر بقالة.

كما يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم أن قيم T المحسوبة لكل من بعد الأمان والسرية، تصميم الموقع الإلكتروني وجودة المعلومات 6,824، 4,060، 6,479 على التوالي، وهي قيم معنوية إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05. وهذا ما يثبت أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لكل من بعد الأمان والسرية، تصميم الموقع الإلكتروني وجودة المعلومات على رضا العملاء في مؤسسة بريد الجزائر بقالة. وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الثالثة والرابعة والخامسة.

#### خاتمة

لقد أصبح موضوع جودة الخدمات الإلكترونية من أهم المواضيع التي لاقى اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين في هذا المجال، وتعتبر مؤسسة بريد الجزائر من أهم المؤسسات التي تسعى إلى تحسين جودة خدماتها وتقديم خدمات الكترونية متنوعة من اجل ضمان البقاء والاستمرارية، والتفاعل مع البيئة الخارجية بما يلي متطلبات ورغبات العملاء الحاليين والمرتقبين وإرضائهم والحفاظة عليهم.

## نتائج الدراسة:

استنادا إلى الدراسة الميدانية، وبناء على نتائج الانحدار الخطي البسيط بين إبعاد جودة الخدمة الالكترونية على

رضا العملاء، توصلت الباحثتان إلى مجموعة من النتائج نذكرها فيما يلي:

✓ عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها الاعتمادية على رضا العملاء عند مستوى الدلالة 0.05.

✓ وجود اثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لكل من سهولة الاستخدام، الأمان والسرية،

تصميم الموقع الالكتروني، جودة المعلومات على رضا العملاء عن الخدمات الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر

بقالمة.

✓ وجود علاقة ارتباط قوية بين بعد الأمان والسرية ورضا العملاء عن الخدمات الالكترونية وهذا ما يفسر أننا كل

ما أحس العملاء بأمان وخصوصية معلوماتهم الشخصية كلما زاد رضاهم عن الخدمات الالكترونية لمؤسسة بريد

الجزائر بقالمة، يليها من حيث قوة العلاقة بعد جودة المعلومات ثم بعد تصميم الموقع الالكتروني.

## التوصيات:

على ضوء النتائج السابقة، فإننا نوصي بما يلي:

▲ القيام بعمليات توعية مكثفة لزيادة الوعي بالخدمات الالكترونية المقدمة عبر الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر،

بالإضافة إلى تعريف عملاء المؤسسة بالمزاي والفوائد التي توفرها هذه الخدمات لهم كسرعة إتمام معاملاتهم وتوفير

الوقت والجهد وتخفيض التكاليف.

▲ دراسة وتحليل إبعاد جودة الخدمة الالكترونية التي من شأنها التأثير على رضا العملاء، بغية الوصول إلى نتائج أكثر

دقة، ومحاولة الوقوف على دور كل بعد في تعزيز رضا العملاء ومن ثم ولائهم اتجاه الخدمات الالكترونية للمؤسسات

الخدمية الجزائرية.

▲ العمل على تحسين وتطوير الموقع الالكتروني للمؤسسة بشكل دائم خاصة فيما يتعلق بالجانب الإبداعي حتى يظل

قادرا على المنافسة، بالإضافة إلى العمل تبسيط الموقع بشكل أكبر لضمان حصول العملاء على الخدمة الالكترونية

بشكل سهل وسريع.

## قائمة المراجع:

### المراجع باللغة العربية

- حبيب بلية. (2019). إدارة الجودة الشاملة المفهوم- الأساسيات- شروط التطبيق. مصر : الأكاديمية الحديثة

للكتاب الجامعي.

- مسلم عبد الله حسن. (2015). إدارة الجودة الشاملة معايير الايزو. الأردن: دار المعتز.
- أحمد أحمد خيضر. (2019). جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة- دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد 2019-. مجلة اقتصاد المال والأعمال ، 03 (01)، الصفحات 430-453.
- أحمد بن مويزة، سعد أولاد العيد، و بوخاتم طلحة. (2021). تأثير رضا العملاء على ولائهم للخدمات المتقدمة من طرف مؤسسة موبيليس وكالة الأغواط. مجلة التنظيم والعمل ، 09 (04)، الصفحات 115-128.
- سامر فهد سليمان الرياضي. (2016). أثر ابعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنك العربي - دراسة ميدانية في مدينة الزرقاء- رسالة ماجستير. جامعة الزرقاء: كلية الدراسات العليا.
- شاهر محمد عبيد. (2021). أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الاسلامي الفلسطيني. مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الاقتصادية والادارية ، 29 (4)، الصفحات 133-157.
- عدالة العجال، و كريمة جلام. (2016). التسويق الالكتروني وأثره على رضا العميل، دراسة حالة لبعض البنوك التجارية الجزائرية. رماح للبحوث والدراسات (18)، الصفحات 97-121.
- علي محمد العضاييلية، و نهي خالد المحارب. (2017). أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الالكترونية واثرها على رضا طالبات جامعة الأميرة نوره بالمملكة العربية السعودية: دراسة حالة. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال ، 13 (03)، الصفحات 307-329.
- كريمة غياد. (2021). أثر جودة الخدمات الالكترونية في تحقيق رضا الزبائن: دراسة على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر سكيكدة. مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة ، 08 (02)، الصفحات 134-109.
- موسى علي مصطفى مضوي، و امنة محمد عمر. (2016). اثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تبني الموبايل المصرفي باستخدام نموذج قبول التقنية(ATM). مجلة العلوم الاقتصادية ، 17 (02)، الصفحات 74-91.
- نادية بوراس، و مبارك بوعشة. (بلا تاريخ). تحسين الخدمات الإلكترونية بالاعتماد على معايير الجودة. مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية (13).
- نادية مدروس، و حنان مزياني. (2022). دور جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق ولاء العملاء" دراسة حالة البنك الوطني الجزائري". مجلة الابتكار والتسويق ، 09 (01)، الصفحات 380-402.

المراجع باللغة الأجنبية

- Bressolles, G. (2008). segmenting Online Customers Based on Electronic Service Quality Dimensions: An Application to Wine Websites. *international conference of Academy of Wine Business Rresearch* ), pp . 1-17.
- Zengwei, M., & Jinkum, Z. (2012). Evidence on E-Banking Customer Satisfaction in China Commercial Bank Sector. *Journal of Software* , 07 (04), pp. 933-92.