

أثر جودة الموقع الإلكتروني باستعمال مقياس NETQUAL على رضا الزبائن دراسة تطبيقية بفندق موريس بسكرة

The impact of website quality using the NETQUAL scale on customer satisfaction: An applied study at the Maurice Hotel in Biskra

غريال أحلام	قرقة أحلام	غريال شاهنדה *
جامعة محمد خيضر بسكرة	جامعة محمد خيضر بسكرة	جامعة محمد خيضر بسكرة
ahlam.gherbal@univ-biskra.dz	ahlem.guerfa@univ-biskra.dz	chahinda.gherbal@univ-biskra.dz

المخلص:	معلومات المقال
تستعرض هذه الدراسة جودة الموقع الإلكتروني وتأثيرها على رضا الزبائن باستعمال مقياس NETQUAL دراسة تطبيقية بفندق موريس بسكرة، تركز الدراسة على أربعة أبعاد رئيسية لجودة الموقع وهي التصميم، وسهولة الاستعمال، جودة المعلومات و الأمان والسرية، وتحليل كيف يؤثر ذلك على رضا الزبائن في الفندق.	تاريخ الارسال: 2024/02/22 تاريخ القبول: 2024/05/24
تم استخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري و المنهج التحليلي في التطبيق العملي وقد تم توزيع استبيانات على عينة من زبائن الفندق، حيث تم جمع 99 استبيانا تم تحليلهم ببرنامج SPSS	الكلمات المفتاحية: ✓ جودة الموقع الإلكتروني ✓ رضا الزبائن ✓ فندق موريس بسكرة
أظهرت النتائج أن جودة الموقع الإلكتروني تؤثر إيجابيا من خلال أبعاد مقياس NETQUAL على رضا الزبائن في فندق موريس.	
Abstract :	Article info
This study reviews the quality of the website and its impact on customer satisfaction using the NETQUAL scale, an applied study at the Maurice Hotel in Biskra. The study focuses on four main dimensions of website quality: design, ease of use, quality of information, security and confidentiality, and analyzes how this affects customer satisfaction in the hotel.	Received 22/02/2024 Accepted 24/05/2024
The descriptive approach was used in the theoretical aspect and the analytical approach in the practical application. Questionnaires were distributed to a sample of the hotel's customers, 99 questionnaires were collected and analyzed using the SPSS program. The results showed that the quality of the website has a positive effect, through the dimensions of the NETQUAL scale, on customer satisfaction at the Mairice Hotel.	Keywords: ✓ Website Quality. ✓ Customers Satisfaction. ✓ Hotel Maurice biskra.

1. مقدمة:

في عصر التكنولوجيا الحديثة أصبحت المواقع الإلكترونية للفنادق أحد الوسائل الرئيسية للتواصل مع الزبائن ونقل رسالتها وخدماتها، وتحظى جودة تلك المواقع بأهمية كبيرة لضمان تجربة مستخدم سلسة ومرضية، في هذا السياق يتساءل العديد من المختصين في مجال التسويق وتكنولوجيا المعلومات حول كيفية تحسين جودة المواقع الإلكترونية بهدف تحقيق رضا الزبون وزيادة فعالية التفاعل عبر الإنترنت، سنتناول في هذا المقال أهمية تصميم مواقع الويب عالية الجودة وكيف يمكن لها أن تسهم بشكل كبير في تحقيق أهداف الأعمال وتحقيق تجارب مستخدم فريدة ومرضية.

التساؤل الرئيسي للبحث: مما سبق تتبلور لنا معالم الإشكالية كالتالي:

هل يوجد أثر لجودة الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن حسب آراء عينة من زبائن فندق موريس بسكرة؟

الأسئلة الفرعية للبحث: من التساؤل الرئيسي تفرعت لنا الأسئلة التالية:

- **السؤال الأول:** هل يوجد أثر لتصميم الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة؟
- **السؤال الثاني:** هل يوجد أثر لسهولة استعمال الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة؟
- **السؤال الثالث:** هل يوجد أثر لجودة معلومات الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة؟
- **السؤال الرابع:** هل يوجد أثر لأمن وسرية الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة؟

فروض البحث: كإجابة مبدئية نضع الفرضيات التالية لتحقيق من صحتها في الجانب التطبيقي للدراسة

الفرض الرئيسي للبحث: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن حسب آراء عينة من زبائن فندق موريس بسكرة عند مستوى الدلالة (0.05)

الفروض الفرعية:

الفرضية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد تصميم الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0,05)

الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة استعمال الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0.05)

الفرضية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد جودة معلومات الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0.05)

الفرضية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد أمن و سرية الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0.05)

أهداف البحث:

- تقديم فهم عميق: تحديد مستويات فهمنا لأهمية جودة المواقع الإلكترونية وكيف يؤثر ذلك على تفاعل الزبائن؛
- تحليل تأثير الجودة: فهم الآثار المباشرة وغير المباشرة لجودة المواقع على رضا الزبائن ونجاح الأعمال؛
- تحديد التحديات: تحديد التحديات الرئيسية التي قد تواجه الفنادق في تحسين جودة مواقعها الإلكترونية؛
- تحليل أفضل الممارسات: فحص أفضل الممارسات في مجال تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية لتحقيق تجارب مستخدم متميزة؛

- تقديم توجيهات للبحث المستقبلي: وضع أسس للبحوث المستقبلية حول جودة المواقع الإلكترونية وكيفية تحسينها لتحقيق أهداف العمل.

أهمية البحث:

يأتي هذا البحث لتسليط الضوء على أهمية الاستثمار في مجال جودة المواقع الإلكترونية كعامل أساسي في نجاح الأعمال وتحقيق رضا الزبائن، إذ يعمل البحث على توضيح كيف يمكن أن تكون تجارب المستخدمين الإلكترونية الجيدة محفزاً لكسب رضا الزبائن وتحسين الأداء المالي للفنادق.

منهج البحث: بغرض الإجابة على تساؤلات البحث قد قمنا بالتطرق إلى الجانب النظري الذي حاولنا من خلاله تسليط الضوء على متغيري دراستنا (جودة الموقع الإلكتروني و رضا الزبائن) حيث استعملنا فيه المنهج الوصفي، أما في الدراسة التطبيقية التي تفحصنا من خلالها الأثر الذي تلعبه جودة موقع الويب في تحقيق رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة استعملنا فيه المنهج التحليلي وذلك لتحليل وتفسير مخرجات برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS

الدراسات السابقة و ما يميز الدراسة الحالية عنها:

دراسة (غباد كريمة-2021) مقالة بعنوان " أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن (دراسة على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر سكيكدة" مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، العدد 02 المجلد 08، سنة 2021، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مقياس NETAUQL على رضا الزبائن ، وقد استعملت الدراسة أداة الاستبيان لقياس الأثر وتحليله عبر برنامج SPSS حيث قاسته على عينة مكونة من 80 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر للأبعاد الأربعة في تحقيق رضا الزبون بقطاع الاتصالات ولكن أكثرهم تأثيراً هم بعدي سهولة الاستعمال ثم تصميم الموقع) أما بالنسبة لأوجه الاختلاف و التشابه فإنه تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في المتغير المستقل بحثنا تناول جودة الموقع الإلكتروني أما الدراسة السابقة تطرقت إلى جودة الخدمة الإلكترونية ولكن يجب التنويه إلى أنه في كلى الدراستين تم استعمال مقياس NETQUAL حيث أن المقياس قد صمم في الأساس لقياس جودة المواقع الإلكترونية لكن يتم استخدامه أيضاً في قياس جودة الخدمات الإلكترونية، بالنسبة للمتغير التابع فكلتي الدراستين تناولتا رضا الزبون، كما أن الاختلاف يكمن أيضاً في أن الدراسة السابقة تناولت المتغيرين في مؤسسة بريد الجزائر بينما دراستنا التطبيقية كانت في فندق ، أما عند النظر إلى عينة البحث فإن عينة دراستنا أكبر من عينة الدراسة السابقة وهذا بدوره ما يعزز النتائج المتوصل إليها ، بخصوص النتائج فإن الدراسة السابقة قد وجدت أن الأثر الكبير كان لبعدي (سهولة الاستعمال ثم تصميم الموقع) على رضا الزبون أما دراستنا فوجدت أن الأثر الكبير كان لبعدي (تصميم الموقع الإلكتروني ثم جودة معلومات الموقع الإلكتروني) على رضا الزبون.

2. التأصيل النظري لجودة الموقع الإلكتروني

1.2 تعريف الموقع الإلكتروني:

يعد الموقع الإلكتروني أساساً في العصر الرقمي، حيث يمثل واجهة الشركات والمؤسسات على الإنترنت، يتمثل الموقع الإلكتروني في مجموعة من الحواسيب المتصلة بشبكة الإنترنت يمكن الوصول إليها من أي جهاز حاسوب آخر عبر الشبكة، يُعرف الصفحة الرئيسية أو الصفحة الأولى بأنها الصفحة التي يتم الوصول إليها أولاً في الموقع الإلكتروني وتحتوي روابط لبقية الصفحات.

2.2 خصائص الموقع الإلكتروني:

تتضمن خصائص الموقع الإلكتروني العديد من الجوانب التي تؤثر في تجربة المستخدم وجودة الخدمة من أجل التعامل مع تحديات خصوصية المستخدم وبناء الثقة في الشبكة، يجب أن يكون تصميم الموقع بسيطاً وسهل التفاعل، مع تحديد واضح للأهداف

والخدمات، يجب أن تكون المعلومات متاحة بشكل محدد، ويجب على الموقع التفاعل مع المستخدمين واستيعاب آرائهم وتعليقاتهم. (BOCIJ, ANDREW , & SIMON, 2008, pp. 16-17)

3.2 تعريف جودة الموقع الإلكتروني:

تتمثل جودة خدمة الموقع الإلكتروني في إدراك الزبون مدى فعاليته وتلبية احتياجاته. يتمثل تقييم جودة الموقع في قدرته على تلبية احتياجات المستخدمين وتعكس مميزاته بوضوح. من خلال فهم جوانب الجودة الأكثر أهمية بالنسبة للمستخدم، يمكن للمنظمات تحسين استراتيجياتها الإلكترونية وتكاملها في نجاحها العام. (Anusha, 2014, pp. 29-30)

4.2 خصائص جودة الموقع الإلكتروني: يجب أن تتمتع مواقع الإنترنت بجملة من الخصائص لتعزيز جودة الخدمة وتلبية توقعات المستخدمين نذكر منها:

- يجب أن يكون التصميم بسيطاً ومستخدمًا، مما يسهل على المستخدمين التفاعل مع الموقع بسلاسة؛
 - واجهة سهلة الاستخدام تسهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة فعالية الموقع؛
 - وضوح الأهداف والخدمات؛
 - يجب أن يتميز الموقع بوضوح في تحديد أهدافه والخدمات التي يقدمها، مما يمكن المستخدمين من فهم محتوى الموقع بسرعة؛
 - توفير معلومات محددة؛
 - يجب أن تكون المعلومات المتاحة في الموقع واضحة ومحددة، مما يسهل على المستخدمين العثور على المحتوى الذي يبحثون عنه؛
 - التواصل الفعال مع المستخدمين؛
 - يجب أن يستجيب الموقع لاحتياجات وآراء المستخدمين، ويأخذ في اعتباره تعليقاتهم لتحسين الخدمات المقدمة؛
 - يجب أن تكون واجهة الموقع متاحة دائماً، ويجب أن يستوعب عدد كبير من المستخدمين دون تأخير؛
 - توفير آليات سهلة للوصول إلى المعلومات؛
 - يجب أن يوفر الموقع هيكلًا بسيطًا لتسهيل الوصول إلى المعلومات وتحسين تجربة المستخدم؛
- فهم هذه الجوانب وتكاملها بشكل فعال في استراتيجيات الموقع يسهم في بناء سمعة قوية على الإنترنت وتعزيز الرضا لدى الزبائن. (Lee & Lin, 2005, p. 167)

5.2 مقاييس جودة الموقع الإلكتروني

-مقياس WEBQUAL

تعتبر قياسات جودة الموقع الإلكتروني أمرًا حيويًا في فهم تجربة المستخدم وتقييم رضاه، يعتمد العديد من الباحثين على استخدام مقياس "Webqual" الذي تم تطويره بواسطة Barnes و Vidgen. يتألف هذا المقياس من أربعة أبعاد رئيسية:

-سهولة الاستخدام: (Usability)

الاستكشاف: قدرة المستخدم على استكشاف الموقع بسهولة.

البحث عن المعلومات: كفاءة المستخدم في العثور على المعلومات المطلوبة.

- جدوى البائع: (Vendor's Advantage)

احترام الالتزامات: مدى التزام البائع بالوعود والالتزامات المعلنة.

-تصميم الموقع: (Website Design)

القدرة على الإبداع: قدرة الموقع على تقديم تجربة إبداعية وفريدة.

التفاعلية: قدرة المستخدم على التفاعل بفعالية مع الموقع.

-الأمان والسرية:(Security and Confidentiality)

الثقة واحترام الحياة الشخصية أي قدرة الموقع على تحقيق ثقة المستخدم واحترام حياته الشخصية. (Bardy , joseph , & View , 2001, p. 45)

-مقياس Netqual

يشير مقياس "Netqual" الذي تم تطويره في بروسيل، إلى مجموعة من الأبعاد تشمل: تصميم الموقع الإلكتروني، سهولة استعمال الموقع الإلكتروني، جودة معلومات الموقع الإلكتروني و أمن وسرية الموقع الإلكتروني و يعتبر هذا المقياس ملائماً للدراسات التي تقيس مستوى جودة مواقع الويب، حيث يركز على جودة الموقع الإلكتروني من وجهة نظر المستخدمين في البيئة الافتراضية التفاعلية

- تصميم الموقع الإلكتروني: يقيم جودة التصميم العام للموقع الإلكتروني؛
 - سهولة استعمال الموقع الإلكتروني: يقيم كيف يمكن للمستخدمين الوصول إلى المحتوى واستخدام الموقع بكفاءة؛
 - جودة معلومات الموقع الإلكتروني: يركز على دقة وجودة المعلومات المقدمة على الموقع.
 - أمن وسرية الموقع الإلكتروني: أي قدرة الموقع الإلكتروني على توفير عنصر الأمان والخصوصية مما يزيد عنصر الثقة لدى الزبائن
- يعتبر استخدام مقياس "Netqual" مهماً لفهم تقييم المستخدمين للمواقع الإلكترونية في البيئة الرقمية ، يمكن استخدام هذه الأبعاد لتحسين تجربة المستخدم وجعل الخدمات الإلكترونية أكثر فاعلية وجاذبية ويساعد هذا المقياس في فحص وتقييم تأثير المواقع الإلكترونية على مستوى رضا المستخدمين، و تتضح أهمية استخدام هذا المقياس فيما يلي:

- التركيز على رضا الزبائن: يتيح مقياس "Netqual" للمؤسسات والشركات فهم مدى رضا الزبائن المواقع الإلكترونية، وهذا يعني أنه يمكنها التحقق من مدى استيفاء هذه المواقع لتوقعات واحتياجات الزبائن.
- تحسين الموقع الإلكتروني: بفهم مجموعة الأبعاد في مقياس "Netqual" يمكن للمؤسسات تحديد نقاط الضعف في المواقع الإلكترونية واتخاذ التحسينات اللازمة، سواء كان ذلك في تصميم الموقع أو جودة المعلومات أو أي ناحية أخرى.
- التكيف مع البيئة الرقمية: يعتبر التطوير والاستخدام المستمر لمقياس "Netqual" مفيداً للمؤسسات التي تخدم في ظل بيئة افتراضية يتيح لهم أن يكونوا أكثر تكاملاً وتوجيهها نحو احتياجات الجمهور المستهدف.
- تعزيز سمعة العلامة التجارية: بتحسين تجربة الزبون وجودة المواقع الإلكترونية يمكن للمؤسسات بناء سمعة قوية عبر الإنترنت، تلك التحسينات تساهم في تحسين الثقة والولاء من قبل الزبائن.

-المرونة: يمكن تخصيص مقياس "Netqual" ليتناسب مع متطلبات السوق المحددة وتفضيلات الزبائن، مما يوفر مرونة في استخدامه.

ويعد مقياس "Netqual" أداة قيمة لقياس جودة المواقع الإلكترونية وتعزيز تجربة الزبون في ظل البيئة الرقمية، و إن تقييم جودة المواقع الإلكترونية يعتمد على فهم جيد لسلوك الزبون ويتنوع وفقاً لطبيعة الموقع سواء كان يقدم خدمات أو سواء كان يقدم خدمات أو منتجات. (بن مسعود، 2022، صفحة 418)

وتركيزنا على شرح مقاييس من مقاييس جودة الموقع الإلكتروني لا يلغي وجود مقاييس أخرى كثيرة من شأنها أن تقيس جودة الموقع الإلكتروني ويمكن أن نذكر منها:

- مقياس Sitequal يركز على سهولة استخدام الموقع وكفاءة التفاعل.
- مقياس IRSQ يقيم ردود الفعل والاستجابة لمتطلبات المستخدم.

- مقياس EtaiQ يركز على جودة المعلومات والتفاعل . (Viot , 2009, p. 72)

بشكل عام، يظهر أن أبعاد جودة الموقع الإلكتروني متنوعة وتعتمد على خصوصيات الموقع ونوع الخدمة أو المنتج المقدم.

3. التأسيس النظري لرضا الزبائن عن الموقع الإلكتروني

تشير مفاهيم الرضا الإلكتروني إلى التقييم الذي يقوم به الزبائن للفوائد التي يجنونها من التفاعل مع الموقع الإلكتروني، يعتبر الرضا عن الموقع عاملاً حاسماً لتحديد فعالية قناة التوزيع الإلكترونية، يمكن تعريف الرضا بأنه الشعور الذي ينتاب المستفيد من خدمة الموقع الإلكتروني عند تلبية احتياجاته وتجاوز توقعاته.

1.3 تعريف رضا الزبون

تم تعريف رضا الزبون بأنه تقييم عام للعملاء للمنتج أو الخدمة المقدمة عبر الإنترنت. يُفترض أن يكون الرضا ناتجاً عن تلبية احتياجات وتوقعات الزبون، وتشير الدراسات إلى أن رضا الزبون ينعكس على فعالية الموقع والسلوكيات التي يتجه الزبائن نحوها. (Oliver, 1980, pp. 465-466)

2.3 محددات رضا الزبون: اتفقت الدراسات السابقة حول نفس محددات رضا الزبائن والتي قد نجدتها في بعض الدراسات تسمى خصائص رضا الزبون ، ويتم تحديد رضا الزبون انطلاقاً من العناصر التالية: (Guerfa & Bezgrari, 2023, p. 379)

- **التوقعات:** هي تلك التصورات التي يبنها الزبون في ذهنه قبل حصوله على منتج أو خدمة معينة، وإن التوقعات تتأثر بعوامل عديدة منها تجارب الزبون المسبقة، آراء الآخرين حول المنتج أو الخدمة، العروض الترويجية للمؤسسة .. الخ؛

- **الأداء الفعلي (المدرّك):** هو المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة فعلياً للزبون؛

- **المطابقة أو عدم المطابقة:** بعد استهلاك الزبون لمنتج أو خدمة معينة فإنه يقوم بعملية المقارنة بين مستوى توقعاته المسبقة و مستوى الأداء الفعلي، ويكون الزبون راضي إذا كان مستوى الأداء الفعلي يساوي أو أكبر من التوقعات وهذا ما يسمى بالمطابقة، ويكون غير راضي إذا كان مستوى الأداء المدرّك أقل من توقعاته وهذا ما يطلق عليه عدم المطابقة.

3.3 العوامل المؤثرة في رضا الزبون: يتأثر الرضا بعدة عوامل منها:

-عوامل مرتبطة بالموقع الإلكتروني:

- خصائص الموقع: تشمل سهولة الشراء وعرض المنتجات والمعلومات، وتصميم الموقع؛

- أمان الدفع: يشمل السعر، وظروف التسليم، والتوفر.

-عوامل مرتبطة بخدمات الزبائن:

- جودة خدمات الزبائن: تأثير كبير على رضا الزبائن، وتتضمن القدرة على الرد على الاستفسارات وحل المشكلات.

4. الجانب التطبيقي للدراسة

في هذا المحور من الدراسة سنحاول معرفة أثر جودة الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن في فندق موريس بسكرة

1.4 الجانب المنهجي للدراسة التطبيقية:

قبل التطرق إلى منهجية الدراسة الميدانية من الضروري أولاً أن نقدم نبذة تعريفية مختصرة عن فندق موريس بسكرة

- نبذة مختصرة حول فندق موريس بسكرة

فندق موريس لابان بسكرة هو فندق ذو 04 نجوم يقع مقره في ولاية بسكرة الجزائر بالضبط في شارع الصديق بن يحيى يوفر لزبائنه إقامة مريحة حيث له تشكيلة من العروض نذكرها كالتالي: (غرفة مفردة بسرير كبير، غرفة مزدوجة، غرفة فاخرة، جناح جونيور، جناح كبار، شقة، عرض بمزينة إضافية، عرض بديكور) للفندق موقع ويب رسمي يحمل اسم (Hotel maurice Laban)

biskra) يعرض من خلاله عروضه الفندقية و كافة المعلومات التي تهم الزبون للحجز مع أسعار كل عرض ، كما يضع تحت تصرف زبائنه رقم هاتف و بريد إلكتروني وروابط سريعة لحساباته على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، أنستغرام تريادافيسور) كما يعرض عبر موقعه الرسمي مختلف الخدمات كالتالي: (خدمة انضم إلينا، لعب جميع الألعاب القديمة، مشاهدة الفيلم... الخ (HotelMauriceLabanbiskra، 2020)

- **مجتمع و عينة الدراسة:** مجتمع الدراسة يشمل جميع زبائن فندق موريس بسكرة و لكن بسبب استحالة وصعوبة توزيع الاستبيان على كافة زبائن الفندق تم توزيع 110 استبيان بالاستعانة بمسؤولي الفندق، و بعد جمع الاستبيانات الموزعة استرجعنا جميع الاستبيانات و لكن قد تم إلغاء 11 استبياناً لأنها لم تستوفي الشروط المطلوبة لإجراء الدراسة عليها ، واعتمدنا على 99 استبيان صالح للتحليل.

- **أداة الدراسة:** بغية تحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات تم تصميم الاستبيان و الذي يعتبر الأداة الرئيسية لدراستنا مما له أهمية في اتخاذ القرار، عن طريق جمع البيانات الأولية من عينة الدراسة، و لقد قمنا بتقسيم الاستبيان إلى جزئين. الجزء الأول تضمن المعلومات الشخصية والوظيفية للعينة المدروسة (الجنس، العمر، المستوى العلمي، مدة التعامل مع الفندق والوظيفة). أما الجزء الثاني فشمّل محورين. المحور الأول مرتبط بجودة الموقع الإلكتروني و يتكون من 21 عبارة قمنا بتوزيعها على 4 أبعاد وهي أبعاد جودة الموقع الإلكتروني (تصميم الموقع الإلكتروني ، سهولة استعمال الموقع الإلكتروني، جودة معلومات الموقع الإلكتروني، أمن وسرية الموقع الإلكتروني) أما المحور الثاني فهو متعلق بالمتغير التابع رضا الزبائن ، ويضم 15 عبارة.

- **ثبات أداة الدراسة :** يقصد بثبات أداة الدراسة مدى الحصول على نفس النتائج، أو نتائج مشابهة لو تم تكرار الدراسة في ظروف متشابهة باستعمال نفس الأداة ، لذلك قمنا بفحص ألفا كرونباخ، باعتباره أحد أبرز أدوات قياس الثبات، و الجدول رقم (1) يوضح ذلك:

الجدول 1: معامل ألفا كرونباخ لصدق وثبات الأداة

المتغير	عدد عبارات القياس	معامل الثبات alpha cronbach
جودة الموقع الإلكتروني	21	0.904
رضا الزبائن	15	0.816
الاستبيان ككل	36	0.933

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول أعلاه بأن قيمة ألفا كرونباخ لجودة الموقع الإلكتروني بلغت (0.904) و هي قيمة تفوق (0.60) أي تفوق 60%، و هذا ما يدل أنه يتمتع بدرجة عالية من الثبات. أما قيمة ألفا كرونباخ لمتغير رضا الزبائن قدرت بـ : (0.816) و هذه القيمة أيضا تفوق (0.60) أي أكبر من 60%، و هذا ما يدل أنه يتمتع بدرجة عالية من الثبات. في حين أن معامل الإتساق لأداة الدراسة ككل يمتاز بدرجة كبيرة من الثبات، حيث بلغ معامل الثبات ألفا كرونباخ لمجموع محاور الإستبيان (0.933) أي ما يعادل (93.3%) و هي نسبة مرتفعة جدا، مما يعني أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تجعلها صالحة لاستيفاء متطلبات الدراسة.

2.4 النتائج و اختبار الفرضيات:

- وصف العينة المبحوثة:

يهدف هذا الجزء إلى التعرف على خصائص مفردات عينة الدراسة و التي على أساسها يمكن التعرف على خصائص مجتمع الدراسة (زبائن فندق مورييس بسكرة ككل)، و الجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة و التي تتعلق ب (الجنس، العمر، المستوى العلمي، مدة التعامل مع الفندق و الوظيفة).

الجدول 2: خصائص العينة المبحوثة

المتغير	الفئات	التكرار	النسب المئوية%
الجنس	ذكر	45	45.5
	أنثى	54	54.5
	المجموع	99	100
العمر	أقل من 20 سنة	06	6.1
	من 20 إلى أقل من 30 سنة	40	40.4
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	31	31.3
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	16	16.2
	من 50 سنة فأكثر	06	6.1
	المجموع	99	100
المستوى العلمي	إبتدائي	00	00
	متوسط	00	00
	ثانوي	06	6.1
	تكوين مهني	03	3.0
	ليسانس	17	17.2
	ماستر	41	41.4
	دكتوراه	32	32.3
	المجموع	99	100
مدة التعامل مع فندق مورييس بسكرة	أقل من 5 سنوات	62	62.6
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	23	23.2
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	11	11.1
	من 15 سنة فأكثر	03	3.0
	المجموع	99	100
الوظيفة	قطاع حكومي	35	35.4
	قطاع خاص	12	12.1
	أعمال حرة	15	15.2
	متقاعد	01	1.0
	طالب	26	26.3
	بدون عمل	10	10.1
	المجموع	99	100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة هن من فئة الإناث ما يعادل نسبة (54.4%)، وأغلبهم من الفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 30 سنة) بنسبة (40.4%) ثم تليها الفئة (من 30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة (31.3%) وهذا يفسر اهتمام الفئة العمرية الشبابية بزيارة الموقع الإلكتروني للفندق بغية التعرف على خدماته و الاستفادة منها وكذلك بسبب أن الفئة الشبابية هي الأكثر ميلا لاستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ، كما أن أغلب أفراد العينة من المستوى التعليمي الجامعي (ماستر ودكتوراه) بنسب (41.4%) و(32.3%) ما يدل على أن أسئلة دراستنا تمت الإجابة عليها من طرف عينة أغلبها ذوي دراسات عليا ما يعكس إيجابا على فهمهم لمحتوى أسئلة الاستبيان و يزيد من قدرتهم على الإجابة بدقة ، أما بخصوص مدة التعامل مع فندق موريس فنجد أن أغلب مفردات العينة محصورة في الفئة الأولى (أقل من 5 سنوات) بنسبة بلغت (62.2%) ونستنتج مما سبق أن تقديم الفندق لخدمات تقليدية أو إلكترونية عبر موقع الويب الخاص به يعزز من جذب زبائن جدد، كما أن أغلب أفراد العينة يعملون في القطاع الحكومي بنسبة (35.4%).

- اختبار التوزيع الطبيعي (معامل الالتواء و التفلطح لمتغيرات الدراسة)

قبل اختبار الفرضيات سنتأكد أولا من أن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، ومن أجل التحقق من ذلك تم احتساب قيمة معامل الالتواء و التفلطح لأبعاد الدراسة، وبعد الاطلاع على الدراسات في هذا المجال نجد أن معظم الدراسات تقول أن معامل الالتواء إذا كان محصور بين (+3 و -3) فإن معامل التفلطح يكون محصور بين (+10 و -10) حينها يمكن أن نقول أن البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي و يمكن توضيح النتائج الخاصة بالتوزيع الطبيعي في الجدول الموالي كما يلي :

الجدول 3: معامل الالتواء و التفلطح للعينة المبحوثة

المتغيرات	معامل الالتواء	معامل التفلطح
جودة الموقع الإلكتروني	-0.721	-0.013
رضا الزبائن	-0.457	-0.320

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

اعتمادا على نتائج الجدول رقم (3) نجد أن قيمة معامل الالتواء بالنسبة لجميع الأبعاد كانت محصورة بين (-1.326 و -0.097) وهي ضمن المجال المقبول، وكذلك معاملات التفلطح محصورة بين (-0.207 و +1.848) وهي كذلك ضمن مجال القبول، مما يشير إلى أن بيانات الدراسة تقترب من التوزيع الطبيعي، وهذا يسمح لنا باختبار فرضيات الدراسة.

- اختبار علاقة الارتباط بين المتغيرات المبحوثة

من أجل دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة، سنستعمل معامل الارتباط **Pearson** الذي يوضح لنا علاقة الارتباط بين كل أبعاد جودة الموقع الإلكتروني (تصميم الموقع الإلكتروني، سهولة استعمال الموقع الإلكتروني ، جودة معلومات الموقع الإلكتروني و أمن و سرية الموقع الإلكتروني)، و رضا الزبائن في فندق موريس بسكرة .

الجدول 4: معامل بيرسون لعلاقة الارتباط بين متغيرات البحث

البيان	رضا الزبائن
جودة الموقع الإلكتروني	Corrélation 0.860**
	Sig 0.000
	N 99

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

**ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.01)

*: ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05)

من خلال الجدول رقم (4) يتضح أن معامل الارتباط بين المتغير المستقل (جودة الموقع الإلكتروني) والمتغير التابع (رضا الزبائن) بلغ (0.860) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، وتشير هذه النتيجة إلى وجود ارتباط موجب وقوي بين المتغيرين. بما معناه أن جودة الموقع الإلكتروني تساهم بشكل كبير في تحقيق رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة.

الجدو 4 : معامل الارتباط (Pearson) بين أبعاد متغيرات البحث

رضا الزبائن		
0.730**	Corrélation	بعد تصميم الموقع الإلكتروني
0.000	Sig	
99	N	
0.765**	Corrélation	بعد سهولة استعمال الموقع الإلكتروني
0.000	Sig	
99	N	
0.733**	Corrélation	بعد جودة المعلومات
0.000	Sig	
99	N	
0.692**	Corrélation	بعد أمن وسرية الموقع الإلكتروني
0.000	Sig	
99	N	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول رقم (5) أنه توجد علاقة ارتباط موجبة بين الأبعاد : بعد تصميم الموقع الإلكتروني ، بعد سهولة استعمال الموقع الإلكتروني ، بعد جودة معلومات الموقع الإلكتروني ، بعد أمن وسرية الموقع الإلكتروني ، ورضا الزبائن عند مستويات الدلالة (0.000)، (0.000)، (0.000)، (0.000)، (0.000) والتي تعتبر أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). وهذا ما يعني وجود علاقة موجبة بين أبعاد جودة الموقع الإلكتروني (تصميم الموقع الإلكتروني ، سهولة استعمال الموقع الإلكتروني ، جودة معلومات الموقع الإلكتروني ، أمن وسرية الموقع الإلكتروني) و متغير رضا الزبائن .

3.4 اختبار فرضيات البحث

- اختبار الفرضية الرئيسية:

□ "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى الدلالة (0.05)".

قمنا باستخدام نتائج تحليل التباين للانحدار بغرض التأكد من صلاحية النموذج لاختبار هذه الفرضية والجدول رقم (6) يوضح ذلك :

الجدول 6 : نتائج تحليل التباين للانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية.

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	القيمة المحسوبة T	القيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة
جودة الموقع الإلكتروني	رضا الزبائن	1.305	0.676	0.860	0.739	16.579	274.854	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال النتائج الواردة في الجدول (6) يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (274.854) بقيمة احتمالية (sig=0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (a=0.05)، ويتضح من نفس الجدول أن المتغير المستقل بشكله الإجمالي وهو جودة الموقع الإلكتروني في هذا النموذج يفسر ما مقداره 73.9 % من التباين في المتغير التابع المتمثل في رضا الزبائن ، من خلال ما سبق نقبل الفرضية الرئيسية القائلة:

❖ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى الدلالة (0.05)، مقبولة.

- اختبار الفرضيات الفرعية:

الجدول 7: نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر أبعاد جودة الموقع الإلكتروني (تصميم الموقع الإلكتروني، سهولة استعمال الموقع الإلكتروني ، جودة معلومات الموقع الإلكتروني ، أمن وسرية الموقع الإلكتروني) على رضا الزبائن

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	القيمة المحسوبة T	مستوى الدلالة المحسوب Sig
تصميم الموقع الإلكتروني	0.385	0.037	0.730	10.517	0.000
سهولة استعمال الموقع الإلكتروني	0.439	0.038	0.765	11.707	0.000
جودة معلومات الموقع الإلكتروني	0.570	0.054	0.733	10.612	0.000
أمن وسرية الموقع الإلكتروني	0.615	0.065	0.692	9.437	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول 7 نلاحظ ما يلي:

-لتصميم الموقع الإلكتروني أثر إيجابي على رضا الزبائن لأن مستوى الدلالة (0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) ، بالإضافة إلى أن المعاملات النمطية "Beta" والتي تعبر عن نسبة أثر تصميم الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن كانت (0.730) أي 73.0 % هي قيمة مرتفعة، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الأولى القائلة:

□ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد تصميم الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0,05)، مقبولة.

-لسهولة استعمال الموقع الإلكتروني أثر إيجابي على رضا الزبائن لأن مستوى الدلالة (0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) ، بالإضافة إلى أن المعاملات النمطية "Beta" والتي تعبر عن نسبة أثر سهولة استعمال الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن كانت (0.765) أي و (76.5%) وهي قيمة مرتفعة ، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثانية القائلة:

□ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد سهولة استعمال الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0,05)، مقبولة.

-لجودة معلومات الموقع الإلكتروني أثر إيجابي على رضا الزبائن لأن مستوى الدلالة (0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) ، بالإضافة إلى أن المعاملات النمطية "Beta" و التي تعبر عن نسبة أثر جودة معلومات الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن كانت (0.733) أي (73.3%) وهي قيمة مرتفعة ، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة القائلة

□ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد جودة معلومات الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0,05) ، مقبولة.

-لأمن و سرية الموقع الإلكتروني أثر إيجابي على رضا الزبائن لأن مستوى الدلالة (0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) ، بالإضافة إلى أن المعاملات النمطية "Beta" و التي تعبر عن نسبة أثر امن وسرية الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن كانت (0.692) أي (69.2%) وهي قيمة مرتفعة ، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الرابعة القائلة
□ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد أمن و سرية الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن بفندق موريس بسكرة عند مستوى المعنوية (0.05) ، مقبولة.

تفسير النتائج التطبيقية: بعد قيامنا باختبار الفرضيات يمكن أن نفسر النتائج المتوصل إليها على النحو الموالي :

- **تفسير أثر تصميم الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن:** بعد اختبارنا للفرضية الفرعية الأولى وتحليلنا لإجابات مبحوثي الدراسة تأكدنا من وجود أثر كبير لتصميم الموقع الإلكتروني في تحقيق رضا الزبائن حسب آراء عينة البحث، ونفسر هذه النتيجة من خلال أن موقع ويب الفندق يساعد الزبائن في إنجاز المعاملات بشكل سريع و كذا بينت النتائج أن الزبائن ينجذون للألوان المريحة و المتناسقة في تصميم موقع الويب .
- **تفسير أثر سهولة استعمال الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن:** بعد اختبارنا للفرضية الفرعية الثانية وتحليلنا لإجابات العينة المدروسة تبين لنا وجود أثر كبير لسهولة استعمال الموقع الإلكتروني للفندق في تحقيق رضا الزبائن حسب آراء عينة الدراسة، و يمكن أن نفسر هذه النتيجة عن طريق أن موقع الويب يسهل على الزبون الحصول على الخدمة في أي وقت بمعنى يختصر عليه الوقت والجهد، كما أن الفندق يوفر خاصية البحث عن الخدمات في موقع الويب ما يساعد الزبون على إيجاد الخدمة بكل يسر
- **تفسير أثر جودة معلومات الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن:** بعد قيامنا باختبار الفرضية الفرعية الثالثة وتحليلنا لإجابات مفردات العينة اتضح لنا وجود أثر كبير لجودة معلومات الموقع الإلكتروني للفندق في تحقيق رضا الزبائن حسب آراء عينة الدراسة، و يمكن أن نفسر هذه النتيجة من خلال أن المعلومات المعروضة على موقع ويب الفندق عندما تتصف بالجودة فإنها تساعد الزبون على اتخاذ القرار الشرائي بخصوص رغبته في الاستفادة من الخدمة الفندقية ، وكذلك المعلومات تسهل على الزبون إجراء المقارنة بين الفندق ومنافسيه ليتسنى له اختيار الفندق الأفضل حسب إدراكه لمفهوم الجودة، كما أن فندق موريس بسكرة يقوم بالتحديث المستمر للمعلومات على موقعه وهذا ما عزز من رضا زبائنه على المعلومات
- **تفسير أثر الأمن والسرية على رضا الزبائن:** بعد قيامنا باختبار الفرضية الفرعية الرابعة وتحليلنا لإجابات الزبائن المستجوبين اتضح لنا وجود أثر كبير للأمن والسرية في موقع الفندق على تحقيق رضا الزبائن حسب آراء عينة الدراسة، و يمكن أن نفسر هذه النتيجة من خلال أن زبائن فندق موريس بسكرة يثقون في كيفية استخدام الفندق لمعلوماتهم الشخصية أو المالية، كما اتضح لنا من إجابات مفردات العينة أن فندق موريس يوفر برامج وتقنيات دقيقة تحمي معطيات الزبائن، كما أن المعلومات التي يصرح بها الزبائن عبر موقع ويب فندق موريس بسكرة يتم التعامل معها بكل سرية من طرف مسؤولي الموقع في هذا الفندق

5. خاتمة:

من خلال دراستنا التطبيقية التي حاولنا عن طريقها تسليط الضوء على جودة الموقع الإلكتروني التي قمنا بتحديد أبعاد قياسها بالاعتماد على مقياس NETQUAL الشهير الذي فرض نجاحه في عدة قطاعات وحاولنا دراسة الأثر الذي تلعبه جودة الموقع الإلكتروني في تحقيق رضا الزبائن حيث اخترنا فندق موريس بسكرة كنموذج لدراسة الحالة و توصلنا إلى جملة من النتائج نعرضها كما يلي :

-يوجد أثر لجودة الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن في فندق موريس بسكرة حسب آراء عينة الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05) من خلال توافر معايير جودة الموقع الإلكترونية والمتمثلة في (جودة التصميم، جودة الاستعمال، جودة المعلومات، الأمن والسرية) حيث أن

توافر أبعاد مقياس NETQUAL الشهير دلالة على الجودة العالية بموقع ويب الفندق و هو بدوره ما ينعكس إيجاباً على تحقيق وتعزيز رضا الزبائن.

-يوجد أثر لتصميم الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن في فندق موريس بسكرة حسب آراء عينة الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05) من خلال أن جودة تناسق الألوان والشكل الجمالي لموقع ويب الفندق يضفي طابع التصميم الجيد الذي يعزز من جذب الزبون ما يؤدي في النهاية إلى كسب رضاه.

-يوجد أثر لسهولة استعمال الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن في فندق موريس بسكرة حسب آراء عينة الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05) من خلال أن الموقع سهل الاستخدام والذي يجد فيه الزبون ما يبحث عنه بيسر وسرعة يعطي انطباع إيجابي في ذهن الزبون عن الفندق ما يؤدي إلى نيل رضا الزبون.

-يوجد أثر لجودة معلومات الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن في فندق موريس بسكرة حسب آراء عينة الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05) من خلال أن المعلومات المحدثة باستمرار والدقيقة تسمح للزبون بأخذ تصور كامل حول الخدمة التي يريدها من الفندق وهو ما يعزز عنصر الرضا لديه عن كم ونوع المعلومات التي يتلقاها من موقع الويب الذي يطل به الفندق على زبائنه.

-يوجد أثر لأمن وسرية الموقع الإلكتروني على رضا الزبائن في فندق موريس بسكرة حسب آراء عينة الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05) من خلال أن توافر عنصر الأمن وحماية معطيات الزبائن سواء تلك المتعلقة بالمعلومات الشخصية أو المالية وكذلك احترام خصوصية الزبائن يؤدي إلى نتيجة واضحة تتمثل في تعزيز عنصر الثقة والتي تشكل مطلباً أساسياً لتحقيق رضا الزبون.

مقترحات البحث:

- اعتماد معايير الجودة الإلكترونية: تطوير وتنفيذ معايير صارمة لجودة المواقع الإلكترونية وضمان التزام الشركات بها؛
- تحليل تجربة الزبون: إجراء تحليل دقيق لتجربة المستخدم لتحديد المجالات التي يمكن تحسينها وتحسين راحة الزبون؛
- التكنولوجيا المبتكرة: استخدام أحدث التقنيات والأدوات لضمان أمان وأداء عالي للمواقع الإلكترونية؛
- ردود الفعل المستمرة: تشجيع الزبائن على تقديم ردود فعل مستمرة حول تجربتهم واستخدام هذه الملاحظات لتحسين المواقع؛
- التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي: الارتقاء بتواجد الشركة على وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع ملاحظات الزبائن والرد عليها بفعالية؛

-التدريب المستمر: توفير التدريب المستمر للفريق حول أحدث أساليب تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية؛

-مراجعة دورية: إجراء مراجعات دورية للمواقع لضمان استمرار تحسين الأداء وتلبية تطلعات الزبائن؛

-دمج الأمان: ضمان أمان المواقع من خلال تحديثات أمان منتظمة وتبني ممارسات أمان قوية؛

-التشجيع على التفاعل: تشجيع الزبائن على المشاركة في استطلاعات الرأي والاستبيانات لفهم احتياجاتهم بشكل أفضل.

-مراقبة الأداء: إقامة نظام لمراقبة أداء المواقع بانتظام واتخاذ إجراءات تصحيحية فورية إذا لزم الأمر.

• **Books:**

- BOCIJ, P., ANDREW , G., & SIMON, H. (2008). *Business information System*. Pearson Education.
- Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of satisfaction Decisions. *marketing research*, 17(4), 460-469.
- Viot , C. (2009). *Le E-Marketing a l heure du web 2.0*. paris: edition léxtenso éditions.¹

• **Articles:**

- Anusha, R. (2014). A Study on Website Quality Models. *international journal of scientific and resarch publications*, 04.
- Bardy , M., joseph , C., & View . (2001). Some New thoughts on conceptualizing preceived service quality: A Hierarchical Approach. *Journal of marketing*, 65(3), 34-49.
- Guerfa, A., & Bezgrari, A. (2023). The Role of Digital Marketing in Achieving Customer's Satisfaction: A Study of a Sample of Private Banks in Algeria. *Journal of contemporary economic research*, 06(02), 375-392.
- HotelMauriceLabanbiskra. (2020, 12 23). *HotelMauriceLabanbiskra*. Consulté le 01 03, 2024, sur web-veo.com: <https://web-veo.com>
- Lee, G.-G., & Lin, H.-F. (2005). Customer perceptions ofe-service quality in online shopping. *international journal of retail and Distribution management*, 33(02), 161-176.

* المقالات العربية:

- بن مسعود, ن. الهجين مع المنطق الضبابي netqual تقييم جودة الخدمات الإلكترونية في الجامعات الجزائرية باستخدام مقياس . (2022). *مجلة البشائر الاقتصادية*. دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة عين تيموشنت 08(02), 412-427..