

ملخص

منذ أواخر التسعينيات، بدأت العديد من الشركات بالانتباه والتركيز على مجال الإنترنت لجذب الزبائن الى مواقعهم الالكترونية. لكن المشكلة التي واجهت الشركات هي كيفية وضع الاساليب والاستراتيجيات المناسبة من أجل حث الزبائن على زيارة مواقعهم الالكترونية للمتسوقين عبر الإنترنت أو الزبائن، كل شيء يتم فقط بعملية نقر واحدة ، وهذا يؤكد على أهمية مفهوم Usability، ولهذا يتحتم على الشركات ان تقوم ببناء مواقع انترنت تكون سهلة الاستخدام بالنسبة للمستخدم/الزبون من اجل الحفاظ على ه ولاء المستخدمين وحثهم على العودة مرة اخرى الى موقع الانترنت الخاص بالشركة والشراء اكثر واكثر.

يهدف هذا البحث الى تقليل وتقليص الفجوة الموجودة حاليا بين رضا الزبائن عن موقع الانترنت وسهولة استخدام موقع الانترنت والذي من خلاله نقوم بتحقيق رضا الزبائن عن الموقع . المنهجية التي سوف تستخدم وتطبق في هذا البحث هو نظام (System dynamics) التي تكشف كيفية تفاعل العوامل المؤثرة على سهولة استخدام موقع الانترنت مع بعضها البعض للحصول على رضا العملاء.

وقد تم اختيار موقعين من مواقع الانترنت لاختبار النموذج المقترح والذي تم بناؤه لقياس مدى سهولة استخدام موقع الانترنت وتأثيره على رضا الزبائن ، لكل موقع انترنت كان هنالك اثنين من السيناريوهات، السيناريو الأول هو عندما يكون هناك إهمال في عوامل سهولة استخدام مواقع الانترنت وما هو تأثيرها على رضا الزبائن وتأثيرها على الربح واستمرارية عمل الشركة ، والسيناريو الثاني عندما يحدث هناك زيادة في العوامل المؤدية الى سهولة استخدام موقع الانترنت الذي تم اختياره لتطبيق هذا النموذج ومدى تأثيرها على رضا الزبائن وبالتالي تحقيق أقصى قدر من الربح وضمان استمرارية العمل.