

تقييم جودة خدمات الدفع الإلكتروني
دراسة ميدانية على عملاء شركتي (Mtn) – Syriatel في سورية
 عباس كعده*

(الإيداع: 16 تموز 2023، القبول: 7 أيلول 2023)

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) من خلال تطبيقهما للدفع الإلكتروني، واعتمدت الدراسة على تقييم جودة خدمات الدفع الإلكتروني باستخدام مقياس سداسي الأبعاد: "الموثوقية – الاستجابة – سهولة الاستخدام – الخصوصية – الأمان – عرض وأداء منصة الخدمات"، كما اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي. حيث تم بناء الإطار النظري من خلال مراجعة الأدبيات السابقة، وتم استخدام الاستبانة لجمع البيانات الأولية، وباستخدام العينة العشوائية البسيطة، تكونت عينة الدراسة من 384 فرداً من عملاء (Mtn – Syriatel) في سورية الذين يستخدمون خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها، وباستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وبرنامج التحليل الإحصائي SPSS V25، تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات. وتوصلت الدراسة إلى أن تقييم العملاء لأبعاد جودة خدمات الدفع الإلكتروني المقدمة لهم عبر (Mtn – Syriatel) كان بمستوى مرتفع، حيث كانت متوسطات الاستجابة أكبر من متوسط مقياس ليكرت الخماسي المعتمد في هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الدفع الإلكتروني – خدمات الدفع الإلكتروني – جودة خدمات الدفع الإلكتروني

*باحث – دكتوراه – اختصاص إدارة أعمال – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين.

Evaluation of the quality of electronic payment services**A field study on (Syriatel – Mtn) clients in Syria****Abbas Kaada*****(Received: 16 July 2023, Accepted: 7 September 2023)****Abstract:**

This study aimed to assess the quality of electronic payment services provided by the two telecommunications companies (Mtn – Syriatel) through their electronic payment applications. The study relied on evaluating the quality of electronic payment services using a six-dimensional scale: "reliability – responsiveness – ease of use – privacy – security – offering and performance of the services platform". The researcher also relied on the analytical descriptive approach. Where the theoretical framework was built by reviewing the previous literature, and the questionnaire was used to collect primary data, and by using the simple random sample, the study sample consisted of 384 individuals from (Mtn – Syriatel) customers in Syria who use the electronic payment services it provides, Using appropriate statistical methods and SPSS V25 statistical analysis software, data were analyzed and hypotheses tested. The study concluded that customers' evaluation of the dimensions of the quality of electronic payment services provided to them via (Mtn – Syriatel) was at a high level, as the response averages were greater than the average of the five-point Likert scale adopted in this study.

Keywords: electronic payment – electronic payment services – quality of electronic payment services

* Researcher – PhD – Business Administration – Faculty of Economics – Tishreen University.

1_المقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة استخداماً متزايداً لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى جميع القطاعات الحكومية والخاصة والمشاركة في سورية، خصوصاً في ظل التوجه نحو تعزيز الحكومة الإلكترونية، وقد شكلت مبادرات الحكومة الإلكترونية فرصة أمام الشركات لتطوير خدماتها وتعزيز موقعها التنافسي ومواكبة تطورات الحياة الاقتصادية، حيث بات الدفع الإلكتروني من السمات الأساسية المقترنة بعمل الشركات المتفوقة، نظراً لدوره الكبيرة في تحسين الخدمات المقدمة من جهة وخفض التكاليف وزيادة الإنتاجية من جهة أخرى، وقد سارعت شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) لبناء منظومتي دفع إلكتروني تُمكن عملائها من دفع فواتيرهم بشكل مريح وآمن، وقد جرى إطلاق منظومتي الدفع الإلكتروني الخاصة بالشركتين تحت إشراف وزارة الاتصالات والتقانة السورية في شهر مايو من عام 2021.

2_مشكلة الدراسة:

أطلقت وزارة الاتصالات والتقانة السورية بالتعاون مع مصرف سورية المركزي منظومات الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال الخاصة بالمصارف والشركات الخاصة، وهو ما فتح باب المنافسة بين المصارف والشركات على تقديم خدمات الدفع الإلكتروني في سورية، وتعتبر شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) من أبرز الشركات الموفرة لخدمات الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال، ونظراً لأهمية تقييم جودة الخدمات بهدف تحسينها كان لابد لهذه الشركات أن تقوم بعملية تقييم لمستوى جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها للعملاء لاكتشاف النقاط التي تسهم في تحسين جودة هذه الخدمات لتلبية احتياجات ومتطلبات العملاء والسوق، ومن هنا قام الباحث بصياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما هو مستوى جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) لعملائها. ويتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

ما هو مستوى موثوقية خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel).

ما هو مستوى استجابة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel).

ما هو مستوى سهولة استخدام خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel).

ما هو مستوى تخصيص خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel).

ما هو مستوى أمان خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel).

ما هو مستوى تصميم وأداء منصة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel).

3_أهداف الدراسة:

قياس مستوى جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel)

التعرف على فجوات خدمات الدفع الإلكتروني لاتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسينها.

تقديم مجموعة من التوصيات في ضوء نتائج الدراسة من شأنها تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel).

4_أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة نظرياً في أهمية المتغيرات المدروسة المتمثلة بقياس جودة خدمات الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال؛ حيث أنّ خدمات الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال من الخدمات المتجددة نظراً لارتباطها بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتتمثل الأهمية العملية للدراسة بضرورة تقييم مستوى جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) لتوفير المعلومات اللازمة عن مستوى تقييم العملاء لجودة هذه الخدمات بهدف تحسينها بالشكل الذي يلي احتياجات العملاء في السوق.

5_أنموذج الدراسة:

الشكل (1) نموذج الدراسة

6_منهجية الدراسة:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي؛ حيث تم جمع البيانات الثانوية المتعلقة بالبحث من خلال مجموعة من الدراسات السابقة والمراجع العربية والأجنبية التي تخدم بناء الإطار النظري للبحث، أما البيانات الأولية المتعلقة باختبار فرضيات البحث، فقد تم الحصول عليها من خلال استبانة موجهة لعملاء خدمات الدفع الإلكتروني المقدمة عبر الهاتف النقال الخاصة بشركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel)، وتم تحديد مجتمع وعينة البحث باستخدام أسلوب المعاينة العشوائية، بهدف تقييم جودة خدمات الدفع الإلكتروني المقدمة عبر الهاتف النقال للعملاء ومن ثم تم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS V23.

7- فرضيات الدراسة:

لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

يتفرع عن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن موثوقية خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن استجابة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن سهولة استخدام خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن تخصيص خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن أمان خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن تصميم وأداء خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

8_الدراسات السابقة:

8_1_الدراسات العربية:

دراسة (مبارك وآخرون، 2022) بعنوان محددات نية الاستمرار في تبني خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول: الدور المعدل لابتكارية العميل.

هدفت الدراسة إلى دراسة دور كل من أبعاد الجودة المدركة المتمثلة في (جودة المعلومات المدركة، جودة النظام المدركة، وجود الخدمة المدركة) وأبعاد القيمة المدركة المتمثلة في (الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، راحة التعاملات المدركة، وسرعة التعاملات المدركة) على اتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول، بالإضافة إلي بحث دور اتجاه العملاء على نية الاستمرار في تبني هذه الخدمات، كما قامت الدراسة ببحث الدور المعدل لابتكارية العميل بين متغيرات الدراسة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وقد بلغ حجم العينة 430 مفردة من عملاء

المحافظ الإلكترونية بمحافظة الدقهلية في مصر، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لجميع أبعاد الجودة المدركة وأبعاد القيمة المدركة على اتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول. كما توصلت لوجود تأثير معنوي إيجابي لاتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول على نية الاستمرار في تبني هذه الخدمات. وتشير نتائج الدراسة أن ابتكارية العميل تلعب دوراً معدلاً إيجابياً في العلاقة بين أبعاد كل من الجودة المدركة وأبعاد القيمة المدركة من جهة وبين اتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول من جهة أخرى.

دراسة (سعد، امشير، 2021) بعنوان: مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بمصرف شمال أفريقيا فرع زيلتن في ظل جائحة كورونا Covid 19 من وجهة نظر موظفيه

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات الإلكترونية المصرفية وأبعادها المتمثلة ب (سهولة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية – سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية – سرية الخدمات المصرفية الإلكترونية) بمصرف شمال أفريقيا فرع زيلتن في ظل جائحة كورونا Covid 19 من وجهة نظر موظفيه، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي؛ حيث تمثل مجتمع الدراسة بجميع موظفي البنك والبالغ عددهم (25) موظفاً تم توزيع استمارات الاستبانة عليهم جميعاً بالاعتماد على أسلوب الحصر الشامل نظراً لصغر حجم المجتمع، وبعد تحليل البيانات الأولية أظهرت نتائج الدراسة وجود مستوى عالٍ لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية لجميع الأبعاد المدروسة.

دراسة (اسماعيل، البلداوي، 2021) بعنوان: أثر الدفع الإلكتروني في تطوير الخدمة التأمينية: بحث تطبيقي في شركة التأمين العراقية العامة.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر نظام الدفع الإلكتروني في تحقيق أهداف تطوير الخدمة التأمينية في شركة التأمين العراقية العامة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتمثل مجتمع وعينة الدراسة بمدراء الأقسام والموظفين العاملين في شركة التأمين العراقية العامة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها؛ اتفاق أفراد العينة على وجود نظام للدفع الإلكتروني بمستوى جيد في الشركة المدروسة، والتأكيد على وجود دور لنظام الدفع الإلكتروني في تطوير الخدمة التأمينية، مع وجود مجموعة من التحديات التي تواجه تفعيل نظام الدفع الإلكتروني مرتبطة بالبيئة الداخلية والخارجية

2_8_ الدراسات الأجنبية:

دراسة (Alhammadi, Tariq, 2020) بعنوان:

The Impact of Quality E-payment System on Customer Satisfaction

تأثير نظام الدفع الإلكتروني عالي الجودة على رضا العملاء

هدفت هذه الدراسة إلى فحص تأثير جودة الخدمة لنظام الدفع الإلكتروني على رضا مستخدمي الدفع الإلكتروني في مدينة أبوظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة، وتضمنت جودة الخدمة في الدراسة ستة أبعاد هي؛ الملموسية والموثوقية والاستجابة والأمان والأداء والتعاطف، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة وعينته من مجموعة من مستخدمي الدفع الإلكتروني في أبوظبي تم اختيارها بطريقة عشوائية بلغ عددها 233 مفردة، وتم استخدام استبانة على مقياس ليكرت الخماسي لجمع البيانات وتحليلها، وقد بينت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي لجودة خدمات الدفع الإلكتروني على رضا مستخدمي الدفع الإلكتروني.

دراسة (Jou, et al, 2022) بعنوان:

Assessing Service Quality and Customer Satisfaction of Electric Utility Provider's Online Payment System during the COVID-19 Pandemic: A Structural Modeling Approach

تقييم جودة الخدمة ورضا العملاء لنظام الدفع عبر الإنترنت لمزود المرافق الكهربائية أثناء جائحة COVID-19: نهج النمذجة الهيكلية

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة خدمات شركات المرافق الكهربائية ورضا العملاء في ظل اعتماد نظام الدفع الإلكتروني أثناء جائحة كورونا بالتطبيق على شركة (OMECO)، وقد تم جمع البيانات بالاعتماد على استبانة تم توزيعها على عينة من العملاء بلغ عددهم 600 عميل، وأظهرت نتائج التحليل أن أمان الدفع الإلكتروني كان له التأثير الأكبر على جودة الخدمات مما أثر على مستوى رضا العملاء، علاوة على ذلك كان تأثير الملموسية والموثوقية إيجابياً على مستوى جودة الخدمات ومنه على رضا العملاء، بينما لم يظهر تأثير للمصادقية والتعاطف للدفع الإلكتروني على جودة الخدمات التي تقدمها الشركة المدروسة. دراسة (Bhartendra, et al, 2018) بعنوان:

Quality in Mobile Payment Service in India

الجودة في خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول في الهند.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد وقياس أبعاد جودة خدمات الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال في الهند، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية، وقد تم جمع البيانات الأولية بالاعتماد على استبيان إلكتروني حيث بلغ حجم العينة المدروسة 239 مفردة من مستخدمي خدمات الدفع عبر الهاتف النقال للعلامة التجارية (Pay Tm) في مناطق مختلفة من الهند باعتبارها ذات الاستخدام الأكبر، وقد أظهرت نتائج تحليل البيانات؛ وجود قبول واسع النطاق لخدمة الدفع بواسطة الهاتف المحمول، وتحديدًا بين الشباب ومع ذلك فإن القلق الأمني وانعدام الثقة وانخفاض الوعي والبنية التحتية يحول دون وصول الخدمة إلى المستخدمين.

3_8 الاختلاف عن الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في بيئة التطبيق، فهذه الدراسة مطبقة على شركتي الاتصالات (Mtn - Syriatel) كما تختلف عن الدراسات السابقة من حيث أبعاد جودة خدمات الدفع الإلكتروني حيث حدد الباحث ستة أبعاد تتناسب مع بيئة التطبيق من وجهة نظره بعد الاطلاع على الدراسات السابقة.

9_ الإطار النظري:

1_9 الخدمات الإلكترونية:

يعتبر توظيف واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد أهم الأهداف التي تسعى المنظمات لتحقيقها وخصوصاً المنظمات الخدمية، لما لذلك من دور في تحسين أدائها وتحسين جودة الخدمات التي تقدمها لعملائها؛ حيث تسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الانتقال بعملية تقديم الخدمات من الطريقة التقليدية إلى الطريقة الإلكترونية بما يحقق الفائدة للمنظمات والعملاء، ويمكن تعريف الخدمات الإلكترونية بأنها "خدمات تستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يشارك فيها العميل ويقوم بدور تفاعلي، وبالتالي يكون قادر على الاستفادة منها والتعامل معها إلكترونياً" (Kasper, 2006, p321)، كما تعرف بأنها "مجموعة من الأفعال والجهود التي يتم انتقالها إلكترونياً باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتشمل خدمات البيع وخدمة العملاء وخدمات التوصيل" (العضايلة، المحارب، 2017، ص310).

2_9 الدفع الإلكتروني:

يعتبر تحديث وسائل الدفع من أهم العناصر المرتبطة بالانتقال نحو تقديم الخدمات الإلكترونية ومن أهم ركائز الحكومة الإلكترونية، وتعتبر أنظمة الدفع الإلكتروني آلية مهمة يستخدمها الأفراد والشركات كوسيلة آمنة وملائمة لإجراء عمليات الدفع عبر الإنترنت، حيث توفر أنظمة الدفع الإلكتروني العديد من وسائل الدفع للعملاء من أهمها بطاقات الائتمان وبطاقات

الخصم والصيرفة الإلكترونية وخدمات الدفع الإلكتروني باستخدام الأجهزة النقالة والتطبيقات الإلكترونية (Choudhry, Premchand, 2015, P112).

يعرف الدفع الإلكتروني بأنه "عملية تحويل أموال هي في الأساس ثمن لمنتج ما بطريقة إلكترونية، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة أو أي طريقة لإرسال البيانات" (سطن، 2013، ص379)، ويعرف أيضاً في وجهة نظر أخرى بأنه "أنظمة للدفع يتم فيها تحويل القيمة النقدية بطريقة رقمية أو إلكترونية بين طرفين، كتعويض أو مقابل لمنتج ما، وقد يكون الأطراف في أنظمة الدفع مؤسسات أو أفراد، وبذلك تكون أي عملية دفع لا تتم بالأدوات الورقية هي معاملة ضمن نظام الدفع الإلكتروني" (Tella, Abdulmumin, 2015, P273)، وتعتبر أنظمة الدفع الإلكتروني من أهم مقومات التجارة الإلكترونية حيث أنّ خدمات الدفع الإلكتروني يمكن اعتبارها المحرك الرئيسي الذي يعتمد عليه نجاح معاملات التجارة الإلكترونية بين البائعين والمشتريين في الفضاء الإلكتروني، وقد اتجهت الكثير من الدول والشركات لاعتماد أنظمة الدفع الإلكتروني لما لها من دور في تفعيل التجارة الإلكترونية بعد أن أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جزءاً من الحياة الاجتماعية والاقتصادية حول العالم (Tuilan, et al, 2018, P3654).

9_3_ الدفع الإلكتروني باستخدام الهاتف النقال:

يمثل الدفع الإلكتروني باستخدام الهاتف النقال القيام بعملية الدفع مقابل المنتجات باستخدام الأجهزة المحمولة باستخدام تقنيات الاتصال اللاسلكية والتطبيقات الإلكترونية، وبالمقارنة مع وسائل الدفع الإلكتروني الأخرى فإنّ الدفع باستخدام الهاتف النقال يحزر المستخدمين من القيود الزمانية والمكانية، ويوفر للمستخدمين مجموعة من المزايا تشمل الراحة والسرعة والتنقل والاستقلالية، ومن جهة الشركات فإنه يساهم في المزيد من نقاط القوة كزيادة حجم المعاملات وتنفيذ المعاملات بشكل أسرع وتوفير راحة أكبر للشركات أثناء تنفيذ المعاملات وتقليل التكاليف وتعزيز رضا وولاء العملاء، ويعتمد قرار قبول الدفع باستخدام الهاتف النقال كوسيلة للدفع الإلكتروني على المقارنة من حيث المزايا بينه وبين وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة أمام المستخدمين مع الأخذ بعين الاعتبار العناصر المؤثر في قدرة المستخدمين على استخدام الهاتف النقال لإتمام عمليات الدفع الإلكتروني (Fan, et al, 2020, P157).

9_4_ جودة الخدمات الإلكترونية:

تعتبر الخدمات الإلكترونية أحد أهم أدوات التجارة الإلكترونية، ولطالما شكلت الجودة مجالاً بحثياً واسعاً بين الباحثين في مجال الخدمات، حيث يعتبر مقياس فجوات الجودة (Servqual) المقياس الأكثر استخداماً لقياس جودة الخدمات، ولا زال شائعاً استخدامه في العديد من الدراسات في مجال جودة الخدمات، إلا أنه لم يتمكن الباحثون من تكيفه بالشكل المناسب لقياس جودة الخدمات الإلكترونية، ولكن العديد من أبعاد جودة الخدمات التقليدية تكون مؤثرة بدرجة كبيرة في تحديد أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية باعتبار أنّ الفارق بين الخدمات التقليدية والخدمات الإلكترونية هو في الوسيط المستخدم لتقديم الخدمات والمتمثل بالبيئة الإلكترونية (غدير، 2014، ص13)، وقد قدم العديد من الباحثين في مجال الخدمات مجموعة من النماذج لقياس جودة الخدمات الإلكترونية:

(SITEQUAL): الذي قدمه كل من (Yoo and Donthu, 2001) لقياس الجودة المدركة من قبل العملاء لمواقع التسوق

عبر الانترنت وتضمن هذا المقياس الأبعاد الآتي: سهولة الاستخدام، التصميم، سرعة العملية، الأمان.

(WebQual) الذي قدمه (Loiacono et al, 2002) لقياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام الأبعاد الآتية: جودة المعلومة، جودة التفاعل، استخدام الموقع.

(eTailQ) الذي قدمه (Wolfinger, Gilly, 2003) حيث تم اقتراح الأبعاد الآتية لجودة الخدمات الإلكترونية: التصميم، خدمة العملاء، الموثوقية، الأمان والخصوصية.

(eTransQual) من قبل (Bauet et al, 2006) و (E-S-QUAL) من قبل (Parasuraman et al, 2005) حيث تم اقتراح الأبعاد الآتية لقياس جودة الخدمات الإلكترونية: الكفاءة، الامتثال للالتزامات، توفر النظام، احترام الخصوصية، الاستجابة، التعويض، الاتصال.

(NETQUAL) الذي قدمه العالم الفرنسي بروسيل في عام 2006 ويتضمن الأبعاد الآتية: سهولة الاستخدام، الوفاء بالالتزامات أو الموثوقية، التصميم، الأمن والسرية، جودة المعلومات (Ojasalo, 2010, P139). ومن خلال مراجعة الباحث لمجموعة كبيرة من الدراسات التي بحثت في أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية تم الاعتماد على مقياس من ستة أبعاد لقياس جودة خدمات الدفع الإلكتروني باعتبارها خدمات الكترونية بالاعتماد على دراستي (Hussain, Swaid, Wigand, 2009, P16) (2014, P352).

الموثوقية: وتشير إلى القدرة على أداء الخدمات الموعودة بدقة وثبات بما فيها التحديثات والرد السريع ودقة عمليات الدفع وتوافر الخدمات في جميع الأوقات ومنح العملاء القدرة على متابعة مراحل الخدمات وعمليات الدفع الاستجابة: التعامل الفعال مع متطلبات العملاء والاستجابة لاستفساراتهم ومشاكلهم ووجود آليات لمتابعتها بسرعة وكفاءة. سهولة الاستخدام: سهولة التعامل مع واجهات الموقع أو التطبيق الإلكتروني وإمكانية البحث والوصول إلى الخدمات المطلوبة بسهولة وسرعة وإتمام طلب الخدمة والحصول عليها.

التخصيص: القدرة على منح العملاء الاهتمام الفردي من خلال تلبية الاحتياجات الخاصة وقدرة العملاء على تخصيص الاستخدام بما يلبي احتياجاتهم ويوفر الجهد والوقت والتكلفة.

الأمان: المواصفات الفنية الخاصة بالأمان ودرجة السرية والمحافظة على بيانات العملاء وإتمام المعاملات بشكل سري دون الإفصاح عنها والقدرة على حماية العملاء من مخاطر البيئة الإلكترونية.

التصميم والأداء: يشمل التصميم طريقة عرض الواجهات والعناصر المستخدمة لتسهيل إتمام معاملات العملاء وحصولهم على الخدمات، إضافة إلى المواصفات التقنية الخاصة بالتطبيق أو الموقع الإلكتروني.

10_طريقة البحث ومواده:

10_1_مجتمع الدراسة وعينته:

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من العملاء الذين يستخدمون تطبيقات الدفع الإلكتروني الخاصة بشركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) في سورية، حيث قام الباحث بتحديد حجم العينة باستخدام المعاينة العشوائية البسيطة:

$$n=(z^2 p(1-p))/d^2$$

n = الحجم الأدنى للعينة

Z = التوزيع الطبيعي المعياري = 1.96

P = النسبة المتوقعة من الدراسات السابقة والمشابهة = 0.50

D = خطأ التقدير المسموح به. = 0.05

$$384= 2^{[[0.05]]}/((0.50)(0.50) 2^{[[1.96]]})=n$$

وهو الحد الأدنى لحجم العينة المطلوب.

10_2_حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: أجريت هذه الدراسة خلال الربع الأول مع عام 2023.

الحدود المكانية: أجريت هذه الدراسة في الجمهورية العربية السورية

الحدود البشرية: أجريت هذه الدراسة على عينة من عملاء تطبيقات الدفع الإلكتروني الخاصة بشركتي الاتصالات (Mtn (- Syriatel).

10_3_أداة الدراسة:

استخدم الباحث لأغراض الدراسة العملية استبانة تم تصميمها وفق مقياس ليكرت الخماسي؛ من خلال الاطلاع الموسع على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

2.33-2.331-3.66 5-3.66

مستوى قبول منخفض مستوى قبول متوسط مستوى قبول مرتفع
كما قام الباحث باختبار ثبات وصدق الاستبانة للتأكد من صلاحيتها للدراسة؛
ثبات المقياس:

قام الباحث باستخدام طريقة ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقياس وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (1) - اختبار ثبات المقياس

Reliability Statistics		
N of Items	Cronbach's Alpha	
5	.824	الموثوقية
4	.866	الاستجابة
3	.897	سهولة الاستخدام
4	.828	التخصيص
4	.869	الأمان
5	.851	التصميم والأداء

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

حيث يوضح الجدول رقم (1) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت أكبر من 0.6 لجميع محاور الدراسة، ما يدل على ثبات البيانات وصلاحيتها للدراسة وعدم الحاجة لحذف أي من عبارات المقياس.
صدق المقياس:

قام الباحث بالاعتماد على التحليل العاملي الاستكشافي للتأكد من صدق المقياس، حيث تم تطبيق هذا التحليل على كل محور من محاور الاستبانة الموجهة للعملاء، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

من الجدول السابق كانت قيمة مقياس كفاية حجم العينة (kmo) ت أكبر من 0.5 وبالتالي يتوفر شرط كفاية حجم العينة لإجراء التحليل، كما أنّ قيمة احتمال الدلالة sig لاختبار Bartlett كانت تساوي (0.000) وهي أصغر من 0.05 وبالتالي هناك ارتباطات معنوية بين المتغيرات بدرجة كافية لإجراء التحليل عليها.

10_4_دراسة العملية:

10_4_1_الخصائص الديموغرافية:

الجدول رقم (3) - الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	التصنيف	الخصائص الديموغرافية
57.8%	222	ذكر	الجنس
42.2%	162	أنثى	
23.4%	90	أقل من 25 سنة	العمر
37.5%	144	من 26 حتى 35 سنة	
18.2%	70	من 36 حتى 45 سنة	
20.9%	80	أكثر من 45 سنة	
28.3%	109	تعليم دون الجامعي	المؤهلات العلمية
71.7%	275	جامعي وما فوق	
10.9%	42	طالب	موظف
32.9%	126	القطاع الخاص	
16.9%	65	القطاع العام	
39.3%	151	عمل حر	

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال جدول المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة يمكننا ملاحظة ما يلي:

نسبة الذكور الذين يستخدمون خدمات الدفع الإلكتروني تفوق نسبة الإناث؛ حيث بلغت نسبة الذكور 57.8% بينما بلغت نسبة الإناث 42.2%.

تشكل فئة الشباب ممن أعمارهم دون 36 سنة النسبة الأكبر من العملاء الذين يستخدمون خدمات الدفع الإلكتروني حيث بلغت نسبتهم الإجمالية 79.1%.

إنّ النسبة الأكبر للعملاء الذين يستخدمون خدمات الدفع الإلكتروني هي من العملاء الذين مستواهم التعليمي جامعي وما فوق حيث بلغت نسبتهم 71.7%.

هنالك تنوع في المهن بين العملاء الذين يستخدمون خدمات الدفع الإلكتروني ولكن النسبة الأكبر للمستخدمين هي من العاملين في القطاع الخاص وأصحاب المهن الحرة؛ حيث بلغت نسبة العاملين في القطاع الخاص 32.9% بينما بلغت نسبة أصحاب المهن الحرة 39.3%

10_4_2_اختبار الفرضيات:

قام الباحث لاختبار فرضيات الفرق باستخدام اختبار (One-Sample Statistics):

الجدول رقم (4): One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يتم الوفاء بالوعود التي يتم تقديمها للعملاء	384	3.72	.768	.039
يتم تأكيد معاملات العملاء عند إتمامها وإعلام العملاء بتفاصيل معاملاتهم بالسرعة المطلوبة	384	3.80	.895	.046
لا يوجد أخطاء في خدمات الدفع الإلكتروني المقدمة للعملاء	384	3.91	.846	.043
يمكن للعملاء متابعة تفاصيل معاملاتهم حتى إتمامها	384	3.99	.795	.041
خدمات الدفع الإلكتروني متاحة في جميع الأوقات	384	3.83	1.016	.052
الموثوقية	384	3.8510	.41348	.02110

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم (5): One-Sample test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
يتم الوفاء بالوعود التي يتم تقديمها للعملاء	18.266	383	.000	.716	.64	.79
يتم تأكيد معاملات العملاء عند إتمامها وإعلام العملاء بتفاصيل معاملاتهم بالسرعة المطلوبة	17.557	383	.000	.802	.71	.89
لا يوجد أخطاء في خدمات الدفع الإلكتروني المقدمة للعملاء	21.171	383	.000	.914	.83	1.00
يمكن للعملاء متابعة تفاصيل معاملاتهم حتى إتمامها	24.398	383	.000	.990	.91	1.07
خدمات الدفع الإلكتروني متاحة في جميع الأوقات	16.073	383	.000	.833	.73	.94
الموثوقية	40.333	383	.000	.85104	.8096	.8925

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

أظهرت النتائج الواردة في الجدولين (4-5) اختلاف متوسطات العبارات المعبرة عن بُعد الموثوقية عن متوسط الحياد (3)، حيث كانت أغلب عبارات المحور بالإضافة إلى المتغير المعبر عن المحور ككل فيها قيمة SIG أقل من 0.05 الأمر الذي يعني وجود اختلافات جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط الحياد (3)، وكانت أغلب متوسطات العبارات الخاصة بالموثوقية أكبر من 3 وبالتالي تميل الإجابات إلى الموافقة على أن مستوى الموثوقية بخدمات الدفع الإلكتروني هو مرتفع من وجهة نظر عينة الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الأساسية ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن موثوقية خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

- الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن استجابة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

الجدول رقم (6): One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يتم الاستجابة لطلبات العملاء بشكل سريع إلكترونياً وإذا اقتضت الضرورة بشرياً	384	4.00	.889	.045
يمكن للعملاء تقديم شكوى أو الاستفسار بشكل إلكتروني سهل وبسيط	384	3.71	.782	.040
يتم الاستجابة للعملاء بشكل دقيق ومناسب لما تم طلبه	384	3.90	.846	.043
يوجد آلية لمساعدة العملاء على حل مشكلاتهم وإتمام معاملاتهم	384	3.83	.754	.038
الاستجابة	384	3.8607	.46354	.02366

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم (7): One-Sample test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
يتم الاستجابة لطلبات العملاء بشكل سريع إلكترونياً وإذا اقتضت الضرورة بشرياً	22.089	383	.000	1.003	.91	1.09
يمكن للعملاء تقديم شكوى أو الاستفسار بشكل إلكتروني سهل وبسيط	17.870	383	.000	.714	.64	.79
يتم الاستجابة للعملاء بشكل دقيق ومناسب لما تم طلبه	20.761	383	.000	.896	.81	.98
يوجد آلية لمساعدة العملاء على حل مشكلاتهم وإتمام معاملاتهم	21.577	383	.000	.831	.76	.91
الاستجابة	36.384	383	.000	.86068	.8142	.9072

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

أظهرت النتائج الواردة في الجدولين (6-7) اختلاف متوسطات العبارات المعبرة عن بُعد الاستجابة عن متوسط الحياد (3)، حيث كانت أغلب عبارات المحور بالإضافة إلى المتغير المعبر عن المحور ككل فيها قيمة SIG أقل من 0.05 الأمر الذي يعني وجود اختلافات جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط الحياد (3)، وكانت أغلب متوسطات العبارات الخاصة بالاستجابة أكبر من 3 وبالتالي تميل الإجابات إلى الموافقة على أن مستوى استجابة خدمات الدفع الإلكتروني هو مرتفع من وجهة نظر عينة الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الأساسية ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن استجابة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

- الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن سهولة استخدام خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

الجدول رقم (8): One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يتم توفير الإرشادات لتعليم العملاء كيفية إتمام معاملاتهم	382	4.01	.865	.044
يمكن الوصول للتفاصيل الخاصة بالمعاملات بسهولة	384	3.83	.888	.045
خطوات عمليات الدفع الإلكتروني سهلة وواضحة بالنسبة للعملاء	384	3.87	.810	.041
سهولة الاستخدام	384	3.9049	.54238	.02768

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم (9): One-Sample test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
يتم توفير الإرشادات لتعليم العملاء كيفية إتمام معاملاتهم	22.897	381	.000	1.013	.93	1.10
يمكن الوصول للتفاصيل الخاصة بالمعاملات بسهولة	18.333	383	.000	.831	.74	.92
خطوات عمليات الدفع الإلكتروني سهلة وواضحة بالنسبة للعملاء	21.034	383	.000	.870	.79	.95
سهولة الاستخدام	32.695	383	.000	.90495	.8505	.9594

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

أظهرت النتائج الواردة في الجدولين (8-9) اختلاف متوسطات العبارات المعبرة عن بُعد سهولة الاستخدام عن متوسط الحياد (3)، حيث كانت أغلب عبارات المحور بالإضافة إلى المتغير المعبر عن المحور ككل فيها قيمة SIG أقل من 0.05 الأمر الذي يعني وجود اختلافات جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط الحياد (3)، وكانت أغلب متوسطات العبارات الخاصة بسهولة الاستخدام أكبر من 3 وبالتالي تميل الإجابات إلى الموافقة على أن مستوى سهولة استخدام خدمات الدفع الإلكتروني هو مرتفع من وجهة نظر عينة الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الأساسية ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن سهولة استخدام خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn - Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

- الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن تخصيص خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn - Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

الجدول رقم (10) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يمكن للعملاء تخصيص استخدام عمليات الدفع بما يتناسب مع احتياجاتهم.	384	3.50	.782	.040
تلمي معاملات الدفع المتاحة الاحتياجات الفردية الخاصة بالعملاء.	384	3.82	1.018	.052
يوفر استخدام معاملات الدفع الإلكتروني الراحة للعملاء.	384	3.95	.829	.042
يتم الاحتفاظ بسجل معاملات العملاء ليتمكن العملاء من مراجعتها.	384	3.85	.780	.040
التخصيص	384	3.7962	.51919	.02649

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم (11) One-Sample test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
يمكن للعملاء تخصيص استخدام عمليات الدفع بما يتناسب مع احتياجاتهم.	12.600	383	.000	.503	.42	.58
تلمي معاملات الدفع المتاحة الاحتياجات الفردية الخاصة بالعملاء.	15.797	383	.000	.820	.72	.92
يوفر استخدام معاملات الدفع الإلكتروني الراحة للعملاء.	22.532	383	.000	.953	.87	1.04
يتم الاحتفاظ بسجل معاملات العملاء ليتمكن العملاء من مراجعتها.	21.318	383	.000	.849	.77	.93
التخصيص	30.052	383	.000	.79622	.7441	.8483

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

أظهرت النتائج الواردة في الجدولين (10-11) اختلاف متوسطات العبارات المعبرة عن بُعد التخصيص عن متوسط الحياد (3)، حيث كانت أغلب عبارات المحور بالإضافة إلى المتغير المعبر عن المحور ككل فيها قيمة SIG أقل من 0.05 الأمر الذي يعني وجود اختلافات جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط الحياد (3)، وكانت أغلب متوسطات العبارات الخاصة

بالتخصيص أكبر من 3 وبالتالي تميل الإجابات إلى الموافقة على أنّ مستوى تخصيص خدمات الدفع الإلكتروني هو مرتفع من وجهة نظر عينة الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الأساسية ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن تخصيص خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

- الفرضية الفرعية الخامسة: لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن أمان خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

الجدول رقم (12) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
يتم توفير معايير أمان بدرجة كافية لحماية حسابات العملاء وبياناتهم	384	4.07	.858	.044
يمكن للعملاء الدخول لتطبيق الدفع الإلكتروني وفق إجراءات أمان عالية المستوى	384	3.75	.794	.041
يتم المحافظة على سرية وخصوصية بيانات ومعاملات العملاء	384	3.98	.828	.042
يمكن الوثوق بالتطبيق لإجراء معاملات الدفع الإلكتروني	384	3.85	.764	.039
الأمان	384	3.9128	.45974	.02346

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم (13) One-Sample test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
يتم توفير معايير أمان بدرجة كافية لحماية حسابات العملاء وبياناتهم	24.373	383	.000	1.068	.98	1.15
يمكن للعملاء الدخول لتطبيق الدفع الإلكتروني وفق إجراءات أمان عالية المستوى	18.573	383	.000	.753	.67	.83
يتم المحافظة على سرية وخصوصية بيانات ومعاملات العملاء	23.103	383	.000	.977	.89	1.06
يمكن الوثوق بالتطبيق لإجراء معاملات الدفع الإلكتروني	21.895	383	.000	.854	.78	.93
الأمان	38.905	383	.000	.91276	.8666	.9589

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

أظهرت النتائج الواردة في الجدولين (12-13) اختلاف متوسطات العبارات المعبرة عن بُعد الأمان عن متوسط الحياد (3)، حيث كانت أغلب عبارات المحور بالإضافة إلى المتغير المعبر عن المحور ككل فيها قيمة SIG أقل من 0.05 الأمر الذي يعني وجود اختلافات جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط الحياد (3)، وكانت أغلب متوسطات العبارات الخاصة بالأمان أكبر من 3 وبالتالي تميل الإجابات إلى الموافقة على أن مستوى أمان خدمات الدفع الإلكتروني هو مرتفع من وجهة نظر عينة الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الأساسية ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن أمان خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

- الفرضية الفرعية السادسة: لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن تصميم وأداء منصة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

الجدول (14) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
تسهل واجهات الاستخدام للعملاء على إجراء معاملات الدفع الإلكتروني.	384	3.66	.868	.044
يمكن الانتقال داخل التطبيق بشكل سهل بالنسبة للعملاء.	384	3.85	.940	.048
تتوفر خدمة الدعم التقني للعملاء لمعالجة المشاكل التقنية.	384	3.87	.905	.046
يمكن للعملاء بسهولة التسجيل والدخول لإجراء معاملات الدفع الإلكتروني.	384	3.88	.942	.048
اللغة المستخدمة والقوائم واضحة ومفهومة بالنسبة للعملاء.	384	3.81	.915	.047
التصميم وأداء منصة الخدمات	384	3.8130	.53155	.02713

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول (15) One-Sample test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تسهل واجهات الاستخدام للعملاء على إجراء معاملات الدفع الإلكتروني.	14.814	383	.000	.656	.57	.74
يمكن الانتقال داخل التطبيق بشكل سهل بالنسبة للعملاء.	17.749	383	.000	.852	.76	.95
تتوفر خدمة الدعم التقني للعملاء لمعالجة المشاكل التقنية.	18.839	383	.000	.870	.78	.96
يمكن للعملاء بسهولة التسجيل والدخول لإجراء معاملات الدفع الإلكتروني.	18.198	383	.000	.875	.78	.97
اللغة المستخدمة والقوائم واضحة ومفهومة بالنسبة للعملاء.	17.405	383	.000	.813	.72	.90
التصميم وأداء منصة الخدمات	29.973	383	.000	.81302	.7597	.8664

المصدر: من إعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

أظهرت النتائج الواردة في الجدولين (14-15) اختلاف متوسطات العبارات المعبرة عن بُعد تصميم وأداء منصة خدمات الدفع الإلكتروني عن متوسط الحياد (3)، حيث كانت أغلب عبارات المحور بالإضافة إلى المتغير المعبر عن المحور ككل فيها قيمة SIG أقل من 0.05 الأمر الذي يعني وجود اختلافات جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط الحياد (3)، وكانت أغلب متوسطات العبارات الخاصة بتصميم وأداء منصة خدمات الدفع الإلكتروني أكبر من 3 وبالتالي تميل الإجابات إلى الموافقة على أن مستوى تصميم وأداء منصة خدمات الدفع الإلكتروني هو مرتفع من وجهة نظر عينة الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الأساسية ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة عن تصميم وأداء خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel) وبين متوسط الحياد (3).

الجدول (16) ترتيب أبعاد جودة خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn – Syriatel)

الترتيب	متوسط إجابات العينة	المحور
4	3.8510	الموثوقية
3	3.8607	الاستجابة
2	3.9049	سهولة الاستخدام
6	3.7962	التخصيص
1	3.9128	الأمان
5	3.8130	تصميم وأداء منصة الخدمات

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج اختبار الفرضيات

_النتائج والتوصيات:

11_1_النتائج:

1. بينت نتائج الدراسة العملية واختبار الفرضيات أن خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركتي الاتصالات (Mtn Syriatel -) لها مستوى عالٍ من الجودة من وجهة نظر عينة الدراسة وجاء ترتيب أبعاد جودة خدمات الدفع الإلكتروني على النحو الآتي:

- الأمان في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ 3.9128
- سهولة الاستخدام في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.9049
- الاستجابة في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ 3.8607
- الموثوقية في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ 3.8510
- تصميم وأداء منصة الخدمات في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي بلغ 3.8130
- التخصيص في الترتيب السادس بمتوسط حسابي بلغ 3.7962

2. تشير قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على بُعد الأمان على أن خدمات الدفع الإلكتروني تتمتع بمستوى عالٍ من الأمان؛ حيث تُسهم آلية التسجيل والدخول إلى المنصة باستخدام الرموز السرية عبر الرسائل النصية والبريد الإلكتروني، بالإضافة للالتزام في المحافظة على سرية بيانات العملاء ومعاملاتهم. ووجود إجراءات خاصة لحماية

بيانات العملاء من المخاطر المرتبط بالبيئة الإلكترونية؛ في تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء.

3. تشير قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على بُعد سهولة الاستخدام على أنّ خدمات الدفع الإلكتروني تتمتع بمستوى عالٍ من سهولة الاستخدام؛ حيث يتم توفير إرشادات واضحة للعملاء لإتمام إنجاز معاملاتهم، كما أنّ خطوات معاملات الدفع سهلة وبسيطة بالنسبة للعملاء، ويمكن للعملاء استخدام التطبيق بشكل سهل يتناسب مع مختلف شرائح العملاء وهو ما يسهم بشكل مباشر في تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء.

4. تشير قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على بُعد الاستجابة على أنّ خدمات الدفع الإلكتروني تتمتع بمستوى عالٍ من الاستجابة؛ حيث تسهم سرعة معالجة طلبات العملاء والاستجابة للاستفسارات والرد عليها وتوفير الدعم الفني والتقني المطلوب من قبل العملاء في الوقت المحدد في تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء.

5. تشير قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على بُعد الموثوقية على أنّ خدمات الدفع الإلكتروني تتمتع بمستوى عالٍ من الموثوقية؛ حيث أن تزويد العملاء بتفاصيل سير معاملاتهم، وإتمام المعاملات بشكل صحيح دون وجود أخطاء وفي الموعد المحدد وبالسرية المطلوبة، إضافة إلى إمكانية إجراء المعاملات في جميع الأوقات تسهم بشكل مباشر في تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء.

6. تشير قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على بُعد تصميم وأداء منصة خدمات الدفع الإلكتروني على أنّ التصميم الفني والأداء التقني لمنصة خدمات الدفع الإلكتروني يتمتع بمستوى عالٍ؛ حيث أنّ التصميم الداخلي لواجهات الاستخدام وخيارات التنقل وتوفر خدمات الدعم الفني وسهول التسجيل واللغة والرموز المستخدمة تسهم في تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء.

7. تشير قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على بُعد التخصيص على أنّ خدمات الدفع الإلكتروني تتمتع بمستوى عالٍ من التخصيص؛ حيث أنّ تزويد العملاء بسجلات لمعاملاتهم وإتمام معاملات الدفع الإلكتروني بشكل مريح يتناسب مع احتياجات العملاء الخاصة، ومنح العملاء القدرة على تخصيص خدمات الدفع الإلكتروني بما يلائم احتياجاتهم الحالية؛ يسهم في تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء.

11_2_ التوصيات:

بناء على النتائج التي تم الوصول إليها توصي الدراسة بمجموعة من التوصيات:

1. تطوير وتحديث تطبيقات الدفع الإلكتروني بشكل مستمر بما يتناسب مع احتياجات كافة شرائح العملاء، من خلال إضافة خدمات دفع جديدة تلبي احتياجات كافة شرائح العملاء.
2. الترويج لتطبيقات الدفع الإلكتروني باستخدام العروض التي تقدم نقاط إضافية للعملاء عند إتمام عمليات الدفع عبر هذه التطبيقات، يُسمح لهم باستخدام النقاط في عمليات الدفع الإلكتروني الخاصة بهم لاحقاً.
3. نشر ثقافة الدفع الإلكتروني من خلال توعية العملاء بمزايا الدفع الإلكتروني وكيفية استخدام العملاء لتطبيقات الدفع الإلكتروني.

4. تحسين مستوى الاستجابة للعملاء من خلال إضافة ميزة الدردشة الإلكترونية لتطبيقات الدفع الإلكتروني لتوفير الدعم اللازم والمستمر للعملاء.
 5. تطوير الجانب الفني والتقني لتطبيقات الدفع الإلكتروني بما يتناسب مع طبيعة العملاء المستخدمين ونوعية الخدمات المتوفرة ويزيد من دخول عملاء جدد لاستخدام خدمات الدفع الإلكتروني عبرها.
 6. تعزيز إجراءات الأمان الخاصة بخدمات الدفع الإلكتروني من خلال إضافة خطوات كشروط لإتمام معاملات الدفع تكون مرتبطة بشخصية العملاء المستخدمين.
 7. التصريح بشكل أكبر عن معايير الأمان والخصوصية المعتمدة لتعزيز ثقة العملاء المستخدمين بخدمات الدفع الإلكتروني.
 8. توفير درجة أكبر من التخصيص في خدمات الدفع الإلكتروني، بما يُمكن العملاء المستخدمين من تحديد تفضيلاتهم وخياراتهم بشكل أكبر لتوفير الجهد والوقت والتكلفة على العملاء.
 9. القيام بعمليات تقييم دورية لخدمات الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء لمعرفة مشاكل الخدمات اتخاذ الإجراءات المناسبة لمعالجتها.
- اعتماد الشفافية المؤسسية ومشاركة العملاء للبيانات والمعلومات الخاصة بخدمات الدفع الإلكتروني وهو ما يعزز من الثقة بالشركات التي تقوم بتقديم خدمات الدفع الإلكتروني.