

الفصل السادس: جودة الموقع الإلكتروني للمصرف

أصبحت شبكة الانترنت مصدرا مهما لأداء المعاملات المصرفية، حيث يلجأ العملاء للموقع الإلكتروني للمصرف للحصول على الخدمات المصرفية أو عن بعض المعلومات، وعليه لا بد أن تهتم المصارف بجودة مواقعها على الانترنت، وتعرف **جودة الموقع الإلكتروني** على أنها: " هي تقييم العميل لخصائص الموقع بما في ذلك جودة النتائج المحصل عليها و عملية التفاعل مع مقدم الخدمة عبر الإنترنت". فموقع المصرف ليس مجرد موقع للحصول على المعلومة عن الخدمات و إنما يأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الأبعاد الأساسية يجب توفيرها:

أ- **البعد الإعلامي:** هي كل المعلومات التجارية، التقنية الموضوعية والذاتية التي يحتاجها المستخدم وترتبط معظم هذه المعلومات بالخدمة، المصرف، الفروع.

ب- **البعد الترويجي:** و يركز على البعد الجمالي لصياغة النص الموسيقى والألوان لجعل الموقع أكثر متعة وتقديم وسائل الراحة للمستخدم.

ت- **البعد التفاعلي:** أي التفاعل بين مقدم الخدمة المصرفية ومتلقيها.

ث- **البعد الفاعلي:** هو وضع البرمجيات اللازمة التي تتيح الحصول على المعلومة بشكل سريع.

معايير تقييم جودة الموقع الإلكتروني

اختلفت الآراء في معايير جودة المواقع والخدمات الإلكترونية المقدمة من خلاله بسبب التوجهات العلمية والتخصصية، ولكن يمكن حصر أهم المعايير في تقييم جودة المواقع الإلكترونية وهي:

1- المحتوى: و يشمل المعاصرة، ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر والدائم، و معرفة تاريخ ظهور الملف الإلكتروني ومواعيد التحديث والتغطية المعرفية، و الإشارة اذا كان المحتوى لم تكتمل معلوماته بعد، والموضوعية، والابتعاد عن صعوبة تقديم الخدمة بما يؤدي الى فقدان مصداقية الموقع. و لا بد أن يرافق الموضوعية الدقة في المعلومات حول الخدمات لخلق ثقة لدى العميل، والتأكد من خلو المعلومة من القصور و الأخطاء التي تنافي الأداء الفعلي لها.

2- التصميم: وهو أحد العناصر الرئيسة في عملية التقييم، ويقصد به الجانب الجمالي أي " إظهار الموقع بأبهى صورة بحيث يجذب العملاء إليه، ومكوته أطول مدة وتكرار زيارته مرات أخرى".

3- التنظيم او الترتيب: وهو من أهم عناصر عملية التقييم، ويعني المنهجية الواضحة والميسرة والمنظمة، مثل الترتيب الزمني أو الابددي أو الجغرافي أو الهيكل التنظيمي، وكل ذلك لغرض تسهيل مهمة العميل.

4-سهولة التعامل: وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل العميل بغض النظر عن خلفيته العلمية، للحصول على معلومات حول الخدمة المطلوبة، وسرعة الانجاز بأقل قدر من الوقت والجهد، مما يحفز على معاودة الاستعمال؛ وهذا يزيد من قيمة الموقع، والجدول التالي يوضح معايير تقييم المواقع الإلكترونية.

جدول يوضح معايير جودة الموقع الالكتروني

العنوان	البند
جودة المحتوى	1
التحديث: حداثة المعلومات على الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) المعلومات على الموقع حديثة. (2) عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة، معقول. (3) وضوح وقت آخر تحديث للمستخدم.	1.1
الصلة: مدى صلة الموقع بالمصرف من حيث المحتوى والشمولية والتفصيل في المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) يحتوي الموقع معلومات عن أهداف المصرف. (2) يحتوي الموقع معلومات عن نشأة المصرف. (3) يحتوي الموقع معلومات عن المستخدمين من المصرف. (4) يحتوي الموقع معلومات عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها المصرف. (5) يحتوي الموقع صوراً توضيحية عن المصرف ومرافقه.	2.1
تعدد اللغات والثقافة: توفر التصفح بأكثر من لغة، ومراعاته لاختلاف ثقافة المتصفحين بغض النظر عن الدولة التي ينتمون إليها. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) توفر التصفح بأكثر من لغة. (2) يراعي الموقع اختلاف ثقافة العملاء بغض النظر عن الدولة التي ينتمون لها	3.1
تنوع أسلوب العرض: عرض المعلومات بأشكال مختلفة، ويمكن قياس هذا المؤشر بالبند: (1) يحتوي الموقع على ملفات نصية. (2) يحتوي الموقع على ملفات صوت. (3) يحتوي الموقع على ملفات فيديو. (4) يحتوي الموقع على ملفات و صور. الدقة: دقة المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) دقة المعلومات على الموقع. (2) لا يوجد أخطاء قواعدية أو لغوية ظاهرة على الموقع. (3) مصادر المعلومات على الموقع موثقة	4.1 5.1
المسؤولية: مدى ثقة العميل بالمعلومات الواردة . ويمكن قياس هذا المؤشر بالبنود: (1) توافر العنوان الفعلي للمصرف على الموقع. (2) يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم.	6.1
جودة التصميم	2
الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل العميل سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع. يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: (1) الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم. (2) الموقع يتصف بالجمال في الصور والحركات. (3) الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته.	1,2
الملائمة: ملائمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. (2) الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع. (3) توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة. (4) عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول	2.2
اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا	3.2

		المؤشر حسب البنود الآتية: (1) استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات. (2) عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.
4.2		الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) يستخدم أقل عدد ممكن من ملفات الفيديو والصوت والصورة داخل الموقع. (2) حجم ملفات الفيديو والصوت والصورة صغير بحيث لا تؤثر على سرعة تحميل الصفحة. (3) يستخدم النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو والصوت والصورة لمعرفة موضوعها فيحالة صعوبة تحميلها
		النص: خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: (1) يستخدم خط واحد وبحجم واحد وبنفس السمة في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين . (2) الخطوط المستخدمة يسهل قراءتها وحجمها مناسب. (3) يستخدم فراغات واضحة بين الفقرات لتسهيل القراءة. (4) تستخدم عناوين رئيسية أو فرعية تختلف عن النصوص العادية لتمييزها. (5) أعمدة التصفح المستخدمة داخل الصفحة لا تخفي جزءاً كبيراً من الصفحة. (6) ظهور النصوص قبل الصور، بحيث يقوم المستخدم بالقراءة خلال تحميل الصور
3		جودة التنظيم
1.3		الفهرس: يحتوي الموقع على فهرس أو وصلات تساعد المستخدم على الانتقال من جميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسية.
2.3		خريطة الموقع: خريطة مناسبة للموقع، ووصلات في كل صفحة لسهولة التصفح. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) يوجد خريطة مناسبة للموقع أو وصلات في كل صفحة بحيث يستطيع المستخدم الانتقال إلى أي صفحة أخرى داخل الموقع. (2) يستطيع المستخدم معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عنوانها بالكامل
3.3		الاتساق: اتساق وتوافق جميع الصفحات في طريقة عرضها
4.3		الشعار: وجود شعار المصرف في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع
4		جودة سهولة الاستخدام
1.4		السهولة: سهولة استخدام الموقع، و إيجاد المعلومات، والتصفح فيه. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية: (1) سهولة استخدام الموقع وفهمه والتعامل معه. (2) سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع. (3) سهولة إيجاد الموقع من محركات البحث. (4) سهولة معرفة المستخدم بإضافة معلومات جديدة للموقع عند استخدامه
2.4		الاعتمادية: مناسبة عنوان وخصائص الموقع لطبيعته. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: (1) مناسبة عنوان الموقع للموقع وطبيعته وسهولة تذكره. (2) قصر وقت تحميل الموقع. (3) يدعم الموقع التصفح بأكثر من متصفح. (4) يعمل الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع شاشات مختلفة. (5) يحتوي الموقع على أقل عدد ممكن من الإعلانات لتفادي طول مدة التحميل. (6) يوجد عداد لمعرفة عدد المستخدمين للموقع في فترة معينة. (7) يوفر الموقع جميع الخدمات باستمرار دون انقطاع في أي وقت من نهار أو ليل.
3.4		الأمان والخصوصية: للحصول على ثقة العملاء من خلال أمان العمليات والخدمات المقدمة، إضافة إلى

الحفاظ على خصوصية المعلومات الشخصية. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود: (1) يحافظ الموقع على أمن العمليات والخدمات التي يقدمها. (2) يحافظ الموقع على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم		
التكيف وفق الحاجة : عملية تكيف محتوى الموقع حسب رغبة وحاجة مستخدم معين.	4.4	