



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الجامعة العراقية

كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة الاعمال

اهمية الجودة الالكترونية في ادارة الجودة الشاملة

بحث مقدم من قبل الطالب

مرتضى حمزة كويش

وهو جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في الادارة والاقتصاد

إشراف الدكتورة

د. أسيل محمود شاكر

٢٠٢٠-٢٠٢١

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{بَدِيعُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَإِذَا

قَضَىٰ أَمْرًا فَإِنَّمَا يَقُولُ لَهُ كُن فَيَكُونُ }

(البقرة ، آية / ١١٧)

صدق الله العظيم

الوفاء...

إلى
العظيمة
أمي

الشكر والتقدير

في البداية نحمد الله تعالى على أن وفقنا لإنجاز هذا البحث، له الحمد والشكر،

ثم والدي علي كل مجهوداتهم منذ ولادتي إلى هذه اللحظات، واخوتي سندي.

ثم أود أن أشكر مشرفتي الدكتورة (أسيل محمود شاكر)، التي كانت

خبرتها لا تقدر بثمن في صياغة أهم مواضيع البحث ومنهجية فقدمتني

ملاحظاتها الثاقبة إلى صقل تفكيري ورفع عملي إلى مستوى أعلى.

ثم أود أن أعرب عن تقديري لزملائي لتعاونهم الرائع معي ومساندتهم لي.

الباحث

قائمة المحتويات

العنوان
الاية القرآنية
الاهداء
الشكر والتقدير
قائمة المحتويات
المستخلص
المقدمة
الفصل الاول (الاطار المنهجي)
المقدمة
أولاً :- مشكلة الدراسة
ثانياً: أهمية البحث
ثالثاً: اهداف البحث
رابعاً: اسباب اختيار البحث
خامساً: معاني المصطلحات
الفصل الثاني (الاطار النظري)
مقدمة
المبحث الاول
أولاً:- الجودة
ثانياً: ابعاد الجودة
ثالثاً: الادارة الالكترونية
رابعاً: ادارة الجودة
المبحث الثاني
أولاً: الجودة الكترونية
ثانياً: جودة الخدمة الالكترونية
ثالثاً: مجال الخدمة الإلكترونية
ثالثاً: خصائص الخدمة في الجودة الالكترونية
رابعاً: الجودة الشاملة
المبحث الثالث
أولاً: أبعاد الجودة في الخدمة الإلكترونية
ثانياً: تقييم الجودة في الخدمة الإلكترونية
الفصل الثالث
الاستنتاجات
التوصيات
المصادر

المستخلص

ان موضوع الجودة الالكترونية يحظى باهتمام كثير لدى الباحثين من اجل وضع الاسس الفكرية والفلسفية للجودة في مختلف الميادين لدى المؤسسات والمنظمات لتحقيق الاهداف المرجوة للمنظمات المختصة لتقديم الخدمة أو المنتج و تقديم مخرجات ذات جودة عالية تلئم متطلبات ورغبات الزبائن، لان ذلك يرتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرتها على الدخول في المنافسة والبقاء والنمو وتحقيق الاهداف المخطط لها. إن التطور السريع الذي تشهده التكنولوجيا والمعلوماتية ووسائل الاتصال الذي نشهده اليوم في ضل التقدم الالكتروني جعل تحقيق الجودة هدفاً لها، كما عُدت الجودة الالكترونية وادارة الجودة مجالاً واسعاً للدخول إلى عالم فسيح لمؤسسات الأعمال في التواصل والتفاعل خارج حدودها والتكيف مع التوجهات الجديدة للانفتاح والتفاعل وتلاقح الروى والافكار، وقد اتاحت التكنولوجيا وشبكات التواصل عبر الانترنت وما يرافقها من مستلزمات مادية في أن تكون أرض خصبة وواسعة للاستخدام والتفاعل مع قواعد وتعاملات الادارة الإلكترونية .

في هذا البحث نقدم دراسة نظرية لأبعاد ومفهوم الجودة و الادارة الإلكترونية و التركيز على دور ادارة الجودة في تحقيق كفاءة وفاعلية الأداء لمؤسسات الأعمال ضمن هذا الحقل الجديد في التعاملات الادارية المختلفة، فضلاً عن تأشير مجالات عمل الادارة الإلكترونية والجودة الشاملة في الاعمال وبالتالي الخروج بعدد من التوصيات التي تصب في ضرورة تبني الجودة الالكترونية في ادارة الجودة الشاملة.

كلمات مفتاحية

الجودة ; ادارة الجودة ; الجودة الالكترونية ; الادارة الالكترونية ; الجودة الشاملة.

الفصل الأول

الأطار المنهجي

الفصل الاول

الاطار النظري

المقدمة

أدت الثورة العلمية التكنولوجية المعاصرة ، المتمثلة في الإنترنت وتقنيات الكمبيوتر ، إلى بيئة عمل جديدة تسمى الأعمال الإلكترونية. بدورها ، أنتجت هذه البيئة بعض التسميات المناسبة لطبيعتها مثل الجودة الإلكترونية E-Quality ، والتي تشير إلى تطبيق مفاهيم مختلفة للجودة معروفة في البيئة الإلكترونية المعتمدة على الكمبيوتر وشبكاتها المختلفة. لقد تطورت إدارة الجودة الشاملة (TQM) (Total Quality Management) أولاً في المؤسسات الصناعية الخاصة وتم تطبيقها في النهاية على مجالات أخرى مثل التعليم والخدمات الصحية.

إدارة الجودة الشاملة هي فلسفة تهدف إلى تزويد المؤسسات بنموذج للنجاح من خلال إرضاء العملاء وهي طريقة للإدارة لتحسين الفعالية والكفاءة والمرونة والقدرة التنافسية للأعمال التجارية ككل. نظرا للأهمية الكبرى لإدارة الجودة الشاملة بالنسبة للمؤسسات فقد لقي تعريفها اهتماما كبيرا من قبل الباحثين، وفيما يلي جملة من التعاريف التي تتعلق بها: هناك من ينظر إلى إدارة الجودة الشاملة على أنها طريقة أو فلسفة للتسيير تتضمن مجموعة من الأفكار تهدف إلى إشباع حاجيات الزبون من خلال تحقيق الجودة الشاملة في جميع العمليات، وهذا ما توضحه التعاريف التالية:

فقد عرفت منظمة المقاييس العالمية ISO إدارة الجودة الشاملة هي «طريقة لتسيير المؤسسة تركز على الجودة (باعتبارها مجموعة خصائص في السلعة أو الخدمة تعطي لها أهلية إشباع الحاجات المعلنة والضمنية) تركز على مساهمة جميع الأفراد، وتسعى للنجاح لمدة طويلة بواسطة إشباع حاجات الزبائن وتوفير مزايا من أجل جميع أفراد المؤسسة والمجتمع». وتُعرّف بأنها تفوق في أداء الإدارة والموظفين في آن واحد بهدف تحقيق الجودة والقيمة المضافة في تلبية رغبات المستهلكين وإسعادهم، وتطبق هذه الإدارة في كل من المؤسسات الصناعية والخدمية.

كما تعرف إدارة الجودة الشاملة على أنها: «استراتيجية للتسيير تشمل كل المؤسسة بما فيها نشاطات الأفراد ومحيط هذه المؤسسة من أجل تحديد وإشباع أهداف الجودة المستنبطة من متطلبات الزبون».

أولاً :- مشكلة الدراسة

لا يخفى على الجميع بأن المؤسسات الخدمية تواجه تحديات كبيرة وسريعة في تقديم اعمالها وخدماتها بما يعكس متطلبات أعمال ذات جودة ترقى الى مستوى تطلعات ورغبات عملائها، وتكون هذه التطلعات جديدة تستوجب استجابة سريعة والتي لا يمكن تحقيقها الا من خلال قياس جودة خدماتها بالاعتماد على اراء عملائها، من اجل تحقيق اعلى المستويات لارضاء العملاء، حيث يتوجب على هذه المؤسسات الاعداد الكامل للخطط الاستراتيجية والتي تتناسب مع قدراتها لتلبية رغبة العملاء. ومن هنا يمكن ان تنبع مشكلة الدراسة من خلال الاشكالية التالية لهذه الدراسة والمتمثلة في: ما مدى تأثير الجودة الالكترونية في ادارة الجودة الشاملة في المؤسسات الحكومية ؟

ثانياً: أهمية البحث

تعتبر الجودة الالكترونية من اهم الوسائل الخدمية للمؤسسات والتي يتم من خلالها التنافس، حيث تعمل كل المؤسسات على إتباع أساليبها، لجذب عدد أكبر من العملاء، والتي تظهر بها قوتها وتتميز لجذب اكبر عدد ممكن من العملاء والمستهلكين، والبحث على ايجاد وسيلة مميزة لايصال تطلعاتهم ورغباتهم بأفضل ما يمكن.

ثالثاً: اهداف البحث

- تقديم اطار نظري يتعلق بمفاهيم الادارة الالكترونية في الجودة الالكترونية، والتعرف على اهم المشاكل والمعوقات التي تعاني منها المؤسسات في ادارة الجودة الالكترونية.
- التعرف على العلاقة التي تربط بين جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الخدمية ورضا العميل.
- التوصل الى نتائج بإمكانها ان تساعد المؤسسة الخدمية في تحسين جودة خدماتها لاكتساب رضا العملاء.

رابعاً: اسباب اختيار البحث

- النقص الكبير في الدراسات المتعلقة بتأثير الجودة الالكترونية في ادارة الجودة الشاملة.
- النقص في الوعي لدى المؤسسات الخدمية والمتعلقة في الجودة الالكترونية للوصول الى الجودة الشاملة.

خامساً: معاني المصطلحات

١. الجودة Quality
٢. ادارة الجودة Quality Management
٣. الادارة الالكترونية E- Management
٤. الجودة الالكترونية E-Quality
٥. ادارة الجودة الشاملة Total Quality Management (TQM)

الفصل الثاني

الاطار النظري

الفصل الثاني

الاطار النظري

مقدمة

في ضوء التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر، تسارعت وتيرة تطور الجودة الإلكترونية، وهي من القضايا المهمة لجميع المنظمات الخدمية وغيرها. أصبحت الجودة ورضا العملاء هم الشاغل الأول للمنظمات لتحقيق الاستمرارية والتطوير في ظل المنافسة الشاملة والمواصفات التي تتغير باستمرار. حيث شهدت العقود الأخيرة تطوراً واضحاً في مجال الخدمات، والذي أصبح ذا أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، مما خلق منافسة شديدة ، وأصبح لدى الباحثين والمهتمين بالأنشطة الخدمية وعي كافٍ بأهمية جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء لتحقيق الميزة التنافسية المطلوبة^١.

يتم قياس جودة الخدمات ورضا العملاء من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل لتحديد جودة الخدمات كمؤشر على مستوى الأداء ودرجة رضا العملاء عن مدى اختلاف أنواعهم ، سواء كانوا أفراداً أو مجموعات أو مؤسسات^٢.

حيث تناول هذا الفصل ثلاثة مباحث: المبحث الاول (الجودة، ابعاد الجودة، الادارة الالكترونية، ادارة الجودة)، والمبحث الثاني (الجودة الالكترونية، خصائص الخدمة في الجودة الالكترونية، الجودة الشاملة)، اما المبحث الثالث تناول (ابعاد الجودة في الخدمة الالكترونية، وتقييم الجودة في الخدمة الالكترونية)

^١ نور الدين ، جودة الخدمات وأثرها على رضا العمال-دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكة، ٢٠٠٧

^٢ مروان جمعة درويش أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين ، ٢٠٠٩

المبحث الاول

اولاً:- الجودة

تعريف مصطلح الجودة:

تعريف الجودة Quality لغويًا بأنها المقابلة والاتفاق والمطابقة، ويرجع أصل المصطلح إلى الكلمة اليونانية Qualities وتعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة. وقديماً كان يشير مصطلح الجودة إلى الدقة والإتقان في البناء، وفي الإدارة نجد أن جوران Juran يعرفها بأنها الصلاحية للاستخدام، أما كروسبي Crosby فيعرفها بأنها المطابقة للاحتياجات وللمواصفات. و لقد جرت محاولات عديدة لتقديم تعريف مفهوم الجودة Quality ، و كانت كل من التعريفات التي نتجت عن هذه المحاولات تتولى إبراز سمة معينة تقوم بالتمحور حولها و بصرف النظر عن الاختلافات التي أبرزتها تلك المحاولات، إلا أن هناك بعض التعريفات التي فرضت نفسها على الفكر الإداري و ذلك لما اتصفت به من موضوعية و تعبير دقيق للمفهوم^٣. يعرف Connel الجودة بأنها المتانة و الأداء المتميز للمنتج بينما يرى Baker and About أن الجودة هي جعل السلعة أكثر قدرة على الأداء المتميز في السوق و يعرفها المكتب القومي للتنمية الاقتصادية ببريطانيا NED بأنها الوفاء بمتطلبات السوق من حيث التصميم الأداء الجيد و خدمات ما بعد البيع ، كما يؤكد Garvin أن للجودة ثمانية مكونات هي كما يلي^٤ :

- الأداء
- التطابق
- القيمة
- الملامح
- التحمل
- الجودة المتوقعة
- الاعتمادية
- إمكانية الخدمة.

^٣ محفوظ احمد جودة ، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم و تطبيقات ، عمان ، الأردن ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٤ ، ص ١٩

^٤ توفيق محمد عبد المحسن ، الجودة الشاملة و ستة سيكما ، دار الفكر العربي ، مصر ، ٢٠٠٦ ، ص ١٣

ثانياً: أبعاد الجودة

أن توضيح أبعاد الجودة في منتج ما، في حال تحققها يوصلنا لتلبية متطلبات العميل كما وضعها ديفيد غارفين وتتمثل في ثمانية أبعاد لإدارة جودة المنتج يمكن استخدامها في المستوى الاستراتيجي لتحليل الجودة. تم تعريف هذا المفهوم من قبل David A. Garvin ، أستاذ إدارة الأعمال سابقاً في C. Roland Christensen في بعض الأبعاد يعزز بعضها البعض ، في حين أن البعض الآخر ليس كذلك، قد يكون التحسين في أحد الأبعاد على حساب الآخرين. فهم المقايضات التي يرغب فيها العملاء من بين هذه الأبعاد يمكن أن تساعد في بناء ميزة تنافسية.

يمكن تلخيص أبعاد غارفين الثمانية على النحو التالي:

١. **الأداء**: يشير الأداء إلى خصائص التشغيل الأساسية للمنتج. هذا البعد من الجودة ينطوي على سمات قابلة للقياس، يمكن عادةً تصنيف العلامات التجارية بموضوعية على جوانب الأداء الفردية.
٢. **المميزات**: الميزات هي خصائص إضافية تعزز جاذبية المنتج أو الخدمة للمستخدم.
٣. **الموثوقية**: الموثوقية هي احتمالية عدم فشل المنتج خلال فترة زمنية محددة. هذا عنصر أساسي للمستخدمين الذين يحتاجون إلى أن يعمل المنتج دون فشل.
٤. **التوافق**: المطابقة هي الدقة التي يلبي بها المنتج أو الخدمة المعايير المحددة.
٥. **المتانة**: المتانة تقيس طول عمر المنتج. عندما يمكن إصلاح المنتج ، يكون تقدير المتانة أكثر تعقيداً
٦. **القابلية للخدمة**: إمكانية الخدمة هي السرعة التي يمكن بها تشغيل المنتج عند تعطله ، فضلاً عن كفاءة وسلوك شخص الخدمة.
٧. **الجماليات**: الجاليات هي البعد الشخصي الذي يشير إلى نوع استجابة المستخدم للمنتج. إنه يمثل التفضيل الشخصي للفرد.
٨. **الجودة المدركة**: الجودة المدركة هي الجودة المنسوبة إلى سلعة أو خدمة بناءً على مقاييس غير مباشرة.

٥ هارفارد بيزنس ريفيو، شهري نوفمبر وديسمبر ١٩٨٧، ص ١٠١-١٠٩ ديفيد غارفين"، التنافس على ثمانية من أبعاد الجودة "تاريخ الولوج ٢٧ أكتوبر ٢٠١٢، ويكيبيديا ، الموسوعة الحرة.

ثالثاً: الإدارة الإلكترونية

يعد مفهوم الإدارة الإلكترونية أحد المفاهيم الحديثة في علم الإدارة ومن المفاهيم الحديثة في علم الإدارة ولذا فقد اختلف الباحثون في تحديد مفهوم لها فمنهم من عرفها بأنها تبادل غير ورقي لمعلومات العمليات باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات. وإن المتتبع لأدبيات الإدارة الإلكترونية يجد نفسه أمام العديد من المفاهيم المتعلقة بها، والتعريفات المحددة بصدها، ولكن هذه التعريفات لا تقف عند اتجاه أو اهتمام معين بل تتوزع على ثلاثة اتجاهات

- الأول : ينظر لها على أساس مادي فلا تخرج عن كونها مجموعة الآلات والمعدات والأجهزة
- الثاني : ينظر لها على أساس وظيفي لا تخرج عن كون تؤدي مجموعة وظائف.
- الثالث : ينظر لها على أساس تكاملي يشم الجوانب التنظيمية المادية والوظيفية والبشرية^٦.

ايضاً: الإدارة الإلكترونية هي نظام بتحويل الأعمال الورقية إلى أعمال إلكترونية وذلك عن طريق القيام بخطوات رئيسية تبدأ بأعمال المنظمة، ومن ثم العمل وفق مبدأ النافذة الواحدة الذي يعمل على توفير الوقت وحجم الأعمال الورقية وكذلك الأعباء المالية التي يمكن توظيفها في أعمال أخرى، مما يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة تنعكس إيجابياً على قدرات وكفاءة العاملين، و الإدارة الإلكترونية هي منظومة الأعمال والأنشطة التي يتم تنفيذها إلكترونياً عبر الشبكات وإنجاز الأعمال عن طريق استخدام النظم والوسائل الإلكترونية باعتبارها عملية ديناميكية مستمرة لتحسين إنجاز الأعمال من خلال شبكات الاتصالات وفي مقدمتها شبكة الإنترنت^٧.

^٦ الفرجي وآخرون الإدارة الإلكترونية مرتكزات فكرية ومتطلبات تأسيس عملية، القاهرة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية ٢٠١١ م (ص ١١).

^٧نادية إبراهيم السيد هنيدي، "الإدارة الإلكترونية وإشكالية التداخل بينها وبين الحكومة الإلكترونية". المجلة العلمية لكلية الدراسات الاقتصادية و العلوم السياسية. ١٢٨-١٠١: (٢٠١٧).

رابعاً: إدارة الجودة

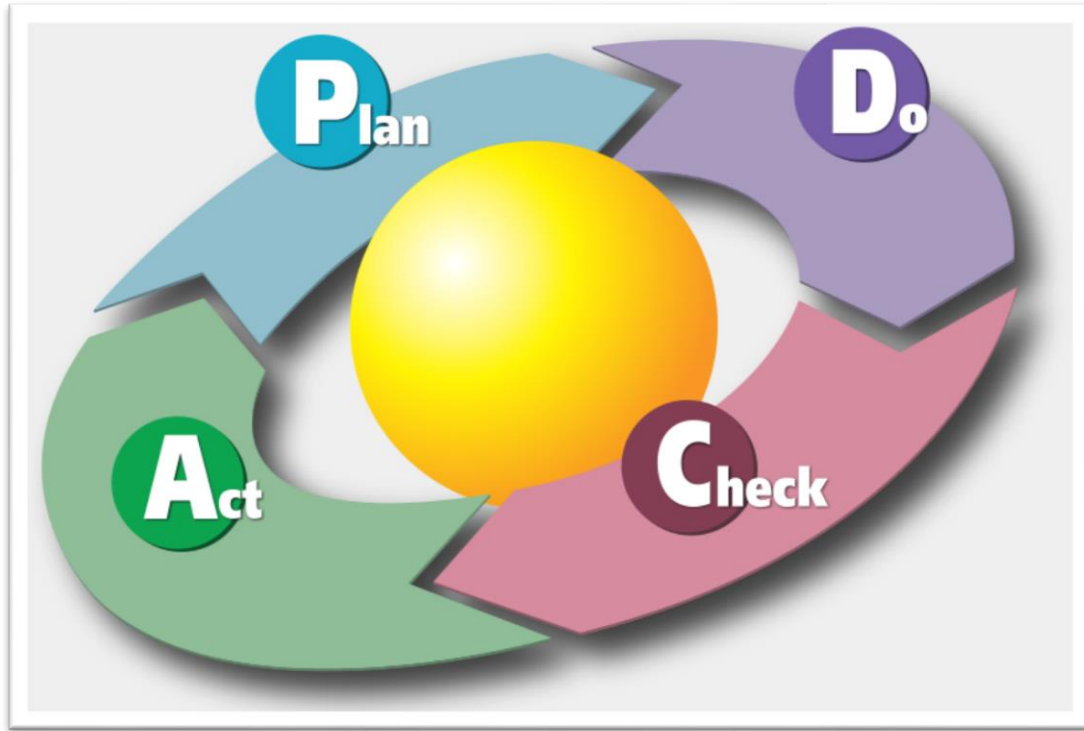
تعد إدارة الجودة وظيفة متطورة تتطلب التخطيط المحكم والتنظيم السلس والقرارات الرشيدة، فهي تؤدي دوراً حاسماً في التخطيط الإستراتيجي، ويتم الإحاطة بهذه الوظيفة وذلك الدور من خلال تفحص مكونات الإستراتيجية من حيث المهمة (الرسالة)، الرؤية، القيم الجوهرية، مجال المنتج – السوق، إستراتيجية (مجال) التنافس والتميز، السياسات الداعمة، الأهداف الموجهة، وثقافة المنظمة، التي ستحدد قدرة الشركة على النمو والنجاح والاستمرار^٨.

كما تعتبر إدارة الجودة الطريقة التي تضمن أن تكون جميع الأنشطة اللازمة لتصميم وتطوير و تنفيذ المنتج أو الخدمة في المؤسسة الفعالة والتي تعمل بكفاءة. وأشهر ما يعرفه الإحصائي الأمريكي إدوارد ديمينج هو فلسفته الإدارية في الجودة والإنتاجية والمكانة التنافسية ، حيث صاغ مجموعة من النقاط التي يجب على الإداريين الانتباه إليها من أجل تحقيق الجودة ، وبعض هذه النقاط أكثر ملاءمة لإدارة الخدمة ، بما في ذلك:

- تفكيك الحواجز بين الأقسام والإدارات المختلفة.
- واجب المسؤولين معرفة مسؤولياتهم وتولي القيادة.
- تتطور باستمرار
- إنشاء برنامج للتطوير الذاتي والتعليم.

يمثل الرسم البياني أدناه "دورة Shewhart" لتطوير الجودة ، والتي حققت انتشارها من قبل Deming وتعرف باسم PDCA Shewhart (التخطيط Plan ، التنفيذ Do ، التحقق Check ، التصحيح Act) حيث أن فلسفة هذه الدورة هي التطوير المستمر للجودة في المنظمة من خلال الترابط .

^٨ الجبوري، ميسر إبراهيم أحمد. "إدارة الجودة جوانب نظرية وتجارب واقعية " .



الشكل (١) يمثل مخطط شوارت او دورة Shewhart " لتطوير الجودة.

لتنفيذ دورة PDCA Shewhart ، نحتاج الى اتباع دورة الخطوات الأربع كما في الرسم التخطيطي أعلاه.

أولاً : تبدأ بالخطوة (Plan)

في أي مشروع ، سنتحتاج أولاً إلى خطة مفصلة والتأكد من تحديد الاهداف وتفويض العمل بشكل صحيح ووضع خطة عمل واضحة مع المعالم الرئيسية، وان لا ننسى توثيق الخطط للمساعدة في تحليل الفعاليات لاحقاً.

ثانياً: الفعل هو (Do)

بمجرد الانتهاء من الخطوة، نبدأ بالفعل، نظراً لعدم وجود خطة مثالية تماماً على الإطلاق، والتأكد من وضع قائمة بالمشكلات التي تواجهنا وكيفية الاستجابة لها.

ثالثاً : التحقق (Check)

بمجرد الانتهاء من المشروع ، الاتصال على الفور بالفريق لتجميع قائمة بالمشكلات والحلول التي نواجهها، نشارك المعلومات مع الفريق حتى يتعرف الجميع ويفهم كيفية تجنب هذه المشكلات ، أو لإصلاحها إذا حدثت وعادت للظهور مرة أخرى.

رابعاً: التصحيح Act

بعد ذلك، ألقاء نظرة شاملة على المشروع عادة ما تكون هناك بعض المجالات الرئيسية التي نشعر فيها أنه يمكن أن تحسن كفاءة المشروع، أو امكانية القيام بشيء أفضل، ثم التبادل بالأفكار وتحديد مجالات التحسين^٩.

^٩ أسطورة PDCA دمينغ شيوهارت "نشأت دورة Shewhart في تدريس اليابان عام ١٩٥٠. وقد ظهرت في كتيب المبادئ الأولية للتحكم الإحصائي للجودة، موسوعة Wikipedia

المبحث الثاني

أولاً: الجودة الإلكترونية

برزت الجودة الإلكترونية كسياق طبيعي لتطوير البحوث النوعية ، مع تطوير الأدوات والوسائل البيئة الإلكترونية من جهة ، وظهور أنواع جديدة من المنتجات التي تناسب هذه البيئة، وأن الأعمال الإلكترونية من حيث الجوهر هي أعمال خدمات إلكترونية وأن التطور في جودة الخدمات يقدم في الأعمال التقليدية والتي تساعد على فهم جودة الخدمات الإلكترونية، أو ما نسميه إختصاراً الجودة الإلكترونية. لقد أصبح الاهتمام بجودة الخدمات في المنظمات الخدمية والانتاجية أمر شائع وفي غاية الأهمية للوصول إلى رضا وولاء وثقة العملاء ولتحقيق الربحية والتنافسية للمنظمات والشركات على الرغم من اختلاف الجودة المدركة في السلع الملموسة عن الجودة المدركة في الخدمات التي تتمتع بخصائص مختلفة^{١٠}. ولأن الجودة هي مفهوم حديث نسبياً^{١١}، لذلك فهو يحتاج من الناحية الفكرية إلى توضيح للمفهوم وترسيخ للقواعد الأساسية. فهناك اختلاف في تعريفها فبعض الباحثين ، يرون أنها تعني عنصر إمكانية التنبؤ أو التقدير من الزبون والاتساق في تقديمها من قبل الشركة. والبعض الآخر يرون أنها تحقيق كفاية التنقل على الشبكة وزيادة حجم البيانات المقدمة مع المحافظة على السلوك المتسق للخصائص. وباحثون آخرون يرون أنها تعني الطبقات المختلفة من خدمة البيانات التي تقدمها مصادر الشبكة لطبقات الخدمة الأعلى بنفقات الطبقات الأدنى (خدمة أعلى بتكلفة أدنى)، والبعض يرى أنها محاولة لملاءمة تخصيص موارد الشبكة لخصائص تدفقات البيانات المعنية^{١٢}.

^{١٠} فوزي فايز عودة، رسالة ماجستير، إدارة الأعمال ، غزة، دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير الملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين، ٢٠١٦.
^{١١} عباس حسين جواد الحميري، سحر عباس حسين ، مجلة أهل البيت عليهم السلام العدد/ ٣ أثر التخطيط الاستراتيجي في رضا الزبون وفق فلسفة إدارة الجودة الشاملة - دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الكيماوية

^{١٢} Paul Fergnson,G.Huston.Quality of Service; Delivering QoS on The Internet and in Corporate Networks, John Wiley & Sons, N.Y. ١٩٩٨

ثانياً: جودة الخدمة الإلكترونية

لقد تطورت أساليب تقديم الخدمات بحيث أصبح التفاعل بين مقدم الخدمة ومتلقيها يتم عن بعد عبر الإنترنت والأجهزة الذكية ، حيث تعد الخدمات الإلكترونية شكلاً جديداً من الخدمات ، لكنها تختلف عنها في العديد من الخصائص. كما تُعرف الخدمات الإلكترونية أيضاً بالخدمات التي يتم تقديمها من خلال الاتصال الإلكتروني بين مقدم الخدمة والمستفيد منها، ويتم تعريفها أيضاً على أنه إجراء الكثير من المعاملات كلياً أو جزئياً عبر الإنترنت^{١٣}.

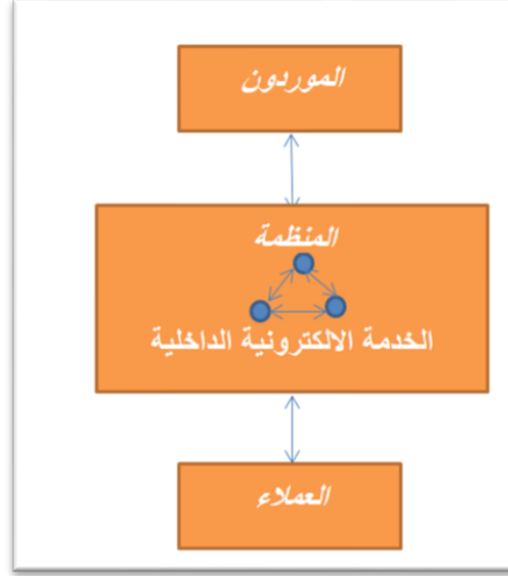
كما يعتقد كل من Rest و Lamo أن الخدمات الإلكترونية يتم تعريفها في إطارها الواسع على أنها تنطوي على توفير الخدمة من خلال الوسائل والشبكات الإلكترونية مثل الإنترنت^{١٤}. و تعتبر الخدمات الإلكترونية سواء في شكل تعليم إلكتروني أو بنوك إلكترونية أو حكومة إلكترونية - تقديم الخدمات للجمهور بهدف تسهيل الأعمال وتوفير الوقت واستثماره وتحقيق رضا الجمهور ومواكبة التطور العلمي، والبحث عن القيمة المضافة والجودة العالية. علماً أن الخدمات الإلكترونية هي ممارسات لا تحقق في حد ذاتها المفهوم الدقيق لإنتاج المعرفة ، ومن ثم تحقيق الثروة المادية ، بينما يقوم اقتصاد المعرفة على مبدأ الإنتاج المعرفي بهدف تحويله إلى سلع وخدمات لتحقيق الثروة والفوائد الاقتصادية الأخرى^{١٥}.

وبالتالي يمكن القول أن جميع الخدمات التي يتم تقديمها إلكترونياً ، وخاصة عبر الإنترنت ، هي خدمات إلكترونية ، وفي إطارها يمكن إجراء جميع المعاملات عن بُعد ، ويمكن أيضاً إجراء المعاملات عن بُعد جزئياً، أي في بعض الإجراءات دون الآخر وذلك بهدف توفير الوقت والجهد والتكاليف وإرضاء العميل.

^{١٣} نورة الهزاني، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية، السعودية ٢٠٠٨ ، ص ٤٩ .
^{١٤} بشير العلاق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق :مدخل تسويقي استراتيجي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية: الأردن، ٢٠٠٤ ، ص ٦٤ .
^{١٥} (خالد الحشاش، الاقتصاد المعرفي: الثروة المستدامة، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، مصر، ٢٠١٥ ، ص ٢٨٩).

ثالثاً: مجال الخدمة الإلكترونية

يمكن تحديد مجال الخدمة الإلكترونية من خلال الشكل التالي:



شكل رقم: (٢) مجال الخدمة الإلكترونية

-الخدمة الإلكترونية بين المنظمات.

-الخدمة الإلكترونية بين المنظمة والحكومة.

-الخدمة الإلكترونية بين المنظمة والعميل.

-الخدمة الإلكترونية بين الحكومة والمواطن.

يوضح الشكل أن المؤسسة ، سواء في القطاع العام أو الخاص ، تتفاعل مع عملائها أو مواطنيها من خلال القناة الهابطة ، بينما تتفاعل مع مورديها أو مورديها من خلال القناة الصاعدة ، وأنواع التفاعلات المختلفة تشمل كل أو جزء من الأنشطة التالية.

التبادل التفاعلي للمعلومات.

تفاعلات التفاوض.

تيارات الترويج.

تدفق السلع والخدمات.

تشمل الخدمات الإلكترونية كل هذه التفاعلات والتدفقات ، باستثناء المنتج المادي ونقله في كل من القنوات الهابطة والصاعدة، الكفاءة وخفض التكلفة، أما القناة الصاعدة فتشمل الخدمة الإلكترونية عدة أنشطة تتعلق بالموردين ومصادر التوريد ومراكز التدريب وتهدف إلى تحسين الخدمة المقدمة للعملاء وتوسيع السوق^{١٦}.

وعليه ، فإن مجال الخدمات الإلكترونية يتمثل في الخدمات الإلكترونية التي تتم بين المؤسسة نفسها والمؤسسة وعملائها ومورديها ، وبين الحكومة والجمهور.

ثالثاً: خصائص الخدمة في الجودة الإلكترونية

تشير العديد من الدراسات إلى أن أهم الخصائص المميزة للخدمة في الجودة الإلكترونية هي القدرة على الوصول والتنبيه والتحديث السريع ، حيث أن التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، خاصة بالنسبة للهواتف المحمولة (يتم تعزيز العلاقة بين مؤسسات مقدمي الخدمة والعملاء). تقرر الدراسات والأبحاث الميدانية التي أجراها بلو وبولتون ولايمان بأن مثل هذه الخصائص تساهم بشكل كبير في توفير الوقت والمال والجهد لجميع أطراف الصرافة، وخاصة العميل، حيث يلعبون دوراً فعالاً في إيجاد الحلول التي ترضي العملاء وتكرس ولائهم لمقدم الخدمة^{١٧}.

٣-١. إمكانية الوصول

أي القدرة على الوصول إلى الشخص أو المعلومات التي يحتاجها العميل في الوقت المناسب له ، ويتم ذلك في اتجاهين بين العميل والمؤسسة ، وهذا من شأنه تعزيز العلاقة بينهما ، وهذه الميزة تمكن العملاء والمنظمات لتحقيق ما يلي:

- أ. سهولة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالمبادلات التجارية والمنتجات والخدمات التي يمكن استخدامها.
- ب. الوصول إلى قواعد البيانات وكتالوجات المكتبات وقراءة المطبوعات والكتب الإلكترونية والإعلانات^{١٨}.
- ت. إرسال معلومات للعملاء حول اهتماماتهم في سلعة أو خدمة ، بحيث يمكن للمؤسسات الاستفادة من الملاحظات وأبحاث السوق.

^{١٦} بشير العلاق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق: مدخل تسويقي استراتيجي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية: الأردن، ٢٠٠٤ ، ص ٦٤ .

^{١٧} المصدر السابق، ص ٢٢٩.

^{١٨} عامر ابراهيم قنديلجي، الحكومة الإلكترونية، عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥ : ط ١.

- ث. متابعة العملاء لمشترياتهم وأوضاعهم المالية وحساباتهم.
- ج. البحث عن حلول جديدة ممكنة لأي مشكلة يواجهونها والحصول على إجابات لأسئلتهم حول مختلف القضايا.
- ح. المشاركة والانخراط في مجتمعات افتراضية لإنشاء سوق للسلع والخدمات ، أو لتسويق منتجاتها وخدماتها.
- خ. توفير الوقت للشراء والبيع وإعادة الترتيب.

٣-٢. القدرة على التنبيه

أي القدرة على توفير المعلومات المطلوبة أو التفاعل المطلوب في الوقت المناسب بالضبط، وذلك لتجنب أي شيء سلبي أو الاستفادة من شيء إيجابي، والتنبيه لوجود أشياء جديدة يجب الاهتمام بها والإيجابية. تعود تأثيرات هذه الخاصية إلى المنظمة والعملاء إذ تتطلب هذه الميزة تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع وبرامج المساعدة للمستخدمين، وتوفير أداة بحث ضمن محتوى الموقع، وأدوات الاتصال والتغذية الراجعة بين المستخدمين والموقع من خلال مختلف وسائل الاتصال والتواصل عبر البريد الإلكتروني أو التقييم أو الاستثمارات ونحوها والقدرة على متابعة الطلبات.

٣-٣. سرعة التحديث

تعني ميزة التحديث القدرة على إنشاء مصادر معلومات محدثة والحفاظ عليها ، من خلال التحديث المستمر للمعلومات المستفادة من العملاء ومن التفاعلات التي تحدث بين العمليات والمؤسسة ، في وقت مناسب وبسرعة عالية، وهذا من شأنه تعزيز كفاءة وفعالية قواعد البيانات مما يمنحها درجة من الدقة والمصداقية والثقة. يتم التعبير عن هذه الخاصية أيضاً من حيث حداثة المعلومات الموجودة على الموقع ، وعدد مرات تحديثها خلال فترة زمنية محددة، ووجود تاريخ التحديث الأخير^{١٩}.

^{١٩} عماد أبو الرب ويلي رشيد حسن، جودة الخدمات الإلكترونية لمنظمات الأعمال في ظل العولمة، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول: الإتجاهات الدولية الحديثة في منظمات الأعمال التحديات والفرص والآفاق، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، ٢٩-٢٧ سبتمبر ٢٠٠٦، ص - ٧ .

رابعاً: الجودة الشاملة

يشار إلى إدارة الجودة الشاملة باللغة الإنجليزية باسم (Total Quality Management)^{٢٠}، وتعرف بأنها التفوق في أداء الإدارة والموظفين في نفس الوقت من أجل تحقيق الجودة والقيمة المضافة في تلبية الرغبات والسعادة. من المستهلكين، ويتم تطبيق هذه الإدارة في كل من المؤسسات الصناعية والخدمية، كانت منظمة الجودة البريطانية (BQA) أول من حدد مفهوم إدارة الجودة الشاملة كنهج إداري يمكّن المنظمة من تحقيق أهدافها وتلبية احتياجات المستهلك، وأيضاً تعريفها على أنها فلسفة وممارسات إدارية لتحقيق أهداف المنظمة بشكل فعال ، من خلال استغلال الموارد البشرية والمادية المتاحة^{٢١}. وتعتبر عملية مستمرة للتحسين طويل المدى تشاركها الإدارة والموظفون في نجاحها وتهدف إلى تحقيق رضا العملاء وولائهم ، وهي إدارة تعمل على الوصول إلى نجاح طويل الأجل لخدمة العملاء ورضاهم ، بحيث يسعى جميع العاملين في المؤسسة إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة. زيادة الإنتاج وتحسين الثقافة السائدة في العمل (Sallis, Edward ٢٠١٤). كما تعتبر أهمية إدارة الجودة الشاملة من أهم الوسائل التي تتنافس بها المؤسسات وتظهر قوتها وتميزها من أجل استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء والمستهلكين وإيجاد طريقة ناجحة لتقديم إدارة الجودة التي تسعى لتقديمها احتياجاتهم ورغباتهم بأفضل الخدمات ذات الجودة ومنها:

- زيادة الحصة والإيرادات في السوق: حيث تتيح إدارة الجودة الشاملة للمؤسسة تقديم منتجات وخدمات بجودة مميزة ، وبالتالي تمكن المنظمة من تحقيق زيادة في الطلب ينتج عنها زيادة في الإيرادات وحصة السوق.
- تخفيض التكاليف: تم إجراء دراسات حول تأثير الجودة على التكاليف. اتضح أنه كلما تم تحسين منتج المنظمة ، ستخفض التكاليف ، من خلال الاستغناء عن الأنشطة التي لا تضيف قيمة إلى المنتج. تجنّب إذا كان المنتج ذا جودة وبالتالي يتم تقليل التكاليف ، وتساهم إدارة الجودة الشاملة في تقليل حالات عدم تطابق المنتج ، وهذا يؤدي إلى زيادة أرباح الشركة^{٢٢، ٢٣}.

^{٢٠} Sallis, Edward. *Total quality management in education*. Routledge, ٢٠١٤.

^{٢١} فتحية حبشي، "إدارة الجودة الشاملة"، جامعة منتوري قسنطينة، أطلع عليه بتاريخ ١٣-٩-٢٠١٨.

^{٢٢} Anjard, Ronald P. "Total quality management: key concepts." *Work study* (١٩٩٨).

^{٢٣} عباس الموسوي، فاطمة الغربان " التكامل بين إدارة الجودة الشاملة وأسلوب التكاليف على أساس الأنشطة"، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد ٨٠، صفحة ٢٥، ١٥. ٢٠١٠.

- زيادة رضا العملاء والمستهلكين: الهدف النهائي لإدارة الجودة الشاملة هو إرضاء العميل وتقديم ما يتوافق مع رغباته وتوقعاته. لعملائها واكتساب عملاء جدد.
- الجودة لها تأثير على الاستراتيجية التنافسية: تعتبر الجودة من أهم عوامل نجاح أي مؤسسة وكلما ارتفعت جودة المنتج في السوق زاد الطلب عليه، وهذا ما يجعل وجود المنافسة بين المؤسسات ومتطلبات الزبون، فالتركيز على الزبون يعد الأساس والقوة الدافعة وراء مصطلح الجودة وتحسين الإنتاجية ومن ثم ينعكس في تنافسية المنظمة^{٢٤}.
- التحسين المستمر: تسعى إدارة الجودة الشاملة إلى إرضاء العميل والمستهلك وجذبهم للمؤسسة ، وهذا يتطلب من المؤسسة أن تكون أكثر كفاءة واستجابة. ما يجعل المؤسسة تتقدم في عملها هو البحث الدائم عن الأفضل في منتجاتها ، وفتح فرص للبحث والتطوير ، وتشجيع الإبداع والتميز عن المنافسين.
- تقليل المخزون: من خلال معرفة احتياجات المستهلك وإنتاجه بالطريقة الصحيحة وتسليمه من خلال المورد في الوقت المناسب.
- زيادة رضا الموظفين وتمكينهم: تعمل إدارة الجودة الشاملة على تحسين الأعمال من خلال القضاء على العمليات والمراحل غير الضرورية وتجنب إضاعة وقت الموظفين ، مما يؤدي إلى زيادة إنتاجية الموظف والشعور بالانتماء إلى العمل الجماعي في المنظمة (Sallis, Edward ٢٠١٤).

^{٢٤} عباس محمد حسين سعيد. "تأثير إدارة الجودة الشاملة في تنافسية المنظمة عبر القيمة المدركة للزبون بحث استطلاعي في شركتي أسيا سيل وزين للاتصالات المتنقلة في العراق *Journal Of AL-Turath* (٢٠١٦) ٢٠ University College

المبحث الثالث

أولاً: أبعاد الجودة في الخدمة الإلكترونية

الخدمات الإلكترونية هي خدمات مثل الخدمات التقليدية ، مع اختلاف أساسي أنها خدمات على الشبكة لذلك، فإن العديد من أبعاد تقييم جودة الخدمة في البيئة المادية لها تأثير كبير في البيئة الافتراضية. الجدول التالي يوضح أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية:

جدول رقم (١) يوضح أبعاد الجودة في الخدمة الإلكترونية^{٢٥}

المؤلف	أبعاد الجودة في الخدمة الإلكترونية
دابهلوكار (Dabholka, ١٩٩٦)	- تصميم موقع الواب، الموثوقية، التقديم، سهولة الاستعمال، المتعة والرقابة.
زيثامل وآخرون (Ziethaml et al, ٢٠٠٠-٢٠٠٢)	-الكفاءة، الموثوقية، الأداء، الخصوصية، الاستجابة، التعويض، الاتصال، الأمن والتزويد.
يانج (Yang, ٢٠٠١)	- تصميم موقع الواب، الأمن والمعلومات. -
ماسو ومادو (Macu et Madu, ٢٠٠٢)	- 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, ٢٠٠٢)	- المعلومات، التفاعلية، الثقة، وقت الاستجابة، تصميم موقع الواب، التدفق، الابتكارية، الاتصالات المتكاملة والاستدامة.
يانج و جون (Yang et Jun, ٢٠٠٢)	- تصميم موقع الواب، الأمن، الموثوقية، الاستجابة، قابلية الوصول والزبونية

^{٢٥} نجم عبود نجم وباسم المبيضين، الجودة الالكترونية نحو نموذج مقترح لابعاد الجودة الالكترونية، دراسات، العلوم الادارية، العدد ٣ سنة ٢٠١٠.

فيلد وآخرون Field et al, ٢٠٠٤	- تصميم موقع الواب، الموثوقية، الأمن وخدمة الزبون
كيم وستويل (Kim et Stoel - ٢٠٠٤)	- مظهر الواب، التسلية، المعلومات، القدرة على الصفقات، الاستجابة والثقة.
لونغ وماكميلون ٢٠٠٤ (Long et McMellon,)	-المعلوماتية، الموثوقية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، الاتصالات والتزويد.
جوناريس وآخرون (Gounaris et al, ٢٠٠٥)	- تصميم موقع الواب، المعلومات، الثقة، الاستجابة والشهرة.
إكسياني وبريوتوك ٢٠٠٥ (Xiaoni et Prybutok,)	- مراعاة الفروق الفردية، ملائمة الخدمة، جودة الموقع، المخاطرة، الرضا الإلكتروني والقصد أو الغرض.

من خلال الجدول السابق يتضح أن أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية متعددة ، ولكن مما سبق تبين أن الأهمية النسبية لهذه الأبعاد تختلف باختلاف طبيعة المنظمة والخدمات المقدمة ، ويمكن أن تكون جمعت في الأبعاد الأساسية التالية: الأبعاد المتعلقة بالموقع ، والأبعاد المتعلقة بالمعلومات التي يحتويها ، والأبعاد التي تهدف إلى خدمة الأعمال والأبعاد المتعلقة بالخصوصية.

ثانياً: تقييم الجودة في الخدمة الإلكترونية

إن مفهوم جودة الخدمة بشكل عام وجودة الخدمات الإلكترونية بشكل خاص حديث وتحديدًا قبل عام ١٩٨٥ ، حيث لم يكن هناك سوى عدد محدود من الدراسات التي تناولت مفاهيم وأبعاد جودة الخدمة دون التطرق إلى طرق قياسها وتقييمها. تُنسب المحاولة الأولى لقياس جودة الخدمات إلى كلٍّ من (باراسيرامان، زلمال، و بيرري)^{٢٦}، حيث تمكنوا من تصميم مقياس

^{٢٦} Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., and Berry, Leonard L. (١٩٨٨), Servqual : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, Vol. ٦٤, N°. ١, P. ٢٣.

"سيرفكوال" الشهير لقياس ما يُعرف بالفجوات الخمس لجودة الخدمة، والتي اكتسبت قبول ودعم معظم الباحثين بسبب مصداقيته وإمكانية تطبيقه العملي للوصول إلى قياس الفجوة بين توقعات العملاء لجودة الخدمة وتصوراتهم للأداء الفعلي للخدمة التي يتلقونها وقد حاول العديد من الباحثين تكييف مقياس "سيرفكوال" على المواقع.

من خلال دراسات باراسيرمان وزيلمالي، يتضح أن مفهوم جودة الخدمة الإلكترونية يحتوي على بعدين: البعد الأول، هو البعد النفعي المتمثل في درجة التيسير، والبعد الثاني، البعد العاطفي المتمثل في مجموع المشاعر: والمشاعر التي يشعر بها مستخدم الإنترنت عند زيارته المواقع^{٢٧}. حدد صاحب مقياس جودة الخدمة الإلكترونية (Bressolles)، وبروكسل خمسة أبعاد لتقييم الخدمات الإلكترونية^{٢٨}:

- سهولة استخدام "Netqual" (استكشف، ابحث عن المعلومات)
- جدوى مقدم الخدمة (احترام الالتزامات).
- تصميم الموقع (القدرة على الإبداع والتفاعل).
- الأمن والسرية (الثقة واحترام الحياة الشخصية).
- جودة المعلومات (دقة، جدوى، تفصيل).

يتضح مما تقدم أن معايير تقييم جودة الخدمات الإلكترونية تعتمد بالدرجة الأولى على أبعاد جودة الخدمات وخاصة الإلكترونية منها، ومن هنا يمكن اقتراح معايير تقييم جودة الخدمات الإلكترونية على النحو التالي:

١. معايير جودة الموقع

أكدت عدة دراسات أن جودة الموقع لها تأثير كبير على طلب العملاء للخدمات الإلكترونية، ويمكن الاعتماد في تقييم جودة الموقع على عدة معايير منها ما يلي^{٢٩}:

^{٢٧} عبد الجليل طواهير وجمال الهواري، محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس (NetQual) دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد ٢٠١٢/٠٢

بعنوان Bressoles Grégory دراسة^{٢٨}

"La Qualité de service électronique, Netqu@l : mesures, conséquences et variables modératrices)

جامعة تولوز ١ فرنسا، الدراسة شملت عددا من المواقع التجارية لمؤسسات فرنسية خدمية وصناعية.

١.١ - سهولة استخدام الموقع

يقيس هذا المعيار سهولة الاستخدام والفهم والتعامل مع الموقع ، ويحتوي على المؤشرات التالية: (مدى توفر خريطة للموقع على الموقع الإلكتروني لمزود الخدمة للوصول بسهولة إلى الخدمة الإلكترونية، سهولة العثور على الخدمة الإلكترونية باستخدام خيار البحث، سهولة الوصول إلى الخدمة الإلكترونية من الصفحة الرئيسية لموقع الويب الخاص بالكيان مقدمة الخدمة، موقع ويب ثابت لخدمة البحث المتاحة في جميع الصفحات، وجود شروط وأحكام الاستخدام، سهولة التذكر ونقل الرابط للخدمة الإلكترونية، وتوافر الخدمة الإلكترونية بأكثر من لغة، وتوافر أكثر من قناة إلكترونية لتقديم الخدمة.

٢.١ - جودة التصميم

يرى (Lau and Grawal) أن تصميم الموقع يؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمة ، وبالتالي ولاء العملاء، ومعيار جودة التصميم مرتبط بالصفات المرئية في تصميم الموقع لجذب المستخدمين للزيارة الموقع ، ومن ثم البقاء لأطول فترة ممكنة داخل الموقع وأخيرا زيارته مرة أخرى في المستقبل، يمكن تلخيص مؤشرات جودة التصميم في^{٢٠}:

- أ- الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم والجمال في الصور والحركات.
- ب- الملاءمة: ملاءمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع.
- ت- اللون: يوصى باستخدام الألوان الفاتحة وعدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة من الموقع.
- ث- ملفات الفيديو والصوت والصورة: يفضل استخدام أقل عدد ممكن منها ، وأن يكون حجمها صغيراً حتى لا يؤثر على سرعة تحميل الصفحة ، بالإضافة إلى استخدام النصوص المصاحبة لمعرفة موضوعها. في حالة صعوبة تنزيلها.
- ج- النص: يفضل استخدام خط واحد سهل القراءة ، بحجم واحد مناسب ومن نفس النوع في صفحة واحدة ، باستثناء العناوين الرئيسية ، مع وجود مسافات واضحة بين الفقرات.

^{٢٩} دميثان المجالي وأسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، (٢٠١٣)، ص ٧٧.

^{٣٠} عماد أبو الرب وليلى رشيد حسن، مرجع سابق، ص (٨) .

٣-١- الجودة في التنظيم

يختص هذا المعيار ببنية الموقع وطريقة تقسيم خدماته لتوفير طريقة سهلة لتصفح الموقع من أجل مساعدة المستخدم في الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسرعة ، حتى يشعر بالراحة أثناء زيارته للموقع. يمكن تلخيص مؤشرات الجودة الخاصة بالمنظمة على النحو التالي:

- أ- الفهرس: يحتوي الموقع على فهرس لجميع صفحات الموقع.
- ب- خريطة الموقع: توفر خريطة ملائمة للموقع وروابط في كل صفحة لسهولة التصفح.
- ت- الروابط: وجود روابط مساعدة على كل صفحة للانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح.
- ث- الشعار: وجود شعار مزود الخدمة في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.
- ج- التناسق: تطابق جميع الصفحات طريقة عرضها.

٢. معايير الجودة في المعلومات

يتطلب الكم الهائل من المعلومات المتاحة على الإنترنت يوجب الاهتمام بتقييم جودة محتوى المواقع وجودة المعلومات من خلال المعايير التالية:

١-٢. البساطة

من المهم أن يتميز الموقع ببساطة إجراءات تقديم الخدمات ، وذلك من خلال الإشارة إلى اسم الخدمة الإلكترونية ، والتي يجب أن تكون مفهومة وتعبر بشكل مباشر عن طبيعة الخدمة ، مع توضيح جميع الخطوات بالتفاصيل أثناء عملية تنفيذ وتقديم الخدمة الإلكترونية ، مع تقديم وصف واضح للوثائق والخطوات اللازمة لإتمام الخدمة الإلكترونية ، يجب أن تكون رسائل الخطأ الصادرة واضحة ومختصرة وسهلة الفهم.

٢-٢- الاكتمال

من الضروري الانتباه إلى الإجراءات التكميلية التي تساعد في الاستفادة من الخدمات المقدمة ، وهي تتطلب: تلخيص واضح لإجراءات تسجيل المستخدم قبل استخدام الخدمة إذا لزم الأمر، مع تقديم وصف تفصيلي لإجراءات الدفع الإلكتروني أو اليدوي، وتحديد الفترة

الزمنية المتوقعة بين تنفيذ الخدمة والحصول على النتائج ، وتوضيح العملاء المستهدفين من خلال تلقي الخدمة، وذكر جميع التعليمات المطلوبة لتعبئة النماذج الإلكترونية. في حالة اكتمال الخدمة ، سيتلقى المستخدم رسالة واضحة ومفهومة ومفيدة ^{٣١}.

٣-٢. الدقة

هذا المعيار هو أحد المعايير الأساسية لقياس جودة الخدمات الإلكترونية ويشمل: صحة المعلومات المقدمة للعملاء من خلال الموقع الإلكتروني، وإمكانية الثقة في دقة المعلومات لاتخاذ القرارات الصحيحة من جانب العملاء، والدقة في التعامل مع العملاء والإجراءات المتعلقة بتقديم الخدمات الإلكترونية والموضوعية في تقديم المعلومات دون أي تحيز.

٢-٤- التحديث

من العوامل المؤثرة على جودة الخدمات الإلكترونية حداثة المعلومات المتعلقة بها، وبناءً عليه يمكن قياس جودة الخدمات الإلكترونية من خلال: تحديث المعلومات على الموقع مع تحديد تاريخ آخر تحديث، والقياس لعدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة ^{٣٢}.

٣. معايير جودة خدمة العملاء

الهدف الرئيسي من تقديم الخدمات الإلكترونية هو خدمة العملاء. وبالتالي فإن أهم معايير تقييم جودة الخدمات الإلكترونية هي المعايير المتعلقة بجودة خدمة العملاء ، ومن أهمها:

٣-١. الموثوقية

يعتبر معيار الموثوقية من أهم معايير جودة الخدمات التي يتم من خلالها قياس أداء الخدمة بدقة بشكل يمكن للعميل الاعتماد عليه يتضمن هذا المعيار ما يلي: مدى ملائمة عنوان الموقع الإلكتروني وخصائص الخدمات التي يقدمها، وسرعة تحميل الموقع والقدرة على تصفح الموقع بأكثر من متصفح واحد، ويعمل الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع

^{٣١} عماد أبو الرب : المرجع السابق، ص. ٧

^{٣٢} نجم عيود نجم وباسم المبيضين، مرجع سابق، ص ١٩

شاشة مختلفة، ويحتوي الموقع على أقل عدد ممكن من الإعلانات لتجنب تحميل الصفحات من أجل فترات طويلة يقدم الموقع جميع الخدمات بشكل مستمر دون انقطاع^{٣٣ ٣٤}

يأخذ هذا المعيار أيضاً في الاعتبار مدى التزام الموظفين من خلال:

مراجعة الموظف لعمله للتحقق من صحتها ودقة المعلومات المقدمة للعميل والتطبيق السليم للإجراءات اللازمة لتقديم خدمة دون أخطاء ، والتزام الموظف بتطبيق جميع معايير الجودة على جميع الخدمات التي يقدمها ، معاملة عادلة ومتساوية مع جميع فئات العملاء ، مع التأكد من أنه يفهم بوضوح احتياجات العميل وأنه فعل كل ما في وسعه لإرضائها .

٣-٢ الميزات تفاعلية

يتطلب هذا المعيار ضرورة وجود أدوات اتصال وردود الفعل بين العملاء والموقع من خلال وسائل الاتصال المختلفة بما في ذلك البريد الإلكتروني، ويرتبط بعدة مؤشرات منها: الاستجابة التي تعكس الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم الخدمات، الاتصال الذي يسمح بنقل المعلومات بين العملاء ومقدم الخدمة في وقت مناسب، يتكيف حسب الحاجة، أي عملية تكيف محتوى الموقع حسب رغبة وحاجة مستخدم معين.

٣-٣ أداء الموثوقية

تقيس هذه المعايير موثوقية الخدمة وثقة المستخدمين من حيث الأداء، ويشمل المؤشرات التالية: تنوع قنوات الدفع الإلكتروني، وتوفير معلومات موثوقة عن مواعيد تقديم الخدمات وكيفية تسليم مخرجات الخدمة الإلكترونية (البريد السريع، والتسليم المباشر، أو أي طريقة أخرى حتى لا يضطر المستخدم إلى زيارة مقدم الخدمة).

٣-٤ الاستجابة

يجب أن تتمتع الخدمة باستجابة عالية ودقيقة وخالية من الأخطاء، ويمكن تقييم هذه الاستجابة من خلال ثلاثة مؤشرات تشمل: سرعة تقديم الخدمة، الدقة في التسليم دون أخطاء، الاستجابة لمخاوف الفئات المستهدفة، وتوقع التغييرات التي قد تحدث لاحتياجات المستفيدين.

^{٣٣} عماد أبو الرب وليلى رشيد حسن، مرجع سابق، ص(٧) .
^{٣٤} دميثان المجالي وأسامة عبد المنعم، مرجع سابق، ص(٨١) .

٣-٥. اللباقة والاهتمام

يمكن قياس هذا المعيار من خلال عدة جوانب، بما في ذلك: سرعة الاستجابة لطلبات العملاء واستخدام طريقة لبقة وسلسة عند إرسال رسائل البريد الإلكتروني.

٣-٦. القيمة المضافة

أي توفير قيمة مضافة للعميل من خلال أخذ زمام المبادرة لتحديد الخدمات الأخرى المتعلقة بالعمل التي قد يحتاجها، حفاظاً على وقته وجهده.

٤- معايير الأمان والخصوصية

يعتمد نجاح الخدمات الإلكترونية إلى حد كبير على مدى استيفاء معايير أمن المعلومات والمعاملات الإلكترونية واحترام خصوصية جميع الأطراف.

٤.١ معايير الأمان

ويشمل جميع المعايير التي تضمن أمن المعاملات الإلكترونية ، بما في ذلك: أمن المعاملات المالية والحماية من القرصنة، وأمن العمليات ، والمعلومات المستخدمة، والخدمات المقدمة لكسب ثقة العملاء، واستخدام مضادات الفيروسات.

٤.٢ خصوصية معلومات المستخدم الشخصية والخدمات المقدمة

يمكن عرض المعلومات والخدمات المقدمة من خلال الموقع، مع مراعاة خصوصية كل عميل من خلال: استخدام النماذج الإلكترونية المصممة خصيصاً لمراعاة هذه الخصائص، وجمع المعلومات حول احتياجات العملاء وتفضيلاتهم، ووضعهم الاجتماعي والاقتصادي و معلومات أخرى تساعد على تقديم خدمات إلكترونية تراعي خصوصية العملاء، وتوصيل المعلومات الصحيحة مع تقديم الخدمة المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب.

الفصل الثالث

الاستنتاجات

و

التوصيات

الفصل الثالث

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

١. أن الأعمال الإلكترونية ، في جوهرها ، هي أعمال خدمات الكترونية ، لذا فإن التطور في جودة الخدمات المقدمة في الأعمال التقليدية يساعد على فهم جودة الخدمات الإلكترونية ، أو ما نسميه إختصارا بالجودة الإلكترونية.
٢. يقصد بالخدمات الإلكترونية الخدمات المقدمة من خلال وسائط إلكترونية، خاصة بالانترنت وفي إطارها يمكن أن تتم التعاملات عن بعد بشكل كلي أو جزئي.
٣. ان استخدام الجودة في الإدارة الإلكترونية يؤدي الى تطوير كوادر عمل يمتلكون دور اساسي في الادارة واختصار الوقت والجهد.
٤. يعتمد تقييم الجودة في الخدمات الإلكترونية على ثلاثة اتجاهات: رضا العملاء ، وجودة مقدمي الخدمة ، وجودة الموقع. وهنا تظهر أهمية معايير الجودة في عملية التقييم.
٥. إذا تم استيفاء معايير تقييم جودة الخدمة الإلكترونية ، فستكون نتائج القياس عالية الجودة ، أما إذا لم يتم استيفاء المعايير ، فستكون نتائج القياس منخفضة الجودة.

التوصيات

- من خلال العناصر التي تم تحديدها ، أصبحت أهمية تحديد معايير واضحة لتقييم جودة الخدمات الإلكترونية واضحة في ادارة الجودة الشاملة. وفقاً لذلك، سيتم تضمين بعض الاقتراحات:
- نظرا لأهمية الجودة الإلكترونية ، من الضروري أن تقوم المنظمات والجهات الحكومية بتطوير الخدمات المختلفة التي تقدمها وربطها بتقنية المعلومات والاتصالات وطرق التعامل عن بعد.
 - من أجل التحول الصحيح لتطبيقات الخدمات الإلكترونية المختلفة ، من الضروري تطوير معرفة كل من الموارد البشرية ومختلف أفراد المجتمع في ادارة الجودة الشاملة.
 - من الضروري للمنظمات التحول إلى مجال الأعمال الإلكترونية ، بما في ذلك الإدارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

- من أجل تقديم خدمات إلكترونية عالية الجودة ، من الضروري رفع جودة الموقع والمعلومات وخدمة العملاء ، مع مراعاة الأمان والخصوصية.

- من أجل ضمان فعالية التحول نحو الخدمات الإلكترونية ، يجب الاهتمام بتقديم خدمات عالية الجودة ، من خلال قياس مستوى الخدمات المقدمة مع التحسين المستمر للوصول الى الجودة الشاملة.

المصادر

١. نور الدين ، جودة الخدمات وأثرها على رضا العمال-دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدكة، ٢٠٠٧.
٢. مروان جمعة درويش أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين ، ٢٠٠٩.
٣. محفوظ احمد جودة ، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم و تطبيقات ، عمان ، الأردن ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٤ ، ص ١٩.
٤. توفيق محمد عبد المحسن ، الجودة الشاملة و ستة سيجم ، دار الفكر العربي ، مصر ، ٢٠٠٦ ، ص ١٣.
٥. هارفارد بيزنس ريفيو، شهري نوفمبر وديسمبر ١٩٨٧، ص ١٠١-١٠٩ ديفيد غارفين"، التنافس على ثمانية من أبعاد الجودة "تاريخ الولوج ٢٧ أكتوبر ٢٠١٢، ويكيبيديا ، الموسوعة الحرة
٦. الفرجي وآخرون الإدارة الإلكترونية مرتكزات فكرية ومتطلبات تأسيس عملية، القاهرة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية ٢٠١١ م (ص ١١).
٧. نادية إبراهيم السيد هنيدى، "الإدارة الإلكترونية وإشكالية التداخل بينها وبين الحكومة الإلكترونية". المجلة العلمية لكلية الدراسات الاقتصادية و العلوم السياسية. ١٢٨-١٠١: (٢٠١٧) ..
٨. الجبوري، ميسر إبراهيم أحمد. "إدارة الجودة جوانب نظرية وتجارب واقعية " .
٩. أسطورة PDCA دمينغ شيوهارت "نشأت دورة Shewhart في تدريس اليابان عام ١٩٥٠. وقد ظهرت في كتيب المبادئ الأولية للتحكم الإحصائي للجودة، موسوعة Wikipedia.
١٠. فوزي فايز عودة، رسالة ماجستير، ادارة الاعمال ، غزة، دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير الملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين، ٢٠١٦.
١١. عباس حسين جواد الحميري ،سحر عباس حسين ، مجلة أهل البيت عليهم السلام العدد/ ٣ أثر التخطيط الاستراتيجي في رضا الزبون وفق فلسفة إدارة الجودة الشاملة - دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الكيماوية.
١٢. Paul Fergnson,G.Huston.Quality of Service; Delivering QoS on The Internet and in Corporate Networks, John Wiley & Sons, N.Y. ١٩٩٨.
١٣. نورة الهزاني، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية، السعودية ٢٠٠٨ . ، ص ٤٩ .
١٤. بشير العلاق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق :مدخل تسويقي استراتيجي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية: الأردن، ٢٠٠٤ ، ص ٦٤ .
١٥. خالد الحشاش، الاقتصاد المعرفي :الثروة المستدامة، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، مصر، ٢٠١٥ ، ص ٢٨٩ .
١٦. عامر ابراهيم قنديلجي، الحكومة الالكترونية، عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥ : ط. ١.

١٧. عماد أبو الرب وليلى رشيد حسن، جودة الخدمات الإلكترونية لمنظمات الأعمال في ظل العولمة، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول: الإتجاهات الدولية الحديثة في منظمات الأعمال التحديات والفرص والآفاق، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، ٢٩-٢٧ سبتمبر ٢٠٠٦، ص ٧ - .
١٨. Sallis, Edward. *Total quality management in education*. Routledge, ٢٠١٤. .
١٩. فتحية حبشي، "إدارة الجودة الشاملة"، جامعة منتوري قسنطينة، أطلع عليه بتاريخ ١٣-٩-٢٠١٨.
٢٠. Anjard, Ronald P. "Total quality management: key concepts." *Work*. study (١٩٩٨).
٢١. عباس الموسوي، فاطمة الغربان " التكامل بين إدارة الجودة الشاملة وأسلوب التكاليف على أساس الأنشطة"، *مجلة الإدارة والاقتصاد*، العدد ٨٠، صفحة ٢٥، ١٥. ٢٠١٠.
٢٢. عباس محمد حسين سعيد. "تأثير إدارة الجودة الشاملة في تنافسية المنظمة عبر القيمة المدركة للزبون بحث استطلاعي في شركتي أسيا سيل وزين للاتصالات المتنقلة في العراق-*Journal Of AL-Turath University College* ٢٠ (٢٠١٦).
٢٣. نجم عبود نجم وباسم المبيضين، الجودة الالكترونية نحو نموذج مقترح لابعاد الجودة الالكترونية، دراسات، العلوم الادارية، العدد ٣ سنة ٢٠١٠.
٢٤. Parasuraman,A.,Zeithaml, Valarie A ., and Berry, Leonard L.(١٩٨٨), *Servqual : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. ٦٤, N°. ١, P. ٢٣.
٢٥. عبد الجليل طواهر وجمال الهواري، محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس (NetQual) دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد ٢/٢٠١٢.
٢٦. دراسة Bressoles Grégory بعنوان: "La Qualité de service électronique, Netqu@l"
- (mesures, conséquences et variables modératrices جامعة تولوز ١ فرنسا، الدراسة شملت عددا من المواقع التجارية لمؤسسات فرنسية خدمية وصناعية.
٢٧. دميثان المجالي وأسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، ٢٠١٣. (، ص ٧٧.