

## **أثر التفاعلية المدركة على تسويق خدمات الحكومة الإلكترونية للجمهور (دراسة ميدانية على عينة عمدية من مستخدمي مواقع الحكومة المصرية)**

رحاب عثمان محمد عبد الهادي (\*)

### **مقدمة :**

أتاحت وسائل التكنولوجيا الحديثة للجهات الحكومية بمختلف القطاعات فرصاً غير مسبوقة للتفاعلية في توفير الخدمات التي تركز على المواطنين من خلال إشراكهم في مختلف مراحل تصميم وتقديم الخدمات، بما يضمن توفير آفاق جديدة في عالم التسويق من خلال استهداف الجمهور بصورة مباشرة وفردية كأحد الأساليب المعاصرة في امداد جسور التواصل بين مقدمي الخدمات والجمهور . وتأسيساً على ما سبق تعد التفاعلية أحد الخصائص الرئيسية والفريدة لشبكة الانترنت بصفة عامة والتي تسعى لاستقطاب الجماهير إلى المشاركة بالمواقع الإلكترونية ، كما يتضح جلياً في أن التفاعلية تعكس قدرة الوسيلة ومقدمي الخدمات على الاتصال والتفاعل مع المستخدمين، واتساقاً مع ما ذكر فإن التفاعلية على شبكة الانترنت مرتبطة بتقديم الخدمات بالمواقع الإلكترونية بوجه عام والمواقع الحكومية على وجه التحديد .

وقد ألمح عدد من الدراسات والتقارير الدولية إلى ضرورة تحقيق التفاعلية في تقديم الخدمات للمواطنين عبر أنظمة الاتصالات الحديثة بما يسهم في نجاح تسويق الخدمات للجمهور كما أوضحت أن مجرد توفير الخدمات على المواقع الإلكترونية ومعرفة الجمهور بها لا يضمن الاحتفاظ بعودة الزائرين للموقع . وعلى الرغم من أن الحكومات تسعى لبناء استراتيجيات تسويقية تستهدف جذب المواطنين لزيارة المواقع الحكومية ، إلا أن معرفة العوامل التي تسهم في تحويل الزائرين إلى مستخدمين للخدمات الإلكترونية مازالت تحتاج إلي المزيد من البحث ، وفي إطار ما أشارت إليه الدراسات السابقة من أهمية التفاعلية وتأثيراتها على العوامل المتعلقة بتبني الخدمات توجهت الدراسة الحالية إلي الاهتمام بمعرفة العلاقة بين التفاعلية في مواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور في مصر .

(\*) هذا البحث مسئل من رسالة من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [التفاعلية في مواقع الحكومة الإلكترونية وعلاقتها بتسويق الخدمات للجمهور في مصر]، تحت إشراف: أ.د. محمد نمر علي - كلية التجارة - جامعة سوهاج & د. صابر حارص محمد - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

## مشكلة الدراسة:

أشار تقرير الأمم المتحدة للحكومة الفعالة ٢٠٣٠ ١ إلى أنه يجب على الحكومات أن تحقق الفاعلية في تقديم الخدمات للمواطنين من خلال تبني استراتيجيات تسويقية قائمة على خصائص التفاعلية بالمواقع الإلكترونية. وقد انتهت نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة إلى التأكيد على أهمية التفاعلية في تفضيل المستخدمين الاعتماد على الخدمات الإلكترونية أو إبداء التحفظ في الاستخدام من قبل الزائرين للمواقع الحكومية. كما أوضحت نتائج الدراسات السابقة<sup>٢</sup> بأن المواقع الحكومية المصرية لا تزال تواجه عديد من العوائق التي تبطيء من تبني الجمهور للخدمات والتي تتلخص في عدم وجود بناء محدد لتوظيف التفاعلية في المواقع الحكومية بما بينهم في تقديم الخدمات وإقناع الجمهور باستخدامها.

بالإضافة إلى وجود بعض أوجه القصور في اهتمام الدراسات العربية يتناول التفاعلية كعامل تسويقي للخدمات الحكومية. وهو ما أفضي إلى فرض أهمية تناول الدراسة الحالية للتفاعلية التسويقية كأحد خصائص المواقع الإلكترونية وفقاً لأساليب وتوجيهات التسويق الحديث بالاعتماد على مربع التسويق الذهبي للخدمات وبناء على ما سبق تم تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: ما أثر التفاعلية المدركة على تسويق خدمات الحكومة الإلكترونية للجمهور؟

## الدراسات السابقة

قامت الباحثة بالاطلاع على عدد من الدراسات العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية على النحو الآتي:  
دراسة: "أحمد فاروق رضوان" (٢٠١٩)<sup>٣</sup>  
وقد استهدفت التعرف على مدى توفر عناصر الاتصال الإلكتروني عبر البوابات الحكومية وذلك عن طريق رصد أدوات تقديم المعلومات والخدمات الحكومية، إضافة إلى الكشف عن أدوات الاستشارات واتخاذ القرار، التي تستخدمها البوابات الحكومية وذلك بالاعتماد على المنهج المقارن لتحليل البوابات الحكومية لعدد من الدول العربية.

<sup>1</sup> Division for public administration and development management UN department of economic e-government development 2019.

<sup>2</sup> Sherif Kamel, Hany Abd Elghaffar and Denny Dequenoy (2018) studying e-government trust in developing nation case of university and colleges' admissions and services in egypt p.43.

<sup>3</sup> Ahmed Farouk Radwan, (2019) "Participation and national identity Building through Arab state electronic portals" A comparative study, Arab media and society, issue 27 , 127-95

وقد أوضحت نتائج هذه الدراسة أهمية توفير عناصر التفاعلية في البوابات الحكومية، كونها عاملاً من عوامل نجاحها بشرط أن تكون مخرجات التعامل مع أدوات الحكومة الإلكترونية محققة لمعايير الكفاءة والفعالية والمشاركة، فضلاً عن الالتزام بتقديم محتوى متكامل في الشكل والتصميم التفاعلي. وأن توظيف وسائل الاتصال والتفاعل في المواقع الحكومية يسهم ففي تأكيد هوية الدولة وتطوير المواقع الإلكترونية. بينما كشفت النتائج عن عدم وصول الدول العربية بعد إلى مرحلة التفاعل والمشاركة بين الحكومة والمواطنين.

كما أوصت الدراسة بضرورة مراعاة التكامل بين العناصر الخاصة بالمشاركة الإلكترونية التي تتضمن توفير أدوات التفاعلية التي تعتمد على الاستطلاعات الإلكترونية والمنشآت الحكومية، وتوفير المعلومات بما يضمن التوظيف الفعال لوسائل الاتصال فضلاً عن الاهتمام بالتشاور المستمر مع الجمهور والتعرف على أدائه وتوقعاتهم من المواقع والخدمات الإلكترونية.

#### دراسة: "آية عبدالجواد" (٢٠١٧)<sup>١</sup>

وقد استهدفت وصف وتحليل الاتصال التفاعل في المؤسسات الحكومية المصرية على الإنترنت، ودورها في بناء علاقة إيجابية مع الجمهور والتفاعل معه، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، ولجمع البيانات قامت الباحثة بتحليل مضمون عشرة مواقع حكومية وتطبيق الاستقصاء على عينة عمدية قوامها ٤٢٠ مشارك من مستخدمي الإنترنت في مصر.

وقد أوضحت النتائج أهمية توفير آليات الاتصال المباشر، والتفاعل التي تدعم عمليات مشاركة الجمهور، بالخدمات وتسهم في بناء علاقة إيجابية بين الحكومة الإلكترونية والجمهور، وذلك عبر الحوار المتبادل والرد على الاستفسارات والتعليقات، فضلاً عن توفير آليات لدعم المشاركة مثل الاشتراك في خدمات النشرات الإخبارية والتفاعل عبر البريد الإلكتروني.

كما أشارت إلى أن هناك علاقة بين تحقق أهداف المتعامل عبر الموقع الإلكتروني الحكومي وشعوره بالرضى والثقة في المنظمة الحكومية، وأن تعدد أشكال التفاعل مع مستخدمي المواقع الإلكترونية ومنها إرسال الرسائل والإجابة على الاستبيانات، والاشتراك في خدمات المعلومات. جميعها يحقق الحوار المتبادل ورجع الصدى الفوري، مما يمكن المؤسسة من التعرف على حاجات الجمهور ومشكلاته وتقييمه لخدمات الحكومة الرقمية .

<sup>١</sup> آية أحمد محمد عبدالجواد ، الاتصال التفاعلي في المؤسسات الحكومية في مصر من خلال شبكة الانترنت ( دراسة حالة على الحكومة الإلكترونية المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الاعلام، قسم العلاقات والاعلان، ٢٠١٧

### دراسة: "سلوى أبو العلا" (٢٠١٩) ١

وقد استهدفت الكشف عن أساليب تحقيق التفاعلية في تصميم المواقع الإلكترونية الحكومية، وهي دراسة تحليلية مقارنة استخدمت أسلوب دراسة الحالة والمنهج المسحي، وتمثلت أدائها في استمارة تحليل المضمون للمواقع الإلكترونية السياحية الرسمية في مصر ودبي بطريقة كيفية، والتي تم تطبيقها على موقعين وهما موقع الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة في مصر وموقع دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي.

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تفوق الموقع الإلكتروني الرسمي لدبي بالنسبة لاستخدامه لأدوات التفاعلية وفقاً للأبعاد التي حددتها الدراسة، حيث جمعت ٢٩ درجة من مجموع المقياس الجمعي والبالغ ٥١ درجة بنسبة ٥٦.٩% في كل الأبعاد، وهي بذلك وصلت إلى نسبة متوسطة من التفاعلية في حين حصل الموقع السياحي المصري على ١٣ درجة وهي نسبة أقل من متوسطة، وأوصت الدراسة بضرورة إفساح المجال أمام حرية الرأي والتعبير عن آراء الجمهور من خلال السماح بالتعليقات والرد عليها من قبل مسؤولي الموقع والاهتمام بالرد على استفسارات المستخدمين، لخلق جو من الرضا لديهم وشعورهم باهتمام المسؤولين عن الموقع بهم وبآرائهم.

### دراسة: ٢ (2014) " Karkind.N and Jansen.M "

استهدفت فحص تصميم المواقع التفاعلية ودورها في تبني المستخدمين لخدماتها الإلكترونية، وقد أجريت هذه الدراسة على ١٦ موقعاً للحكومة التركية، حيث أوضحت نتائجها بأنه على الرغم من أن المواقع قد تكون جيدة في دعم الطلبات وقابليتها للاستخدام إلا أن هذه المواقع بعيدة عن المستويات المرضية في توفير إمكانيات المشاركة والاستجابة للمواطنين مما يؤثر على تقييم المتعاملين للمواقع الحكومية.

وأن العوامل المرتبطة بالتخصيص ومرونة الاستخدام وسهولته جميعها عوامل ذات أهمية في التأثير على مستويات الرضا لدى المواطنين، وبالتالي حددت الدراسة التفاعلية كعامل مؤثر في عمليات تقديم الخدمات الإلكترونية، لما لها من أهمية في التأثير على قرار الاستخدام والاعتماد عليها.

<sup>١</sup> سلوى محمد أحمد أبو العلا (٢٠١٦) " أساليب تحقيق التفاعلية في تصميم المواقع الإلكترونية للسياحة الرسمية " دراسة تحليلية مقارنة المجلة المصرية لبحوث الرأي العام مجلد ١٥ العدد (٣٠)، ٤٠٧ - ٤٦٠

<sup>٢</sup> Karkind.K and Jansen.M (2014) Evaluation website from public value perspective "A review of Turkish local government websites, international journal of information management vol 34 -3 351 - 363

### **دراسة: ١ "Adel.m Aladwani" (2013)**

وقد حاولت هذه الدراسة معرفة تصورات المواطنين الكويتيين حول التفاعلية بالمواقع الحكومية الإلكترونية وتأثيراتها على قرار استخدام البوابات الحكومية، وبشكل أكثر تحديداً اهتمت بتحديد العلاقة بين جودة تصميم التفاعلية بالحكومة الإلكترونية واستخدام المواطنين لها، وقد اعتمدت على نظرية قبول التكنولوجيا "TAM" لتحليل العلاقة بين ثلاث مجموعات من سمات المواقع الإلكترونية وهي ( الخصائص التقنية والمحتوى التفاعلي، والجانب الجمالي) وعلاقتها بمدى استخدام المواطنين للمواقع الحكومية، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ٥٥ من المواطنين الذين سبق لهم استخدام البوابات الحكومية، وقد أوضحت النتائج أن جودة التقنيات لها تأثير أقوى على عدد المعاملات والجودة الجمالية لديها والتأثير على عدد تكرار الزيارات.

كما أظهرت النتائج أن التقنيات التفاعلية ( سهولة الاستخدام والتواصل والتخصيص - وتوفير وصلات صالحة للاستخدام كان لها تأثير أكبر على قرار المواطنين باستمرار الاستخدام والحفاظ عليهم في المواقع الرسمية ، بينما كانت الجودة الجمالية ( التنظيم - والاستخدام السليم للخطوط والألوان) هي محددات رئيسية لجذب الأفراد لاستخدام الموقع.

### **دراسة : ٢ " Sandoval.R and Gill.JR" (2012)**

وقد استهدفت تحديد أشكال التفاعلية في المواقع الحكومية وذلك بالتطبيق على عينة من البوابات الإلكترونية الحكومية لعدد ٣٢ ولاية مكسيكية. حيث أوضحت نتائج الدراسة بأن الاهتمام بنشر المعلومات بصورة أكبر من الاهتمام بتوفير التفاعلية يؤدي إلى عزوف المستخدم عن العودة مرة أخرى إلى التعامل مع المواقع الحكومية كما أشارت إلى أهمية توفير آليات التفاعل المباشر مع الجمهور بما يشجعه على المشاركة، وأن المواقع ذات الطابع الخطابي والتي تخلو من الواقعية والتفاعلية لا تشجع في استقطاب الجمهور لإجراء المعاملات الإلكترونية.

كما توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين التفاعلية وتحقيق مزيد من مشاركة الجمهور واستمرارية استخدام البوابات الحكومية، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة:

<sup>1</sup> Adel.M Aleadwani (2013) The Relationship between portal quality and citizens acceptance the case of the Kuwait E. Government, advances in information system and technology AICS, 249 - 254

<sup>2</sup> Sandoval. Almazan and Gill Garcia.J.R (2012) Are Government internet portals evolving towards more interaction participalities and collaborations government information quarterly 29 (1) 81 – 72.

١ (2002) Fang.Z والتي توصلت إلى أن تطوير المواقع الحكومية يتطلب الاهتمام بجودة التفاعلية، وأهمية توفير أدوات التواصل مع الجمهور بما يزيد من تعزيز المشاركة لدى أفراد المجتمع. وأن المستخدمين يتجهون إلى تقييم المواقع الحكومية من خلال التصميم التفاعلي ومدى سهولة الاستخدام مؤكداً أن جميعها من العوامل الدافعة لتحقيق مزيد من مشاركة الجمهور مع الحكومات الإلكترونية.١

### **دراسة ٢ (2011) "Paul van Shaik and Jonathan Ling"**

وتبحث هذه الدراسة في تصميم تجربة التفاعلية فيما يتعلق بتصميم الواجهات الإلكترونية، وسياق المهام لمعرفة مدى تأثيرها على تصورات المستخدم للتفاعلية ومدى تأثير هذه التفاعلية المدركة على تقييم من المستخدمين لتجربة استخدامهم للمواقع، وقد اعتمدت الدراسة على نموذج TAM وهي من الدراسات التجريبية حيث تم تصميم نسختين لموقع الكرتوني وعرضهم على ١٢٨ مشارك لمعرفة تقييمهم للمواقع.

وقد أشارت النتائج إلى أنه وفقاً لمراحل تبني الخدمات والمنتجات الإلكترونية بعد للجمال البصرى والتصميم الخارجى أهمية أساسية في مراحل الاستخدام الأولية نظراً لكونها عناصر تؤثر على قرار المستخدمين المحتملين بزيارة الموقع، بينما سهولة استخدام النظام وتوفير سبل التواصل وتقديم الاستجابات على المستخدمين من العوامل المتعلقة بتحقيق أهداف المستخدم، كما أشار الباحث إلى أهمية التفرقة بين الأنظمة الإلكترونية حيث تختلف المواقع وفقاً لأهدافها فالمواقع المعلوماتية تختلف عن المواقع الترفيهية وعن مواقع المعاملات الإلكترونية. كما أظهرت أن الجانب الإدراكي لدى المستخدم يعتمد على تنوع وتكامل النظام التفاعلي وتصميمه في المواقع.

### **التعليق العام على الدراسات السابقة:**

من خلال العرض المتقدم للدراسات السابقة (العربية والأجنبية) ، وبناء على استنتاجاتها يمكن توضيح النقاط التالية

### **من حيث الموضوع والأهداف**

وتلاحظ الباحثة اختلاف موضوعات الدراسات العربية والأجنبية وأهدافها بينما توجهت معظم أهداف هذه الدراسات للتعرف على تأثير التفاعلية كأحد مكونات

<sup>1</sup> Fang.Z (2002) E. Government in digital era “ concept practice and development, international journal of the computer” internet and management 10(2) 1 – 22.

<sup>2</sup> Paul Van Schaik and Johnathan Ling (2011) an Intergrated model of interaction experience for information retrieval aweb – based encyclopedia, journal of interacting with computer 23 , 18 -32

المواقع الالكترونية على تحقيق رضا العملاء. كما ترى الباحثة قلة الدراسات العربية التي حاولت دراسة التفاعلية وكيفية توظيفها لتسويق الخدمات.

### من حيث المداخل النظرية

استخدم عديد من الباحثين نماذج ونظريات تفحص التفاعلية والتأثير على نية استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، بينما حظى نموذج TAM ونظرية ثراء الوسيلة باهتمام واسعاً وتطبيقاً على سيناريوهات متعددة، في حين ترى الباحثة أن هناك عدد من القيود على نموذج TAM منها عدم تقديم معلومات ترتبط سلوك الاستخدام الفعلي للمستخدمين، حيث يدور هذا النموذج حول قبول الأفراد للتكنولوجيا على أساس نواياهم السلوكية ولم تقدم تفسيراً علمياً لما بعد عملية التعرض أو الاستخدام. وبالتالي لم يتم التجديد في تناول النظريات أو نماذج حديثة تعرض وتفحص عديد من المتغيرات التي تتلاءم مع تغير وتتطور آليات التفاعلية بالمواقع الالكترونية.

### من حيث العينة

كانت معظم العينات المستخدمة في الدراسات العربية تحليلية تكشف عن الأبعاد والمتغيرات المرتبطة بالتفاعلية أما عن الدراسات الأجنبية فقد اعتمدت على العينات البشرية ( العمدية والعشوائية) لذا تنوعت احجام العينة ما بين الدراسات العربية والأجنبية.

### من حيث الأدوات

استخدمت الدراسات العربية أدوات تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء مع بعض الدراسات لجمع البيانات من جانب عينة الدراسة، أما الدراسات الأجنبية فقد استخدمت أدوات الاستبيان والمقابلة والمقاييس المختلفة لقياس بعض المتغيرات وكان من أهم الأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة ( الملاحظة المباشرة للقائمين بالاتصال وأداة تحليل المحتوى والشكل).

### من حيث المنهج

استخدم ٨٥% من الدراسات السابقة المنهج الوصفي بالارتكاز على شقية التحليلي والميداني وكذا المقارن، في حين ١٥% من الدراسات اعتمدت على المنهج التجريبي .

من حيث النتائج: كان أهم ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة يتضح فيما يلي. وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التفاعلية التي تتيحها المواقع الالكترونية وبين إدراك الجمهور لها وهو ما يرتبط بسهولة الاستخدام وسرعة الاستجابة بالموقع أن أهم السمات والأبعاد التي تحدد مدي توافر التفاعلية في العملية الاتصالية هي توافر اتصال ثنائي الاتجاه عبر نفس الوسيلة وتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل وسرعة عملية الاتصال لتقترب من التزامن قدر الامكان. ويصبح المتلقي قادراً على أن يؤثر في محتوى وشكل الرسالة.

### أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة في النقاط التالية:  
تستمد الدراسة أهميتها حيث تقدم مساهمة في أدبيات التفاعلية من خلال تقديم نموذج يقترح مجموعة من العلاقات الارتباطية بين التفاعلية وتسويق الخدمات.  
١- عدم تبلور تقاليد بحثية لدراسة كيفية توظيف التفاعلية في المواقع الخدمية وتطوراتها المتلاحقة والتي ما زالت تحتاج إلى نهج محدد عند التطبيق الأمر مما يضاعف أهمية إجراء المزيد من البحوث.  
٢- تستخدم الدراسة الحالية مدخل نظري يتناول كافة جوانب التفاعلية في المواقع الحكومية مما يوفر المزيد من التبصر في الظاهرة محل الدراسة.  
كما اعتمدت الدراسة في قياسها للتفاعلية على مقاييس تجميعية لقياس متغيرات الدراسة مما يعطى مؤشراً أكثر موضوعية لطبيعة الظاهرة محل الدراسة.  
٣- تقدم الدراسة مؤشراً للقائمين بالاتصال ومقدمي الخدمات بالمواقع الحكومية يوضح كيفية إدراك الجمهور للتفاعلية وفقاً لتجارب استخدامهم الفعلية للمواقع الحكومية، بما يمكن مقدمي الخدمات من توظيف تلك النتائج في تطوير المواقع وخدماتها لتستطيع تحقيق أهدافها في كسب تدفق المزيد من الجمهور المستهدف وتوسيع نطاق استخدامها.

### أهداف الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى (تحديد أثر التفاعلية المدركة على تسويق خدمات الحكومة الإلكترونية للجمهور) وذلك من وجهة نظر المتعاملين مع مواقع الحكومة المصرية.

وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية :-

١. تحديد طبيعة استخدام الأفراد للمواقع الحكومية وخدماتها التفاعلية .
٢. التعرف على تصورات المتعاملين نحو مدى توافر التفاعلية بالمواقع الحكومية .
٣. قياس مستويات مشاركة الجمهور على المواقع الحكومية .
٤. تحديد مدى نجاح المواقع الحكومية في تسويق الخدمات ( وفقاً لرؤية جمهور المستخدمين ) .

### تساؤلات الدراسة الميدانية :

- ١- ما طبيعة انماط استخدام المبحوثين للمواقع الحكومية ؟
  - ٢- ماهي تصورات المستخدمين نحو توافر أدوات التفاعلية بالمواقع الحكومية ؟
  - ٣- ما مستويات مشاركة الأفراد بالأنشطة التفاعلية بالمواقع الحكومية ؟
  - ٤- ما اتجاهات المستخدمين نحو تجربة استخدامهم للمواقع الحكومية ؟
- هل نجحت المواقع الحكومية في تحقيق أهداف المربع الذهبي لتسويق الخدمات لدى المستخدمين ( الصورة الذهنية - الولاء- الرضا - المكانة ) ؟ ما طبيعة انماط استخدام المبحوثين للمواقع الحكومية ؟



## فروض الدراسة :

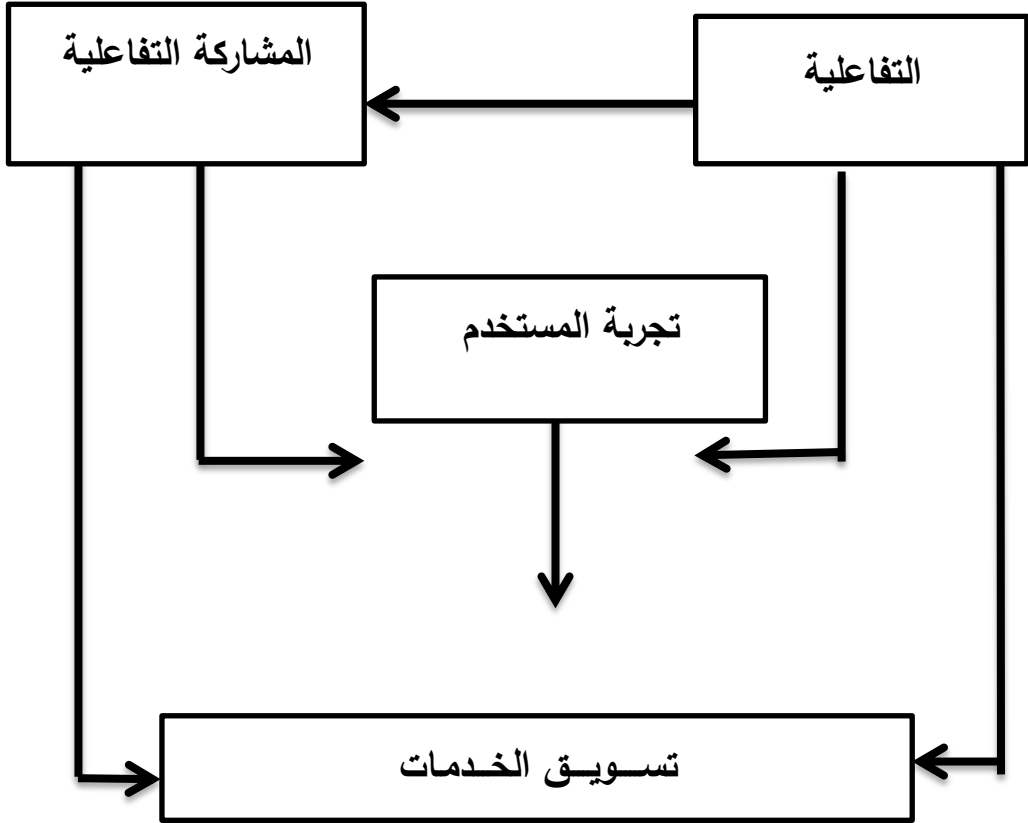
سعت هذه الدراسة للتحقق من صحة الفروض الآتية :  
الفرض الأول : للمواقع الحكومية تأثير على تسويق الخدمات للجمهور  
الفرض الثاني : كلما ارتفعت مستويات التفاعلية المدركة لدى المستخدم كلما كانت تجربة الاستخدام أكثر ايجابية .  
الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية بين اتجاهات المبحوثين نحو تجربة الاستخدام التفاعلية للمواقع الحكومية ونجاح تسويق الخدمات .  
النموذج العلمي للدراسة:

توصلت الباحثة لبناء النموذج الخاص بالدراسة ، من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، ولاعتماد على كل من نظرية الاتصال الحواري ونموذج تجربة المستخدم فضلاً عن نظرية بنائية التفاعلية. سعياً لتحديد الأبعاد الرئيسية للتفاعلية وعلاقتها بتسويق الخدمات من خلال تأثير تجربة المستخدم كعامل وسيط.

ويفترض النموذج الحالي أن التفاعلية بأبعادها الوظيفية والفعالية محددات مهمة لاتجاه تجربة المستخدم نحو المواقع الإلكترونية والتي تؤثر بدورها على عملية التسويق للخدمات الإلكترونية المتمثلة بأبعادها الصورة الذهنية – الولاء الإلكتروني – التوصية بالخدمات للآخرين). وتحتمل التفاعلية بأبعادها المتغير لمستقل ، وتسويق الخدمات الحكومية الإلكترونية المتغير التابع ، بينما تحتمل تجربة المستخدم العامل الوسيط.

وقد تم اختيار هذه المتغيرات المحددة في النموذج بناءً على ما أشارت إليه الدراسات السابقة حول أهميتها ففي عمليات تسويق الخدمات، فضلاً عن عدم الاهتمام وهذه العناصر فيما يتعلق بسياق المواقع الحكومية

نموذج الدراسة:



التفاعلية في مواقع الحكومة الإلكترونية وعلاقتها بتسويق الخدمات للجمهور ١ حيث يستهدف النموذج فحص علاقة التفاعلية ودورها في المساهمة في حدوث نتائج محددة تتمثل في السلوكيات الفعلية للمستخدم تجاه الموقع والخدمات وتصف الدراسة هذه النتيجة على أنها ( تسويق الخدمات).

فوفقاً لوجهات النظر التسويقية يبدأ تبني الخدمات بوعي المستخدم بيها واستخدامها كأساس تجريبي وينتهي بتغير في السلوك أما القبول الكامل لاستخدام الموقع أو استبدال الخدمات بالرق التقليدية.

فإذا رأى الفرد الذى يتفاعل مع الأنظمة الحكومية الإلكترونية انها ذات فائدة وقابلة للاستخدام وتحظى بالوصف قد يتم الاعتماد عليها والحصول على الثقة والولاء لها.

وكما أشار نموذج تبني الحكومة الإلكترونية (GAM) أن الأساس المنطقي لنجاح تسويق الخدمات ينطوي على استدامه الاستخدام من قبل المواطن ، وهو ما يحاول مناقشته النموذج الحالي. وتكمن فائدة هذا النموذج في الدرجة التي يمكنه من خلالها توجيه تطوير ودمج العمليات التفاعلية بجميع أشكالها التكنولوجية وتجربة المستخدم في المواقع الإلكترونية وخاصة الحكومية بطريقة تعمل على تحسين نتائج الاتصال.

### نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف التعرف على ظاهرة التفاعلية المدركة بأبعادها والمؤشرات الدالة عليها لدى مستخدمي المواقع الحكومية ومحاولة تفسيرها من خلال تحليلها للوصول الى تقييمات بشأنها، وذلك بالاعتماد على مسح الجمهور من مستخدمي المواقع الحكومية للتعرف على خصائص وطبيعة ادراكهم للتفاعلية واتجاهاتهم وسلوكياتهم الفعلية نحوها.

### مجتمع الدراسة وتحديد العينة :

تم تحديد مجتمع الدراسة الميدانية من مستخدمي المواقع الإلكترونية التابعة للحكومة المصرية ، حيث يمكن لأي شخص لديه خبرة في استخدام خدمات الحكومة الإلكترونية المشاركة في الاستقصاء. وهو ما يوفر أرضاً خصبة لاختبار فروض الدراسة ، نظراً لما تتمتع هذه العينة بخبرة فعلية ( طويلة أو قصيرة ) من التفاعل مع المواقع الحكومية وبما يسمح للباحثة بخروج نتائج واقعية تسهم في تفسير النتائج وفقاً لتجربة الاستخدام الفعلية للمواقع الحكومية .

### أدوات جمع البيانات :

استخدمت الباحثة في الدراسة الحالية أدوات جمع البيانات التالية :

#### • الاستبيان الإلكتروني :

يلقى الاستبيان الإلكتروني شيوعاً في بحوث الاعلام التفاعلي ، خاصة لما يوفره من امكانية دراسة الظاهرة موضوع الدراسة، وقد تم تصميم استبيان إلكتروني لجمع الردود التي تقيس التفاعلية المدركة، والمشاركة التفاعلية، وتجربة استخدام الباحثين للمواقع، والتي يتضمن المقاييس الآتية:

#### مقياس التفاعلية المدركة لدى مستخدمي المواقع الحكومية:

وتمثل المحور الثاني في الاستبيان السؤال رقم (٤) ، وقد تم قياس التفاعلية المدركة باستخدام المقياس الذي أعده. Sally mcmillan and jan sun hawang (2002)<sup>1</sup>

مع إجراء بعض التعديلات عليه ليتناسب مع طبيعة الخدمات الحكومية ويتكون المقياس من الأبعاد التالية:

#### • السيطرة و التحكم Control

<sup>1</sup> Sally mcmillan and jan sun hawang (2002) measures of perceived inter activity An Exploration of the role of direction of communication journal of adverting 31 (3) 29-41

• الاستجابة Responsiveness

• التفاعل المؤثر

وقد صممت عبارات المقياس جميعها على غرار مقياس ليكرت الثلاثي ( موافق - محايد - معارض).

مقياس تسويق الخدمات

والذي يعتمد على مدى فعالية المواقع الحكومية في الحصول على نفسه وولاء المستخدمين وتحويل الزوار لعملاء تفاعلين.

تم قياس متغير تسويق الخدمات من وجهة نظر الجمهور والاعتماد على تجربتهم الفعلية لاستخدام المواقع الحكومية وخدماتها<sup>١</sup> بالاعتماد على مقياس المربع الذهبي للتسويق الإلكتروني.

اختبار الصدق والثبات :

تم التحقق من صدق المحتوى لأدوات الدراسة من خلال عرض استمارة تحليل الشكل والاستبيان الميداني على مجموعة من المحكمين، حيث تم وضع تعريفات اجرائية دقيقة كما أجرت الباحثة التعديلات اللازمة عليها وفي ضوء ما أشار إليه المحكمين

اجراءات التحقق من ثبات الدراسة:

من خلال أسلوب إعادة الاختبار ( The Retest ) على عينة قوامها ٤٠ مبحوثاً بواقع ١٠% من الحجم الأصلي لعينة الدراسة بعد فترة زمنية مقدارها ( ٢١ يوماً ) من اجابتهم على الاستمارة في المرة الأولى حتى لا تتأثر نتائج الدراسة بالذاكرة ، وجاءت نسبة معامل الثبات ( ٩٢,٥% ) وهي نسبة تشير إلى ثبات أداة الاستبيان وتعبير عن وجود درجة اتساق عالية في اجابات المبحوثين المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة:

١- التفاعلية Interactivity

وهي الجهود المخططة في تصميم المواقع الإلكترونية، والتي تسمح للمتلقى بقدر أكبر من المشاركة في عمليات الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت بقدر حاجاته وتفضيلاته واهتماماته<sup>٢</sup>. كما عرفها (sohn lee (2005) ٣ على أنها إمكانات قنوات الاتصال التي تدعم المستخدم للحصول على المنتج الإلكتروني من خلال ترميز آليات البحث والتواجد وإمكانية الطلب.

<sup>1</sup> Raney, A, laura .M. Arpan-k (2003) at the movies on the web an investigation of the effects of entertaining and interactive web center on site and brand evaluations, journal of interactive marketing , vo17, (a) 38-53

<sup>٢</sup> محمد عبد الحميد الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، ص(١) القاهرة عالم الكتب، ٢٠٠٧، ص٢٨٥.

<sup>3</sup> Sohnan lee- BR.(2015) Dimensions of interactivity. Defferntial effects of social and psychological factors, journal of computer mediated communication 10(3)

وتعرفها الباحثة إجرائياً على أنها مجموعة التقنيات والآليات والعناصر التي يتم توظيفها بالمواقع الحكومية على شبكة الإنترنت بما يحقق أكبر قدر من المشاركة والتفاعل بين المستخدمين ومقدمي الخدمات.

#### مواقع الحكومة الإلكترونية

وهي المنصات الرئيسية لتقديم الخدمات والمعلومات التي تخص الجهة الحكومية، بما يتضمن صيغ وأشكال التفاعلية المتعددة، ويتميز الموقع الإلكتروني بقدرته على تسهيل وصول المستخدمين للخدمات التي تخص الجهة الحكومية بصرف النظر عن المكان أو الزمان.<sup>١</sup>

وتم تعريفها إجرائياً على أنها:

حاضنات تفاعلية متعددة الوسائط لتقديم المعلومات والخدمات الإلكترونية للمواطنين.

#### ٢- تسويق الخدمات

وهي استخدام القنوات الرقمية للوصول إلى المستهلك النهائي لتقديم الخدمات في الوقت والمكان المناسبين. كما عرفها **retler** ٢ بأنها النشاطات والإجراءات المسهلة من طرق التكنولوجيا الرقمية لخلق اتصال وتسليم قيمة للعملاء.

وتم تعريفها إجرائياً في الدراسة الحالية على أنها

توظيف الإمكانيات والتقنيات التفاعلية بالمواقع الحكومية في تقديم الخدمات الإلكترونية بما يسهم في الاحتفاظ بالزوار وتشجيعهم للعودة مرة أخرى لاستخدامها وتحويلهم إلى عملاء تفاعلين لديهم الولاء للخدمات الرقمية.

### نتائج الدراسة الميدانية

#### جدول رقم (١)

#### توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع

م	التوزيع	العدد	%
١	ذكر	٢٠٥	٥١.٣
٢	أنثى	١٩٥	٤٨.٨
المجموع		٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "النوع" يشير إلى أن عينة (الذكور)، يحوزون نسبه (٥١.٢%)، افي حين بلغت عينة (الإناث)، نسبة (٤٨.٨%) وفقاً لردود عينة الدراسة بما يشير الى اقبال كل من الذكور والاناث على استخدام المواقع دون وجود فروق ظاهرية .

<sup>1</sup> Al hakim I (ed) 2006:global e-government theory: applications and benchmarking igi.global-31.

<sup>2</sup> Kottler-p and armstrong.g (2016) principles of uarketing 13 the edition person prentice hail inc upper saddel river new jersey p.62.

جدول رقم (٢)  
توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير العمر

م	التوزيع	العدد	%
١	أقل من ٢٠ سنة	١٥	٣.٨
٢	من ٢٠ لأقل من ٣٠ سنة	١٨٦	٤٦.٥
٣	من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	١٣٦	٣٤.٠
٤	من ٤٠ سنة فأكثر	٦٣	١٥.٨
المجموع		٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "العمر" يشير إلى أن أغلبية العينة تقع في الفئة العمرية (من ٢٠ لأقل من ٣٠ سنة)، بنسبة (٤٦.٥%)، يليها الفئة العمرية (من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة) بنسبة (٣٤%)، وفي الترتيب الثالث الفئة العمرية (من ٤٠ سنة فأكثر)، بنسبة (١٥.٨%)، وأخيراً الفئة العمرية (أقل من ٢٠ سنة)، بنسبة (٣.٨%)، وفقاً لردود مفردات عينة الدراسة. ولعل هذا التنوع والتوزيع في العينة يقدم تنوع أوسع للمستجيبين الذين يمثلون فئات عمرية مختلفة

جدول رقم (٣)  
يوضح خبرة المبحوثين الزمنية في استخدام المواقع الحكومية

م	التوزيع	العدد	%
١	خبرة طويلة (أكثر من ثلاث سنوات)	٢٢٣	٥٥.٧
٢	خبرة متوسطة (سنة إلى ثلاث سنوات)	١٠٢	٢٥.٥
٣	خبرة زمنية قصيرة نسبياً (أقل من سنة)	٧٥	١٨.٨
الإجمالي		٤٠٠	١٠٠

يشير الجدول السابق إلى أن أكثر من نصف العينة بنسبة ٥٥.٧% لديهم خبرة زمنية طويلة في استخدام المواقع الحكومية (أكثر من ثلاث سنوات) يليها ممن لديهم خبرة زمنية متوسطة (سنة إلى ثلاث سنوات) بنسبة ٢٥.٥% وهي خبرة استخدام جيدة توفر مؤشراً جيداً لمعرفة المشاركين بالمواقع وخدماتها وآليات التفاعلية بها. بينما كانت النسبة الأقل من ذلك كانت ١٨.٨% لديهم خبرة زمنية قصيرة نسبياً في استخدام المواقع الحكومية (أقل من سنة)

**جدول رقم (٤)**

يوضح معدل تصفح المبحوثين للمواقع الحكومية في الشهر

م	التوزيع	العدد	%
١	معدل ضعيف (مرة واحدة في الشهر)	١٣	٣.٢
٢	معدل متوسط (من ٢-٣ مرات في الشهر)	١٠٨	٢٧
٣	معدل مرتفع (أكثر من ٣ مرات)	٩٧	٢٤.٣
٤	في أوقات حاجتي للمعلومات أو الخدمات الإلكترونية	١٨٢	٤٥.٥
الإجمالي		٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن ٤٥.٥% من المبحوثين يستخدمون المواقع الحكومية وفقا لما تيسر لهم حاجاتهم للخدمات أو المعلومات الحكومية ، وبنسبة أقل ممن يتصفحون المواقع الحكومية بمعدل متوسط (من ٢-٣ مرات في الشهر) بينما سجل معدل التردد المرتفع (أكثر من ثلاث مرات) بنسبة ٢٤.٣% ، وقد جاء في الترتيب الرابع ممن يستخدمون الموقع مرة واحدة في الشهر بنسبة ٣.٢%

**جدول (٥)**

يوضح (مدى إدراك المبحوثين لآليات التفاعلية الى تتيحها مواقع الحكومة الإلكترونية)

العبارة	التوزيع	التكرار	النسبة %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %
١- الأدوات التفاعلية في الموقع تجذبني لتصفح الموقع	معارض	٦٦	١٦.٥	٢.٣٠	٠.٧٣	٧٦.٦٧
	محايد	١٤٨	٣٧.٠			
	موافق	١٦٨	٤٦.٥			
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠			
٢- ينكيف الموقع مع اهتماماتي في كل مرة أזור بها الموقع	معارض	٨٩	٢٢.٣	٢.١٥	٠.٧٥	٧١.٦٧
	محايد	١٦١	٤٠.٣			
	موافق	١٥٠	٣٧.٥			
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠			
٣- احصل على استجابة	معارض	٣٢٩	٧٣.٠	١.٣٠	٠.٥٢	٤٣.٣٣
	محايد	٩٦	٢٤.٠			
	موافق	١٢	٣.٠			

أثر التفاعلية المدركة على تسويق خدمات الحكومة الإلكترونية للجمهور

			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	سريعة عند مراسلة مقدمي الخدمات
٧٩.٦٧	٠.٦٧	٢.٣٩	١٠.٥	٤٢	معارض	٤- يمكنني ادخال البيانات وتعديلها بسهولة
			٤٠.٣	١٦١	محايد	
			٤٩.٣	١٩٧	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨٣.٦٧	٠.٥٧	٢.٥١	٤.٣	١٧	معارض	٥- أستطيع التحكم في اختيار المحتوى الذي أود الاطلاع عليه
			٤٠.٨	١٦٣	محايد	
			٥٥.٠	٢٢٠	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨٥.٠٠	٠.٥٦	٢.٥٥	٩.٣	٤٥	معارض	٦- اجد سهولة في التنقل بين صفحات الموقع
			٣٠.٨	١٢٣	محايد	
			٦٠.٠	٢٤٠	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٧٨.٦٧	٠.٦٨	٢.٣٦	٢١.٠	٤٨	معارض	٧- يرسل الموقع إشعارات لمعرفة كل ما هو جديد عن الخدمات
			٤٠.٥	١٦٢	محايد	
			٤٧.٥	١٩٠	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨٢.٣٣	٠.٦١	٢.٤٧	٦.٣	٢٥	معارض	٨- يتيح لي الموقع التعبير عن رأيي في الخدمات
			٤٠.٠	١٦٠	محايد	
			٥٣.٨	٢٣٥	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٧٢.٦٢	٠.٣٣	٢.١٧	المتوسط العام لبعده السمات التفاعلية للمواقع الإلكترونية في المواقع الحكومية			

ويوضح الجدول السابق الآتي:



أن المتوسط العام لإجمالي محور (مدي توافر السمات التفاعلية للمواقع الإلكترونية في المواقع الحكومية) بلغ (٢.١٧)، بانحراف معياري (٠.٣٣)، وبأهمية نسبية (٧٢.٦٢%) وهذا يعني أن توافر السمات التفاعلية للمواقع الإلكترونية في المواقع الحكومية ايجابية.

ويوضح الجدول أن أكثر أبعاد التفاعلية التي يدركها المبحوثين هي "سهولة التجول والتنقل داخل الموقع بنسبة ٢.٥٥ مما يدل على نجاح المواقع في توفير آليات التجول والوصول الى المعلومات والخدمات، وتليها في المرتبة الثانية سهولة التحكم في المحتوى الذى يود الاطلاع عليه بمتوسط ٢.٥١ بما يدل على سهولة التصفح وتوفير المواقع لأدوات التنقل التي تيسر على المستخدم حرية التنقل بين صفحاته ثم الحصول على ارشادات مفيدة للاستخدام في تلبية الحاجات المعرفية والمعلوماتية بما يسهم زيادة ارتباط المستخدم بالخدمات ، ثم يبدأ المتوسط الحسابي في الانخفاض دليلا على زيادة نسبة المعارضة عن نسبة الموافقة في مقياس الادراك والتي فيما يتعلق بمؤشر الاستجابة المدركة ويلاحظ من الجدول ترتيب مدى ادراك المستخدمين لأبعاد التفاعلية المدركة كما يلي :

بعد التحكم المدرك : ويظهر في ادراك المستخدمين لآليات التحكم وسهولة التجول في الموقع.  
بعد ادراك وتأثير التفاعل فيما يخص توفير المعلومات ووصف الخدمات وتقديم الارشادات  
بعد الاستجابة المدركة من الموقع وسرعة تلك الاستجابة وتوقع مخرجات ايجابية ناتجة عن التفاعل

### جدول (٦)

المقاييس الوصفية (التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية والترتيب) لمحور (تسويق الخدمات)

العبارة	التوزيع	التكرار	النسبة %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %
تعرفت على خدمات الكترونية جديدة من خلال الموقع	معارض	٤٩	١٢.٣	٢.٤٤	٠.٧٠	٨١.٣٣
	محايد	١٢٥	٣١.٣			
	موافق	٢٢٦	٥٦.٥			
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠			
٢- ازدادت	معارض	٢٧٧	٦٩.٣	١.٤٤	٠.٧٢	٤٨.٠

أثر التفاعلية المدركة على تسويق خدمات الحكومة الإلكترونية للجمهور

			١٧.٣	٦٩	محايد	ثقتي بالخدمات الإلكترونية بعد استخدامي لها
			١٣.٥	٥٤	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨٦.٠	٠.٥٧	٢.٥٨	٤.٠	١٦	معارض	٣- تعدد المواقع الإلكترونية خيارى الأول للحصول على الخدمات الحكومية
			٣٤.٥	١٣٨	محايد	
			٦١.٥	٢٤٦	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	

٧٠.٠	٠.٧٦	٢.١٠	٢٤.٥	٩٨	معارض	٤- ساعدني الموقع على ترسيخ صورة ذهنية طيبة عن الخدمات الإلكترونية
			٤٠.٥	١٦٢	محايد	
			٣٥.٠	١٤٠	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨٢.٠	٠.٦٤	٢.٤٦	٨.٣	٣٣	معارض	٥- - أشارك محتويات الموقع على مواقع التواصل
			٣٧.٨	١٥١	محايد	
			٥٤.٠	٢١٦	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٧٥.٦٧	٠.٧٢	٢.٢٧	١٦.٥	٦٦	معارض	٦- أوصى الأصدقاء باستخدام الخدمات الإلكترونية
			٣٩.٨	١٥٩	محايد	
			٤٣.٨	١٧٥	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨٠.٣٣	٠.٦٦	٢.٤١	١٠.٣	٤١	معارض	٧- اثق بأن المواقع الإلكترونية بيئة آمنة لتقديم الخدمات الحكومية
			٣٨.٨	١٥٥	محايد	
			٥١.٠	٢٠٤	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	

			٤٤.٣	١٧٧	محايد	
			٤٦.٥	١٨٦	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
			١٠.٣	٤١	معارض	
			٣٤.٨	١٣٩	محايد	
			٥٥.٠	٢٢٠	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨١.٦٧	٠.٦٧	٢.٤٥				٨ عزز الموقع معرفتي بمواقع خدمية أخرى
			٨.٨	٣٥	معارض	
			٣٩.٨	١٥٩	محايد	
			٥١.٥	٢٠٦	موافق	
			١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٨١.٠	٠.٦٤	٢.٤٣				٩ - - احتفظ برابط الموقع في المفضلة للعودة لاستخدام الخدمات
٧٦.٢٠	٠.٤٥	٢.٢٨	المتوسط العام لبعده: تسويق الخدمات			

### ويوضح الجدول السابق الآتي:

- أن المتوسط العام لإجمالي محور (تسويق الخدمات) بلغ (٢.٢٨)، بانحراف معياري (٠.٤٥)، وبأهمية نسبية (٧٦.٢٠%) وهذا يعني أن تسويق الخدمات الالكترونية ايجابية.
- ويعد " تسويق الخدمات الأكثر موافقة" على الترتيب (شجعتني الموقع لاستخدام خدمات الكترونية جديدة)، (ساعدني الموقع في ترسيخ صورة طيبة عن الخدمات الالكترونية)، وبلغت الأهمية النسبية (٨١.٦٧%)، (٨١%) أما تسويق الخدمات الأقل موافقة (ازدادت ثقتي بالخدمات الالكترونية بعد استخدامي لها)، بأهمية النسبية (٧٩%). وفقا لردود عينة الدراسة
- دراسة مدى صحة الفروض البحثية وأهداف الدراسة
- تركز الباحثة على اختبار الفروض البحثية، بهدف تناول مختلف أبعاد مشكلة الدراسة:
- توجد علاقة ارتباطية بين التفاعلية بمواقع الحكومة الالكترونية وتسويق الخدمات للجُمهور ويتفرع منه الآتي:
- ١- توجد علاقة ارتباطية بين التفاعلية المدركة لدى المستخدم وتسويق الخدمات.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية بين المشاركة التفاعلية للمستخدم وتسويق الخدمات.

الأسلوب الإحصائي المستخدم: من خلال معامل الارتباط والانحدار  
 أ-معامل ارتباط بيرسون **Pearson Correlation** لإيجاد العلاقة بين متغيرين  
 ثم حساب معنوية الاختبار على أساس مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) ليدل على  
 وجود علاقة دالة إحصائياً، وإذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥) دل ذلك  
 على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً.

### أ- تحليل الانحدار الخطي البسيط **Simple Linear regression** لقياس التفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية علي تسويق الخدمات للجمهور

جدول رقم (٧)

قياس العلاقة بين التفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور  
 باستخدام معامل ارتباط بيرسون

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدالة)
التفاعلية المدركة مواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور	٠.٥٩٩	**٠.٠١	دالة
المشاركة التفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور	٠.٥٥٦	**٠.٠١	دالة
التفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور	٠.٦٥٤	**٠.٠١	دالة

\* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥

\*\* دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١

#### من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- ١- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين " التفاعلية المدركة بمواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور" حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٥٩٩) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).
- ٢- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين " المشاركة التفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور" حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٥٥٦) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).
- ٣- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين " التفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور" حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٦٥٤) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

#### اثبات الفرضية:

- بذلك نقبل الفرض الاحصائي القائل " بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفاعلية بمواقع الحكومة الإلكترونية وتسويق الخدمات للجمهور.

- كلما زادت التفاعلية بمواقع الحكومة الالكترونية كلما زاد تسويق الخدمات للجمهور

### المصادر والمراجع

- آية أحمد محمد عبدالجواد ، الاتصال التفاعلى فى المؤسسات الحكومية فى مصر من خلال شبكة الانترنت ( دراسة حالة على الحكومة الالكترونية المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الاعلام، قسم العلاقات والاعلان، ٢٠١٧
- سلوى محمد أحمد أبو العلا (٢٠١٦) " أساليب تحقيق التفاعلية فى تصميم المواقع الالكترونية للسياحة الرسمية " دراسة تحليلية مقارنة المجلة المصرية لبحوث الرأى العام مجلد ١٥ العدد (٣٠) ، ٤٠٧ - ٤٦٠

-- Sherif Kamel, Hany Abd Elghaffar and Denny Dequenoy (2018) stadying egovernment trust in deueloping nation case of university and colleges' adminssions and services in egypt p.43.

-- - Adel.M Aleadwani (2013) The Relationship between portal quality and citizens acceptance the case of the Kuwait E. Government, advances in information system and technology AICS, 249 – 254

-- - Ahmed Farouk Radwan, (2019) "Participation and national identity Building though Arab state electronic portals" A comparative study, Arab media and society, issue 27 , 127-95

- Fang.Z (2002) E. Government in digital era “ concept practice and development, international journal of the computer” internet and management 10(2) 1 – 22.

- Karkind.K and Jansen.M (2014) Evaluation website from public value perspective “A review of Turkish local government websites, international journal of information management vol 34 -3 351 363
- Paul Van Schaik and Johnathan Ling (2011) an Intergrated model of interaction experience for information retrieval aweb – based encyclopedia, journal of interacting with computer 23 , 18 -32
- Raney, A, laura .M. Arpan-k (2003) at the movies on the web an investigation of the effects of entertaining and interactive web center on site and brand evaluations, journal of interactive marketing , vo17, (a) 38-53
- Sandoval. Almazan and Gill Carcia.J.R (2012) Are Government internet portals evolving towards more interaction participalities and collaborations government information quarterly 29 (1) 81 – 72.