

## تأثير جودة الاسترداد الالكتروني في تحقيق رضا الزبون من خلال الدور الوسيط لأنموذج تقبل التكنولوجيا

### دراسة تحليلية لأراء زبائن مواقع التسوق الالكتروني

أ.م.د بشرى عبد الحمزة عباس  
جامعة القادسية/ كلية الإدارة والاقتصاد  
قسم ادارة الاعمال

[Bushra.abbas@qu.edu.iq](mailto:Bushra.abbas@qu.edu.iq)

الباحث: خالد جبار احمد  
جامعة القادسية/ كلية الإدارة والاقتصاد  
قسم ادارة الاعمال

[mang.post18@qu.edu.iq](mailto:mang.post18@qu.edu.iq)

#### المستخلص

يسعى البحث الحالي الى التعرف على تأثير جودة الاسترداد الالكتروني عبر أبعادها ( الاستجابة، التعويض، التواصل) ، في رضا الزبون بوصفه متغيراً تابعاً، عن طريق الدور الوسيط لنموذج تقبل التكنولوجيا عبر ابعاده(المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، الاتجاه نحو الاستخدام، النوايا السلوكية) لزبائن مواقع التسوق الالكتروني وتمثلت مشكلة الدراسة بإمكانية تفسير العلاقة بين جودة الاسترداد الالكتروني في رضا الزبون، في حين تمثل هدف الدراسة بالتحقق من علاقة الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة، وقد شملت عينة الدراسة (٢٨٣) من زبائن مواقع التسوق الالكتروني، ولغرض تحقيق هدف الدراسة تم اعتماد الاستبانة في جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، ومن ثم تحليلها باعتماد بعض الاساليب الاحصائية مثل (الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط الخطي، ومعامل الانحدار البسيط والمتعدد) باستخدام البرنامج الاحصائي مثل (SPSS.V.24) وبرنامج (Amos.V.24) ولاختبار المقياس تم توظيف (الفا كرونباخ ، التحليل العاملي).

الكلمات الدلالية: (جودة الاسترداد الالكتروني، رضا الزبون، أنموذج تقبل التكنولوجيا).

**The effect of the quality of electronic recovery in achieving customer satisfaction through the mediating role of the technology acceptance model  
An analytical study of the opinions of customers of online shopping sites**

**Researcher: Khaled Jabbar Ahmed  
Al-Qadisiyah University/ College of  
Administration and Economics  
Department of Business**

**Prof. Dr. Bushra Abdel Hamza Abbas  
Al-Qadisiyah University/ College of  
Administration and Economics  
Department of Business Administration**

#### Abstract :

The current research seeks to identify the impact of the quality of electronic retrieval through its dimensions (response, compensation, communication), on customer satisfaction as a dependent variable, through the mediating role of the technology acceptance model through its dimensions (perceived benefit, perceived ease of use, trend towards use, behavioral intentions ) for customers of electronic shopping sites, and the problem of the study was the possibility of explaining the relationship between the quality of electronic recovery in customer satisfaction,

while the goal of the study was to verify the relationship of correlation and influence between the variables of the study, and the study sample included (283) of customers of electronic shopping sites, and for the purpose of achieving the goal of the study The questionnaire was adopted to collect data related to the study variables, and the descriptive analytical approach was adopted in the study, and then analyzed by adopting some statistical methods such as (arithmetic mean, standard deviation, linear correlation coefficient, simple and multiple regression coefficient) using the statistical program such as (SPSS.V). 24 and the program (Amos.V.24) to test the scale (Alpha Cronbach, factor analysis) was employed.

Tags: (quality of electronic recovery, customer satisfaction, technology acceptance model).

## المقدمة:

تشهد مواقع التسوق الإلكتروني صراعاً تنافسياً حاداً تفرضه معطيات بيئية تسويقية شديدة التعقيد، وسريعة التغير بشكل يختلف عما هو عليه في القطاعات الخدمية الأخرى، ونتيجة الأهمية المتزايدة لهذا القطاع كونه القطاع الأكثر نمواً في العالم، ما جعله ذات جاذبية كبيرة من خلال ما يقدمه من أرباح تفوق متوسط الصناعة، ولعل السوق العراقي سوق واعدة ومربحة نتيجة التغيرات الحاصلة في حاجات المستهلك العراقي ورغباته.

وتعد جودة الاسترداد الإلكتروني واحدة من أهم الاساليب التي يمكن توظيفها لجذب اكبر عدد من الزبائن ، ومن جانب فكري فان جودة الخدمة الإلكترونية جذبت اهتمامات الباحثين في نطاق استجابات الزبون كحقل مستجد ومهم في الادارة، ونظراً لاتساع وتعقد العوامل المؤثرة على تلك الاستجابات فقد كانت مصدراً لمزيد من البحوث و الدراسات للتعرف على طبيعة السلوك الفردي المتغير في ضوء تعدد الخيارات وتوسع المنافسة.

## المبحث الاول : منهجية البحث

### اولاً:-مشكلة البحث

تسعى مختلف المنظمات التي تعمل في السوق الإلكتروني الى تحقيق جودة الاسترداد الإلكتروني من خلال جذب الزبائن ، إذ يمكن لهذه المنظمات تحقيق رضا الزبون من خلال التركيز على تحسين جودة الاسترداد الإلكتروني، ويعد أنموذج تقبل التكنولوجيا أكثر النماذج استخداماً لدراسة سلوك الافراد لتقبل التكنولوجيا من رفضها، وعلى الرغم من وجود العديد من مواقع التسوق الإلكتروني التي تسعى إلى تقديم أفضل الخدمات الإلكترونية للزبائن وسط بيئة تنافسية شديدة التغير، إلا أنه لايزال ضعف واضح في الاقبال على هذه الخدمات من قبل زبائن مواقع التسوق الإلكتروني في العراق مقارنة بالدول المتقدمة.

برزت المشكلة الأساسية للدراسة من خلال ضعف التوجه الايجابي لدى معظم الزبائن في تقبل التكنولوجيا في عملية التسوق الالكتروني، لذلك فإن الدراسة الحالية تحاول تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة من خلال صياغة تساؤل رئيس مفاده(هل يمكن تفسير العلاقة بين جودة الاسترداد الالكتروني في تحقيق رضا الزبون من خلال الدور الوسيط لأنموذج قبول التكنولوجيا TAM) منبثقة منه التساؤلات الفرعية التالية :-

- ١- ما مستوى تقبل الزبون لاستخدام التكنولوجيا في التسوق الالكتروني ؟
- ٢- ما العوامل المؤثر على استخدام التكنولوجيا في التسوق الالكتروني؟
- ٣- ما مستوى إدراك الزبائن مواقع التسوق الالكتروني لجودة الخدمة الالكترونية ؟
- ٤- هل يوجد تأثير للأبعاد(المنفعة المدركة , سهولة الاستخدام المدركة، الاتجاه نحو الاستخدام ، النوايا السلوكية ) على قرارات الزبون في السوق الالكتروني ؟
- ٥- ما طبيعة العلاقة بين جودة الاسترداد الالكتروني ، رضا الزبون من خلال الدور الوسيط لأنموذج تقبل التكنولوجيا ؟
- ٧- هل هناك تأثير لأنموذج تقبل التكنولوجيا في تحقيق رضا الزبون؟

#### ثانياً:- أهمية البحث

تبرز أهمية البحث من خلال تناولها لمتغيرات حديثة في مجال جودة الخدمة, ولما لها من دور مهم في مواقع التسوق الالكتروني , بالإضافة إلى ما تمتلكه من مضمون ابعادها بسبب قلة الدراسات السابقة ولاسيما جودة الاسترداد ونموذج تقبل التكنولوجيا ,ويمكن حصر أهمية الدراسة بالآتي:-

- ١-حاز هذا البحث على أهميتها من خلال حداثة المتغيرات التي تطرقت إليها, ولاسيما متغير انموذج تقبل التكنولوجيا وأبعادها.
- ٢-تعريف العينة (قيد الدراسة) بموضوع جودة الاسترداد الالكترونية , ورضا الزبون, ونموذج تقبل التكنولوجيا.
- ٣-لا توجد دراسات سابقة تتعلق بواقع جودة الاسترداد الالكتروني , ورضا الزبون, ونموذج تقبل التكنولوجيا. في ضوء العينة المدروسة ولاسيما في مجال مواقع التسوق الالكتروني على حد علم

الباحث, وبالتالي تُعد هذه الدراسة الأولى من نوعها التي تناولت هذا الموضوع في ظل المشاكل, والمعوقات التي تعاني منها العينة المدروسة.

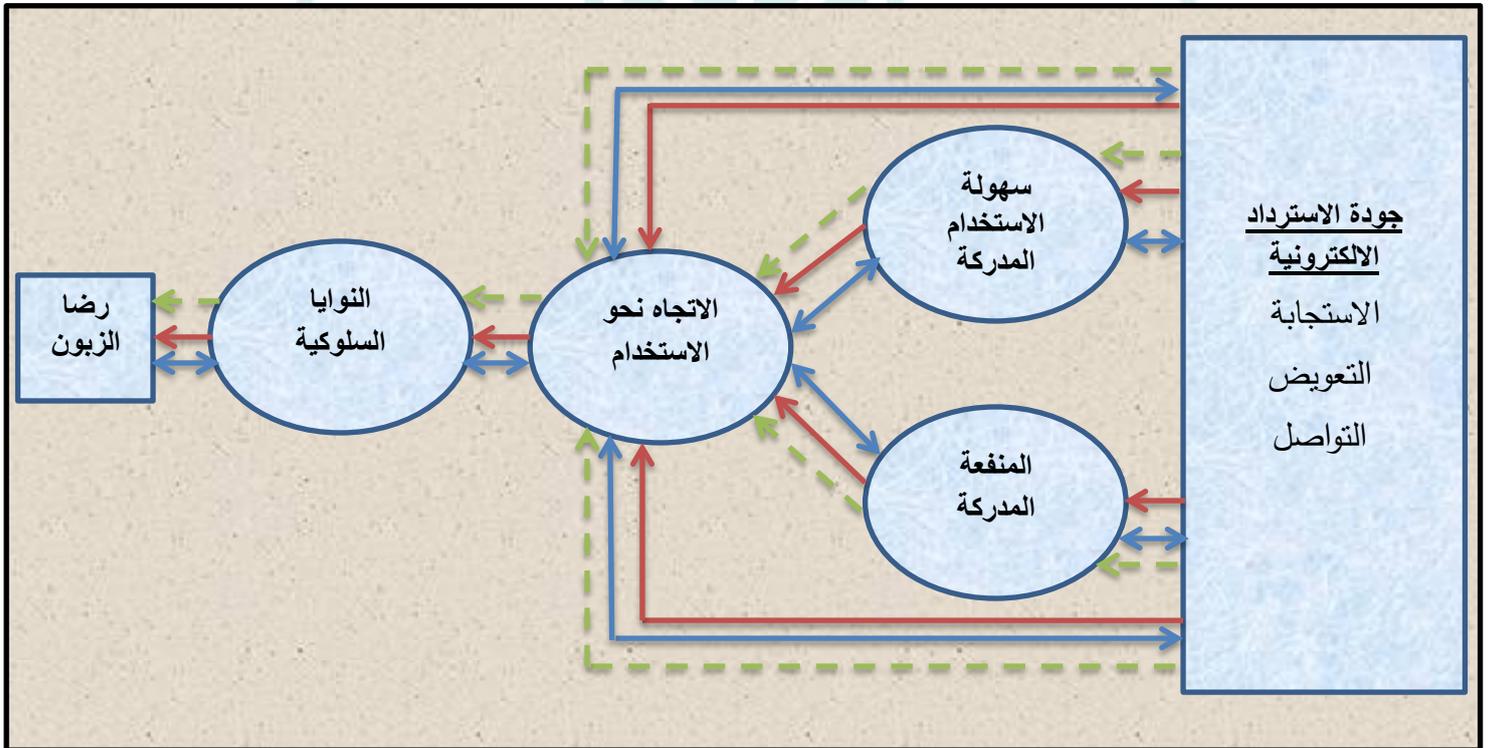
٤- وضع برامج إرشادية مهنية ونفسية مناسبة تساعد على توجيه مواقع التسوق الإلكتروني (مجتمع) نحو معالجة قضايا والاهتمام بموضوع جودة الاسترداد الإلكتروني ونموذج تقبل التكنولوجيا

#### ثالثاً: - هدف البحث

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التحقق من علاقة الارتباط والتأثير بين (جودة الاسترداد الإلكتروني ورضا الزبون, ونموذج تقبل التكنولوجيا), في إطار مشكلة الدراسة وأهميتها , ويمكن حصر أهداف الدراسة بالآتي: -

١- التعرف على واقع جودة الاسترداد الإلكترونية , ورضا الزبون, ونموذج تقبل التكنولوجيا لدى مواقع التسوق الإلكتروني المدروسة.

٢- تشخيص أبعاد جودة الاسترداد الإلكتروني , ورضا الزبون, ونموذج تقبل التكنولوجيا في مواقع التسوق الإلكتروني.



الشكل (١) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: من اعداد الباحثان

رابعاً:- فرضيات الدراسة:-

❖ فرضيات الارتباط الرئيسية المتعلقة بجودة الاسترداد الالكتروني

- ١- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين جودة الاسترداد الالكتروني ورضا الزبون.
- ٢- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين جودة الاسترداد الالكتروني وأنموذج تقبل التكنولوجيا
- ٣- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين سهولة الاستخدام المدركة والمنفعة المدركة.
- ٤ - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المنفعة المدركة والاتجاه نحو الاستخدام .
- ٥- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المنفعة المدركة والنوايا السلوكية.
- ٦ - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين سهولة الاستخدام المدركة والاتجاه نحو الاستخدام.
- ٧- للمنفعة المدركة علاقة وسيطة بين جودة الاسترداد الالكتروني والاتجاه نحو الاستخدام.
- ٨ - للمنفعة المدركة علاقة وسيطة بين جودة الاسترداد الالكتروني والنوايا السلوكية.
- ٩- لسهولة الاستخدام المدركة علاقة وسيطة بين جودة الاسترداد الالكتروني والاتجاه نحو الاستخدام.
- ١٠ - للاتجاه نحو الاستخدام علاقة وسيطة بين جودة الاسترداد الالكتروني والنوايا السلوكية.
- ١١- للاتجاه نحو الاستخدام والنوايا السلوكية علاقة وسيطة بالنتابع بين جودة الاسترداد الالكتروني ورضا الزبون.

**المبحث الثاني : الاطار النظري للبحث**

**اولاً:-جودة الاسترداد الإلكتروني**

اشار (Parasuraman et al.,2005:214) الى أنه إذا تم تنفيذ الاسترداد الإلكتروني بشكل صحيح ، سوف يساعد ذلك على تعزيز رضا الزبائن واحتمالية اعادة الشراء. ومع ظهور الإنترنت أصبحت المنظمات قادرة على الوصول إلى زبائنهم وتقديم الخدمات بسرعة وسهولة ، ومن أجل تحقيق استرداد فاعل للخدمة ، يجب على الشركات تزويد الزبائن بخدمات ملائمة للشكوى(Wu,2011:13).

جذب مفهوم الاسترداد الإلكتروني على مدى عقود اهتماماً كبيراً من الأكاديميين والباحثين, اذ يعد الاسترداد الإلكتروني جانباً مهماً من جوانب الخدمة الإلكترونية ، فهو يتناول خدمة موقع الويب رداً على المشكلات أو الأسئلة التي يواجهها الزبائن(Siang,2012:3).

إن اعتماد الاسترداد الإلكتروني يساعد المنظمات الى حد كبير على تحقيق ميزة تنافسية بسبب خصائص الاستجابة للبريد الإلكتروني ، والتوقيت وجودة ردود البريد الإلكتروني (Chaparro–Peláez et al.,2015:78).

### ثانياً:- أهمية جودة الاسترداد الإلكتروني

يمكن الاسترداد الإلكتروني المنظمات من تجاوز توقعات الزبائن ، مما يساعد في الاستثمار على المدى الطويل من خلال تعزيز نمو الزبائن ، والحفاظ على الزبائن في حالة ولاء المنظمة (AI- Hawary et al.,2016:176). ونتيجة لذلك فإن استخدامات التكنولوجيا في خدمة الزبائن مهمة للوصول إلى أهداف البقاء الأساسية للمنظمة(Mensah,2017:39).

### ثالثاً:- ابعاد جودة الاسترداد الإلكتروني

#### أ- الاستجابة

أن الاستجابة الإلكترونية مهمة ولا سيما في مجال بناء العلاقات, اذ ان فهم احتياجات الزبائن يكون من خلال التحسين المقترح لمواقع التسوق الإلكتروني (Yin et al.,2019:348). ويرى(Decker,2018:2) بأنها الاستجابة السريعة والقدرة على الحصول على المساعدة في حالة وجود مشكلة أو سؤال. كما انها تمثل التعامل الفاعل مع المشاكل والمرتجات من خلال مواقع التسوق الإلكتروني (Braithwaite,2017:117).

#### ب- التعويض

يشير التعويض الى درجة تعويض الموقع للزبائن عن المشاكل (Marimon et al.,2012:772). وهو ايضا البعد الذي يتضمن استلام الأموال وإعادة الشحن والتسليم(Kant&Jaiswal,2017:2).

## ت - التواصل

ويمثل توافر المساعدة عبر الهاتف أو الممثلين عبر مواقع التسوق الإلكتروني (Marimon et al.,2012:772). وتشير نقاط الاتصال إلى حاجة الزبائن إلى أن يكونوا قادرين على التحدث إلى وكيل خدمة الزبائن مباشرة عبر الإنترنت أو عبر الهاتف (Kant&Jaiswal,2017:2).

### رابعاً: -رضا الزبون

تدرك العديد من المنظمات أن خلق رضا الزبون هو أحد الأصول غير الملموسة لاكتساب الميزة التنافسية، وفيما يتعلق بالخدمات فإن رضا الزبون هو مجموعة من ردود الزبائن العاطفية والمعرفية على الخدمات التي يتم تلقيها كأساس للمنظمة لإنشاء علاقات طويلة الأمد (Jamali et al.,2017:118).

رضا الزبون هو مصطلح تسويقي ناتج من كيفية تقديم السلعة أو الخدمة من قبل المنظمة وفقاً لتوقعات الزبائن (Riorini&Widayati,2019:56). وهو عملية الأداء التي يجب ملاحظتها ومقارنتها مع التوقعات التي تدور في ذهن الزبائن وحاجاتهم، وعليه فإن كان الأداء أكثر من المتوقع فسيكون راضياً كلياً لدرجة تشعره بالسعادة، أما إذا كان الأداء يتطابق مع توقعاته فسيحقق رضاه، أما إذا كان أقل من المتوقع فإن الزبائن سيكونون في حالة استياء وخيبة أمل، ويترك التعامل مع المنظمة في المستقبل (Krisnanto,2019:2). كما أنه مقياس يحدد مدى رضا الزبون الإلكتروني عن خدمات المنظمة وقدراتها، إذ يمكن أن تساعد معلومات رضا الزبائن ، بما في ذلك الاستطلاعات والتقييمات، المنظمة في تحديد أفضل السبل لتحسين خدماتها أو تغييرها (Hasfar et al.,2020:12).

### خامساً: -أهمية رضا الزبون

إن الزبائن هم أصحاب المصلحة المهمون في بقاء المنظمات، ورضاهم هو أولوية للإدارة، إذ تلتزم المنظمات بتقديم المزيد من الخدمات بالإضافة إلى عروضها، كما أصبحت جودة الخدمة جانباً من جوانب رضا الزبائن ، كما يمكن أن يوفر رضا الزبائن للمنظمة مزايا تنافسية رئيسية ، يمكن أن تؤدي مباشرة إلى زيادة الربحية ونمو الأعمال (Amin et al.,2011:1520)؛ (WA et al.,2018:2). ويعد رضا الزبون عاملاً حاسماً

لبقاء الأعمال التجارية للمنظمة وتطويرها, فضلا عن ذلك فقد أصبح أحد العناصر الرئيسية لتحسين الجودة في السوق التنافسية العالمية, كما إنه يؤثر في الاحتفاظ بالزبائن وبالتالي على الربحية والقدرة التنافسية للمنظمة(Putri et al.,2018:25).

### سادساً:- أنموذج تقبل التكنولوجيا (TAM)

يعد أنموذج تقبل التكنولوجيا أحد النماذج الأكثر تأثيراً لشرح سلوك استخدام التكنولوجيا, إذ يبين هذا الأنموذج أن تقبل سلوك الفرد في استخدام التكنولوجيا (أو النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا) يحدد من خلال موقفه اتجاه تقبل استخدام التكنولوجيا(Chuttur,2009:11). وتظهر نماذج تقبل التكنولوجيا باستمرار أنها قادرة على شرح قدر كبير من التباين في استخدام التكنولوجيا وسلوك التقبل عبر سياقات متنوعة (Tao et al.,2020:1348).

كما بيّن (Granic&Marangunic,2019:2573) إن هذا الأنموذج يستند الى نظرية الفعل المعقول ، إذ أنه يحدد ما إذا كان المستخدم سيتمكن من تقبل تكنولوجيا جديدة ومدى إمكانية التعامل معها. ويذكر (Al-Emran et al.,2018:389) بأن نوايا الفرد أو رغباته ترتبط ارتباطاً جوهرياً بسلوكه , لذلك فإن أنموذج تقبل التكنولوجيا جاء بقصد توضيح سلوك الأفراد العاملين وتوقعاتهم في تعاملهم مع جهاز الحاسوب في ورش العمل وقد استخدم كثير من الباحثين هذا الأنموذج تدريجياً لبيان ماهية العوامل الرئيسية التي تدفع الأفراد العاملين نحو تقبل تكنولوجيا جديدة.

### سابعاً:- أهمية انموذج تقبل التكنولوجيا

تعد أهمية دراسة التكنولوجيا وتطبيقاتها من أهم معايير نجاح التكنولوجيا وهو رضا الزبائن المنتفعين وتقبلهم لها , فقياس تقبل التكنولوجيا ليس مجرد التعرف على التفاعل بين التطبيق والمستفيدين، بل النظر بعمق إلى العوامل السلوكية التي تؤثر في مدى تقبل المستفيدين لهذه التطبيقات ووفقاً لتأثير عوامل التقبل، يمكن تحديد مقدار ومعدلات حجم الاشتراك في التطبيقات لتظهر الحاجة إلى الاهتمام بدراسة تقبل أو رفض التكنولوجيا (Scherer et al.,2019:15).

## ثامناً: -إبعاد انموذج تقبل التكنولوجيا

### ١-المنفعة المدركة

يعد الأنموذج من النماذج الموثوقة لتفسير سلوك الافراد في تقبل واستخدام تكنولوجيا نظم المعلومات من العينات التي تم استخدامها في عدد كبير من الاختبارات والاستخدام الفعلي , اذ تشير المنفعة المدركة الى أنها المدى الذي يعتقد فيه الفرد أن استخدام التكنولوجيا سيعزز أداء مهمته (Tao et al.,2020:1348).

### ٢-سهولة الاستخدام المدركة

وتشير سهولة الاستخدام المدركة إلى المدى الذي يعتقد فيه الفرد أن استخدام التكنولوجيا سيكون خالياً من الجهد, فضلاً عن ذلك فإن سهولة الاستخدام المدركة تؤثر على الموقف بشكل غير مباشر من خلال المنفعة المدركة (Tao et al.,2020:1348).

### ٣-الاتجاه نحو الاستخدام

اتجاه المستخدم هو عامل أساسي في تقبل او رفض التكنولوجيا ، كما تشير العديد من الدراسات بأن اتجاه المستخدم تجاه استخدام التكنولوجيا له تأثير ايجابي على النية تجاه استخدام التكنولوجيا (Holden&Karsh,2010:161).

### ٤- النوايا السلوكية

النية هي استعداد الشخص لأداء سلوك معين وهي تعد العامل السابق تماماً قبل أي سلوك, والسلوك يعد الاستجابة الواضحة لظرف ما وذلك بحسب هدف معين, ووجود نية اتجاه السلوك المرتقب أو عدم وجودها هو المؤشر الوحيد والأفضل للتنبؤ بإمكانية الشروع في ذلك السلوك (Byun et al.,2018:٥٨).

## الجانب العملي للبحث

أولاً: ترميز متغيرات الدراسة الرئيسية وإبعادها الفرعية وتوصيفها

تتضمن الدراسة الحالية متغيرين رئيسيين والجدول (١) يوضح المتغيرات وإبعادها الفرعية وترميزها في التحليل الاحصائي للبيانات وعدد الفقرات التي تقيس كل بعد.

الجدول (١) الترميز والتصنيف

المتغير	البعد	عدد الفقرات	الرمز	المصدر
جودة الاسترداد الالكتروني	الاستجابة	5	RE	Parasuraman et al.,2005:214
	التعويض	3	CO	
	التواصل	3	COM	
نموذج تقبل التكنولوجيا	المنفعة المدركة	4	BE	Tao et al.,2020:1353
	سهولة الاستخدام المدركة	3	SE	
	الاتجاه نحو الاستخدام	4	AT	
	النوايا السلوكية	2	IN	
رضا الزبون	احادي البعد	10	ST	Lucia-Palacios et al.,2020:2

المصدر: اعداد الباحث بناء على ادبيات الموضوع

ثانياً: وصف وتشخيص متغير جودة الاسترداد الالكتروني

يتضمن وصف وتشخيص متغير جودة الخدمة الإلكترونية وصف وتشخيص فقرات وابعاد هذا المتغير تفصيلاً ومن ثم وصف وتشخيص المتغير اجمالياً

جدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الاجابة والاهمية الترتيبية للأبعاد الرئيسة

لمتغير جودة الاسترداد الالكتروني (n=283)

الاهمية الترتيبية	مستوى الاجابة	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد الرئيسي
الثالث	معتدل	0.66	0.915	3.28	١. الاستجابة
الثاني	مرتفع	0.79	0.784	3.97	٢. التعويض
الاول	مرتفع	0.71	1.002	3.53	٣. التواصل
-	مرتفع	0.72	0.900	3.59	المعدل العام لمتغير جودة الاسترداد الالكتروني

ثالثاً: - وصف وتشخيص متغير نموذج تقبل التكنولوجيا

يتضمن وصف وتشخيص متغير نموذج تقبل التكنولوجيا وصف وتشخيص فقرات وابعاد هذا المتغير تفصيلاً ومن ثم وصف وتشخيص المتغير اجمالياً.

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الاجابة والاهمية الترتيبية للأبعاد الرئيسة لمتغير نموذج تقبل التكنولوجيا (n=283)

الاهمية الترتيبية	مستوى الاجابة	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد الرئيسي
الاول	مرتفع	0.79	0.996	3.95	١. المنفعة المدركة
الرابع	مرتفع	0.74	0.978	3.68	٢. سهولة الاستخدام المدركة
الثالث	مرتفع	0.78	0.986	3.88	٣. الاتجاه نحو الاستخدام
الثاني	مرتفع	0.78	0.974	3.91	٤. النوايا السلوكية
-	مرتفع	<b>0.78</b>	<b>0.984</b>	<b>3.86</b>	المعدل العام لمتغير نموذج تقبل التكنولوجيا

#### رابعاً. وصف وتشخيص بعد رضا الزبون:

تتعلق هذه الفقرة بوصف وتشخيص متغير رضا الزبائن اذ يتضح من الجدول (٤) ان متغير رضا الزبائن تم قياسه بخمسة عشر فقرة، كانت فيها الفقرة الاولى التي محتواها (أنا راض عن المواقع التي اتعامل معها.) هي الاعلى من حيث الوسط الحسابي الذي بلغ (4.16) ويانحرف معياري يبلغ (0.794) وهذا يدل على ان مستوى الاجابة كان مرتفعاً وبأهمية نسبية تبلغ (83%) وهذه النتيجة توضح ان العينة لديها رضا مرتفع عن مواقع التسوق الإلكتروني التي يتعاملون معها.

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة والاهمية الترتيبية لمتغير رضا الزبون (n= 283)

ت	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	مستوى الاجابة	الاهمية الترتيبية
1	أنا راض عن المواقع التي اتعامل معها.	4.16	0.794	0.83	مرتفع	1
2	مواقع التسوق الإلكتروني التي اتعامل معها دائماً تلبي احتياجاتي	4.14	0.804	0.83	مرتفع	3
3	أنا سعيد بشكل عام بخدمات المواقع التي اتعامل معها	3.99	0.780	0.80	مرتفع	9
4	أنا مرتاح جداً عن الخدمات التي تقدمها المواقع التي اتعامل معها	3.89	0.782	0.78	مرتفع	10
5	مواقع التسوق عبر الإنترنت سهلة الاستخدام	4.03	0.782	0.81	مرتفع	8
6	بناءً على كل تجربتي مع مواقع التسوق عبر الانترنت، أشعر بالرضا التام.	4.05	0.829	0.81	مرتفع	6
7	بشكل عام أنا راض عن قرار الشراء عبر الإنترنت	4.04	0.823	0.81	مرتفع	7
8	إذا اضطررت إلى الشراء مرة أخرى ، فسأشعر بشكل مختلف بشأن الشراء من هذا مواقع التسوق الإلكتروني	4.09	0.815	0.82	مرتفع	4
9	كان خيارى للشراء من هذه الموقع جيداً	4.06	0.842	0.81	مرتفع	5
10	قرار الشراء الإلكتروني حسن من مهاراتي في استخدام الويب	4.15	0.838	0.83	مرتفع	2
	المعدل العام	<b>4.06</b>	<b>0.809</b>	<b>0.81</b>	مرتفع	

#### خامساً:-اختبار فرضيات الدراسة

##### ١-اختبار فرضية الارتباط الرئيسة الاولى:

تتعلق فرضية الارتباط الرئيسة باختبار مدى التلازم من خلال اختبار علاقة الارتباط بين المتغير جودة الاسترداد الالكترونية كمتغير مستقل وبين المتغير رضا الزبون كمتغير معتمد والتي تنص على (توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين جودة الاسترداد الالكترونية ورضا الزبون) .

جدول (5) مصفوفة معاملات الارتباط بين جودة الاسترداد الالكترونية بأبعاده ومتغير رضا الزبون

Correlations						
		الاستجابة	التعويض	التواصل	جودة الاسترداد الالكترونية	رضا الزبون
الاستجابة	Pearson Correlation	1	.269**	.682**	.648**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	283	282	283	283	283
التعويض	Pearson Correlation	.269**	1	.341**	.531**	.223**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	282	282	282	282	282
التواصل	Pearson Correlation	.682**	.341**	1	.760**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	283	282	283	283	283
جودة الاسترداد الالكترونية	Pearson Correlation	.648**	.531**	.760**	1	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	283	282	283	283	283
رضا الزبون	Pearson Correlation	.731**	.223**	.644**	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	283	282	283	283	283

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.V.25

##### ٢-اختبار فرضية الارتباط الرئيسة الثانية:-

تتعلق فرضية الارتباط الرئيسة باختبار مدى التلازم من خلال اختبار علاقة الارتباط بين المتغير جودة الاسترداد الالكترونية كمتغير مستقل وبين المتغير نموذج تقبل التكنولوجيا كمتغير وسيط والتي تنص على (توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين جودة الاسترداد الالكترونية ونموذج تقبل التكنولوجيا).

الجدول (6) مصفوفة معاملات الارتباط بين جودة الاسترداد الالكترونية بأبعاده ومتغير أنموذج تقبل التكنولوجيا

Correlations						
	جودة الاسترداد الالكتروني	المنفعة المدركة	سهولة الاستخدام المدركة	الاتجاه نحو الاستخدام	النوايا السلوكية	نموذج تقبل التكنولوجيا
جودة الاسترداد الالكتروني	Pearson Correlation	1	.487**	.951**	.593**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	283	283	283	283	283
المنفعة المدركة	Pearson Correlation	.487**	1	.673**	.674**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	283	283	283	283	283
سهولة الاستخدام المدركة	Pearson Correlation	.951**	.673**	1	.639**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	283	283	283	283	283
الاتجاه نحو الاستخدام	Pearson Correlation	.593**	.674**	.639**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	283	283	283	283	283
النوايا السلوكية	Pearson Correlation	.524**	.586**	.564**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	283	283	283	283	283
نموذج تقبل التكنولوجيا	Pearson Correlation	.723**	.873**	.825**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	283	283	283	283	283

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.V.25

اذ تشير النتائج الظاهرة في جدول (٦) الى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين متغير جودة الخدمة الالكترونية ومتغير نموذج تقبل التكنولوجيا، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (\*\*0.783) وتشير هذه القيمة الى الاتجاه الطردى للتلازم بين المتغير المستقل جودة الخدمة الالكترونية والمتغير المعتمد نموذج تقبل التكنولوجيا، اذ كانت علاقة الارتباط الطردية عند مستوى معنوية (0.01) وبمستوى ثقة بلغ (99%) اذ تشير علاقة الارتباط اعلاه الى وجود التلازم الطردى بين المتغيرين من وجهة نظر العينة ضمن مجال التطبيق عينة الدراسة. وهو ضمن مستوى علاقة ارتباط طردية قوية جدا بين المتغير المستقل والمتغير الوسيط، اذ تشير هذه النتائج الى ان وجود جودة الخدمة الالكترونية مما ينعكس في تحقيق مستوى مرتفع من نموذج تقبل التكنولوجيا في مواقع التسوق الالكتروني، واعتماداً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الثانية الخاصة بعلاقة الارتباط بين متغير جودة الخدمة الالكترونية ومتغير نموذج تقبل التكنولوجيا.

## الاستنتاجات والتوصيات

### أولاً:- الاستنتاجات

١- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين متغير جودة الاسترداد الالكترونية ومتغير رضا الزبون، اذ تشير علاقة الارتباط الى وجود التلازم الطردي بين المتغيرين من وجهة نظر العينة ضمن مجال تطبيق عينة الدراسة. ذلك ضمن مستوى علاقة ارتباط طردية قوية جدا بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد، وهذه النتائج تشير الى ان وجود جودة الخدمة الالكترونية يدعم تحقيق مستوى مرتفع من رضا الزبون من خلال مواقع التسوق الالكتروني.

٢- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين بعد اتاحية النظام ومتغير رضا الزبون، اذ يتبين ان وجود اتاحية النظام في مواقع التسوق الالكتروني عينة الدراسة من وجهة نظر العينة سيؤدي حتما الى نتائج طردية في مستوى رضا الزبون.

٣- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين بعد الخصوصية ومتغير رضا الزبون، اذ تشير هذه النتيجة الى التلازم الطردي بين بعد الخصوصية ومتغير رضا الزبون وضمن مستوى علاقة قوية ايجابية، وهذه النتيجة تشير الى ان وجود مستويات جيدة من الخصوصية سيؤدي الى تلازم زيادة مستوى رضا الزبون من وجهة نظر عينة الدراسة.

٤- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين بعد الكفاءة ومتغير رضا الزبون، اذ تشير هذه النتيجة الى التلازم الطردي بين بعد الكفاءة ومتغير رضا الزبون وضمن مستوى علاقة طردية قوية وهذه النتيجة تشير الى ان ظهور بؤادر الكفاءة سيؤدي الى تلازم زيادة مستوى رضا الزبون من وجهة نظر عينة الدراسة .

٥- وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين بعد الوفاء ومتغير رضا الزبون، اذ تشير هذه النتيجة الى التلازم الطردي بين بعد الوفاء ومتغير رضا الزبون وضمن مستوى علاقة طردية قوية وهذه النتيجة تشير الى ان اعتماد اسلوب الوفاء سيؤدي الى زيادة مستوى رضا الزبون من وجهة نظر عينة الدراسة.

### ثانياً:- التوصيات

١- التأكيد على الاهتمام بعدم تجميد صفحات مواقع التسوق الإلكتروني بعد إدخال معلومات طلبات الزبائن.

٢- زيادة اهتمام مواقع التسوق الإلكتروني بالحفاظ على خصوصية الزبائن خلال عملية الشراء.

- ٣- ضرورة اهتمام مواقع التسوق الالكتروني بالحصول على ما يحتاجه الزبائن من منتجات في المواقع التي يتعامل معها.
- ٤- التأكيد على ضرورة اهتمام مواقع التسوق الالكتروني بالعناصر اللازمة للتسليم في الوقت المناسب للزبائن.
- ٥- ضرورة اهتمام مواقع التسوق الالكتروني بحل المشاكل التي تواجه الزبائن بشكل سريع.

#### قائمة المصادر

1. Agrawal, v., tripathi, v., & seth, n. (2014). A conceptual framework on review of e-service quality in banking industry. International journal of social, education, economics and management engineering, 8(12), 3745-49.
2. Águila-obra, a. R. D., padilla-meléndez, a., & al-dweeri, r. M. (2013). The influence of electronic service quality on loyalty in postal services: the mediating role of satisfaction. Total quality management & business excellence, 24(9-10), 1111-1123.
3. Al-emran, m., mezhuyev, v., & kamaludin, a. (2018). Technology acceptance model in m-learning context: a systematic review. Computers & education, 125, 389-412
4. Al-hawary, s. I. S., & al-smeran, w. F. (2016). Impact of electronic service quality on customers satisfaction of islamic banks in jordan. International journal of academic research in accounting, finance and management sciences, 7(1), 170-188.
5. Amin, m., isa, z., & fontaine, r. (2011). The role of customer satisfaction in enhancing customer loyalty in malaysian islamic banks. The service industries journal, 31(9), 1519-1532.
6. Byun, h., chiu, w., & bae, j. S. (2018). Exploring the adoption of sports brand apps: an application of the modified technology acceptance model. International journal of asian business and information management (ijabim), 9(1), 52-65.
7. Chuttur, m. Y. (2009). Overview of the technology acceptance model: origins, developments and future directions. Working papers on information systems, 9(37), 9-37.

8. Granić, a., & marangunić, n. (2019). Technology acceptance model in educational context: a systematic literature review. *British journal of educational technology*, 50(5), 2572-2593.
9. Halaris, c., magoutas, b., papadomichelaki, x., & mentzas, g. (2007). Classification and synthesis of quality approaches in e-government services. *Internet research*.
10. Hasfar, m., militina, t., & achmad, g. N. (2020). Effect of customer value and customer experience on customer satisfaction and loyalty pt meratus samarinda. *International journal of economics, business and accounting research (ijebar)*, 4(01).
11. Heidari, h., mousakhani, m., & rashidi, h. (2014). The impact of traditional and electronic service quality on customer satisfaction, trust and loyalty in banking industry. *International journal of scientific management and development*, 2(11), 614-620.
12. Holden, r. J., & karsh, b. T. (2010). The technology acceptance model: its past and its future in health care. *Journal of biomedical informatics*, 43(1), 159-172.
13. Jamali, m., mehrabadi, m. A., & pouri, m. (2017). The effect of the implementation of e-crm electronic satisfaction and loyalty, electronic consumers of mellat bank's website. *Revista administração em diálogo-rad*, 19, 117-135.
14. Krisnanto, u. (2019). Examining the relationships between service quality, corporate image, customer satisfaction, and customer loyalty for an Indonesian bank.
15. Li, h., liu, y., & suomi, r. (2009). Measurement of e-service quality: an empirical study in online travel service.
16. Mensah, i. K., & mi, j. (2017). Electronic government services adoption: the moderating impact of perceived service quality. *International journal of electronic government research (ijejr)*, 13(3), 38-54.
17. Momotaz, s. N., & hasan, m. S. (2018). Exploring the impact of service quality factors on customer satisfaction towards online shopping: evidence from Bangladesh. *World*, 8(1), 102-123.
18. Ojasalo, j., & ojasalo, k. (2012). Creating competences in service innovation and design.

- 19.Parasuraman, a., zeithaml, v. A., & malhotra, a. (2005). Es-qual: a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- 20.Putri, y. A., wahab, z., shihab, m. S., & hanafi, a. (2018). The effect of service quality and brand trust on loyalty through customer satisfaction in transportation service go-jek (go-ride) in palembang city. *Jurnal manajemen motivasi*, 14(1), 24-31.
- 21.Riorini, s. V., & widayati, c. C. (2019). The role of electronic word of mouth in improving brand image of online shop. *Jurnal manajemen*, 23(1), 54-68.
- 22.Scherer, r., siddiq, f., & tondeur, j. (2019). The technology acceptance model (tam): a meta-analytic structural equation modeling approach to explaining teachers' adoption of digital technology in education. *Computers & education*, 128, 13-35.
- 23.Tao, d., shao, f., wang, h., yan, m., & qu, x. (2020). Integrating usability and social cognitive theories with the technology acceptance model to understand young users' acceptance of a health information portal. *Health informatics journal*, 26(2), 1347-1362.
- 24.Wa, n. A. (2018). The impact of interpersonal communication toward customer satisfaction: the case of customer service of sari asih hospital. In *matec web of conferences* (vol. 150, p. 05087). Edp sciences.