



**علاقة رقمنة الخدمات الحكومية بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ
برضا المواطنين**

**The relationship between digitizing government services in local
units in Kafr El-Sheikh Governorate and citizens' satisfaction**

أ/ شريف عليوة عباس على المنجودي

باحث ماجستير

elqasass@gmail.com

د / محمد فتحي محمد المسيري
مدرس إدارة الاعمال
كلية التجارة – جامعة كفر الشيخ

mohamed.elmaysari@com.kfs.edu.eg

أ.د / عبدالعزيز على مرزوق
أستاذ إدارة الاعمال
كلية التجارة - جامعة كفر الشيخ

abdelaziz.marzouk@com.kfs.edu.eg

مجلة الدراسات التجارية المعاصرة

كلية التجارة – جامعة كفر الشيخ
المجلد (١١) - العدد (١٩) - الجزء الثاني
يناير ٢٠٢٥ م

رابط المجلة : <https://csj.journals.ekb.eg>

الملخص

سعت الدراسة الحالية بشكل رئيس للتعرف على طبيعة العلاقة بين رقمنة الخدمات الحكومية ورضا المواطنين مستخدمي خدمات الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ. وبالاعتماد على عينة قدرها (٣١٦) من المتعاملين المستخدمين من خدمات الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة، توصلت النتائج إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لرقمنة الخدمات الحكومية على رضا المواطنين وكانت أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا المواطنين هي تحويل تجربة العملاء رقمياً، يليها تحويل نماذج الأعمال رقمياً، وأخيراً تحويل العمليات الداخلية رقمياً. وفي ضوء ذلك تم تقديم مجموعة من التوصيات وإقتراح عدد من الدراسات المستقبلية.

المصطلحات الدالة: رقمنة الخدمات الحكومية، رضا المواطنين، وزارة التنمية المحلية.

Abstract

The current study mainly aims to identify the relationship between the digitization of government services and the satisfaction of citizens who benefit from the services of local units in Kafr El-Sheikh Governorate. Based on a sample of (316) citizens who benefit from the services of local units in Kafr El-Sheikh Governorate, the results showed that there is a positive impact of the digitization of government services on citizens' satisfaction. The most influential dimensions on citizens' satisfaction were the digital transformation of the customer experience, followed by the digital transformation of business models, and finally the digital transformation of internal operations. In light of this, a set of recommendations were presented and a number of future studies were proposed.

Keywords: Digitization of Government Services - Citizen Satisfaction - ministry of local Development.

المقدمة:

مع وقوع جائحة كورونا (COVID-19) وما فرضته من عزلة إجتماعية ضرورية (UN/DESA, 2022) كان لزاماً على الحكومات تحمل دورها في إدارة المجتمع ومحاولة التكيف مع تلك الظروف الإستثنائية والعمل على تلبية توقعات وحاجات المواطنين من خلال رقمنة معظم الخدمات التي تقدمها (Neis et al., 2022). لذا، برزت رقمنة الخدمات

الحكومية كطريقة لتقديم خدمات تتمتع بمستوي مرتفع من الكفاءة والجودة، وتتمتع بمستوي منخفض من البيروقراطية في العمليات الحالية (Cordella and Tempini, 2015).

وفي محاولة للتجاوب مع توقعات المواطنين المتزايدة، أصبح على الحكومات مراعاة الضغط المتواصل لتقديم المزيد من خدمات المواطنين، وإعادة تركيز الموارد في المجالات التي تعزز تنفيذ البرامج الحكومية وتجعلها مرئية ومدركة من قبل المواطنين، والسعي لتحسين إدراكات المواطنين ورضائهم وترسيخ ثقافة حكومية للتميز في الخدمة والمساءلة، وأخيراً ضرورة تنويع الاقتصاد وجذب ورعاية أعمال تجارية جديدة باستخدام نماذج أعمال جديدة تحت مظلة الحكومة كميسر لتنفيذ تلك الاعمال (Leão et al., 2018).

مدفوعة بهذه الضغوط، لا يمكن أن تقتصر أهداف الحكومة على مجرد إدخال التقنيات الرقمية وأتمتة العمليات داخل الإدارات فحسب بل إنه يذهب إلى أبعد من ذلك، ويتطلب جهداً مركزاً على إدماج المواطنين رقمياً لتحديث القطاع العام ككل. فالمقياس الرئيسي لنجاح البلدان الحديثة هو مستوى المشاركة التي يقوم بها شعبها مع حكومتهم. كما تنص منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) فإن اتخاذ القرار الجيد يتطلب معرفة وخبرات ووجهات نظر وقيم المواطنين حتي يضمن رضا المواطنين وثقتهم (Leão et al., 2018).

وعلى الرغم من الاهتمام الملحوظ بأهمية رقمنة الخدمات الحكومية في السياق التنظيمي، فتبين للباحث أن المضي قدماً في رقمنة أغلب الخدمات الحكومية من شأنه زيادة مستوى رضا المواطنين عن تلك الخدمات. ولذا تسعى الدراسة الحالية لإختبار دور رقمنة الخدمات الحكومية في تحسين رضا المواطنين بالتطبيق على العاملين والمستفيدين من خدمات الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ.

مشكلة وتساؤلات الدراسة:

يعتبر قطاع الحكم المحلي أحد القطاعات الحيوية في خدمة مختلف المواطنين، ولكنه يعاني من بطئ في الإجراءات والعمليات والقرارات مما يقلل من إدراك المواطنين لفعاليتها في الإستجابة لإحتياجاتهم الأمر الذي ينعكس سلباً عن مستوى رضا المواطنين عن الخدمات المقدمة وعن مستوى وأسلوب تقديم الخدمات.

وسعيًا لتحديد وصياغة مشكلة البحث قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية خلال الفترة من ٢٠٢٢/٢/٢٥ وحتى ٢٠٢٢/٣/١٥ في بعض فروع الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ من خلال المح قابلة الشخصية المتعمقه مع عدد (٢٥ فرد) من العاملين في تلك الوحدات المحلية (بمركز الرياض ومدينة كفر الشيخ) ومع عدد (٤٥ فرد) من المواطنين المترددين علي تلك الوحدات المحلية، بهدف الإجابة عن التساؤلات التالية والتي تعتبر بمثابة إطار الدراسة الإستطلاعية:

- ما مدى إهتمام الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ برقمنة خدماتها المقدمة للمواطنين؟
 - ما مدى إدراك المواطنين المترددين علي الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ لرقمنة الخدمات الحكومية؟
 - ما مدى رضا المواطنين المترددين علي الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ عن مستوي وأسلوب تقديم الخدمات للمواطنين؟
- وفي ضوء ذلك توصل الباحث من خلال هذه الدراسة الاستطلاعية الميدانية لوجود عدد من المؤشرات والظواهر ذات الصلة بمشكلة الدراسة وهي:
- أشار ٧٠% من العاملين محل الدراسة الإستطلاعية بالوحدات محل الدراسة أن بالرغم من إنتشار مراكز المعلومات بجميع مجالس المدن والمراكز بمحافظة كفر الشيخ إلا أنه التقنيات والأجهزة المستخدمة غير محدثة وبطيئة مما يعطل تقديم الخدمة.
 - يؤكد ٦٥% من العاملين محل الدراسة الإستطلاعية بالوحدات محل الدراسة أن رقمنة الخدمات ساعدت على تحسين كفاءة الوحدات وقدراتها على تقديم خدماتها للمواطنين.
 - يري ٨٠% من العاملين أن الوحدات المحلية توفر برامج تدريبية لتحسين مهارات العاملين وقدراتها على إستخدام التقنيات الحديثة المساعدة لتقديم الخدمات بسرعة للمواطنين وذلك بالتنسيق مع المحافظة.
 - يري ٧٥% من المواطنين محل الدراسة الإستطلاعية أنه بالرغم من التوجه العام الذي تتبناه الحكومة لرقمنة الخدمات الحكومية تيسراً على المواطنين إلا أن الوحدات المحلية لا تزال بعيدة عن هذا التوجه بدرجة كبيرة.
 - أشار ٨٠% من المواطنين ضمن عينة الدراسة الإستطلاعية أنهم يتخوفون من إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية لسداد مقابل الخدمات التي يتلقونها وأنهم يفضلون التعامل مع الموظف مباشرة في هذا الشأن.
 - أشار ٧٠% من عينة المواطنين أن هناك العديد من الخدمات المقدمة من قبل الوحدات المحلية لا تزال تقدم بالشكل الروتيني أو التقليدي دون الشكل الرقمي.
 - يؤكد ٧٠% من عينة المواطنين أنهم يتلقون معاملة غير جيدة من قبل العاملين وأن إدارة تلك الوحدات تتعامل بمبدأ رد الفعل فلا تبادر بالبحث عن المشكلات المتوقعة وتمنع حدوثها، ولكنها تتحرك بعد حدوث المشكلات لتتعامل معها.

- يري ٦٥% من العينة أن القيادات تتجنب المخاطرة والمجازفة فيما يتعلق بتطوير او إحداث تغيير في أسلوب العمل، وذلك حفاظاً على منصبها وشكلها وتجنباً للمشكلات التي قد تلحق بهم.

- على الرغم من العديد من الدورات المقدمة داخل القطاع الحكم المحلي إلا أن ٧٥% من العاملين يشيرون إلي عدم جدواها حيث أنها غير متصلة فعلياً بحاجاتهم ومهاراتهم المطلوبة للإرتقاء بمهاراتهم الضرورية للقيام بالعمل بشكل سلسل، كما أن أغلبها عباره عن محاضرات وليس تدريب عملي.

وبناءً على ما توصلت إليه الدراسة الاستطلاعية، فقد تبين للباحث وجود قصور في تطبيق الرقمنة الكاملة لجميع الخدمات المقدمة في فروع الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ، وبالتالي أصبح المواطنين غير راضين عن تلك الخدمات بشكل ما. وفي ضوء ذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة فيما يلي "عدم وضوح طبيعة العلاقة بين رقمنة الخدمات الحكومية ورضا المواطنين"، والتي يمكن صياغتها في ضوء عدد من التساؤلات التي تسعى الدراسة الحالية لإجابة عليها وهي:

- ما مستوى رقمنة الخدمات الحكومية بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة من وجهة نظر العاملين؟

- ما مستوى رضا المواطنين عن الخدمات المقدمة بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة؟

- هل توجد هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية ورضا العملاء بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة؟

- هل يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية علي مستوي رضا المواطنين المترددين على الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة؟

الإطار النظري وتطوير فروض الدراسة:

يشمل الإطار النظري مفهوم وأبعاد متغيرات الدراسة، مع بيان العلاقة بين تلك المتغيرات لتحديد الفجوة البحثية وتطوير الفروض على النحو الآتي:

١- رقمنة الخدمات الحكومية:

تُعد الحكومة الرقمية طريقة لرقمنة الخدمات الحكومية لتحسين نظام تقديم الخدمات بطريقة فعالة للحفاظ على علاقة مع المواطنين، حيث تؤدي الحكومة الرقمية إلى تحسين الخدمات الحكومية وتعمل على تقديم خدمة شاملة ترضي المواطنين، كما تتيح الحكومة الرقمية تكلفة منخفضة للاتصال بين الحكومة والمواطنين من خلال المنصات الرقمية مثل المواقع الإلكترونية والخدمات عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف

المحمول، ومن المتوقع أن يؤدي هذا الجهد إلى تحسين آراء المواطنين بشأن الحكومات لا سيما من حيث الكفاءة والثقة (Kim and Zhang, 2016).

أما عن التحول الرقمي فيري (Chanias et al., 2019) أنه عملية إنتقال المؤسسات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في إبتكار المنتجات والخدمات وتوفير قنوات جديدة لتقديمها تزيد من قيمتها، وبالتالي فيعني التحول الرقمي التحول من الأساليب التقليدية لتقديم الخدمات لتحل محلها التكنورولجا الرقمية. ويعرفه (Fitzgerald et al., 2014) على أنه استخدام التقنيات الرقمية الجديدة مثل وسائل التواصل الاجتماعي أو تكنولوجيا الهاتف المحمول أو التحليلات أو الأجهزة المدمجة لتمكين تحسينات الأعمال الرئيسية بما في ذلك تجارب العملاء المحسنة أو العمليات المبسطة أو نماذج الأعمال الجديدة، كذلك فالتحول الرقمي هو استخدام التكنولوجيا لتحسين أداء المؤسسات أو مدى وصولها بشكل جذري (Westerman et al., 2011)،

فيما تمثل رقمنة الخدمات أحد القضايا الرئيسية التي تتال عناية وإهتمام الباحثين دائماً، وعلى الرغم من غزارة البحوث التي أجريت على موضوع رقمنة الخدمات خلال الفترة الماضية، إلا أنه لا يزال هناك غموض و عدم إتفاق صريح بين العلماء حول مفهوم شامل ودقيق لرقمنة الخدمات الحكومية. ويتم تعريف الخدمة على أنها أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يتم تقديمها دون أن ينتج عنها ملكية ، وتكون الخدمة غير ملموسة سواء كانت مرتبطة بمنتج مادي أم لا (Kotler and Keller, 2012). وتتميز الخدمة عن المنتجات المادية بخصائصها: غير الملموسة ، والتلازم ، وقابلية التلف ، وعدم التجانس أو التباين، وعدم الحيازة. أما الخدمة الرقمية فهي تنفيذ الخدمات بطريقة رقمية تعتمد على الإنترنت وفق مقتضيات أمنية معينة تحمي المستفيد ومزود الخدمة باستخدام التكنولوجيا لتحسين وإدارة شؤون العمل (جواد، ٢٠١٦).

كما تعرف رقمنة الخدمات بانها تقديم وإتمام الخدمات الرسمية بطريقة رقمية سواء بين الجهات الحكومية بعضها البعض أو بين هذه الجهات والعملاء "المواطنين" (الطاهر، ٢٠٠٩)، باستخدام الأساليب والتطبيقات الإدارية لتنظيم تقنيات المعلومات والاتصالات في إنجاز أعمالهم وتقديم خدماتهم (مطر، ٢٠١٣)، واستغلال التطبيقات في تنفيذ مهام ومسؤوليات الأجهزة لتحسين وتطوير العمليات الإدارية ، وتبسيط الإجراءات والمعاملات ، وتقديم الخدمات للمستفيدين بالشكل المطلوب (لونيس، ٢٠١٧). بينما يري (جواد، ٢٠١٦) أن الخدمات الإلكترونية تعني انجاز الخدمات الحكومية بطريقة معلوماتية تعتمد على الانترنت وفقاً لضروريات أمنية معينة تحمي المستفيدين والجهة مقدمة الخدمة عن طريق استخدام التكنولوجيا لتحسين وتدبير الشؤون العامة.

وبالتالي فلا يقتصر التحول الرقمي على تنفيذ التكنولوجيا فحسب ، بل يتعلق أيضاً بإعادة تصور العمليات والثقافة وتجارب العملاء للاستفادة من الإمكانيات الكاملة للأدوات الرقمية . إنها رحلة إستراتيجية ومستمرة تشرع فيها المنظمات لاحتضان الفرص الرقمية ،

ودفع الابتكار ، والبقاء على صلة بالمشهد الرقمي سريع التطور اليوم (Auttri et al., 2023).

ويشير التحول الرقمي إلى عملية استخدام التقنيات والاستراتيجيات الرقمية لتغيير وتحسين الجوانب المختلفة لعمليات المنظمة وعملياتها ونماذجها التجارية بشكل أساسي. وهو ينطوي على تكامل الأدوات والتقنيات الرقمية والأساليب القائمة على البيانات لدفع الابتكار وتعزيز تجارب العملاء وتبسيط العمليات والتكيف مع المشهد الرقمي المتغير (Auttri et al., 2023). ويعتقد الباحث أن رقمنة الخدمات الحكومية عبارة عن مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها الحكومة بهدف ضمان تسهيل وتبسيط حصول المواطنين على كافة الخدمات الحكومية بشكل رقمي.

نظراً لعدم وجود إتفاق واضح بين الباحثين حول مفهوم رقمنة الخدمات الحكومية لحدائثة المفهوم، فما زال هناك جدال واسع بينهم حول أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية فهناك من يري أنها تسعة أبعاد اساسية وهناك من ينظر إليها على أنها تتكون من أربعة أبعاد رئيسية وهي (تحويل تجربة العملاء رقمياً - تحويل العمليات الداخلية رقمياً- تحويل نماذج الأعمال رقمياً - تحويل تجربة الموظفين رقمياً) (Bonnet and Westerman, 2020). ويتبنى الباحث تصور (Bonnet and Westerman, 2020) والذي تم إستخدامه في العديد من الدراسات مثل (خميس، ٢٠٢١) حول أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية وذلك لأنه شامل لأغلب التصورات السابقة لرقمنة الخدمات والتحول الرقمي كما أن به من التفصيل ما يوضحها بشكل كافي، وفيما يلي يقدم الباحث عرضاً مختصراً تلك الابعاد الأربعة.

- **تحويل تجربة العملاء رقمياً:** وتشير إلي تحويل تجربة العميل للحصول على الخدمة من الشكل التقليدي إلي الشكل الرقمي القائم على تبسيط وتيسير آليات حصوله على الخدمة، بدلاً من إنتقال العميل بين الأقسام المختلفة للمنظمة للحصول على الخدمة يتم جمع كل تلك الأقسام معاً بشكل مبسط ومختصر لتبسيط تجربة تلقي الخدمة للمواطن (Bonnet and Westerman, 2020)، فمثلا إذا أراد مواطن الحصول علىخدمة من مجالس المدن فإنه ينتقل بين الأقسام والإدارات المختلفة لتلقي الخدمة، ولكن في ظل التجربة الرقمية يتسطيع تلقي الخدمة من موقع أو تطبيق واحد بسهولة ويسر وبتكاليف ومجهود أقل.

- **تحويل العمليات الداخلية رقمياً:** وتشير إلي أتمته كافة العمليات الداخلية الأساسية التي تعتمد عليها المنظمة لتقديم خدماتها وكذلك كافة العمليات المتصلة بها لإتخاذ قرارات سليمة بهدف تحقيق التميز التشغيلي (Bonnet and Westerman, 2020)، ويوضح ذلك مثال آلية معالجة طلبات المواطنين بشكل رقمي داخل مجالس المدن فمن المنوط به سرعة فحص الطلبات والرد عليها وإتخاذ القرارات بناء على كافة البيانات المتوفرة بشكل فوري في ظل الربط بين مختلف الإدارات والوزارات الحكومية.

- **تحويل نماذج الأعمال رقمياً:** وتعني تحسين وتطوير آليات تقديم الخدمات للعملاء، ولا يعني ذلك تغيير طريقة أداء الوظائف فحسب بل ضمان التفاعل والترابط بينها إضافة لتطوير حدود ونشاط المنظمة لتشمل كافة التحديات على مستوى الخدمات المطلوبة (Bonnet and Westerman, 2020)، مثال ذلك تطوير حدود الوظائف المطلوبة لتحقيق طلب العميل بشكل متكامل ليحصل عليها جميعاً مباشرة بمجرد طلبه.
- **تحويل تجربة الموظفين رقمياً:** وتعني الإهتمام بتنمية قدرات العاملين ودمان تمكينهم وإستعدادهم للتعامل مع تلك التكنولوجيا المتطورة والنماذج المستحدثة لتقديم الأعمال للعملاء (Bonnet and Westerman, 2020)، مثال ذلك في مجالس المدن يكون العاملين من أشد المثبطات للتوسع في تقديم الخدمات الرقمية لخوفهم من عدم القدرة على التعامل معها، وبالتالي فعلي الإدارة الحرص على تدريب العاملين وتطوير مهاراتهم وقدراتهم وتهيئة مناخ عمل مرن يساعدهم على سهولة التأقلم مع تلك التطورات.

أما عن أهمية رقمنة الخدمات الحكومية فيري (Masoud and Basahel, 2023) أن التوسع في رقمنة الخدمات من شأنه تعزيز قدرات العاملين الإبتكارية وتنمية سلوكياتهم الإبداعية والإبتكارية، ويعزز قدرة الحكومة على التوسع في تقديم الخدمات الحكومية وإمكانية الوصول إليها بشكل يضمن رضا المواطنين ويساعد على تحقيق رفاهيتهم (McNeal et al., 2008)، كما تساعد على اتخاذ القرارات على أساس المساواة والعدالة والشفافية مما يساعد في خلق ميزة تنافسية وتحقيق التنمية المستدامة (Alharbi and Yanhui, 2020). ويؤكد (Lin et al., 2024; Ye et al., 2023) علي أن إتجاه المنظمات للإستفادة من تقنيات التحول الرقمية وسعيها لرقمنة خدماتها يساعد على تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة كونه يساعد على تحديد فجوات الخدمة ويعالجها بسهولة.

كما يشير (Zhang and Zhang, 2023; Guo et al., 2023; Masoud and Basahel, 2023) الي أن رقمنة الخدمات من شأنه أن يعزز من إنتاجية المنظمات أو الحكومة بشكل عام الأمر الذي يحسن من أدائها العام في تقديم خدماتهم للمواطنين، وتساعد على حسن الإستفادة من البيانات المتوافرة حول العملاء أو المواطنين وإستخدامها لضمان تحسين تجربة المواطن في تلقي الخدمة وضمان رضاه عنها (Kaondera et al., 2023). كما تساعد الرقمنة على تخصيص الخدمة وتبسيطها وتيسيرها على العميل كما يضمن السرية والأمان له (Johri and Kumar, 2023).

٢- رضا المواطنين:

تباينت إتجاهات الباحثين والممارسين لوضع تعريف محدد لرضا المواطنين أو العملاء على مدى العقود الماضية، إلا أن كل منهم قدم تعريف خاصة به وفقاً لمنظوره الخاصة وطبيعة دراسته ومنهجيته المستخدمة، وذلك يعود الان الرضا ظاهرة معقدة تجمع بين التوقعات والخبرات والمواقف السابقة (Van de Walle, 2018).

حيث أشار (Oliver, 1997) إلي أن الرضا هو حكم يستند إلى مقارنة تقييم ما قبل الخدمة بتقييم ما بعد تقديم الخدمة أو تجربة الخدمة، فالرضا هو نتيجة مقارنة التوقعات وتجربة الخدمة الفعلية. و في الواقع فإنه تقييم لتقديم الخدمة بعد انتهاء الخدمة. أي أن الرضا حالة عقلية تحدث بعد التفاعل مع الخدمة ومقارنتها بالتجارب السابقة (Oliver, 1980).

ويري (Parasuraman et al., 1985) أن المواطنون يقارنون توقعات الخدمة السابقة بتجربة الخدمة الفعلية ويقررون ما إذا كانوا راضيين أم لا. وبالتالي، فإن الرضا هو نتيجة للاختلافات بين الخدمة المتوقعة والمتصورة. بينما يشير (جواد ، ٢٠١٦) إلي أن رضا المواطن هي عبارة عن مجموعة من المشاعر التي تعبر عن السعادة الناتجة عن مقارنة المواطن بين الخدمات المقدمة وتوقعاته عنها. كما يشير (Oliver, 2014) إلي أن رضا المستهلك هو حالة من المتعة أو الرضا ناتجة عن مقارنة توقعات المستهلك والأداء المتصور للمنتجات أو الخدمات.

فيما يعرف (Razavi et al., 2012) رضا العملاء علي أنها الدرجة التي يشعر عندها العميل انه تلقي خدمة او منتج يستحق أكثر مما دفعه في المقابل من أموال، ويرى (Kotler, 2003) بان رضا العميل يشير إلي شعور العملاء بالإشباع عند حصولهم على ما يتوقعونه من الخدمة. فيما يشار إلى مستوى سعادة العميل بالسلع والخدمات التي يتلقاها من شركة معينة برضا العملاء (Albarq, 2023).

ويتفق الباحث مع تعريف (Ginting et al., 2023) بأن الرضا هو درجة المتعة والسرور التي يشعر بها المواطن نتيجة قدرة الخدمة التي يتلقاها على إشباع وتحقيق توقعاته. وبالتالي فهو عبارة عن الانطباع الايجابي او السلبي المدرك من طرف المواطن الناتج عن مقارنة الأداء الفعلي للخدمة أو السلعة مع توقعاتهم.

نظراً لما يمثله رضا العملاء من قضية رئيسية وهامة للمنظمات تجعلها دائماً نصب أعين قادة المنظمات المعاصرة، فقد حرصت العديد من الدراسات على إستكشاف أبرز العوامل التي تساهم في تحسين مستوي رضا العملاء، وفيما يلي عدد من تلك العوامل ذات التأثير على رضا العملاء.

- **جودة الخدمة و المنتج:** بشكل عام، يشعر المواطنون بالرضا إذا كانت جودة الخدمة العامة تلبي توقعاتهم، حيث أن جودة الخدمات العامة لها تأثير كبير على رضا المواطنين، وبالتالي فمن المرجح أن يشعر المواطنون بالرضا إذا تلقوا خدمات عامة عالية الجودة. حيث أكد (Oliveira et al., 2023; El-Gamalet al., 2022; Aluko et al., 2021; Chan et al., 2021; Engdaw, 2020; Wang and Teo, 2020; Zia, 2020; Oliver, 2010) علي أن الرضا هو وظيفة الجودة، ويزداد بشكل عام طالما يتم الحفاظ على جودة تقديم الخدمة (Engdaw, 2020). كما أن أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على مدى رضا العملاء عن سلع الشركة هو

جودتها. فيتوقع العملاء أن السلع والخدمات سوف تلبى احتياجاتهم وتفي بتوقعاتهم وتعمل كما وعدوا (Zia, 2020).

- **جودة خدمة العملاء:** جودة خدمة العملاء يمكن أن يكون لها أيضًا تأثير كبير على رضا العملاء. يتضمن ذلك عوامل مثل استجابة ممثلي خدمة العملاء، وتوافر موارد الدعم، ومستوى التعاطف والتفاهم الذي يظهره موظفو خدمة العملاء (Zia, 2020)، ويؤكد (Zia, 2020) على أن حسن تعامل موظفي خدمة العملاء مع طلبات وإستفسارات العملاء بسهولة وسرعة من شأنه أن يعزز مستوي رضائهم عن المنظمة ككل.
- **رقمنة الخدمات:** وتعني تقديم المنظمات لخدماتها بشكل رقمي إعتماذاً على الانترنت لتسهيل وتسريع حصول العملاء عليها والإستفادة منها والتفاعل معهم، ويرى (Mohamed, 2021) أن التوسع في تقديم الخدمات بشكل رقمي يعزز رفاهية ورضا العملاء كونه يضمن الوصول العادل السريع للخدمات لجميع العملاء دون صعوبات تذكر.
- **تجربة العملاء:** تجربة العملاء هي الاستجابة الشخصية/الذاتية للعملاء للاتصال المباشر/غير المباشر مع الشركة بأي شكل من الأشكال (Meyer and Schwager, 2007). ويتم تذكر تجربة العميل بشكل إيجابي أو سلبي اعتماداً على حالة العميل، مما يؤدي إلى رضا العميل، ويمكن القول أن العملاء الذين قاموا بتقييم التجربة بشكل إيجابي يشعرون بالرضا (Kim and Kim, 2022; Pei et al., 2020).
- **الفائدة المدركة:** وتعبر عن مستوي المنافع والفوائد التي يتلقاها العميل مقارنة بتكلفة الحصول على الخدمة، ويشير (Almansour and Elkrgli, 2023) إلى أنه كلما زادت مستوي الفوائد والمنافع المدركة كلما ساعد ذلك على ضمان رضا العميل وولاءه.
- **ابتكار العلامة التجارية:** يشير مفهوم ابتكار العلامة التجارية إلى الدرجة التي ينظر بها المستهلكون إلى الابتكار في العلامة التجارية باعتباره جديداً وحديثاً (Naz et al., 2023)، ويوضح (Kunz et al., 2011) أن الابتكار هو مساهم رئيسي يساعد في الحصول على ميزة طويلة الأمد على المنافسين. ومن ثم، فإن الممارسات المبتكرة للشركة هي المصدر الرئيسي لكسب رضا العملاء وولائهم. وبالتالي فالابتكار بمثابة إشارة للتأثير على الرضا المعرفي والعاطفي وأنه من المستحيل الحفاظ على ولاء العملاء دون رضاهم. ومع ذلك، يعتبر الابتكار أداة هامة للحصول على رضا العملاء (Naz et al., 2023).

- سهولة الاستخدام المدركة: يري (Almansour and Elkrgkli, 2023) أنه كلما كانت إجراءات التعامل أو استخدام المنتجات الخاصة بالمنظمة بسيطة وسهلة على العملاء ساعد ذلك على زيادة مستوي رضائهم عنها.
 - صورة العلامة التجارية : تعبر عن مجموعة من المعتقدات والأفكار والانطباعات التي يحملها العميل في ذهنه تجاه علامة تجارية ما، ويؤكد (Bernarto and Purwanto, 2022; Mehta andTariq, 2020) علي أن صورة العلامة التجارية الإيجابية لها أيضًا تأثير إيجابي على رضا العملاء
 - الملاءمة: يمكن أن يكون للسهولة والراحة في ممارسة الأعمال التجارية مع إحدى المؤسسات أيضًا تأثير كبير على رضا العملاء. ويشمل ذلك عوامل مثل توفر المنتجات والخدمات، وسهولة الطلب والدفع، وسرعة التسليم وموثوقيته (Zia, 2020).
 - المصدقية المدركة: وتعني إلتزام المنظمة بتنفيذ وعودها للعميل، ويؤكد (Almansour and Elkrgkli, 2023) علي أنه كلما غهتمت المنظمة بالإيفاء بوعودها للعملاء تحسن مستوي رضائهم عن المنظمة ككل بخدماتهم ومنتجاتهم.
 - توقعات العملاء: يساهم تحقيق توقعات المستهلكين في زيادة رضا العملاء، في حين أن الاختلافات في توقعات المستهلكين وأداء المنتج تؤدي إلى حالة من عدم التأكد والشك مما يؤثر سلبًا على مستوي رضا العملاء. (Naz et al., 2023).
 - السعر: يعد سعر المنتجات والخدمات محرًا مهمًا آخر لرضا العملاء. يتوقع العملاء الحصول على قيمة جيدة مقابل أموالهم، وقد يشعرون بعدم الرضا إذا شعروا أن أسعار المنتجات أو الخدمات غير معقولة (Zia, 2020) ويؤكد (Bernarto and Purwanto, 2022) علي أن عدالة الأسعار المتصورة لها تأثير إيجابي على رضا العملاء .
 - الكلمة المنطوقة إلكترونيًا: ويؤكد (Ginting et al., 2023; Purba and Paramita, 2021) علي أن التوصية الشفهية التي يتناقلها العملاء فيما بينهم تؤثر على مستوي تقييمهم للخدمات والمنتجات مما ينعكس على مستوي رضائهم عنها.
- هذا وقد أصبح ضمان رضا العملاء أحد القضايا الرئيسية التي تسعى إليها المنظمات وذلك لما يتحقق من نتائج، حيث يساعد رضا العملاء المنظمات على البقاء والإستمرار في ظل المنافسة الشديدة كونهم حافظوا على حصة سوقية مستقرة ودائمة، ويساعد علي تحسين ودعم مستوي ثقة العملاء بالمنظمة وخدماتها ومنتجاتها (Albarq, 2023) . ويري (Alfiansyah et al., 2024; Naini et al., 2022; Ilyas et al., 2021; Islam et al., 2021) أن شعور العملاء بالرضا من شأنه ان يجعل العملاء

أكثر إخلاصاً وولاء للمنظمة مما يضمن إستمرارها في التعامل مع المنظمة. فيما يشير (Wang et al., 2021; Cavazotte et al., 2020) إلى أن حرص المنظمات على ضمان رضا العملاء يأتي من رغبتها في تعظيم ربحيتها، لان العملاء الراضيون هم الأكثر ربحية للمنظمة في المستقبل. كما يؤكد (Munawar and Mahaputra, 2022; Khatoun et al., 2020) على أنه كلما زادت مستوي رضا العملاء بشأن المنظمة ككل أو علامتها التجارية او تجاه خدماتها ومنتجاتها سيجعل العملاء أكثر رغبة في تكرار الشراء والتعامل المستقبلي مع ذات المنظمة.

٣- علاقة رقمنة الخدمات الحكومية برضا المواطنين:

إتسمت الدراسات التي تناولت العلاقة بين رقمنة الخدمات الحكومية ورضا المواطنين بالندرة النسبية، فهناك مجهودات قليلة في هذا الشأن ومنها دراسة (Najeeb, 2022) والتي إستهدفت التعرف على تأثير التحول الرقمي علي رضا العملاء بالمصارف التجارية بالعراق، وذلك بالتطبيق على ١٥٠ من عملاء المصارف العراقية، وتوصلت النتائج إلي وجود تأثير إيجابي للتحول الرقمي وجميع أبعاده على زيادة مستوي رضا العملاء.

بينما إهتمت دراسة (Miguel et al., 2022) بالتعرف على تأثير القدرات الديناميكية على رضا العملاء من خلال التحول الرقمي في قطاع السيارات. تم جمع البيانات من ٤٢ شركة، وقد أظهرت النتائج أن قدرات الاستشعار والابتكار تم تجميعها بشكل مناسب في بنية تسمى "القدرات الديناميكية". وتم العثور على تأثير إيجابي للقدرات الديناميكية على رضا العملاء.

أما عن دراسة (Abdel-Hamid et al., 2022) فإهتمت بالتعرف على تأثير التحول الرقمي على رضا العملاء، بالتطبيق على ٤٠٠ نزيل في فندق أربع وخمس نجوم في ثلاث مدن مصرية، القاهرة وشرم الشيخ والغردقة، وكشفت النتائج عن أهمية جميع تقنيات تكنولوجيا المعلومات لدورة الضيف في إرضاء العملاء، حيث أن لكل منها تأثير كبير على رضا العملاء. بالإضافة إلى ذلك، تختلف تفضيلات الضيوف تجاه استخدام تكنولوجيا المعلومات وفقاً لجنسياتهم فقط

كما هدفت دراسة (Mohamed, 2021) للتعرف على تأثير التسويق عبر الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الإنترنت على رضا العملاء وولائهم بين بنوك القطاعين العام والخاص في مصر بالتطبيق على ٣٩٤ من عملاء الخدمات المصرفية الإلكترونية بمصر. وتوصلت النتائج إلى أن التأثير الإجمالي له تأثير إيجابي قوى على النية السلوكية لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت (موقع الويب - تطبيق الهاتف المحمول)، بينما لا توجد علاقة بين القيمة السعريّة للخدمات المصرفية عبر الإنترنت والنية السلوكية لإستخدامها.

هذا ويؤكد (Johri and Kumar, 2023) علي أن رقمنة الخدمة يساعد على ضمان رضا العملاء من عده اوجهه منها أن الرقمنة تساعد على تخصيص الخدمة وتبسيطها وتيسيرها على العميل كما يضمن السرية والأمان له. وبناء على ذلك فإننا نفترض:

الفرض الأول: يوجد تأثير إيجابي لرقمنة الخدمات الحكومية على رضا المواطنين عن الخدمة المقدمة بالوحدات المحلية

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى ما يلي:

- التعرف على مستوى رقمنة الخدمات الحكومية بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة من وجهه نظر العاملين.
- الكشف عن مستوى رضا المواطنين عن الخدمات المقدمة بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة.
- التعرف على مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية ورضا العملاء بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة.
- التعرف على مدى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية علي مستوي رضا المواطنين المترددين على الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها على المستويين العلمي والتطبيقي من الاعتبارات التالية:

● الأهمية العلمية:

- حداثة مفهوم رقمنة الخدمات الحكومية في البيئة العربية مقارنة بالبيئة الأجنبية.
- عدم وجود دراسة عربية تناولت العلاقة بين أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية ورضا المواطنين، وذلك في حدود علم الباحث.
- قصور الكتابات التي تناولت العلاقة بين متغيرات البحث بالدراسة في البيئة العربية، وبالتالي تأتي هذه الدراسة كإمتداد للمحاولات الأخرى المبذولة في هذا المجال
- تعتبر هذه الدراسة على حسب علم الباحث من الدراسات القلائل في هذا المجال والتي تربط موضوعات هامة في دراسة واحدة، وتطبيق على الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ.

● الأهمية التطبيقية:

- تقديم مجموعة من التوصيات لصناع القرار والمسؤولين في الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ من شأنها تحسين مستوي رضا المواطنين عن جودة الخدمات المقدمة.
- مساعدة القيادات الإدارية بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة بالتعرف على أهم أبعاد رقمنة الخدمات ذات التأثير على رضا المواطنين، وكذلك مساعدتهم على التعرف على أهمية الإهتمام بضمان رضا ورفاهية المواطنين.
- الدور الحيوي لقطاع الحكم المحلي كأحد الركائز الأساسية التي تحظى بإهتمام الدولة، نظراً للخدمات الكبيرة والمتعددة التي يقدمها بشكل يمس المواطن بشكل مباشر ودائم.

منهجية الدراسة:

نظراً لكون الدراسة الحالية تركز على اختبار مجموعة فروض تم بناؤها في ضوء الأدبيات، فإن المنهج الكمي يعد الأكثر ملائمة لهدف الدراسة وطبيعة البيانات محل التحليل، ويشير المنهج الكمي إلى دراسة الظواهر ارتكازاً على عدد من الأساليب الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات، وذلك بهدف تطوير أو اختبار النظريات والفروض. كما تعتمد الدراسة الحالية على المدخل الوصفي لوصف واقع المتغيرات محل الدراسة والعلاقات بينها. ووفقاً لذلك تتضمن المنهجية عدة عناصر تتمثل فيما يأتي:

١- أنواع البيانات المطلوبة ومصادر الحصول عليها:

اعتمدت الدراسة الحالية على نوعين من البيانات هما؛ البيانات الثانوية وتم الحصول عليها من خلال الدوريات والأبحاث والمراجع العلمية بما يساعد على بناء الإطار النظري للدراسة، بالإضافة للبيانات والإحصاءات المنشورة التي تم الحصول عليها من سجلات إدارة شئون العاملين بالوحدات المحلية محل الدراسة لعام ٢٠٢٣م، والبيانات الأولية وقد تم جمعها من العاملين والمستفيدين من خدمات الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة باستخدام الاستقصاء.

٢- متغيرات الدراسة والقياس:

واعتمد الباحثون على مجموعة من المقاييس العلمية المتضمنة عدداً من العبارات لقياس كل متغير، وتمت الاستعانة بمقياس ليكرت الخماسي للموافقة وعدم الموافقة والذي يتراوح بين غير موافق تماماً (=1) موافق تماماً (=5)، ويستعرض الباحثون متغيرات الدراسة والمقاييس المستخدمة في قياسها فيما يأتي:

١/٢- رقمنة الخدمات الحكومية (المتغير المستقل): اعتمد الباحثون على المقياس

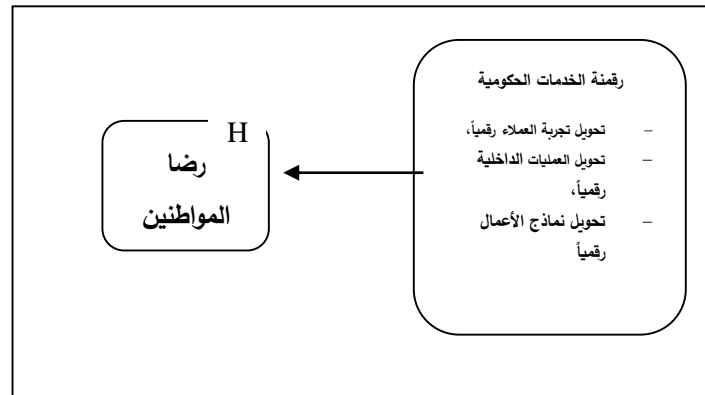
الرباعي المقدم بواسطة (Bonnet and Westerman, 2020) المستخدم بواسطة (خميس، ٢٠٢١) لقياس مستوى رقمنة الخدمات الحكومية والذي يتكون من أربعة أبعاد رئيسية وهي تحويل تجربة العملاء رقمياً، وتحويل العمليات الداخلية رقمياً، وتحويل

نماذج الأعمال رقمياً، وتحويل تجربة الموظفين رقمياً. ولكن تم الإعتماد فقط علي ثلاثة أبعاد وهي (تحويل تجربة العملاء رقمياً، وتحويل العمليات الداخلية رقمياً، وتحويل نماذج الأعمال رقمياً) بعد إستبعاد تحويل تجربة الموظفين رقمياً وإعادة صياغة العبارات لتلائم المواطنين.

٢/٢- رضا المواطنين (المتغير التابع): تم قياسه إعتدأ على مقياس رضا العميل المستخدم بواسطة كل من (المجالي، ٢٠٠٩؛ السميران، ٢٠١٤) والذي إعتبر الرضا متغير أحادي الأبعاد.

٣/٢- المتغيرات الشخصية "الديموجرافية": تمثل الخصائص الديموجرافية المتغير الثالث والأخير في الدراسة، حيث يشتمل على خصائص النوع، العمر، والحالة الإجتماعية، والمؤهل العلمي، ويتم قياس هذه الخصائص لدى المستقصى منهم من خلال استخدام الأسئلة المغلقة وذات الاستجابات البديلة المحددة مسبقاً، حيث يقوم المستقصى منه باختيار إجابة واحدة فقط تعبر عن الخاصية المطلوب قياسها.

وبناءً على ما سبق، يُمكن توضيح نموذج تحليل متغيرات الدراسة من خلال الشكل رقم (١)



المصدر: من إعداد الباحثين في ضوء الدراسات السابقة

شكل رقم (١)

العلاقة بين متغيرات الدراسة

٣- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع المواطنين المستفيدين من الخدمات المقدمة بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة، ونظراً لكون هذا المجتمع مفتوح ويزيد عن ثلاثة ملايين مواطن، فقد قرر الباحث الإعتماد علي عينة قدرها ٣٨٤ مفردة من المواطنين المستفيدين من خدمات تلك الوحدات المحلية محل الدراسة بمحافظة كفر الشيخ بواقع ٣٠ قائمة لكل وحدة محلية من (١٣) وحدة محلية الموزعة على مراكز ومدن المحافظة وبذلك يكون إجمالي القوائم الموزعة ٣٩٠ قائمة إستقصاء.

وقد تمت تجميع البيانات خلال شهري يناير وفبراير عام ٢٠٢٤م من مفردات عينة الدراسة، وقد بلغت نسبة الاستجابة داخل العينة ٨٢,٣%، ويوضح الجدول رقم (٢) توصيف العينة وفقاً لمتغيراتها الديموجرافية.

جدول رقم (١) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغيرات الديموجرافية

المتغير	الفئة	التكرارات	النسب المئوية
النوع	ذكور	١٩٦	٦٢%
	إناث	١٢٠	٣٨%
العمر	أقل من ٢٥ سنة	٨٦	٢٧,٢%
	من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة	١٤٣	٤٥,٢%
	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	٥٢	١٦,٥%
	٥٠ سنة فأكثر	٣٥	١١,١%
الحالة الاجتماعية	أعزب	٧٢	٢٢,٨%
	متزوج	٢١٨	٦٨,٩%
	غير ذلك	٢٦	٨,٣%
المؤهل العلمي	مؤهل أقل من الجامعي	٦٤	٢٠,٢%
	مؤهل جامعي	٢٠٧	٦٥,٥%
	مؤهل أعلى من الجامعي	٤٥	١٤,٣%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول السابق رقم (١) أن مفردات الاستجابة داخل عينة الدراسة وفقاً لمتغيراتهم الديموجرافية شملت (٣١٦) مواطن: وقد بلغ عدد الذكور في العينة (١٩٦) مفردة بينما بلغ عدد الإناث (١٢٠) مفردة، وبذلك تكون نسبة الذكور من إجمالي العدد الكلي للعينة (٦٢%) ونسبة الإناث (٣٨%). بينما بلغ عدد المستقصى منهم الذين تقل أعمارهم عن ٢٥ سنة (٨٦) مفردة بنسبة (٢٧,٢%)، بينما بلغ عدد المستقصى منهم ممن تتراوح أعمارهم من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة (١٤٣) مفردة من الذكور والإناث بنسبة (٤٥,٢%)، في حين كان عدد المستقصى منهم من الذكور والإناث الذين تتراوح أعمارهم من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة (٥٢) مفردة بنسبة (١٦,٥%)، وأخيراً كان عدد المستقصى منهم الذي يزيد عن ٥٠ سنة هو (٣٥) بنسبة قدرها (١١,١%).

ومن حيث الحالة الاجتماعية بلغ عدد المستقصى منهم ضمن الفئة الاجتماعية أعزب (٧٢) مفردة بنسبة (٢٢,٨%)، بينما بلغ عدد المستقصى منهم ضمن الفئة الاجتماعية متزوج (٢١٨) مفردة بنسبة قدرها (٦٨,٩%)، وأخيراً بلغ عدد المستقصى منهم خارج الفئتين أعزب ومتزوج (٢٦) مفردة بنسبة قدرها (٨,٣%). ووفقاً للمؤهل العلمي: بلغ عدد المستقصى منهم ضمن أصحاب المؤهل أقل من الجامعي (٦٤) مفردة بنسبة (٢٠,٢%)، بينما بلغ عدد المستقصى منهم أصحاب المؤهلات الجامعية (٢٠٧) مفردة بنسبة قدرها (٦٥,٥%)، وأخيراً بلغ عدد المستقصى منهم أصحاب المؤهل أعلى من الجامعي (٤٥) مفردة بنسبة قدرها (١٤,٣%).

٤- أساليب التحليل الإحصائي للبيانات واختبار فروض الدراسة:

لاختبار فروض الدراسة اعتمد الباحثان على البرامج الإحصائية (SPSS V.23) لتطبيق عدد من أساليب التحليل الإحصائي ومنها أسلوب معامل الارتباط ألفا لكرونباخ Cronbach's Alpha والذي تم استخدامه بغرض التحقق من درجة الاعتمادية والثبات في المقاييس متعددة المحتوى، وتم اختيار هذا الأسلوب الإحصائي لتكيزه على درجة التناسق الداخلي بين المتغيرات التي يتكون منها المقياس الخاضع للاختبار. كما تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation بغرض تحديد نوع وقوة العلاقة بين المتغيرات محل الدراسة. وأخيراً تم استخدام تحليل الانحدار البسيط والمتعدد لاختبار نموذج وفروض الدراسة الحالية.

٥- تقييم الصدق والثبات في المقاييس المستخدمة:

وللتحقق من ثبات ومصداقية محتوى قائمة الاستقصاء، تم تقييم درجة التناسق الداخلي بين بنود، ومدى قدرة المقياس على قياس ما يفترض قياسه بدقة وذلك على النحو التالي:

١/٥ : تقييم الثبات/ الاعتمادية للمقاييس المستخدمة في الدراسة:

يستخدم هذا الاختبار للتأكد من مدى إمكانية الاعتماد على قائمة الاستقصاء في الحصول على بيانات تتسم بالثبات. ونظراً للتباين بين متغيرات الدراسة، فقرر الباحث الاعتماد على معامل الثبات ألفا لكرونباخ Alpha Correlation Coefficient نظراً لكونه أكثر أساليب تحليل الاعتمادية Reliability دلالة في تقييم درجة التناسق الداخلي بين عبارات المقياس الخاضع للاختبار. وقام الباحث بتطبيقه على عينة مكونة من ٣٥ مفردة من المواطنين المتعاملين مع الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ كاختبار مبدئي للقائمة، وقبل إجراء هذا التحليل، فقد تقرر إستبعاد أي متغير يحصل علي معامل ارتباط إجمالي Item-Total Correlation أقل من ٠,٣٠، وبينه وبين باقي المتغيرات في ذات المقياس (إدريس، ٢٠١٢).

جدول رقم (٢)

تقييم درجة الاتساق الداخلي بين محتويات مقاييس متغيرات الدراسة باستخدام معامل الارتباط كرونباخ ألفا

رقم العبارة المحذوفة	إختبار ألفا كرونباخ				متغيرات الدراسة
	المحاولة الثانية		المحاولة الاولى		
	عدد العبارات	معامل الثبات (Alpha)	عدد العبارات	معامل الثبات (Alpha)	
٤	٤	٠,٧٦٢	٥	٠,٥٨٤	تحويل تجربة العملاء رقمياً
-	٥	٠,٨٧٠	٥	٠,٨٧٠	تحويل العمليات الداخلية رقمياً
-	٥	٠,٧٩١	٥	٠,٧٩١	تحويل نماذج الأعمال رقمياً

معامل الثبات الكلي لرقمنة الخدمات الحكومية	٠,٧٩٨	١٥	٠,٨٨٣	١٤	عبارة واحدة
معامل الثبات الكلي لرضا المواطنين	٠,٦٩٤	١٠	٠,٨١٣	٩	عبارة واحدة (رقم ١٠)

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول رقم (٢) ما يلي:

- بالنسبة لمقياس رقمنا الخدمات الحكومية: تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ ٠,٧٩٨، إلا أنه تبين وجود عبارة واحدة لها معامل ارتباط أقل من ٠,٣٠، وهي العبارة رقم (٤) والتي تنص على " يتم قياس رضا المواطنين عن خدمات وزارة التنمية المحلية الرقمية بشكل دائم". لذا تقرر استبعاد تلك العبارة، وبذلك أصبح معامل ألفا للمقياس ككل ٠,٨٨٣. وكذلك أصبحت معاملات ألفا لأبعاد المقياس (تحويل تجربة العملاء رقمياً، تحويل العمليات الداخلية رقمياً، تحويل نماذج الأعمال رقمياً) (٠,٧٦٢) و (٠,٨٧٠) و (٠,٧٩١) علي التوالي، هو ما يشير إلى تمتع المقياس بدرجة عالية من الثبات، حيث أن معامل ألفا الذي يصل إلى ٠,٦٠ يعتبر ذو مستوى ممتاز من الثقة والاعتمادية (إدريس، ٢٠١٢).
- بالنسبة لمقياس رضا المواطنين: تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ ٠,٦٩٤، إلا أنه تبين وجود عبارة واحدة لها معامل ارتباط أقل من ٠,٣٠، وهي العبارات رقم (١٠) والتي تنص على " إختيار الحصول على الخدمة عن طريق الموقع الإلكتروني من القرارات الحكيمة التي إتخذتها"، لذا تقرر استبعاد تلك العبارة، وبذلك أصبح معامل ألفا للمقياس ككل ٠,٨١٣. وهو ما يشير إلى تمتع المقياس بدرجة عالية من الثبات، حيث أن معامل ألفا الذي يصل إلى ٠,٦٠ يعتبر ذو مستوى ممتاز من الثقة والاعتمادية (إدريس، ٢٠١٢).

وفي ضوء ما سبق يتضح أن النتيجة المبدئية لتقييم درجة الثبات/ الاعتمادية تعكس أن المقاييس الخاضع للاختبار يمكن الإعتماد عليه في قياس أبعاد رقمنا الخدمات الحكومية (تحويل تجربة العملاء رقمياً، تحويل العمليات الداخلية رقمياً، تحويل نماذج الأعمال رقمياً)، وكذلك رضا المواطنين.

٢/٥: اختبار الصلاحية / الصدق للمقاييس المستخدمة في الدراسة:

يستخدم هذا الاختبار لبيان مدي صدق عبارات الاستقصاء في قياس ما صممت لأجله، والتأكد من أن عبارات الاستقصاء تعطي للمستقصى منه نفس المعنى الذي يقصده الباحث. وقد إعتد الباحث في إجراء اختبار الصدق على كل من صدق المحتوى والتحليل العاملي، وذلك كما يلي:

أ- **صدق المحتوى:** تم عرض الاستقصاء في صورته الأولية على الأساتذة المشرفين على الدراسة وبعد إجراء التعديلات اللازمة تم عرضها على عدد من المحكمين من السادة أساتذة إدارة الأعمال وذلك للتأكد من صلاحيتها من الناحية العلمية، كما تم عرضها على مجموعة من المستقضي منهم للتأكد من وضوح الاسئلة وإستيعابها بشكل جيد من قبل المستقضي منهم، وقد أبدى هؤلاء المحكمون عدد من الملاحظات على العبارات الواردة بالإستقصاء، وقام الباحث بتعديلها وفقاً لتلك الملاحظات.

ب- **الصدق البنائي:** ينصرف مفهوم الصلاحية إلى مدى قدرة المقياس على قياس ما يفترض قياسه بدقة، ويعد التحليل العاملي من أكثر الأساليب الإحصائية التي أثبتت فعاليتها في اختبار صلاحية المقياس المستخدم (إدريس، ٢٠١٢)، الذي يساعد على التوصل إلى مجموعة من العوامل الأساسية التي يضم كل منها عدداً من المتغيرات التي يتضمنها المقياس المستخدم وذات معاملات الارتباط العالية بالعوامل المستخرجة من أسلوب التحليل العاملي مع استبعاد المتغيرات ذات معاملات الارتباط الضعيفة،

وقبل التعرض لنتائج التحليل العاملي قام الباحث بالتأكد من مدي كفاية العينة التي توفر إمكانية استخدام التحليل العاملي، حيث قام الباحث بتطبيق اختبار Kaiser-MO (KMO) Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy لتحديد مدى كفاية العينة حيث يقارن مقادير Magnitudes معاملات الارتباط المشاهدة The Observed Correlation Coefficients بمقادير معاملات الارتباط الجزئي The Partial Correlation Coefficients، وتعتبر القيمة الصغيرة للمقياس KMO مؤشراً على أن استخدام التحليل العاملي ربما لم يكن فكرة جيدة، وذلك كما هو يوضح الجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣)

اختبار KMO and Bartlett's للمقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة

اختبار Bartlett's		اختبار KMO	متغيرات الدراسة
المعنوية	مربع كاي (كا)		
٠,٠٠٠	٢١٥٣,٤٥٣	٠,٧٩٩	رقمنة الخدمات الحكومية

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي .

ويتضح من الجدول رقم (٣/٣) ما يلي:

- أظهرت نتائج اختبار (KMO) أن قيمته تساوي (٠,٧٩٩) لمقياس رقمنة الخدمات الحكومية، وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠,٥٠) وهذا يدل على كفاية حجم العينة. كما أظهرت نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity أن قيمته تساوي (٢١٥٣,٤٥٣) وهي قيمة كبيرة وبمستوى معنوية (٠,٠٠٠) أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات الخاضعة للاختبار والمتعلقة بأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية تكفي لإستخدام التحليل العاملي.

وبعد التأكد من مدي كفاية حجم العينة وإمكانية تطبيق التحليل العاملي، قام الباحث بتطبيق أسلوب التحليل العاملي على متغيرات الدراسة المستخرجة من أسلوب تحليل الثبات وهي ١٤ متغيراً لقياس أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية، وقد تقرر استبعاد أي متغير من هذه المتغيرات يحصل على أقل من ٠,٦٠، كعامل تحميل على أي عامل من العوامل المستخرجة أو يحمل على أكثر من عامل في نفس الوقت (إدريس، ٢٠١٢). بينما لم يتم تطبيق أسلوب التحليل العاملي على متغير رضا المواطنين لكونه متغير أحادي الأبعاد.

أ- نتائج التحليل العاملي لمقياس رقمنة الخدمات الحكومية:

وفي ضوء المعايير السابقة وكما يوضح الجدول رقم (٤/٣) فقد تم التوصل إلى أن هناك ثلاثة أبعاد رئيسية (تضم ١٤ عبارة) تحدد متغير رقمنة الخدمات الحكومية، وقد ساهمت تلك العوامل مجتمعة في تفسير حوالي ٧٨,٩٪ من التباين الكلي للبيانات التي يحتوى عليها مقياس رقمنة الخدمات الحكومية. حيث: العامل الأول: تحويل نماذج الأعمال رقمياً ويفسر ما مقداره (٣٣,٤٪) من التباين الكلي للبيانات التي يحتوى عليها مقياس رقمنة الخدمات الحكومية، العامل الثاني: تحويل تجربة العملاء رقمياً ويفسر ما مقداره (٢٧,٦٪) من التباين الكلي للبيانات التي يحتوى عليها مقياس رقمنة الخدمات الحكومية، العامل الثالث: تحويل العمليات الداخلية رقمياً ويفسر ما مقداره (١٧,٨٪) من التباين الكلي للبيانات التي يحتوى عليها مقياس رقمنة الخدمات الحكومية.

جدول رقم (٤)

العوامل الرئيسية المستخرجة من العبارات الخاصة برقمنة الخدمات الحكومية (مخرجات أسلوب التحليل العاملي Factor Analysis)

العوامل			المتغيرات
عامل (٣)	عامل (٢)	عامل (١)	
			تحويل تجربة العملاء رقمياً
٠,١٩	٠,٧١	٠,٢٩	١. توفر التقنيات الرقمية فهم لسلوكيات واحتياجات المواطنين لدمجها في خدمات وزارة التنمية المحلية.
٠,٣٩	٠,٦٩	٠,٣٤	٢. تتيح التقنيات الرقمية إنشاء رحلة او تجربة رقمية متكاملة وسريعة للمواطن في نظام أساسي واحد عبر الإنترنت
٠,١٨	٠,٨١	٠,٣٨	٣. توفر القنوات الرقمية الإتصال والإستجابة السريعة لخدمة المواطنين
٠,٢٢	٠,٦٨	٠,٤٦	٤. تحمي العمليات الرقمية المصاحبة لتقديم خدمات وزارة التنمية المحلية خصوصية بيانات المواطنين
			تحويل العمليات الداخلية رقمياً
٠,٦٦	٠,٠٩	٠,٤٦	٥. تساهم رقمنة الإجراءات داخل الوحدات المحلية في تحسين الرقابة عليها
٠,٦٤	٠,١١	٠,٣٦	٦. تساهم رقمنة الإجراءات داخل الوحدات المحلية في تحسين كفاءة خدمة المواطنين
٠,٧٥	٠,١٩	٠,١٤	٧. تساهم رقمنة الإجراءات داخل الوحدات المحلية في تخفيض

المتغيرات			العوامل		
			عامل (٣)	عامل (٢)	عامل (١)
التكاليف			٤	٣	٥
٨.	تمكن التقنيات الرقمية العاملين داخل الوحدات المحلية من سرعة إتخاذ القرارات على أساس البيانات الفورية المحدثة	٠,٤٧	٠,٢٤	٠,٦٩	١
٩.	توفر التقنيات الرقمية داخل الوحدات المحلية تقديم خدمات متكاملة للمواطنين	٠,١١	٠,٣١	٠,٦٦	٦
تحويل نماذج الأعمال رقمياً					
١٠.	تعزز القنوات الرقمية لخدمات وزارة التنمية المحلية ولاء المواطنين	٠,٨١	٠,٠٥	٠,١٦	٩
١١.	تساهم القنوات الرقمية في توفير خدمات وزارة التنمية المحلية للمواطنين بسهولة ويسر	٠,٧٧	٠,١٦	٠,٣٤	٤
١٢.	تغطي القنوات الرقمية لخدمات وزارة التنمية المحلية توقعات المواطنين	٠,٧١	٠,٢٣	٠,٣١	٦
١٣.	تحقق القنوات الرقمية لخدمات وزارة التنمية المحلية الكفاءة فيما يتعلق بالخدمات المقدمة	٠,٦٦	٠,٤٣	٠,٠٩	٨
١٤.	تساعد القنوات الرقمية على إتاحة خدمات وزارة التنمية المحلية لجميع المواطنين في أي مكان	٠,٧٦	٠,٣٥	٠,١١	٩
	قيمة الجذر الكامن لكل عامل بعد التدوير	٧,٦٧	٥,٧٩	٤,٣٦	٤
	نسبة التباين التي يفسرها كل عامل بعد التدوير	٣٣,٤	٢٧,٦	١٧,٨	٥٦
	نسبة التباين الاجمالي		٧٨,٩%		٢٨

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي**ب- نتائج التحليل العاملي لمقياس رضا المواطنين:**

نظراً لأن مقياس رضا المواطنين أحادي الأبعاد فإنه تقرر عدم إجراء التحليل العاملي علي متغيراته، والاكفاء بمعامل الصدق والذي تم حسابه من خلال الجذر التربيعي لقيمه معامل الثبات ألفا. وقد بلغت قيمه معامل الصدق (٠,٩٠١). كما أشارت نتائج التحليل الإحصائي أن مقياس رضا المواطنين تحتوي على ٩ عبارات تساهم مجتمعة في تفسير حوالي ٦٧,٥% من التباين الكلي للبيانات التي يحتوي عليها مقياس رضا المواطنين.

وفي ضوء ما سبق من نتائج إختبار الثبات والمصادقية لأداء الدراسة الحالية، فقد تبين إمكانية الإعتماد علي ١٤ متغيرات لقياس أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية، و ٩ متغيرات لقياس رضا المواطنين. حيث تتمتع جميعها بدرجة عالية من الثبات والمصادقية.

نتائج الدراسة:

يستعرض الباحثان فيما يلي نتائج توصيف متغيرات الدراسة واختبار الفروض، على النحو الآتي:

١/٦- توصيف متغيرات الدراسة: قام الباحثان بإجراء تحليل وصفي لبيانات الدراسة باستخدام (SPSS V.23) ويُظهر الجدول رقم (٥) قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة ومعاملات الارتباط بينها.

ويتضح من الجدول رقم (٥) ما يأتي:

- جاء المتوسط الحسابي العام لرقمنة الخدمات الحكومية وفقاً لأراء المتعاملين مع الوحدات المحلية بلغ (٢,٦٥) وهو أقل من المتوسط العام للمقياس (٣ درجة)، وبالنظر لقيم المتوسطات الحسابية لأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية، يتبين عدم وجود تفاوت في آراء المواطنين المتعاملين، حيث أن جميع تلك الأبعاد تتوافر بقدر منخفض نسبياً بالوحدات المحلية محل الدراسة حيث يتراوح المتوسط الحسابي لأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية بين (٢,٥٨) (٢,٧١) ويشير ذلك إلي أنه بالرغم من توجه الدولة الرقمي حالياً إلا أن هناك عدد كثير من الخدمات غير متوفرة اونلاين على مواقع الوحدات المحلية كما ان هناك العديد من تلك المواقع غير متكاملة ومتطورة بشكل كاف مما يجعل المواطنين لا زالوا يتلقون الخدمات بالشكل التقليدي.
- تبين أن المتوسط الحسابي العام لرضا المواطنين بلغ (٢,٤٧) وهو أقل من المتوسط العام للمقياس (٣ درجة)، ويشير ذلك إلي أن المتعاملين لا يشعرون بالإرتياح عند إستخدامهم المواقع كما أن الخدمات المتاحة غير متكاملة مما يجعل المواطنين يلجأون لزيارة للوحدات المحلية للحصول على خدماتهم بشكل غير رقمي.
- وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين جميع أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية، حيث ترواحت معاملات الارتباط بين (٠,٦٧١) و (٠,٧٥٦) عند مستوى معنوية ٠,٠١، مما يؤكد على ثبات وصدق العبارات المستخدمة بقياس أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية وأنها مرتبطة ارتباطاً حقيقياً غير راجع للصدفة.
- كما تبين وجود إرتباط معنوي طردي بين رقمنة الخدمات الحكومية بجميع أبعادها ورضا المواطنين المتعاملين مع الوحدات المحلية محل الدراسة، وقد ترواحت معاملات الإرتباط بين (٠,٣٦٨) و (٠,٦٨٤) عند مستوى معنوية ٠,٠١.

جدول رقم (٥): الإحصاء الوصفي ومصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغيرات	١	٢	٣	٤	٥
١. تحويل تجريبية العملاء رقمياً	١				
٢. تحويل العمليات الداخلية رقمياً	**٠,٦٧١	١			
٣. تحويل نماذج	**٠,٧٥٦	**٠,٦٩٨	١		

الأعمال رقمياً					
					٤. رقمنة الخدمات الحكومية
	١	**٠,٧٩٤	**٠,٨١٣	**٠,٨٤٢	
	١	**٠,٦٨٤	**٠,٤٤٩	**٠,٣٦٨	٥. رضا المواطنين
	٢,٤٧	٢,٦٥	٢,٧١	٢,٦٦	الوسط الحسابي
	٠,٦٣٤	٠,٥٤٩	٠,٤٩٨	٠,٦١٣	الانحراف المعياري

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

٢/٦: اختبار فروض الدراسة:

بعد التأكد من صدق وثبات نموذج القياس المستخدم لقياس متغيرات الدراسة، قام الباحث بتقييم النموذج البنائي واختبار فروض الدراسة على النحو التالي.

يناقش الفرض الأول مدى وجود تأثير معنوي مباشر لرقمنة الخدمات الحكومية على مستوى رضا المواطنين المتعاملين مع لوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ موضع الدراسة، والذي ينص على "لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية على مستوى رضا المواطنين المترددين على الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة".

ولإختبار هذا الفرض قام الباحث بداية باستخدام أسلوب تحليل الانحدار البسيط، لما له من القدرة على بيان أثر متغير مستقل على متغير تابع. وقد تم استخدام اختبار تحليل الانحدار البسيط عند مستوى معنوية ٥٪، ويوضح الباحث فيما يأتي نتائج هذا التحليل لتأثير رقمنة الخدمات الحكومية ككل على مستوى رضا المواطنين ككل كمتغير تابع وذلك على النحو الموضح بالجدول رقم (٦).

جدول رقم (٦)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لرقمنة الخدمات الحكومية ككل على رضا المواطنين ككل بالوحدات المحلية موضع الدراسة

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة
رضا المواطنين	رقمنة الخدمات الحكومية	٠,٦٨٤	٩,٨٥٤	٠,٠٠٠	معنوي
		التباين $F = ٧٦,٨٦٥$		معامل الارتباط $R = ٠,٦٨٤$	
		المعنوية $p = ٠,٠٠٠$		معامل التحديد $R^2 = ٠,٤٦٨$	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول رقم (٦) ما يلي:

- صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في رضا المواطنين ككل، حيث بلغت قيمة F (٧٦,٨٦٥) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى أقل من (٥%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.
- أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع التي ترجع الى تغير المتغير المستقل (رقمنة الخدمات الحكومية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بين المتغير التابع والمتغير المستقل بلغ (٠,٦٨٤) ومعامل التحديد بلغ (٠,٤٦٨) وهذا يعني أن المتغير المستقل (رقمنة الخدمات الحكومية) تفسر ما مقداره (٤٦,٨%) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا المواطنين) بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة.

ويتضح مما سبق أن رقمنة الخدمات الحكومية تؤثر تأثيراً طردياً معنوياً في رضا المواطنين. ولمزيداً من التفسير والإيضاح حول أهمية أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية في التأثير على رضا المواطنين، قام الباحث بإجراء تحليل إنحدار متعدد لأثر أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية كمتغيرات مستقلة على رضا المواطنين كما هو موضح بالجدول رقم (٧).

جدول رقم (٧)

نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية على رضا المواطنين المتعاملين مع الوحدات المحلية موضع الدراسة

الترتيب	الدالة	المعنوية	قيمة ت	معامل الإنحدار	المتغيرات المستقلة	المتغير التابع
١	معنوي	٠,٠٠٠	٦,٢١٥	٠,٢٨٩	تحويل تجربة العملاء رقمياً	رضا المواطنين
٣	معنوي	٠,٠٠٠	٣,٨٤٢	٠,١٦٥	تحويل العمليات الداخلية رقمياً	
٢	معنوي	٠,٠٠٠	٤,٩١١	٠,٢٦٤	تحويل نماذج الأعمال رقمياً	
التباين $F=٧٠,٨٦٥$ المعنوية $p=٠,٠٠٠$				معامل الارتباط $R=٠,٦٨١$ معامل التحديد $R^2=٠,٤٦٤$		

المصدر : نتائج التحليل الاحصائي.

ويتضح من الجدول رقم (٧) ما يلي:

- صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في رضا المواطنين، حيث بلغت قيمة F (٧٠,٨٦٥) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.
- أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع التي ترجع الى تغير المتغير المستقل (أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية)، فقد تبين

أن مُعامل الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع بلغ (٠,٦٨١) ومعامل التحديد بلغ (٠,٤٦٤) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة (أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية) تفسر ما مقداره (٤٦,٤٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا المواطنين) بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة.

- يتضح أن جميع أبعاد رقمنة الخدمات الحكومية تؤثر تأثيراً طردياً معنوياً في رضا المواطنين. وكانت أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا المواطنين هي تحويل تجربة العملاء رقمياً، يليها تحويل نماذج الأعمال رقمياً، وأخيراً تحويل العمليات الداخلية رقمياً.

وبناء على النتائج السابقة، يتضح وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر لرقمنة الخدمات الحكومية بأبعادها المختلفة على رضا المواطنين المتعاملين مع الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة، الأمر الذي يترتب عليه ثبوت خطأ الفرض الأول للدراسة والذي ينص على " لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد رقمنة الخدمات الحكومية على مستوى رضا المواطنين المترددين على الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة"، وبالتالي نقبل الفرض البديل بوجود تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية لرقمنة الخدمات الحكومية على رضا المواطنين المتعاملين مع الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة.

مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها:

سعت الدراسة بشكل رئيس للتعرف على العلاقة بين رقمنة الخدمات الحكومية وجودة الخدمة المقدمة بالوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ، ومن خلال عينة قدرها (٣١٦) مواطن، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، يناقشها الباحث فيما يلي في ضوء الأدبيات ذات الصلة.

- تبين إنخفاض مستوى رقمنة الخدمات الحكومية بجميع أبعادها من قبل المواطنين المتعاملين مع الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ، ويعبر ذلك عن إنخفاض الأنشطة الفعلية التي تقوم بها تلك الوحدات محل الدراسة في سبيل تقديم جميع خدماتها بشكل رقمي للمواطنين، فلا تزال هناك خدمات عديدة تقدم بشكل روتيني مثل التراخيص وتقديم الطلبات المختلفة (Jamrog and Overholt, 2004)، الأمر الذي قد ينعكس سلباً على إنتاجية العاملين وأداء الوحدات محل الدراسة (Masoud and Basahel, 2023; Chan et al., 2021).
- أشارت النتائج إلي تراجع مستوى رضا المواطنين عن الخدمات المقدمة من قبل الوحدات المحلية بمحافظة كفر الشيخ محل الدراسة، مما يعني عدم شعور المواطنين بالمتعة والسعادة جراء استخدام تلك الخدمات الرقمية بوضعها الحالي (Ginting et al., 2023). وقد يعود ذلك لتراجع معدل المنافع المدركة ومستوي المتعة المدرك من قبل المواطنين عند استخدام الخدمة (Shaikh et al., 2023).

- تبين أن جميع أبعاد جودة الخدمة المدركة تؤثر تأثيراً طردياً معنوياً في رضا المواطنين. وكانت أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا المواطنين هي هي الإستجابة ثم الخصوصية يليها سهولة الإستخدام، ثم الإعتمادية تليها تصميم الموقع، وأخيراً الكفاءة. ويشير ذلك إلي سرعة الإستجابة لإحتياجات المواطنين الفعلية وتساؤلاتهم وشكاويهم والتعامل بإيجابية معها يساعد على شعور المواطن بالإهتمام والعناية من قبل مقدم الخدمة مما يشعروه بالرضا والسعادة (Najeeb, 2022; Miguel et al., 2022; Abdel-Hamid et al., 2022; Mohamed, 2021).

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة الحالية يمكن للباحث تقديم مجموعه من التوصيات للمسؤولين عن الوحدات المحلية لتحسين مستوي رضا المواطنين وذلك على النحو التالي:

- العمل على تأهيل وتدريب القيادات والعاملين على التكنولوجيا الرقمية الحديثة وكيفية الإستفادة منها لتعزيز وتبسيط طريقة تقديم الخدمة.
- دعم متطلبات التحول الرقمي الكامل لكافة الخدمات المقدمة بواسطة وزارة التنمية المحلية ووحدات الحكم المحلي تسهيلاً على المواطنين.
- توفير منصات رقمية متكاملة وسهلة الإستخدام وتتمتع بالأمان والسرية حتي يشعر المواطنون بالإطمئنان على بياناتهم وحساباتهم عن التعامل معها.
- تحسين البنية التحتية التكنولوجية في الدولة ككل لضمان وصول أمن لكافة المواطنين للخدمات الحكومية الرقمية.
- تقديم مكافآت وحوافز مادية ومعنوية مجزية لذوي الأداء المتميز المبتكر من العاملين والذين يساهمون في تبسيط وتيسير إجراءات العمل وأسلوب تقديم الخدمات للمواطنين.
- إستخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة في تقديم الخدمات الحكومية وتبني الحكومة الإلكترونية على نطاق واسع في قطاع المحليات.
- تشجيع العاملين على المشاركة الفعالة في عملية صنع القرارات الإدارية ذات العلاقة بمهامهم الوظيفية.
- العمل على جعل سياسات العمل أكثر مرونة، والحرص على تطويرها بشكل مستمر ودائم.
- تدريب العاملين على التعامل بكفاءة مع مختلف الوسائل التكنولوجية المستخدمة في أساليب تقديم الخدمات في عصر الرقمنة الحالي.
- تحويل كافة العمليات الداخلية والإجراءات الوتينية والتي تتطلب حضور المواطنين للوحدات محل الدراسة إلي شكل رقمي يمكن الحصول عليها وتقديمها إلكترونياً للجهات محل التعامل.

- الاستفادة من آراء المواطنين وإقتراحاتهم وشكاويهم في تطوير التطبيقات ونظم العمل الرقمية.
- توفير آليات رقمية حديثة للرد على استفسارات المواطنين بشكل فوري رقمياً مثل الشات الذكي او المحادثات الفورية اعتماداً على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.
- تطوير التطبيقات المستخدمة لضمان أعلى مستويات من السرية لحسابات المواطنين وبياناتهم.
- الحرص على تصميم مواقع بسيطة وسهلة مستخدمة الرموز الدلالية والاشارات البسيطة المفهومة لدي الجميع لضمان سهولة الوصول إلي الخدمات المرغوبة.

حدود الدراسة والبحوث المستقبلية المقترحة:

- تم إعداد الدراسة في ضوء مجموعة من الحدود التي يمكن توضيحها؛ ومن ثم اقتراح عدد من البحوث المستقبلية كالآتي:
- إعادة إجراء نفس الدراسة الحالية على قطاعات صناعية أو خدمية أخرى بخلاف المحليات، مثل القطاع الصحي والقطاع المصرفي وقطاع صناعة الأغذية والمشروبات وقطاع صناعة الأدوية.
 - إجراء دراسة للتعرف على معوقات الرقمنة الكاملة لكافة خدمات الوحدات المحلية والخدمات الحكومية بشكل عام.
 - إجراء دراسة نوعية للتعرف على محددات رضا المواطنين المتعاملين مع قطاع الحكم المحلي.
 - اختبار دور السمات الشخصية والثقافية للمتعاملين كمتغير معدل لطبيعة العلاقة بين رقمنة الخدمات الحكومية ورضا المواطنين.
 - دراسة الدور المعدل للكلمة المنطوقة إلكترونياً في العلاقة بين رقمنة الخدمات الحكومية ورضا المواطنين.

قائمة المراجع

- إدريس، ثابت عبد الرحمن (٢٠١٢)، بحوث التسويق : أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض ، الأسكندرية ، الدار الجامعية للطبع والنشر .
- السميران، ورده فارس (٢٠١٤)، أثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا عملاء البنوك الإسلامية في الأردن، رسالة ماجستير، كلية إدارة المال والاعمال، جامعة آل البيت، الأردن.
- الطاهر، علاء فرج (٢٠٠٩)، الحكومة الإلكترونية (بين النظرية والتطبيق)، دار الرياء للنشر والتوزيع، الأردن.

- الطائي، رعد عبد الله؛ قداد، عيسى (٢٠٠٨)، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- المجالي، رائد جمال فضل(٢٠٠٩)، أثر جودة الخدمات الإلكترونية في أجهزة الخدمة المدنية على رضا متلقي الخدمة، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، الاردن.
- جواد، بان قاسم (٢٠١٦)، أثر جودة الخدمات الإلكترونية في رضا متلقي الخدمة دراسة تطبيقية في الهيئة العراقية للحاسبات والمعلوماتية، مجلة كلية التربية الاساسية، ٢٢(٩٣)، ٢٦١-٢٨٠.
- خميس، أسر أحمد (٢٠٢١)، أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، ٣(١)، ج ٢، ٩٩٧-١٠٤٤.
- لونيس، نادية (٢٠١٧). الحكومة الذكية كاتجاه حديث لتطوير الخدمات الحكومية الإلكترونية. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، ٦ (٣)، ١٠٦١-١٠٧٨.
- مطر، عصام عبد الفتاح (٢٠١٣)، الحكومة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، مصر.

- Abdel-Hamid, T. A., Ahmed, M. A. E. A. S., Zohry, M. A. F., Elshabrawy, G. A., & Elgohary, E. M. (2022). The role of digital transformation in improving customer satisfaction: An empirical study on Egyptian hotels. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 88(6), e12234.
- Abdirad, M., & Krishnan, K. (2022). Examining the impact of E-supply chain on service quality and customer satisfaction: a case study. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(2), 274-290.
- Aftab, M., & Myeong, S. (2023). An analysis of foreign residents' perceptions and behaviors regarding digital government portal services in the Republic of South Korea. *International Review of Administrative Sciences*, 89(2), 536-554.
- Agag, G. M., & El-Masry, A. A. (2017). Why do consumers trust online travel websites? Drivers and outcomes of consumer trust toward online travel websites. *Journal of Travel Research*, 56(3), 347-20.
- Akoglu, H. E., & Özbek, O. (2022). The effect of brand experiences on brand loyalty through perceived quality and brand trust: a study on sports consumers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2130-2148.

- Akter, S., Hossain, M. I., Lu, S., Aditya, S., Hossain, T. M. T., & Kattiyapornpong, U. (2019). Does service quality perception in omnichannel retailing matter? A systematic review and agenda for future research. *Exploring omnichannel retailing: common expectations and diverse realities*, 71-97.
- Al-Ammary, J. H. (2021). The uptake of digital government services: toward digital transformation in the Kingdom of Bahrain. *Electronic Government, an International Journal*, 17(2), 199-219.
- Alarifi, A. A., & Husain, K. S. (2023). The influence of Internet banking services quality on e-customers' satisfaction of Saudi banks: comparison study before and during COVID-19. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 40(2), 496-516.
- Albarq, A. N. (2023). The Impact of CKM and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Saudi Banking Sector: The Mediating Role of Customer Trust. *Administrative Sciences*, 13(3), 90.
- Alfiansyah, R., Pamungkas, R. A., Bakhri, S., & Romdonny, J. (2024). Enhancing Customer Loyalty: Optimizing Barista and Store Atmosphere for Increased Customer Satisfaction. *International Journal of Social Service and Research*, 4(01), 1-14.
- Alharbi, N. N., & Yanhui, L. (2020). Impact of trust in government and privacy risk concern on willingness to provide personal information in Saudi Arabia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 6(2), 7-18.
- Ali, R., Wahyu, F. R. M., Darmawan, D., Retnowati, E., & Lestari, U. P. (2022). Effect of Electronic Word of Mouth, Perceived Service Quality and Perceived Usefulness on Alibaba's Customer Commitment. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 232-237.
- Almansour, B., & Elkrghli, S. (2023). Factors Influencing Customer Satisfaction on E-Banking Services: A Study of Libyan Banks. *International Journal of Technology, Innovation and Management (IJTIM)*, 3(1), 34-42.
- Alrhaimi, S. A., & Rabeh, I. M. (2022). Quality of Digital Government Services. *resmilitaris*, 12(3), 1991-1998.
- Aluko, O. R., Idoro, G. I., & Mewomo, M. C. (2021). Relationship between perceived service quality and client satisfaction indicators of

- engineering consultancy services in building projects. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 19(2), 557-577.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & marketing*, 20(2), 123-138.
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016). Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities: Development of HiEduQual. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 488-517.
- Auttri, B., Chaitanya, K., Daida, S., & Jain, S. K. (2023). Digital Transformation in Customer Relationship Management: Enhancing Engagement and Loyalty. *European Economic Letters (EEL)*, 13(3), 1140-1149.
- Bauer, H. H., Falk, T., & Hammerschmidt, M. (2006). eTransQual: A transaction process-based approach for capturing service quality in online shopping. *Journal of business research*, 59(7), 866-875.
- Bernarto, I., & Purwanto, A. (2022). The effect of perceived risk, brand image and perceived price fairness on customer satisfaction. *Brand Image and Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction* (March 1, 2022).
- Bonnet, D., & Westerman, G. (2020). The new elements of digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 62(2).
- Boyer, K. K., Hallowell, R., & Roth, A. V. (2002). E-services: operating strategy—a case study and a method for analyzing operational benefits. *Journal of Operations management*, 20(2), 175-188.
- Bressolles, G., & Durrieu, F. (2008, July). Segmenting online customers based on electronic service quality dimensions: An application to wine websites. In *4th International Conference of the Academy of Wine Business Research* (pp. 1-17).
- Cavazotte, F., Moreno, V., & Lasmar, L. C. C. (2020). Enabling customer satisfaction in call center teams: the role of transformational leadership in the service-profit chain. *The Service Industries Journal*, 40(5-6), 380-393.
- Chan, F. K., Thong, J. Y., Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2021). Service design and citizen satisfaction with e-government services: a multidimensional perspective. *Public Administration Review*, 81(5), 874-894.

- Chanas, S., Myers, M. D., & Hess, T. (2019). Digital transformation strategy making in pre-digital organizations: The case of a financial services provider. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(1), 17-33.
- Cinkir, S., Yildiz, S., & Kurum, G. (2022). The effect of undergraduate students' perceived service quality on student commitment. *Sage Open*, 12(2), 21582440221096134.
- Cordella, A., & Tempini, N. (2015). E-government and organizational change: Reappraising the role of ICT and bureaucracy in public service delivery. *Government information quarterly*, 32(3), 279-286.
- Desa, U. United Nations E-Government Survey 2018. In *Gearing E-Government to Support Transformation towards Sustainable and Resilient Societies*; United Nations: New York, NY, USA, 2018.
- Drigas, A., & Koukianakis, L. (2009). *Government online: an e-government platform to improve public administration operations and services delivery to the citizen* (pp. 523-532). Springer Berlin Heidelberg.
- Ejdys, J., & Gulc, A. (2020). Trust in courier services and its antecedents as a determinant of perceived service quality and future intention to use courier service. *Sustainability*, 12(21), 9088.
- El-Gamal, S., Abd El Aziz, R., & Abouelseoud, M. F. (2022). E-Government Service Quality: The Moderating Role of Awareness and the Mediating Role of Consistency. *International Journal of Electronic Government Research (IJEGR)*, 18(1), 1-21.
- Engdaw, B. D. (2020). The impact of quality public service delivery on customer satisfaction in Bahir Dar city administration: The case of Ginbot 20 sub-city. *International journal of public administration*, 43(7), 644-654.
- Eren, B. A. (2021). Determinants of customer satisfaction in chatbot use: evidence from a banking application in Turkey. *International Journal of Bank Marketing*, 39(2), 294-311.
- Feliciano-Cestero, M. M., Ameen, N., Kotabe, M., Paul, J., & Signoret, M. (2023). Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research*, 157, 113546.

- Fitzgerald M., Kruschwitz N., Bonnet D., Welch M. (2014). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1.
- Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., & Park, K. (2021). The structural relationship among perceived service quality, perceived value, and customer satisfaction-focused on starbucks reserve coffee shops in Shanghai, China. *Sustainability*, 13(15), 8633.
- Ginting, Y., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329-340.
- Griffiths, J. R., & Brophy, P. (2005). Student searching behavior and the web: use of academic resources and Google.library trends, 53(4), 539-554.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Grönroos, C. (2004). The relationship marketing process: communication, interaction, dialogue, value. *Journal of business & industrial marketing*, 19(2), 99-113.
- Guerra, J. M. M., Danvila-del-Valle, I., & Méndez-Suárez, M. (2023). The impact of digital transformation on talent management. *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122291.
- Guo, X., Li, M., Wang, Y., & Mardani, A. (2023). Does digital transformation improve the firm's performance? From the perspective of digitalization paradox and managerial myopia. *Journal of Business Research*, 163, 113868.
- Ho, C. T., & Wei, C. L. (2016). Effects of outsourced service providers' experiences on perceived service quality: A signaling theory framework. *Industrial Management & Data Systems*, 116(8), 1656-1677.
- Iliachenko, E. (2006). Electronic service quality (e-SQ) in tourism: development of a scale for the assessment of e-SQ of tourism websites, Doctoral dissertation, Luleå tekniska universitet.
- Ilyas, G. B., Munir, A. R., Tamsah, H., Mustafa, H., & Yusriadi, Y. (2021). The influence of digital marketing and customer perceived value

- through customer satisfaction on customer loyalty. Pt. 2 J. Legal Ethical & Regul. Issues, 24, 1.
- Islam, S., Muhamad, N., Rokonzaman, M., Iyer, P., & Leong, V. S. (2023). Customer perceived quality of life in provider value cocreation: The mediating role of customer value cocreation and the moderating role of customer emotions. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123-135.
- Janssen, M., Rana, N. P., Slade, E. L., & Dwivedi, Y. K. (2021). Trustworthiness of digital government services: deriving a comprehensive theory through interpretive structural modelling. *Digital Government and Public Management*, 15-39.
- Johnny, M. C. L., & Ali, S. H. (2024). The Impact of Perceived Service Quality Towards Customer Loyalty and Satisfaction in the Telecommunication Service Industry. In *Intelligent Systems, Business, and Innovation Research* (pp. 511-519). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Johri, A., & Kumar, S. (2023). Exploring Customer Awareness towards Their Cyber Security in the Kingdom of Saudi Arabia: A Study in the Era of Banking Digital Transformation. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023.
- Kaondera, P. R., Chikazhe, L., Munyimi, T. F., & Nyagadza, B. (2023). Buttressing customer relationship management through digital transformation: perspectives from zimbabwe's commercial banks. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2191432.
- Khairawati, S. (2020). Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 9(1), 15-23.
- Khatoun, S., Zhengliang, X., & Hussain, H. (2020). The Mediating Effect of customer satisfaction on the relationship between Electronic banking service quality and customer Purchase intention: Evidence from the Qatar banking sector. *Sage Open*, 10(2), 2158244020935887.

- Kim, Y. J., & Kim, H. S. (2022). The impact of hotel customer experience on customer satisfaction through online reviews. *Sustainability*, 14(2), 848.
- Kim, Y., & Zhang, J. (2016). Digital government and wicked problems. *Government Information Quarterly*, 33(4), 769-776.
- Kitsios, F., Kamariotou, M., Karanikolas, P., & Grigoroudis, E. (2023). Digital Transformation in Hospitality: Identifying Customer Satisfaction Based on Online Hotel Guests' Ratings. In *Digital Transformation of the Hotel Industry: Theories, Practices, and Global Challenges* (pp. 173-188). Cham: Springer International Publishing.
- Kolae, A. S. S., Ghaffari, R., & Divkoti, M. M. A. (2022). The impact of open service innovation on perceived service quality of customer in Sari Municipality. *International Journal of Services and Operations Management*, 43(2), 203-226.
- Kotler, P. (2003). *Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*, 14 Ed., Prentice Hall, Boston.
- Ku, M., Gil-Garcia, J. R., & Zhang, J. (2016). The emergence and evolution of cross-boundary research collaborations: An explanatory study of social dynamics in a digital government working group. *Government Information Quarterly*, 33(4), 796-806.
- Kumagai, K., & Nagasawa, S. Y. (2023). Effects of perceived luxury value and use of sustainable polyester on brand trust, perceived quality risk, and consumers' brand evaluation. *Journal of Global Fashion Marketing*, 14(2), 123-142.
- Kunz, W., Schmitt, B., & Meyer, A. (2011). How does perceived firm innovativeness affect the consumer?. *Journal of Business Research*, 64(8), 816-822.
- Kupi, M., & McBride, K. (2021). Agile Development for Digital Government Services: Challenges and Success Factors. In *Electronic Participation: 13th IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2021, Granada, Spain, September 7–9, 2021, Proceedings 13* (pp. 139-150). Springer International Publishing.

- Lamsal, B. P., & Gupta, A. K. (2022). Citizen satisfaction with public Service: What factors drive?. *Policy & Governance Review*, 6(1), 78-89.
- Leão, H. A. T., Canedo, E. D., & Souza, J. C. F. (2018). Digitization of Government Services: Digitization Process Mapping. In *On the Move to Meaningful Internet Systems. OTM 2018 Conferences: Confederated International Conferences: CoopIS, C&TC, and ODBASE 2018*, Valletta, Malta, October 22-26, 2018, Proceedings, Part I (pp. 3-20). Springer International Publishing.
- Li, Y., Teng, W., Liao, T. T., & Lin, T. M. (2021). Exploration of patriotic brand image: its antecedents and impacts on purchase intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(6), 1455-1481.
- Lin, P. M., Au, W. C. W., & Baum, T. (2024). Service quality of online food delivery mobile application: an examination of the spillover effects of mobile app satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(3), 906-926.
- Linders, D., Liao, C. Z. P., & Wang, C. M. (2018). Proactive e-Governance: Flipping the service delivery model from pull to push in Taiwan. *Government information quarterly*, 35(4), S68-S76.
- Lorenzi, D., Shafiq, B., Vaidya, J., Nabi, G., Chun, S., & Atluri, V. (2012, June). Using QR codes for enhancing the scope of digital government services. In *Proceedings of the 13th Annual International Conference on digital government research* (pp. 21-29).
- Masoud, R., & Basahel, S. (2023). The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: The Role of Customer Experience and IT Innovation. *Digital*, 3(2), 109-126.
- Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123, 642-656.
- McNeal, R., Hale, K., & Dotterweich, L. (2008). Citizen-government interaction and the Internet: Expectations and accomplishments in contact, quality, and trust. *Journal of Information Technology & Politics*, 5(2), 213-229.

- Mehta, A. M., & Tariq, M. (2020). How brand image and perceived service quality affect customer loyalty through customer satisfaction. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(1), 1-10.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard business review*, 85(2), 116.
- Miguel, P. M. D., De-Pablos-Heredero, C., Montes, J. L., & García, A. (2022). Impact of dynamic capabilities on customer satisfaction through digital transformation in the automotive sector. *Sustainability*, 14(8), 4772.
- Mohamed, S, S, H. (2021). The Impact of Using Online Services for Banks Operating In Egypt In Light of Digital Transformation on Achieving Customer Satisfaction and Loyalty: A Case Study. *The Arab Journal of Media and Communication Research (AJMCR)*, 2021(35), 282-319.
- Mummalaneni, V., & Meng, J. (2009). An exploratory study of young Chinese customers' online shopping behaviors and service quality perceptions. *Young Consumers*, 10(2), 157-169.
- Munawar, N. A., & Mahaputra, M. R. (2022). Influence of cashback promotion, e-service quality, customer satisfaction on re-use interest. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 742-751.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., & Claudia, U. G. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of consumer sciences*, 7(1), 34-50.
- Najeeb, S. H. (2022). Digital transformation of Banking Services and Its Impact on Customer Satisfaction Case Study, Commercial Bank of Iraq. *Journal of Business Economics for Applied Research*, 3(4), 67-87.
- Naswir, R. Y., Maarop, N., Hasan, M., Daud, S., Samy, G. N., & Magalingam, P. (2019). Towards a conceptual model to evaluate usability of digital government services in Malaysia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 10(4).
- Naz, S., Asrar-ul-Haq, M., Iqbal, A., & Ahmed, M. (2023). Relationship between brand innovativeness and customer satisfaction: a moderated mediation model from Generation M perspective. *Journal of Islamic Marketing*.
- Neis, M. I., Benitez, G. B., & Frank, A. G. (2022, November). Smart Cities and the Digitization of Government Services: Benefits and Challenges.

- In International Conference on Pattern Recognition (pp. 16-24). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Oliveira, A. S. D., Souki, G. Q., Silva, D. D., Silva, M. A. R., & Medeiros, F. D. A. D. S. (2023). Impacts of service guarantees on consumers' perceived quality and satisfaction in e-commerce. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw Hill.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. ME Sharpe. Inc., New York.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- 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.
- Pei, X. L., Guo, J. N., Wu, T. J., Zhou, W. X., & Yeh, S. P. (2020). Does the effect of customer experience on customer satisfaction create a sustainable competitive advantage? A comparative study of different shopping situations. *Sustainability*, 12(18), 7436.
- Purba, F. R., & Paramita, E. L. (2021). The Influence of eWOM and Customer Satisfaction on Purchasing Decisions. *International Journal of Social Science and Business*, 5(4), 578-585.

- Qalati, S. A., Vela, E. G., Li, W., Dakhan, S. A., Hong Thuy, T. T., & Merani, S. H. (2021). Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on purchase intention: The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1869363.
- Ratnayaka, R. M., Kumara, P. A. P. S., & Silva, M. W. S. W. (2020). Impact of Organizational Citizenship Behavior on Perceived Service Quality in Hotel Industry. *Journal of the University of Ruhuna*, 7(1), 25.
- Razavi, S. M., Safari, H., Shafie, H., & Khoram, K. (2012). Relationships among service quality, customer satisfaction and customer perceived value: Evidence from Iran's software industry. *Journal of Management and Strategy*, 3(3), 28.
- Rowley, J. (2006). An analysis of the e-service literature: towards a research agenda. *Internet research*, 16(3), 339-359.
- Roy, G., Datta, B., Mukherjee, S., & Basu, R. (2021). Effect of eWOM stimuli and eWOM response on perceived service quality and online recommendation. *Tourism Recreation Research*, 46(4), 457-472.
- Santos, J. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing service quality: An international journal*, 13(3), 233-246.
- Serdar, O. K. A. N. (2024). The Mediating Role of Customer Relationship Management (CRM) in the Effect of Innovation on Perceived Service Quality: The Case of Airlines System. *Journal of Aviation*, 8(1), 32-42.
- Shaikh, E., Watto, W. A., Brahmi, M., Tunio, M. N., & Lighari, S. N. (2023). Customer satisfaction and Customer loyalty: An empirical case study on the impact of benefits generated through Smartphone applications. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 12(1-2), 119-139.
- Sharma, P. N., Morgeson III, F. V., Mithas, S., & Aljazzaf, S. (2018). An empirical and comparative analysis of E-government performance measurement models: Model selection via explanation, prediction, and parsimony. *Government Information Quarterly*, 35(4), 515-535.
- Sheng, T., & Liu, C. (2010). An empirical study on the effect of e-service quality on online customer satisfaction and loyalty. *Nankai business review international*, 1(3), 273-283.

- Siswadi, S., Jumaizi, J., Supriyanto, S., & Dewa, A. L. (2023). Indonesian Online Transportation (Go-Jek) Customers Satisfaction and Loyalty: How the Role of Digital Marketing, Word of Mouth, Perceived Value and Perceived Quality?. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), e362-e362.
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297-318.
- Souki, G. Q., Antonialli, L. M., Barbosa, A. A. D. S., & Oliveira, A. S. (2020). Impacts of the perceived quality by consumers' of à la carte restaurants on their attitudes and behavioural intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(2), 301-321.
- Su, D. N., Nguyen-Phuoc, D. Q., & Johnson, L. W. (2021). Effects of perceived safety, involvement and perceived service quality on loyalty intention among ride-sourcing passengers. *Transportation*, 48(1), 369-393.
- Sung, Y. H., Liu, S. H., Liao, H. L., & Liu, C. M. (2009). Service quality between e-government users and administrators. *I-WAYS, Digest of Electronic Commerce Policy and Regulation*, 32(4), 241-248.
- Swaid, S. I., & Wigand, R. T. (2007). Key dimensions of e-commerce service quality and its relationships to satisfaction and loyalty. *BLED 2007 proceedings*, 29. 1-15.
- Tonggiroh, M. (2017, November). Digital government services in Papua. In *2017 Second International Conference on Informatics and Computing (ICIC)* (pp. 1-6). IEEE.
- Tzavlopoulos, I., Gotzamani, K., Andronikidis, A., & Vassiliadis, C. (2019). Determining the impact of e-commerce quality on customers' perceived risk, satisfaction, value and loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 11(4), 576-587.
- UN/DESA Policy Brief #79: (2022), The role of public service and public servants during the COVID-19 pandemic|Department of Economic and Social Affairs,
<https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/un-desa->

[policy-brief-79-the-role-of-public-service-and-public-servants-during-the-covid-19-pandemic/](#). Accessed 22 June 2022

- Van de Walle, S. (2018). Explaining citizen satisfaction and dissatisfaction with public services. *The Palgrave handbook of public administration and management in Europe*, 227-241.
- Wang, C., & Teo, T. S. (2020). Online service quality and perceived value in mobile government success: An empirical study of mobile police in China. *International Journal of Information Management*, 52, 102076.
- Wang, Y., Wu, J., Lin, L., & Shafiee, S. (2021). An online community-based dynamic customisation model: the trade-off between customer satisfaction and enterprise profit. *International Journal of Production Research*, 59(1), 1-29.
- Weritz, P., Braojos, J., Matute, J., & Benitez, J. (2024). Impact of strategic capabilities on digital transformation success and firm performance: theory and empirical evidence. *European Journal of Information Systems*, 1-21.
- Westerman G., Calmèjane C., Bonnet D., Ferraris P., McAfee A. (2011). Digital transformation: A roadmap for billion-dollar organizations (pp. 1–68). MIT Sloan Management, MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting.
- Ye, D., Xu, B., Wei, B., Zheng, L., & Wu, Y. J. (2024). Employee work engagement in the digital transformation of enterprises: a fuzzy-set qualitative comparative analysis. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-15.
- Ye, X., Su, X., Yao, Z., Dong, L. A., Lin, Q., & Yu, S. (2023). How Do Citizens View Digital Government Services? Study on Digital Government Service Quality Based on Citizen Feedback. *Mathematics*, 11(14), 3122.
- Yi, H. T., Yeo, C., Amenuvor, F. E., & Boateng, H. (2021). Examining the relationship between customer bonding, customer participation, and customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102598.
- Yuan, Y. P., Dwivedi, Y. K., Tan, G. W. H., Cham, T. H., Ooi, K. B., Aw, E. C. X., & Currie, W. (2023). Government digital transformation:

- understanding the role of government social media. *Government Information Quarterly*, 40(1), 101775.
- Zaid, A. A., Arqawi, S. M., Mwais, R. M. A., Al Shobaki, M. J., & Abu-Naser, S. S. (2020). The impact of Total quality management and perceived service quality on patient satisfaction and behavior intention in Palestinian healthcare organizations. *Technology Reports of Kansai University*, 62(03), 221-232.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of the academy of marketing science*, 28, 67-85.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*, 52(2), 35-48.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the academy of marketing science*, 30(4), 362-375.
- Zhang, H., & Zhang, Q. (2023). How does digital transformation facilitate enterprise total factor productivity? The multiple mediators of supplier concentration and customer concentration. *Sustainability*, 15(3), 1896.
- Zheng, Y., & Schachter, H. L. (2017). Explaining citizens' E-participation use: The role of perceived advantages. *Public Organization Review*, 17, 409-428.